



Xavier Bringué, Charo Sádaba y Jorge Tolsá

# La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010

## Niños y adolescentes ante las pantallas



LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010  
Niños y adolescentes ante las pantallas



LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010  
Niños y adolescentes ante las pantallas

Xavier Bringué  
Charo Sádaba  
Jorge Tolsá



*Telefónica*  
Fundación Telefónica

Colección Generaciones Interactivas - Fundación Telefónica



© Xavier Bringué Sala, Charo Sádaba Chalezquer y Jorge Tolsá Caballero  
Foro Generaciones Interactivas, 2011

Gran Vía, 28  
28013 Madrid (España)

Fotografías de cubiertas: Fotolia  
Fotografías de interior: Fotolia

Primera edición: Octubre de 2011

ISBN: 84-8081-214-1

Depósito Legal: **M-42203-2011**

Diseño y maquetación: Gráficas Egúzkiza

Impresión y encuadernación:

Impreso en España - Printed in Spain

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares de *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.



# Índice

Presentación .....	9
Introducción.....	11
1. Metodología .....	15
1.1. Universo, muestra y herramientas de investigación.....	15
1.2. Situación familiar .....	20
2. Internet.....	25
2.1. Equipamientos en los hogares.....	26
2.1.1. Computadoras e Internet .....	34
2.1.2. Sistemas de protección .....	43
2.2. Usuarios de Internet .....	47
2.3. Lugares de acceso a la red .....	51
2.4. Tiempo de uso .....	56
2.5. Compañía en la navegación .....	65
2.6. Uso de servicios en Internet .....	74
2.7. Acceso a contenidos .....	92
2.8. Creadores digitales .....	97
2.9. Mediación educativa .....	101
2.9.1. Una generación de estudiantes .....	102
2.9.2. El papel de los profesores .....	112
2.9.3. El papel de la familia .....	114
2.10. Actitudes y valoraciones .....	128



## Índice

### 6

2.10.1. Internet como opción de ocio .....	126
2.10.2. Conductas de riesgo .....	133
2.11. Resumen general por países .....	180
2.11.1. Argentina .....	180
2.11.2. Brasil .....	188
2.11.3. Chile .....	195
2.11.4. Colombia .....	203
2.11.5. Ecuador .....	210
2.11.6. Guatemala .....	217
2.11.7. México .....	224
2.11.8. Perú .....	231
<b>3. El celular.....</b>	<b>239</b>
3.1. Penetración en la telefonía celular .....	242
3.1.1. Acceso.....	242
3.2. Usos del celular .....	257
3.3. Momentos de uso .....	263
3.4. El gasto en celular .....	267
3.5. Mediación familiar .....	275
3.6. Valoraciones .....	282
3.7. Resumen general por países .....	300
3.7.1. Argentina .....	300
3.7.2. Brasil.....	305
3.7.3. Chile.....	311
3.7.4. Colombia .....	316
3.7.5. Ecuador .....	322
3.7.6. Guatemala .....	327
3.7.7. México .....	333
3.7.8. Perú .....	338
<b>4. Videojuegos .....</b>	<b>343</b>
4.1. Posesión y uso .....	345
4.1.1. ¿Videojuegas? .....	345
4.1.2. ¿Con qué juegas? .....	348
4.2. Compañía frente al juego digital .....	356
4.3. Tiempo de juego .....	363
4.4. El fenómeno del “pirateo” .....	367
4.5. Mediación familiar .....	372
4.6. Valoraciones .....	383
4.6.1. Desplazamiento de actividades .....	383
4.6.2. Riesgos y oportunidades .....	386



4.6.3. Competencia entre pantallas: preferencias .....	393
4.7. Resumen general por países .....	405
4.7.1. Argentina .....	405
4.7.2. Brasil.....	409
4.7.3. Chile.....	413
4.7.4. Colombia .....	417
4.7.5. Ecuador .....	421
4.7.6. Guatemala .....	425
4.7.7. México .....	429
4.7.8. Perú .....	433
5. Televisión .....	437
5.1. Posesión .....	437
5.2. Ubicación habitual del televisor .....	439
5.3. Tiempo de visionado .....	446
5.4. Compañía frente al televisor .....	454
5.5. Preferencias de programas .....	460
5.6. Multitarea frente al televisor .....	463
5.7. Mediación familiar .....	468
5.7.1. Decisiones sobre contenidos .....	469
5.7.2. Restricciones sobre contenidos .....	473
5.7.3. Discusiones familiares .....	480
5.8. Valoraciones .....	490
5.8.1. Hábitos de riesgo .....	491
5.8.2. Situaciones de consumo de televisión .....	493
5.9. Resumen general por países.....	504
5.9.1. Argentina.....	504
5.9.2. Brasil .....	509
5.9.3. Chile .....	513
5.9.4. Colombia .....	518
5.9.5. Ecuador .....	522
5.9.6. Guatemala .....	527
5.9.7. México .....	531
5.9.8. Perú .....	536
6. Conclusiones .....	541
6.1. Una generación equipada .....	541
6.2. Una generación precoz .....	544
6.3. Una generación “celular” .....	545
6.4. Una generación ante nuevos riesgos .....	547
6.5. Una generación autónoma .....	549



## Índice

### 8

6.6. Una generación multifuncional .....	553
6.7. Una generación multitarea .....	554
6.8. El reto de las familias interactivas .....	555
6.9. La escuela: Ámbito estratégico de referencia educativa .....	556
6.10 La generación interactiva en Iberoamérica .....	557
<b>7. Bibliografía .....</b>	<b>559</b>
<b>8. Anexos .....</b>	<b>565</b>
8.1. Cuestionarios .....	565
8.2. Muestra válida y margen de error, por países y región .....	589
8.2.1. Argentina .....	589
8.2.2. Brasil .....	590
8.2.3. Chile .....	590
8.2.4. Colombia .....	591
8.2.5. Ecuador .....	592
8.2.6. Guatemala .....	592
8.2.7. México .....	593
8.2.8. Perú .....	594
8.3. Sobre los autores .....	595
8.4. Índice de Gráficos y Tablas .....	597



## Presentación

Es para mí motivo de una satisfacción especial presentar este libro, *La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010*, que supone la consolidación de un trabajo que viene desarrollándose, con el impulso de Telefónica, como socio fundador del Foro Generaciones Interactivas, desde el año 2007.

Los datos que se presentan nos sitúan ante la realidad concreta del uso y la valoración que de estas tecnologías hacen los menores de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú. Los educadores, los padres, las empresas, las instituciones y la sociedad en general pueden encontrar en este libro datos, ideas y argumentos que les lleven a trabajar con el objetivo de velar por que las TIC sean una herramienta que favorezca el crecimiento personal de los niños y adolescentes.

Espero que de esta manera se pueda contribuir al objetivo final de este proyecto: utilizar el conocimiento generado para desarrollar pautas y acciones educativas a todos los niveles –familiar, escolar e institucional– que nos ayuden a formar usuarios inteligentes de las tecnologías inteligentes del presente y del futuro.

Santiago Fernández Valbuena  
Presidente  
Telefónica Latinoamérica





## Introducción

En el año 2008 se presentó el primer informe *La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Más de cien mil menores de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela participaron entonces en la investigación que dio lugar al primer trabajo que ofrecía datos acerca de la relación entre los menores y las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) de modo comparativo en estos países. El impulso de Telefónica en este esfuerzo fue vital y permitió alcanzar y superar con creces los objetivos fijados.

Desde 2008 han cambiado algunas cosas: en primer lugar, y con el fin de dar solución a los retos y oportunidades planteadas en el informe, en diciembre de ese mismo año se constituyó en Madrid (España) el Foro Generaciones Interactivas. Fundado por Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Universitaria Interamericana, esta asociación sin ánimo de lucro se propone trabajar para que la tecnología haga mejores a las personas. Con el fin de lograr sus metas, desarrolla proyectos de investigación que le permitan adquirir un conocimiento propio y distintivo que pueda después aplicarse a las comunidades educativas que participan en su proyecto formativo en forma de materiales, cursos e ideas. Además el Foro busca activamente nuevos socios, privados y públicos, que compartan su preocupación y que impulsen las líneas de trabajo desarrolladas actualmente en más de 10 países iberoamericanos.

En segundo término, también la propia sociedad ha cambiado. El desarrollo de las TIC es imparable y muchos países latinoamericanos, que no han sido tan





## Introducción

12

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

afectados por la crisis financiera mundial, siguen creciendo en penetración de dispositivos tecnológicos y acceso a Internet. Además, se está extendiendo en todos estos países una nueva sensibilidad hacia el impacto que la adopción de la tecnología puede tener sobre los distintos grupos sociales. El trabajo desarrollado en Estados Unidos y en Europa en los últimos años sobre la protección de la propiedad intelectual, la lucha contra la piratería y otros delitos cometidos a través de Internet, está siendo analizado por muchos gobiernos latinoamericanos con el fin de adaptarlo a las peculiaridades de sus países. Además, el impulso que muchos de ellos están haciendo por combatir la brecha digital es digno de reconocimiento.

¿Y cómo ha cambiado en estos años el perfil de la Generación Interactiva? ¿Es posible confirmar tendencias que se apuntaban en el informe de 2008? ¿Cuál es el uso que los menores están haciendo de las redes sociales, que hace tres años apenas tenían impacto? ¿Sigue siendo el celular una pantalla especialmente relevante para este grupo de edad?

Con el fin de dar respuesta a estas y otras preguntas, en 2010 el Foro desplegó una nueva investigación en la que han participado ocho países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú. El esfuerzo realizado por los equipos locales del Foro, con el apoyo inestimable de Fundación Telefónica y de Telefónica, ha permitido que más de seiscientos colegios hayan tomado parte en ella, lo que ha supuesto encuestar a más de setenta y ocho mil menores de entre 6 y 18 años. Se ha puesto, además, un énfasis particular en que también los menores de los entornos rurales estuvieran debidamente representados en la muestra de estudio, lo que ha supuesto en muchos casos un trabajo adicional por parte de los profesores y de los equipos locales.

A pesar de que la composición de la muestra difiere, como se explicará oportunamente, de la del libro anterior, se puede afirmar que la mayor parte de las tendencias apuntadas en 2008 siguen siendo válidas hoy: los menores en los países iberoamericanos están creciendo en un contexto altamente tecnologizado, lo que plantea nuevas oportunidades y nuevos retos desde el punto de vista educativo y de la protección del menor.

La importancia de éstos es tal que solo cabe una respuesta activa por parte de todas las instituciones involucradas en su educación: gobiernos, empresas, escuelas y, por supuesto, familias, deben sentirse interpeladas por la necesidad de formar a los menores en el uso responsable de las TIC. Únicamente el esfuerzo conjunto podrá conseguir minimizar los riesgos a los que se enfrentan con su uso y sacar el máximo provecho a las oportunidades que ofrece este nuevo escenario.



Con la publicación de este informe, el Foro Generaciones Interactivas busca promover el diálogo entre todas las partes interesadas con el fin de dar solución al reto que plantea la generalización de las tecnologías inteligentes: usuarios inteligentes.

José María Álvarez Pallette  
Presidente  
Foro Generaciones Interactivas



## DE LOS AUTORES

Corresponde a los autores formales de este libro dar forma al trabajo de valor incalculable que durante meses ha desarrollado un equipo de personas con mucha ilusión y gran profesionalidad. No es por tanto solo un placer, sino sobre todo nuestro deber, reconocerles el mérito que les corresponde en la publicación de este informe.

El impulso del equipo del Foro en Madrid, con Sandra Bosque, Juan Ramírez, Rocío Álvarez y Cristina Nieto, que ha desarrollado el trabajo de coordinación, comunicación y aliento de este gran equipo humano. Además, en cada país participante, un grupo de personas ha trabajado en la consecución de los objetivos marcados. En Argentina: Alejandrina D'elia, Zulma Zein y Mónica Lencina; en Brasil: Mila Gonçalves, Mariana Franco y Luciana Cavalini; en Chile: Paulina Dobud, Francisco Ceresuela, Rodrigo Hanemann y Cristian Bravo; en Colombia: Marcela Velásquez, Diana García, Camilo Domínguez, Juan Andrés Beltrán y Diana Plazas; en Ecuador: Dagmar Thiel, Yiria Jaramillo, Nancy Paladines, Soledad Martínez, Sebastián Carreño y Miguel García; en Guatemala: Francis Masek, Kevin Escobar, Evelyn Siliezar, María Lobo y Ana Virginia Estrada; en México: Isabel Suárez, Alfonso Escalante, Marta Vegas, Francisco Caballero, Laura Rosales y Gabriel Mancera; y en Perú: Mario Coronado, Rosario Jiménez, María Teresa Galindo, Lilian Moore y Álvaro Valdez. Ellos son los responsables de que hayamos podido conseguir una muestra representativa que nos permita elaborar este informe.

El equipo del Foro en la Universidad de Navarra ha constituido siempre una fuente de trabajo incansable, buen humor y soluciones para todo. Laura Monreal y Paula Valle han gestionado las relaciones con los equipos locales y con los colegios participantes con gran acierto. El ingente trabajo de Elena Sanjurjo aporta la necesaria solidez estadística al tratamiento de los datos. Sara Ibiricu y Mario Callejas han sido vitales en la edición final de este texto.

Y agradecemos de modo especial, a Benilde Caro, Director General del Foro, su aliento y su apoyo en todas las fases de elaboración de este trabajo, y a Manuel Echanove, su entusiasmo y su impulso para animarnos siempre a llegar más lejos en la labor que el Foro se propone.



# 1 / Metodología

El presente estudio sobre La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010 supone la continuación del estudio realizado en el mismo continente a lo largo de 2008. Entre ambos trabajos existen algunas diferencias destacables, fundamentalmente en cuanto a los países incluidos en la segunda oleada (se excluye Venezuela, pero entran Ecuador y Guatemala), así como la consideración de la población escolarizada rural en las muestras.

## 1.1. UNIVERSO, MUESTRA Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de este estudio, “La Generación Interactiva en Iberoamérica” se ha desarrollado como herramienta de investigación un cuestionario *online*. Éste ha sido adaptado a la edad de los encuestados dando como resultados dos formatos diferenciados. Una primera encuesta, con 32 preguntas para los niños de entre 6 y 9 años, y un segundo cuestionario para el resto de alumnos en edad escolar (de 10 a 18 años), que consta de 127 preguntas.

La Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica aparece organizada en los siguientes bloques:

- a. Datos personales de los encuestados: edad, sexo, número de miembros en el hogar, profesión de padre y madre.
- b. Datos académicos: asignaturas aprobadas, horas de estudio personal, ayudas en la realización de tareas escolares, uso de la tecnología en el ámbito académico, etc.



## 1 / Metodología

16

c. Uso de pantallas –Internet, celulares, videojuegos y televisión–: grado de equipamiento, posesión y uso, tiempo y momento de uso, compañía de uso, contenidos y servicios utilizados, creación de contenidos, etc.

d. Valoración de pantallas: preferencias, actitud y opinión sobre oportunidades –utilidad de manejo, resolución de problemas, etc.–, actitud y opinión sobre riesgos –dependencia y adicción etc.

Las encuestas se han alojado en página web del Foro Generaciones Interactivas, [www.generacionesinteractivas.org](http://www.generacionesinteractivas.org), y la recogida de datos se ha realizado en las aulas informáticas de los colegios participantes, aunque en algunos casos, cuando no existía una conexión a Internet estable, se complementó con la recogida de encuestas en papel. Tras aceptar una invitación aleatoria, los centros educativos participantes recibieron un usuario y contraseña únicos para acceder a los cuestionarios de forma controlada y protegiendo la identidad de los participantes. A los alumnos nunca se les solicitó información de carácter personal.

El diseño y la estructura de la encuesta permiten que no se produzcan repeticiones de respuestas por un mismo usuario ni que queden preguntas sin responder. Además, hay otros dos elementos de control que aseguran la calidad de la información recopilada: la limitación temporal para responder al cuestionario, y la presencia de un profesor en el aula durante la recogida de datos. Por otro lado, se evita el problema de contaminación, es decir, que los alumnos lean el cuestionario antes de realizarlo, que sí puede darse en otro tipo de encuestas.

La selección de este modelo de recogida de datos presenta múltiples ventajas. En primer lugar, la realización de la encuesta en un entorno conocido para el alumno: en el colegio donde conocen el aula, las computadoras, los docentes, etc.; y a través de Internet, pues están familiarizados con la informática y se desenvuelven correctamente a la hora de rellenar la encuesta. La influencia de terceras personas en las respuestas también queda anulada, ya que no existe entrevistador, ni un grupo que pueda modificar las respuestas. Además, este sistema permite consultar los datos inmediatamente después de su grabación, al finalizar los cuestionarios.

Todos los centros educativos que realizaron la encuesta, una vez concluida su participación, han recibido un informe detallado de resultados como base para la puesta en marcha de diversas iniciativas formativas dirigidas a escolares, familias y educadores en el ámbito del buen uso de la tecnologías.

El universo de estudio de la presente investigación son alumnos matriculados en Primaria, y Secundaria en los ocho países que participan en el



estudio. Según los datos publicados por los ministerios de Educación de los países que integran el estudio de Iberoamérica, en el curso 2009-2010, este universo lo configuran un total de 123.202.608 alumnos (ver tabla 1.1.), de los cuales un 60% están escolarizados en primaria y un 40% en secundaria. La composición por género del total de alumnos es de un 51% de varones y un 49% de mujeres.

**Tabla 1.1. Universo de estudio por etapa escolar**

PAÍSES	PRIMARIA	SECUNDARIA
Argentina	4.645.843	3.464.698
Brasil	37.898.073	30.622.677
Chile	1.948.448	1.033.285
Colombia	4.927.782	4.231.718
Ecuador	3.382.869	700.307
Guatemala	2.314.461	6.081.058
México	15.005.814	6.081.058
Perú	3.847.676	2.556.883

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos relativos a el curso 2009/2010 publicados por los Ministerios de Educación e Institutos de Estadística de los países participantes.

Durante el año 2010, se obtuvo la muestra representativa de escolares con la colaboración de los centros escolares que se suscribieron al proyecto. Los alumnos se han elegido mediante muestreo por conveniencia, por lo que aquellos estudiantes matriculados en Primaria y Bachillerato que acudieron al centro durante los días que se prolongó el trabajo de campo, formaron finalmente parte de la muestra. La muestra alcanzada ha sido de 24.320 alumnos. El margen de error es de más/menos 0,75%.

El perfil del individuo buscado es el de aquel representante medio en su titularidad y su región asegurando a la vez una cercanía al promedio global de su país si no detalláramos la información por regiones. Esto se consigue mediante un análisis exploratorio de datos que permita la depuración, por un lado, de valores extremos no influyentes y, por otro lado, consiga asegurar la aleatoriedad de la muestra. De esta manera conseguimos reforzar la representatividad entre los individuos menores (6 a 9 años) y mayores (10 a 18 años) sin distinción del centro del que proceda.

Las dos técnicas utilizadas para lograr estos objetivos son: 1. El tratamiento y la evaluación de datos ausentes y 2. La identificación de casos atípicos.



## 1 / Metodología

18

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

El objetivo del análisis de datos ausentes (*Missing values analysis*) es detectar los denominados datos ausentes no prescindibles. Se trata de comprobar si existe algún patrón no aleatorio en el proceso del dato ausente que pueda sesgar los resultados y ocasionar una pérdida de representatividad de la muestra analizada. En el presente análisis se concluyó que no se superaba el porcentaje mínimo de *Missing values* (5%).

El objetivo de la segunda técnica, detección de *outliers*, es encontrar aquellas observaciones con características diferentes de las demás y averiguar el tipo de información que pueden proporcionar. En el análisis se procedió además a estudiar si los valores extremos eran también influyentes. La tabla 1.2 muestra el tamaño de muestra válido en cada país y el margen de error correspondiente.

**Tabla 1.2. Margen de error por países. Muestra válida**

País	Muestra Primaria	Muestra Secundaria	Muestra total	Margen error*
ARGENTINA*	819*	254*	1.073*	2,99
BRASIL*	498*	931*	1.429*	2,59
CHILE	1.212	419	1.632	2,43
COLOMBIA	3.527	3.583	7.110	1,16
ECUADOR	1.600	2.400	4.000	1,55
GUATEMALA*	634*	169*	803*	3,46
MEXICO	4.728	1.502	6.229	1,24
PERU	1.098	946	2.044	2,17
TOTAL	14.116	10.204	24.320	0,75

\*Sobre universo urbano

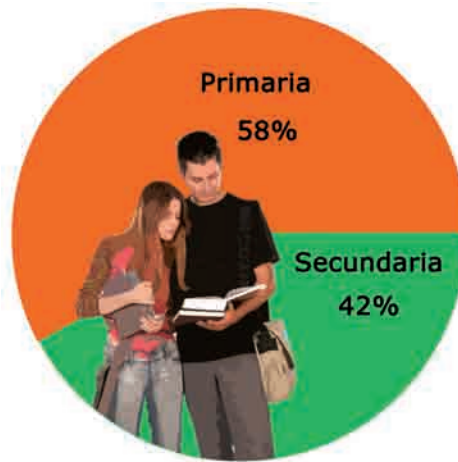
**Tabla 1.3. Descripción general de la muestra (por etapa escolar)**

	Número de personas	%
Primaria	14.116	58
Secundaria	10.204	42

Fuente: elaboración propia



Gráfico 1.1. Descripción general de la muestra (por etapa escolar)



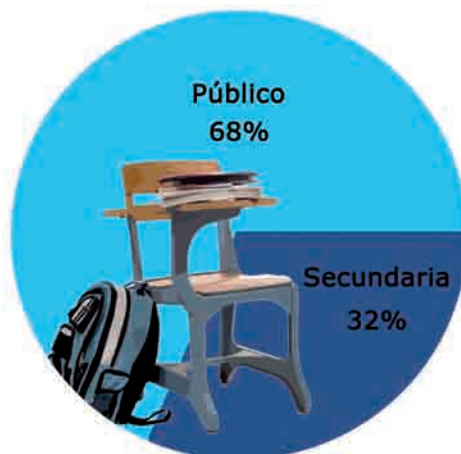
Fuente: elaboración propia

Tabla 1.4. Descripción general de la muestra (por titularidad del colegio)

	Número de personas	%
Público	16.620	68,3
Privado	7.700	31,7

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1.2. Descripción general de la muestra (por titularidad del colegio)



Fuente: elaboración propia





## 1 / Metodología

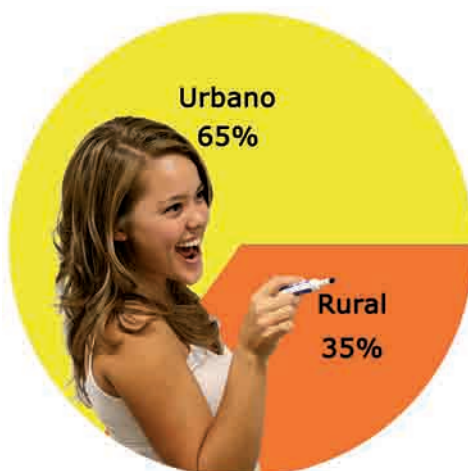
20

Tabla 1.5. Descripción general de la muestra (por zona)

	Número de personas	%
Urbano	19.486	80,1
Rural	4.834	19,9

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1.3. Descripción general de la muestra (por zona)



Fuente: elaboración propia

### 1.2. SITUACIÓN FAMILIAR

La exploración de la situación familiar de los menores en Iberoamérica ha consistido, básicamente, en averiguar el grado de convivencia con sus progenitores y otros familiares, el número de hermanos y la ocupación laboral del padre y la madre.

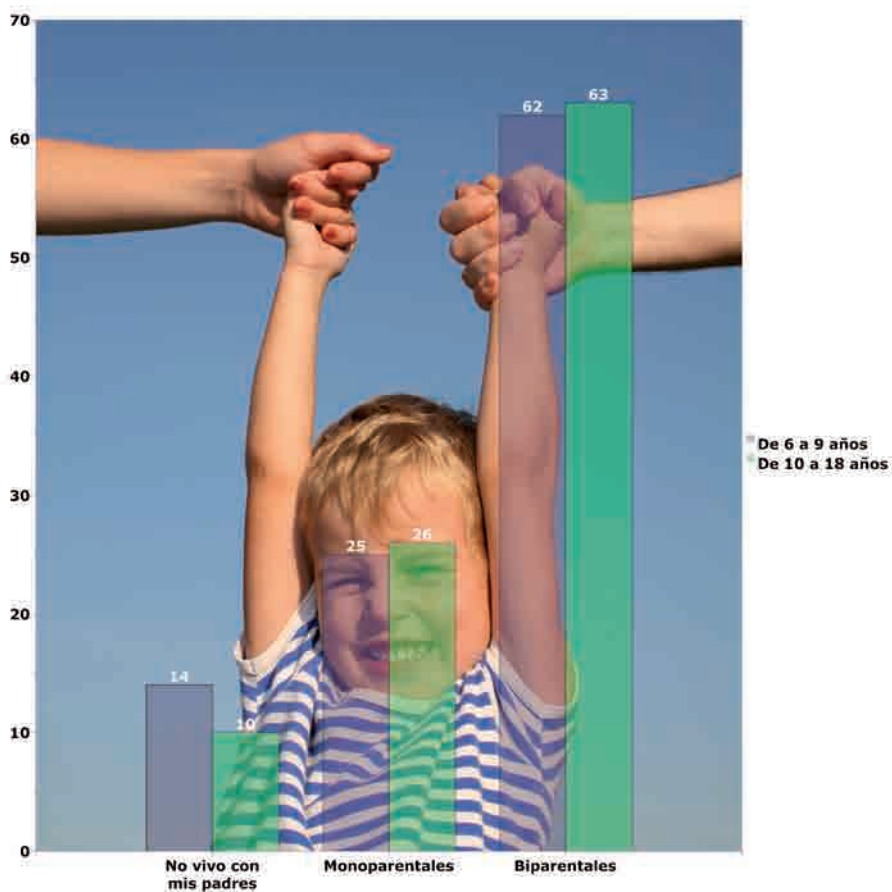
En el primer caso, entre los menores de 6 a 9 años, un 62% declara convivir con su madre y con su padre, un 25% reside en hogares monoparentales y un 14% declara no convivir con sus padres. Para los más mayores, el 63% vive en hogares biparentales, el 26% lo hace en monoparentales y el 10% no convive con sus padres. En lo relativo al número de hermanos que conviven con los encuestados, lo más frecuente entre los más pequeños es convivir con un hermano –39%– o dos –24%. Lógicamente, la probabilidad de tener tres o más hermanos es mucho menor dada la edad de los menores. A partir de los 10 años y hasta los 18 la pauta es similar, siendo lo más frecuente convivir con otro



hermano –36%– o con dos –26%. Dentro de este tramo, un 10% reconoce vivir con tres hermanos y otro 10% responde afirmativamente a la opción de 4 o más hermanos.

En el caso de otros familiares presentes en los hogares de los menores, un 22% de los más pequeños afirman convivir con el abuelo o la abuela; a partir de los 10 años, el dato desciende hasta el 15%. Por otro lado, uno de cada diez en ambos grupos de edad manifiesta la presencia de otras personas conviviendo con ellos en sus hogares.

**Gráfico 1.4. Convivencia con progenitores (por tramo de edad)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)” y “Sin contarte a ti mismo ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)”.

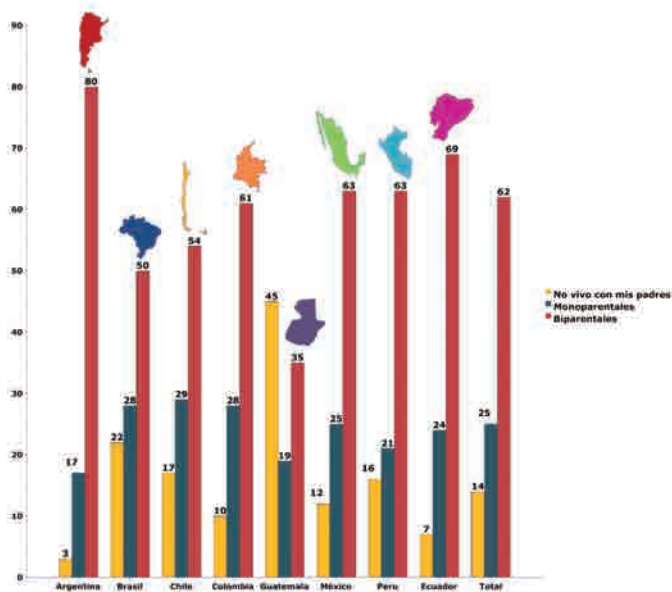


## 1 / Metodología

22

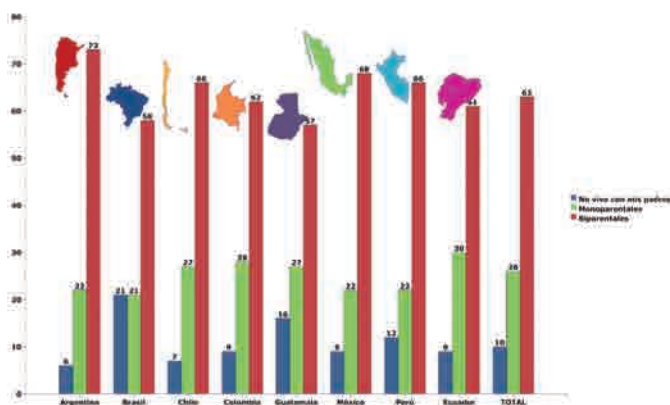
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 1.5. Convivencia con progenitores (por país, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)” y “Sin contarte a ti mismo ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)”.

Gráfico 1.6. Convivencia con progenitores (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)” y “Sin contarte a ti mismo ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)”.



Gráfico 1.7. Número de hermanos (por tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)” y “Sin contarte a ti mismo ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)”

Gráfico 1.8. Convivencia con un abuelo/a (por tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)” y “Sin contarte a ti mismo ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)”.



## 1 / Metodología

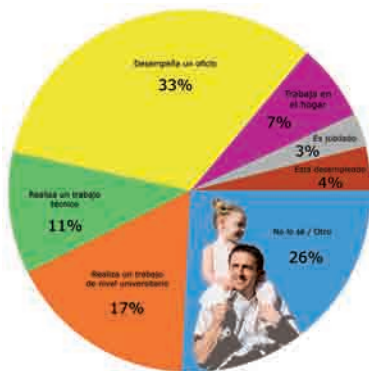
24

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Respecto a la situación laboral del padre, un 33% desempeña un oficio –trabaja en una fábrica, es albañil, obrero, carpintero, agricultor, mecánico, etc.– el 11% realiza un trabajo técnico –maestro, ingeniero técnico, administrativo, etc.–, y un 17% desempeña un trabajo de nivel universitario –médico, abogado, arquitecto, ingeniero, dentista, etc.–. El 7% trabaja en el hogar, un 4% está desempleado y un 3% está jubilado. Por último, es significativo que una cuarta parte de los menores no sepan clasificar el trabajo de sus padres bajo alguna de las opciones ofrecidas por el cuestionario.

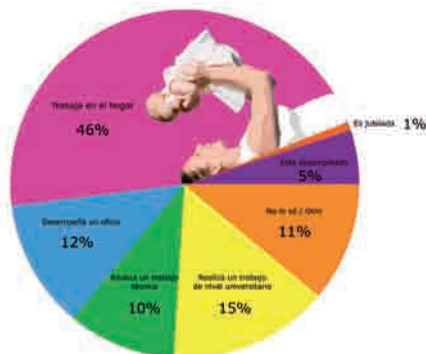
La situación laboral de las madres indica que, según sus hijos, su mayor ocupación es el propio hogar –46%–. En caso de tener algún tipo de trabajo, el más frecuente se refiere a la categoría “realiza un trabajo de nivel universitario” –15%–, de oficio –12%–, seguida de trabajos técnicos –10%–. Un 5% están desempleadas y un 1% jubiladas. Es interesante constatar que, en el caso de la madre, los menores tienen muchas menos dificultades para definir su situación laboral: solo un 11% contestan “no lo sé/otro”.

Gráfico 1.9. Ocupación laboral del padre (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Cuál es la profesión de tu padre?”.

Gráfico 1.10. Ocupación laboral de la madre (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Cuál es la profesión de tu madre?”.



## 2 / Internet

La creciente expansión de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación es un hecho más que constatable en todos los países latinoamericanos durante los últimos años. Los esfuerzos realizados por gobiernos, instituciones privadas y usuarios particulares por implementar, desarrollar y utilizar los dispositivos propios de la Sociedad de la Información, han dado resultados claros en todos los países. Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú, los países que centran el interés de este estudio, no quedan a la zaga en esta tendencia global.

De acuerdo con *The Global Information Technology Report 2010-2011* llevado a cabo por el Foro Económico Mundial, estos países están haciendo un buen trabajo a la hora de incorporar las TIC en el sector público, en el empresarial y también en la esfera de los hogares y del uso personal de la tecnología. El ranking elaborado por esta institución, que valora estos aspectos teniendo en cuenta infinidad de datos, y liderado por Suecia, Singapur, Finlandia, Suiza y Estados Unidos, coloca a Chile en la posición 39, a Brasil en la 56, a Colombia en la 58, a México en la 78, Perú en la 89, Guatemala en la 94, Argentina en la 96 y Ecuador en la 108, de un total de 138 posiciones.

Por su parte, el número de usuarios de Internet sigue creciendo en todos estos países y ya alcanza al 66% de la población argentina, al 55% en Chile, 50% en Colombia, 37% en Brasil, 31% en Perú y México, 23% en Ecuador y 16,5% en Guatemala, en 2011 según datos de InternetWorldStats.



## 2 / Internet

26

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Este contexto favorable y creciente, desde el punto de vista tecnológico, afectará de modo directo y múltiple a la Generación Interactiva: por un lado, a través de los esfuerzos de los gobiernos por introducir la tecnología en los entornos escolares; por otra parte, los de los padres que pretenden asegurar a sus hijos el acceso a una tecnología que puede abrirles muchas puertas en el futuro; y por último, a la presión del mercado, que no ha de ser menospreciada. Todo esto puede suponer que los menores vivan en entornos cada vez más complejos y sofisticados desde el punto de vista tecnológico, lo que justifica, en gran medida, la emergencia y consolidación de una Generación Interactiva.

La relación intensa de niños y adolescentes con las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) no está exenta, sin embargo, de preocupaciones y de retos que hay que considerar desde un punto de vista educativo y social. Esta realidad supone para los menores la aparición de una nueva forma de invertir el tiempo, de compartir experiencias, de vivir la vida familiar, escolar y social que, al menos en apariencia, poco tiene que ver con la de generaciones anteriores.

Estas tecnologías, que se caracterizan por ser digitales y por facilitar la interactividad, generan una nueva tipología de usuario que, lejos de formar parte de una audiencia pasiva o limitada en sus posibilidades a una mera elección, se convierte en auténtico protagonista de la llamada Sociedad de la Información. Este nuevo usuario, del que niños y adolescentes son claros ejemplos, está habituado a controlar el flujo de la información a la que accede, los procesos de comunicación en los que participa, y genera sus propios contenidos para un uso y disfrute propio o compartido. Cada usuario tiene, además, una experiencia única de navegación, ya que no existen los mensajes o las “programaciones” lineales.

El objetivo de este primer apartado es realizar una mirada detallada sobre ese nuevo lugar que ocupan las pantallas para este grupo de edad: por un lado, cuánto y dónde las utilizan; por otro: con qué finalidad las usan, qué contenidos y qué actividades llevan a cabo con ellas y a través de ellas. Por último, al hilo de los resultados obtenidos, se podrá definir un uso social de las pantallas como experiencia compartida, ya sea de modo virtual o físico.

Por ello es relevante conocer en qué medida los niños y adolescentes iberoamericanos tienen acceso a los dispositivos que configuran esta nueva realidad.

### 2.1. EQUIPAMIENTO EN LOS HOGARES

Conforme avanza el nivel de equipamiento general en los países analizados, también el contexto inmediato de la Generación Interactiva, su hogar, alcanza mejores valores de acceso a diferentes dispositivos tecnológicos.





Podemos apreciar, como muestra la siguiente tabla, que en términos generales la edad supone una mayor disponibilidad de elementos tecnológicos. Aunque la computadora (fija o laptop) y la conexión a Internet tienen índices similares entre ambos tramos de edad estudiados, en el resto de elementos, los menores de 10 a 18 años arrojan resultados especialmente notables. Poseen en mayor medida periféricos como la impresora (46% vs. 34%), el escáner (30% vs. 18%) o la webcam (33% vs. 16%). También tienen valores más altos en otros dispositivos como el mp3 (45% vs. 23%), la cámara de vídeo digital (45% vs. 26%) o equipo de música (57% vs. 44%). En dispositivos que requieren suscripción o pago también los mayores superan a los pequeños: teléfono fijo (65% vs. 40%) y televisión de pago (57% vs. 39%). Por su parte, el grupo de edad de 6 a 9 años iguala a los mayores en la disposición de cámaras de fotos digitales (37% vs. 36%) y les supera en la posesión de DVD (59% vs. 37%) y disco duro multimedia (16% vs. 9%).

**Tabla 2.1. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por tramo de edad)**

	6-9	10-18
Computadora	49	64
Laptop	36	41
Red	79	79
Impresora	34	46
Escáner	18	30
Webcam	16	33
Usb	*	44
MP3/MP4/iPod	23	45
Fotos digital	37	36
Vídeo digital	26	45
Tv pago	39	57
Equipo Música	44	57
Telefono fijo	40	65
Dvd	59	37
Disco duro multimedia	16	9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa" y "¿Tienes computadora en casa?" y "¿Tienes Internet en casa?".





## 2 / Internet

28

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Estos datos generales, que hacen referencia a la totalidad de los menores encuestados, adquieren nuevos e interesantes matices al añadir la variable sexo a la edad, como se puede apreciar en la siguiente tabla. Entre los pequeños, de 6 a 9 años, se aprecia un grupo de elementos donde el sexo no tiene ninguna influencia a la hora de determinar el nivel de posesión: la posesión de una computadora (fija o laptop) y la conexión a Internet desde el hogar no varía en función del sexo. Tampoco lo hace en el caso del escáner, la webcam y el disco duro multimedia. En el resto de elementos se puede ver una ligera ventaja de las niñas frente a los niños en casi todos los dispositivos (con excepción del mp3, donde ellos están un punto por delante de las niñas).

La pauta se repite en el caso de los adolescentes, de 10 a 18 años aunque en este caso sí aparecen tres grupos más claros: no hay diferencia en la mayor parte de los dispositivos (internet en casa, laptop, webcam, cámara de fotos digital), hay otros con un corte más femenino (impresora, cámara de vídeo digital, televisión de pago, equipo de música y teléfono fijo) y otros más masculinos (computadora, mp3, disco duro multimedia y DVD).

En este caso, cabe la pena reseñar también que mientras el 9% de los menores de 6 a 9 años declaran no poseer ninguno de estos dispositivos, este porcentaje se eleva hasta el 28% entre el grupo de 10 a 18 años, lo que nos permite inferir que los más pequeños disfrutan de manera más fragmentada del equipamiento tecnológico, y esto supone menores índices de posesión, mientras que entre los más mayores hay cierta concentración. No se puede pasar por alto sin embargo que uno de cada tres menores de 10 a 18 años no posea ninguna equipación tecnológica: la brecha digital existe entre esta generación.

**Tabla 2.2. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por tramo de edad y sexo)**

	6-9 años	Niños 6-9	Niñas 6-9	10-18 años	Chicos 10-18	Chicas 10-18
Computadora	49%	48%	49%	64%	65%	64%
Internet	79%	79%	79%	79%	79%	79%
Laptop	36%	35%	36%	41%	41.0%	41.0%
Impresora	34%	32%	35%	46%	45.0%	47.0%
Escáner (copia fotos en papel, libros, etc. A la computadora)	18%	18%	18%	30%	29.0%	30.0%
Web cam	16%	16%	16%	33%	33.0%	33.0%
MP3/MP4/iPod	23%	23%	22%	45%	48%	43%



	6-9 años	Niños 6-9	Niñas 6-9	10-18 años	Chicos 10-18	Chicas 10-18
Cámara de fotos digital	37%	34%	40%	36%	36%	36%
Cámara de vídeo digital	26%	24%	27%	45%	44%	46%
Televisión de paga (digital o por cable: Cablevisión,SKY)	39%	38%	40%	57%	55%	59%
Equipo de música	44%	43%	46%	57%	55%	59%
Teléfono fijo	40%	38%	41%	65%	63%	67%
DVD	59%	59%	60%	37%	37%	36%
Disco duro Multimedia (para bajar películas de internet y verlas en la televisión)	16%	16%	16%	9%	10%	9%
Ninguna de estas	9%	9%	9%	28%	28%	28%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa" y "¿Tienes computadora en casa?" y "¿Tienes Internet en casa?".

En lo que respecta a las diferencias por país, se aprecia como también existen diferencias notables que merece la pena reseñar.

En el caso de los más pequeños, el grupo de 6 a 9 años, se aprecia como Argentina está en la media o por encima de la media en todos los elementos preguntados: posesión de computadora en el hogar (la más alta de los países encuestados), en acceso a Internet doméstico, en periféricos (impresora, escáner, webcam), en otros dispositivos como mp3, cámara de fotos y de vídeo digital, acceso a televisión de pago, webcam, DVD, equipo de música y teléfono fijo.

Brasil, por su parte, está en la media o por encima de la media en aproximadamente la mitad de los dispositivos preguntados: computadora, laptop, webcam, mp3, cámara de fotos y vídeo digital, equipo de música, teléfono fijo, DVD y disco duro multimedia. Queda por debajo de la media en el resto.

Chile está por debajo de la media tan solo en penetración de Internet en el hogar (72% vs. 79%), en posesión de laptop (34% vs. 36%), en televisión de pago (35% vs. 39%) y teléfono fijo (36% vs. 41%). En el resto está en valores en casos muy superiores a la media del total de países.

Colombia está por delante de la media en todos los elementos analizados, aunque en algunos puntos es superada por Argentina. Los menores de 6 a 9 años colombianos disponen de un universo tecnológico cada vez más sofisticado y complejo.

Ecuador, por su parte, arroja algunos valores en torno a la media (computadora, equipo de música) y en el resto está por debajo del resto de países en niveles de penetración y acceso a la tecnología por parte del grupo de menor edad.



## 2 / Internet

30

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Guatemala, de modo similar a Ecuador, también se mantiene lejos de la media en el grupo de 6 a 9 años en todos los elementos analizados.

México ofrece una imagen más equilibrada: está en la media o por encima de ella en elementos como la computadora, el laptop, el acceso a Internet desde el hogar, la cámara de fotos y vídeo digital y el DVD. En el resto, presenta valores por debajo de la media.

Por último, los menores de 6 a 9 años en Perú tienen a su disposición los elementos tecnológicos en valores habitualmente muy cercanos a la media: destaca por encima la posesión de la computadora (57% vs. 49%).

Ecuador es el país donde en mayor medida, 13% vs. el 9% de media, los menores de este grupo de edad declaran no poseer ninguno de estos dispositivos tecnológicos. Por el contrario, en Argentina y Brasil es donde en menor medida sucede esto: tan solo el 5% de los menores así lo declara.

**Tabla 2.3. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por país, 6 a 9 años)**

	6-9 años	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Peru
Computadora	49%	75%	66%	73%	60%	49%	32%	59%	57%
Internet	79%	89%	74%	72%	83%	63%	67%	82%	72%
Laptop	36%	36%	40%	34%	42%	29%	21%	37%	31%
Impresora	34%	53%	32%	42%	36%	26%	17%	30%	34%
Escáner (copia fotos en papel, libros, etc. A la computadora)	18%	29%	13%	19%	21%	11%	10%	17%	20%
Web cam	16%	26%	19%	18%	20%	8%	8%	14%	15%
MP3/MP4/iPod	23%	33%	23%	32%	25%	8%	12%	22%	17%
Cámara de fotos digital	37%	60%	36%	42%	38%	26%	17%	37%	35%
Cámara de vídeo digital	26%	33%	24%	28%	27%	15%	14%	28%	24%
Televisión de paga (digital o por cable: Cablevisión, SKY)	39%	62%	33%	35%	46%	26%	35%	35%	35%
Equipo de música	44%	75%	50%	49%	50%	44%	31%	34%	48%



	6-9 años	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Peru
Teléfono fijo	40%	68%	41%	36%	44%	26%	24%	38%	37%
DVD	59%	64%	69%	59%	61%	51%	40%	61%	59%
Disco duro									
Multimedia (para bajar películas de internet y verlas en la televisión)	16%	23%	16%	16%	19%	8%	10%	14%	15%
Ninguna de estas	9%	5%	5%	7%	10%	13%	11%	9%	10%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa" y "¿Tienes computadora en casa?" y "¿Tienes Internet en casa?".

Entre el grupo de 10 a 18 años se aprecian, como se puede ver en la siguiente tabla, algunas diferencias interesantes por país que también ofrecen una imagen diferente a la del grupo de menor edad.

En lo que respecta a la equipación básica, computadora fija, se aprecia como Chile, Argentina, Guatemala, Colombia y México están por encima de la media, liderados por Chile con un 72% de menores que declaran poseer una computadora en casa. Por otro lado, Brasil, Perú y Ecuador son los países donde en menor medida se posee esta tecnología, aunque Ecuador está diez puntos por debajo de la media.

La conexión a Internet, con un 79% de media entre el grupo de edad de 10 a 18 años, también apunta diferencias claras entre países: Brasil arroja el dato más alto, 90% de menores de esta edad que declaran disponer de una conexión doméstica a la red, mientras que Colombia, Argentina y México también están por encima de la media con claridad. Ecuador, con el 54% de conexiones a Internet en el hogar declaradas por los menores de 10 a 18 años, es el país donde en menor medida se disfruta de esta tecnología, aunque también Chile, Guatemala y Perú tiene valores por debajo de la media.

Respecto al resto de dispositivos, se puede destacar que Chile es el país que en más ocasiones lidera la posesión de algunos dispositivos (computadora, escáner, impresora, webcam, mp3, televisión de pago). Le sigue Perú, que es el país donde con más frecuencia los menores poseen una cámara de fotos digital, un equipo de música, un DVD y un disco duro multimedia que permite descargar contenidos de Internet para después reproducirlos en el computador o en la televisión.

Brasil lidera la penetración de Internet en el hogar, 90% de los casos, y también la disponibilidad de una línea de telefonía fija. Colombia, por su parte, es el país



## 2 / Internet

32

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

donde en mayor medida se dispone de un escáner (junto con Chile, el 35% de los menores así lo declara), y de una cámara de vídeo digital.

Argentina está por encima de la media en la posesión de computadora, en la penetración de Internet en el hogar, en la posesión de una impresora, de un mp3, de cámara de vídeo digital, de equipo de música, de servicios de televisión de pago y de telefonía fija.

Ecuador está por encima en la media en posesión de cámara de fotos digital y claramente por encima en la disponibilidad de un DVD en el hogar. En el resto de ítems está por debajo de la media.

Guatemala lidera la penetración de laptop (47%) y está por encima de la media en la posesión de computadora y disco duro multimedia. México, por último, está claramente por encima de la media de los ocho países en posesión de computadora y laptop, en acceso doméstico a Internet, y en mp3, cámara de fotos y de vídeo digital, televisión de pago y teléfono fijo.

**Tabla 2.4. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por país, 10-18 años)**

	Media	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Perú
Computadora	64%	67.0%	63.0%	72.0%	67.0%	54.0%	67.0%	66.0%	63.0%
Internet	79%	86.0%	90.0%	76.0%	87.0%	53.0%	74.0%	86.0%	71.0%
Laptop	41%	22.0%	40.0%	43.0%	45.0%	36.0%	47.0%	46.0%	31.0%
Impresora	46%	48.0%	42.0%	52.0%	52.0%	36.0%	47.0%	45.0%	48.0%
Escáner	30%	29.0%	24.0%	35.0%	35.0%	21.0%	27.0%	28.0%	29.0%
Web cam	33%	28.0%	35.0%	38.0%	42.0%	17.0%	26.0%	33.0%	28.0%
Mp3	45%	51%	48%	65%	50%	22%	37%	48%	54%
Cámara de fotos digital	36%	24%	25%	31%	35%	36%	33%	38%	52%
Cámara de vídeo digital	45%	56.0%	36.0%	52.0%	59.0%	21.0%	43.0%	51.0%	32.0%
Televisión de pago (satelital o por cable: Direct tv, cable mágico...)	57%	70.0%	71.0%	74.0%	69.0%	27.0%	46.0%	59.0%	45.0%
Equipo de música	57%	66.0%	47.0%	46.0%	60.0%	53.0%	42.0%	55.0%	72.0%



	Media	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Perú
Teléfono fijo	65%	70.0%	82.0%	77.0%	72.0%	40.0%	49.0%	74.0%	53.0%
DVD	37%	20.0%	24.0%	22.0%	27.0%	62.0%	23.0%	22.0%	75.0%
Disco duro Multimedia (para bajar películas y verlas en la televisión)	9%	7.0%	5.0%	6.0%	8.0%	11.0%	16.0%	6.0%	22.0%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa" y "¿Tienes computadora en casa?" y "¿Tienes Internet en casa?".

Respecto al informe publicado en 2008 (Bringué, Sádaba, 2008), comparando datos de siete países iberoamericanos, se pueden apreciar diferencias y tendencias interesantes. Es preciso advertir, no obstante, que el universo de estudio no es el mismo en la encuesta de 2010 que en 2008 y tampoco los valores muestrales coinciden. Sin embargo, es interesante ofrecer un elemento comparativo en el tiempo que permita entender estos datos de posesión de dispositivos tecnológicos con cierta perspectiva histórica.

Se aprecia en la siguiente tabla como en algunos elementos se produce un retroceso en 2010 respecto a 2008: esto puede deberse, como se ha dicho, a la entrada de países diferentes en el universo de estudio, y a un cálculo muestral distinto. De este modo, la posesión de computadora cae de un 65% en 2008 a un 64% en 2010. Lo interesante es que nos estamos moviendo en valores muy por encima de mayoría de la población en lo que se refiere a este dispositivo. El acceso a Internet se ha convertido también en estos dos últimos años en algo mayoritario en los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica.

**Tabla 2.5. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica: comparativa 2008-2010 (10-18 años)**

	10-18, 2008	10-18, 2010
Computadora	65	64
Laptop		41
Red	46	79
Impresora	51	46
Escáner	29	30
Webcam		33
Usb	44	44



## 2 / Internet

34

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	10-18, 2008	10-18, 2010
Fotos digital	48	36
Vídeo digital	26	45
Tv pago	48	57
Equipo Música	85	57
Telefono fijo		65
Dvd		37
Disco duro multimedia		9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa” y “¿Tienes computadora en casa?” y “¿Tienes Internet en casa?”.

En términos generales puede apreciarse como el nivel de equipamiento de los menores de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú, está por encima de la media de sus países. La posibilidad de que un menor de entre 6 y 18 años viva en un hogar con algunos o muchos dispositivos tecnológicos es, sin embargo, particularmente notable en el caso de Chile, Argentina, Colombia y Brasil. Lejos, por tanto, de mostrarse como una realidad homogénea, pueden distinguirse en este grupo de edad particularidades en función de su edad, del sexo y, sobre todo, del país en el que viven. No deja de ser llamativo, sin embargo, que un 28% de los menores de 10 a 18 años en la Región declare no poseer ningún dispositivo tecnológico. La brecha digital, la desigualdad en el acceso a la tecnología, es pues un hecho constatable.

A partir de ahora se atenderá con más detalle a cuatro pantallas en particular: computadoras e Internet, celulares, videojuegos y televisión. De ellas se estudiarán en detalle datos sobre posesión y uso así como los servicios y contenidos más utilizados, las motivaciones que llevan a los menores a usarlas, las valoraciones que les suscitan y los riesgos que perciben.

### 2.1.1 Computadoras e Internet

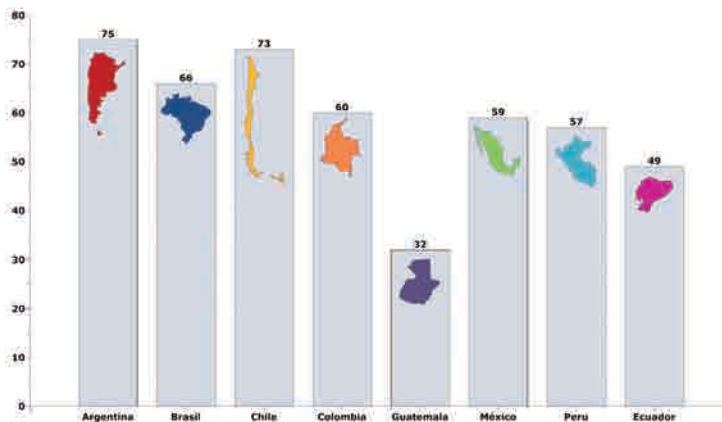
Ya se ha visto cómo la posesión de una computadora en el hogar, punto de partida en la mayor parte de los casos para el consumo de otros servicios o productos digitales (música, juegos, películas, Internet), es una realidad casi mayoritaria en todos los países analizados. Aunque la evolución de la tecnología ha separado el binomio computadora-conexión a Internet como algo imprescindible, ya que hoy en día el acceso a la Red se puede realizar a través de múltiples dispositivos –smartphones, videoconsolas, PDA-, la penetración de computadoras en los hogares sigue siendo un dato clave en la evaluación del



desarrollo de la Sociedad de la Información en un país o región. Todavía sigue siendo la opción más clara para acceder a Internet y, aunque la propia concepción de la computadora se diversifica con la generalización de notebooks y la creciente generalización del laptop, sigue siendo un componente esencial en el equipamiento tecnológico básico.

Entre el grupo de los más pequeños, de 6 a 9 años, tan solo Guatemala (32%) y Ecuador (49%) no alcanzan el cincuenta por ciento de menores que disponen de este dispositivo. Por el contrario, tres de cada cuatro lo tienen en Argentina (75%) y en Chile (73%).

**Gráfico 2.1. Posesión de computadora en el hogar (por país, 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes computadora en casa?".

En lo que se refiere al grupo de 10 a 18 años, todos los países están por encima del 50%: Ecuador es el país que arroja el valor más comedido (54%), mientras que Chile lidera la penetración en esta franja de edad (72%).

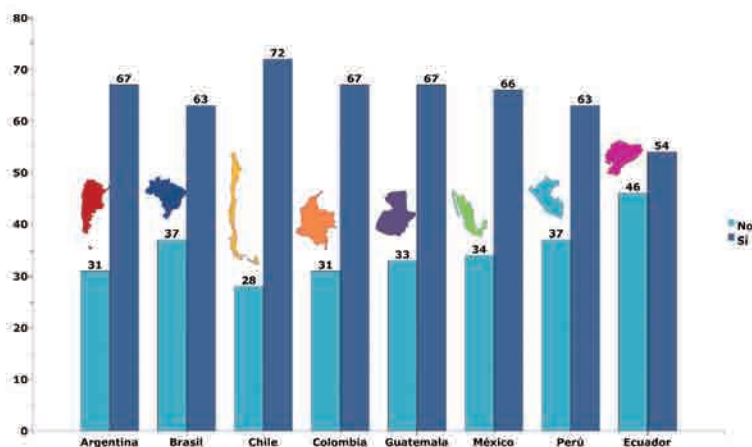




## 2 / Internet

36

Gráfico 2.2. Posesión de computadora en el hogar (por país, 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes computadora en casa?".

La ubicación de la computadora en el hogar es también un dato relevante. Dado que numerosos estudios internacionales demuestran que la penetración de computadoras es superior entre los hogares donde hay menores, no sorprende que su propio dormitorio sea la opción más habitual para colocarlo. Aunque no es objeto de este estudio entrar a valorar esta circunstancia desde el punto de vista educativo, sí que han surgido en los últimos años numerosas voces que alertan sobre el efecto que puede tener sobre los menores un excesivo acceso de carácter personal a la tecnología.

En el caso de la Generación Interactiva en Iberoamérica, se aprecia como, entre el grupo de menores de 6 a 9 años, el propio dormitorio es el lugar preferente donde encontrar la computadora: sucede así en el 29% de los casos. La sala, con el 27% de las respuestas, es el segundo lugar en importancia para estos menores. Hay otras localizaciones, como un cuarto de trabajo (15%) o la habitación de los padres (11%) que también tienen cierta importancia, aunque quedan lejos de la relevancia del dormitorio personal.



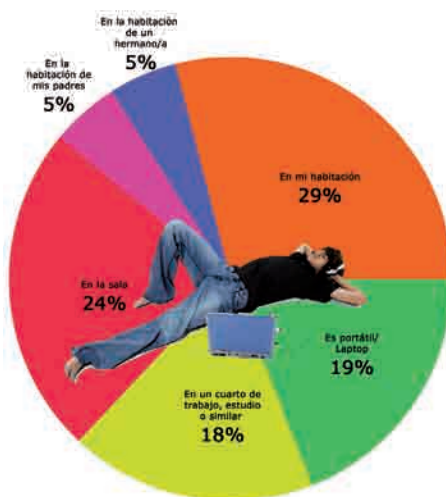
Gráfico 2.3. Ubicación de la computadora en el hogar (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?".

La pauta se mantiene, con un poco más de distancia, entre el grupo de más edad. Aunque el porcentaje de menores que afirman tener una computadora en su dormitorio es el mismo, 29%, la distancia con la segunda ubicación, la sala, es mayor: un 24%. La opción de portabilidad (es un laptop) es la tercera en importancia con el 19% de las respuestas. La habitación de los padres queda, en este caso, reducida sensiblemente respecto al grupo de los más pequeños.

Gráfico 2.4. Ubicación de la computadora en el hogar (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?".



## 2 / Internet

38

El análisis de la ubicación de la computadora en el hogar atendiendo a la variable sexo añade un matiz muy interesante: son los chicos en mayor medida, tanto los de 6 a 9 años como los de 10 a 18 años, quienes más disfrutan de este dispositivo en su dormitorio: el 31% en el caso de los pequeños frente al 32% entre los más mayores. Las chicas se quedan en un 28% y 26% respectivamente. Para ellos, puede confirmarse la tendencia de un uso y disfrute cada vez más personal de la computadora.

**Tabla 2.6. Ubicación de la computadora en el hogar (por sexo y tramo de edad)**

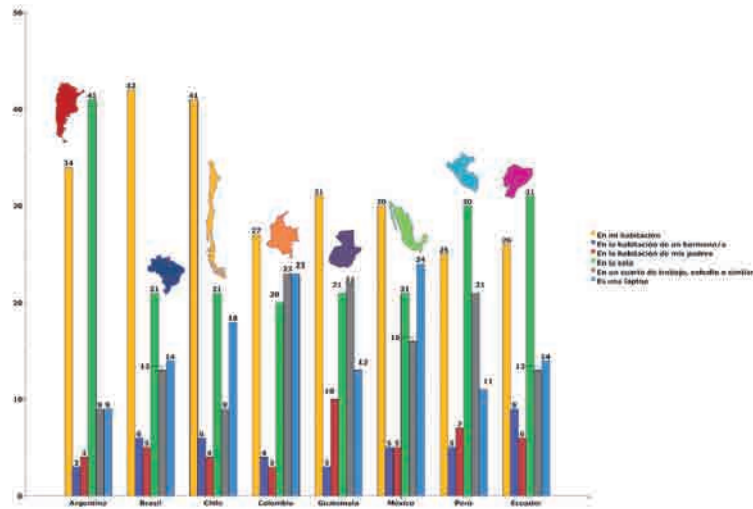
	6 a 9	Niños 6 a 9	Niñas 6 a 9	10 a 18	Chicos 10 a 18	Chicas 10 a 18
En mi habitación	29%	31%	28%	29%	32%	26%
En la habitación de un hermano/a	8%	8%	9%	5%	5%	6%
En la habitación de mis padres	11%	11%	11%	5%	5%	5%
En la sala	27%	27%	26%	24%	24%	23%
En un cuarto de trabajo, estudio o similar	15%	14%	17%	18%	17%	18%
Es una laptop	10%	9%	10%	19%	17%	21%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?".

La procedencia geográfica también marca una diferencia en la ubicación preferente de la computadora. En el caso de los más mayores, de 10 a 18 años, los menores brasileños (42%) y chilenos (41%) son los que en mayor medida disfrutan de una computadora en su dormitorio. Por el contrario, tan solo uno de cada cuatro menores de Perú (25%) lo tiene. La sala es la ubicación preferente para el 41% de los menores de Argentina, Guatemala y Ecuador, y alcanza su valor más bajo en Colombia (20%). Son los menores de este país los que en mayor medida disfrutan de la computadora en un cuarto de trabajo o estudio (23%), el mismo porcentaje que declara que se trata de un laptop. México por su parte, arroja los valores más altos en el uso de laptop (24%).



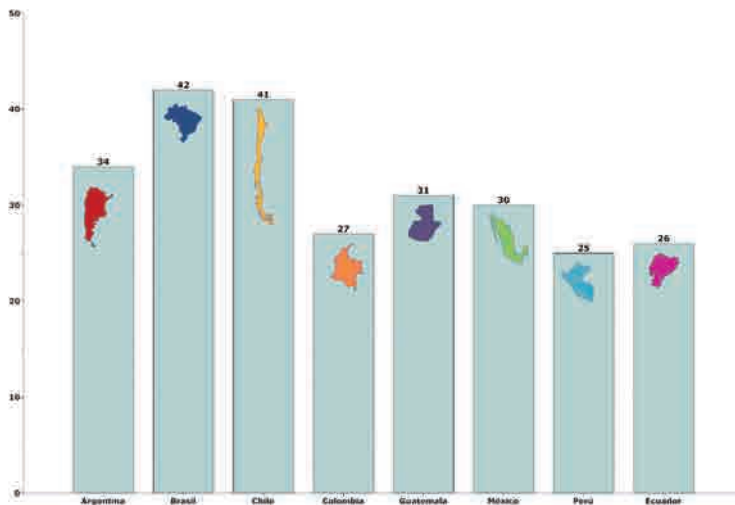
Gráfico 2.5. Ubicación de la computadora en el hogar (por país, 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?”.

Puede verse, de un modo más detallado, que Brasil y Chile lideran la ubicación de la computadora en un espacio personal, mientras que Perú, Ecuador y Colombia lo hacen en mucha menor medida.

Gráfico 2.6. Ubicación de la computadora en el dormitorio (por país)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?”.

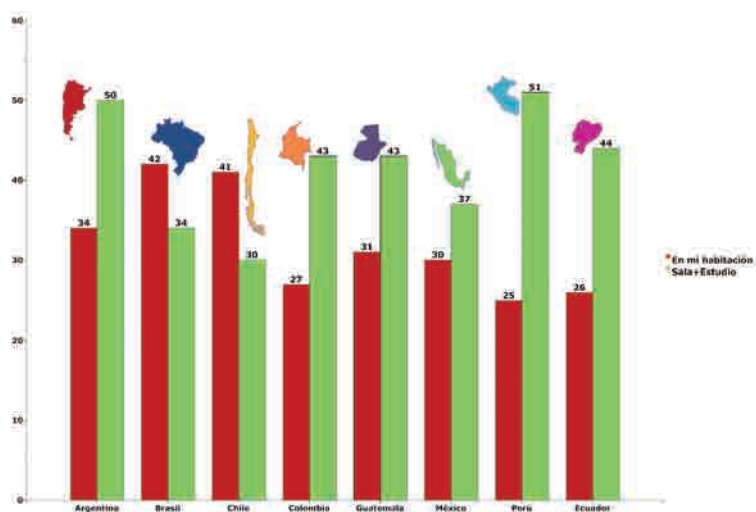


## 2 / Internet

40

Agrupando las posibles ubicaciones de la computadora en dos, espacios personales (dormitorio) frente a espacios compartidos o sociales (como la sala de estar o un cuarto de estudio), la imagen resultante es de interés: mientras que de nuevo Brasil y Chile optan por lugares de consumo individual, todos los demás países, Perú, Argentina y Ecuador de modo particular, lo hacen por una ubicación más compartida que puede favorecer la mediación familiar.

Gráfico 2.7. Ubicación de la computadora: espacios personales vs. compartidos (por país)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?".

Poseer una computadora en casa está, por razones obvias, estrechamente relacionado con disponer de una conexión a Internet doméstica. Sigue siendo el dispositivo de acceso más habitual y, cada vez más, equilibra su valor per se con su carácter de instrumento para acceder a la Red.

Los datos nos muestran que el 79% de los más menores, en ambos tramos de edad, afirma tener conexión a Internet en casa. En este caso, también, al igual que viene sucediendo en otros países, la presencia de niños en el hogar acelera la conexión a Internet.

Queda claro también que el acceso a Internet en el hogar es cada vez más una commodity: ni el sexo ni la edad implican diferencia al tratarse de un servicio cada vez más generalizado.



**Tabla 2.7. Acceso a Internet en el hogar (por tramo de edad y sexo)**

	Niños	Niñas	Total 6-9	Chicos	Chicas	Total 10-18
Sí	79%	79%	79%	79%	79%	79%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes Internet en casa?”.

En el análisis por años concretos, se aprecia como a los 8 (77%) años, y de modo más marcado a los 10 años (75%) y a los 14 (77%), el dato está por debajo de la media, que se sitúa en el 79%. En el resto de edades, y sobre todo a partir de los 15, la conexión a Internet en el hogar se dispara hasta el 82% a los 16 y 17 años.

**Gráfico 2.8. Acceso a Internet en el hogar (por edad, 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes Internet en casa?”.

El país, en cambio, sí implica diferencias en la disponibilidad de conexión doméstica a Internet: mientras que los menores de 6 a 9 años en Ecuador y Guatemala están lejos de la media, 79%, Argentina, Colombia y México la superan con holgura. En Brasil, Chile y Perú están también por debajo de la media, pero de un modo más moderado.

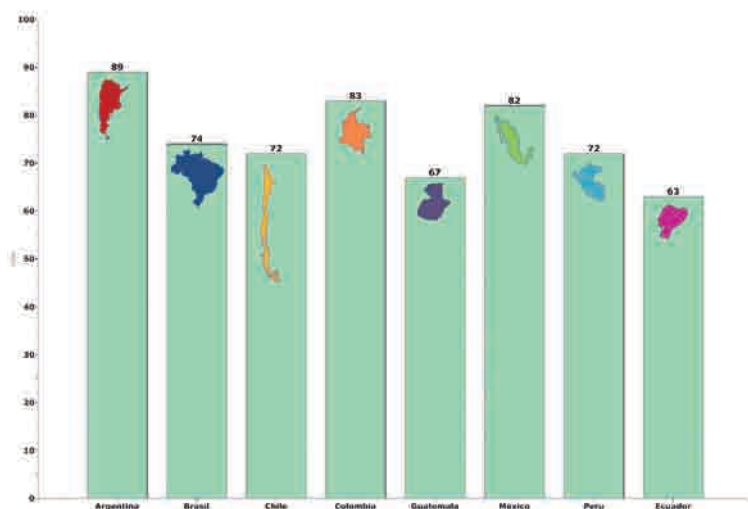


## 2 / Internet

42

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

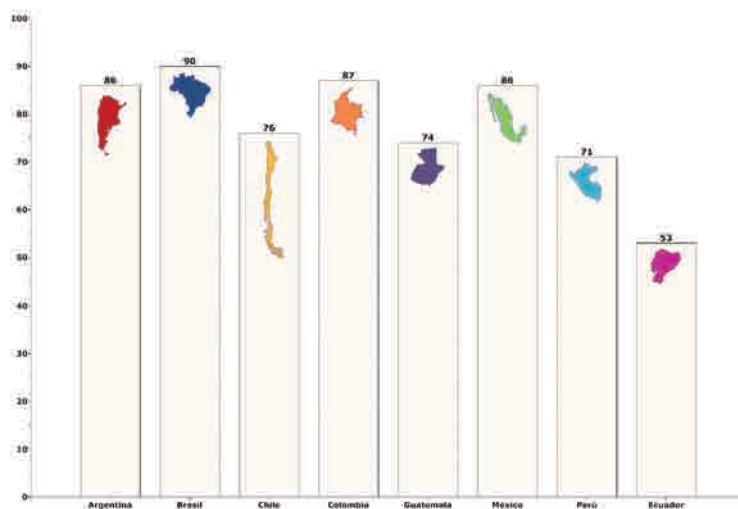
Gráfico 2.9. Acceso a Internet en el hogar (por país, 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes Internet en casa?”.

Entre los más mayores, de 10 a 18 años, en Brasil, Colombia, México y Argentina rozan el 90% de penetración, Ecuador se sitúa en el 52%, Perú en el 70% y un poco por encima, Chile y Guatemala.

Gráfico 2.10. Acceso a Internet en el hogar (por país, 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes Internet en casa?”.



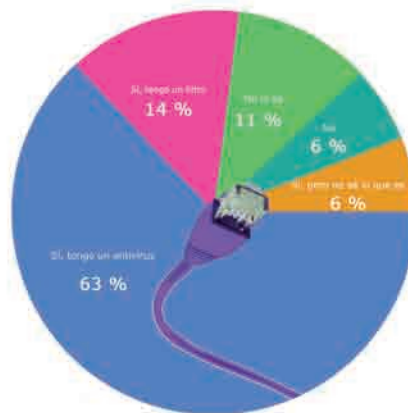
Internet se está convirtiendo en un servicio cada vez más convencional y habitual en nuestros hogares y, de modo particular en los de la Generación Interactiva. Esto modificará, como se verá en el siguiente epígrafe, los usos, los servicios y los contenidos que de modo más habitual visitan y consumen, y también la valoración que todo lo que tiene que ver con la red les merece: no se puede perder de vista que la tratan con una gran familiaridad que, en ocasiones, les separa del recelo con que la analizan los adultos.

### 2.1.2 Sistemas de protección

Aunque propiamente este tema pueda situarse dentro del acceso a Internet a través de una computadora, su importancia le hace merecer un epígrafe propio. Se trata de conocer en qué medida las conexiones a Internet de los menores iberoamericanos son seguras en un sentido amplio del término: por un lado, si sus computadoras cuentan con programas antivirus que eviten problemas técnicos, robos o pérdidas de información; por otro, indagar sobre la existencia de sistemas de filtrado de contenidos en el acceso a Internet que protejan a los menores de encontrar contenidos inapropiados para su edad.

Entre el grupo de menores de 10 a 18 años, los únicos cuestionados sobre este tema, el antivirus es la opción más reconocida y mayoritaria: el 69% reconoce tenerlo instalado en su computadora. Por otra parte, un 14% reconoce tener un filtro de contenido. El resto se reparte entre el que no tiene nada (6%) y el que o no lo sabe o no es capaz de identificarlo (17%).

**Gráfico 2.11. Sistemas de control instalados en la computadora (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa?".



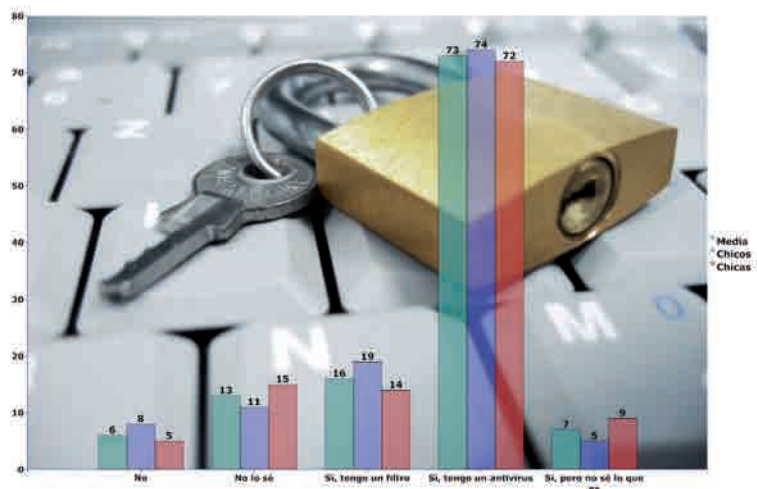


## 2 / Internet

44

Apenas hay diferencias en este punto entre chicos y chicas, aunque sí se percibe entre los chicos un mayor porcentaje de filtros de contenidos (19% vs. 14% de las chicas). La principal cuestión es que las chicas parecen, en mayor medida, desconocedoras de la existencia de estos mecanismos de protección: sumando las opciones “no lo sé” y “sí, pero no sé lo que es”, casi una de cada cuatro chicas, el 24% frente al 16% de los chicos, no es consciente de su computadora y su conexión a Internet están protegidas de alguna manera.

**Gráfico 2.12. Sistemas de control instalados en la computadora (por sexo, de 10 a 18 años)**

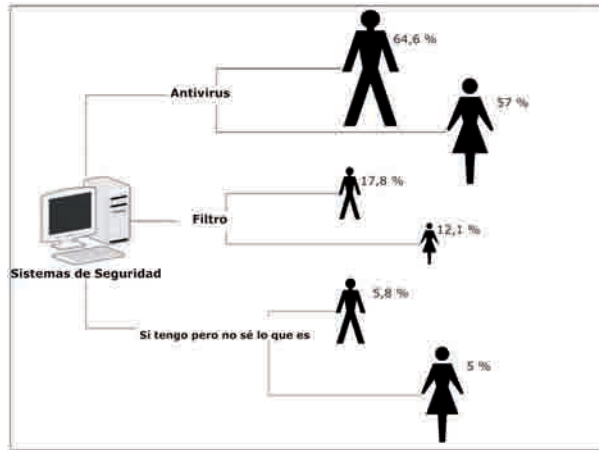


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa?”.

Respecto a los datos del anterior informe (Bringué y Sádaba, 2008), se aprecia un incremento en el porcentaje de menores que disponen de antivirus en su computadora: frente al 61% que lo tenía en 2008, el 73% lo hace en 2010. Sin embargo, el porcentaje de menores que disponen de un filtro de contenidos, o que no saben identificar cuál es el sistema de seguridad instalado en su computadora es muy similar dos años después.



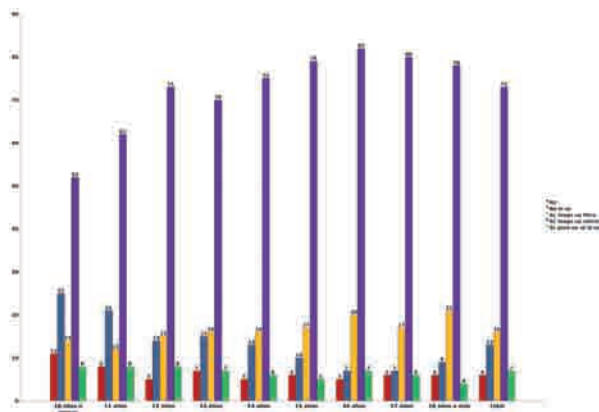
**Gráfico 2.13. Desconocimiento sobre sistemas de control instalados en la computadora (año 2008)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta "¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa?".

Por edad se aprecian algunas diferencias también lógicas: mientras que a mayor edad, mayor disposición de antivirus (pasa del 52% de los casos a los 10 años al 82% a los 16), también se incrementa la posesión de filtro de contenidos, aunque alcanza su techo a los 18 años con el 20%, y principalmente se reduce el desconocimiento sobre la existencia de estos sistemas de seguridad.

**Gráfico 2.14. Sistemas de control instalados en la computadora (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa?".



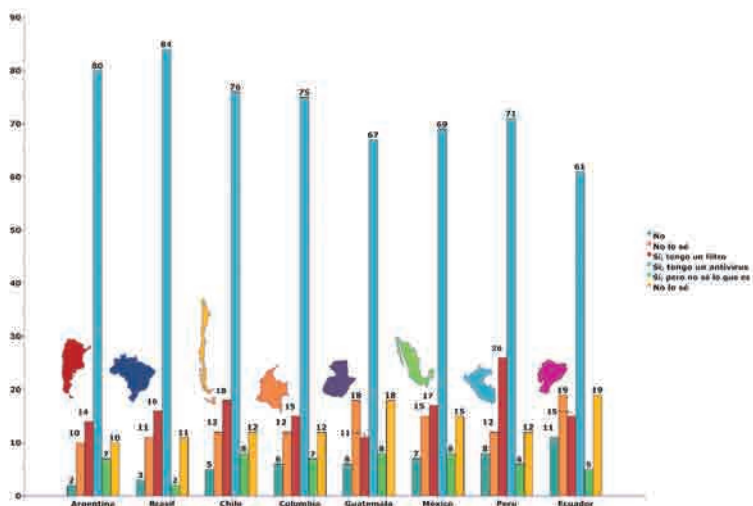
## 2 / Internet

46

El antivirus es también el sistema de protección más común en todos los países encuestados, aunque con una gran variación de datos: mientras que el 84% de los menores brasileños declara tenerlo, tan solo el 61% de los ecuatorianos lo hace. Por otro lado, mientras que el 26% de los menores peruanos identifica la existencia de un filtro de contenidos en su conexión a Internet, tan solo el 11% de los adolescentes de Guatemala lo hace.

Los menores de Argentina y Brasil parecen los mejores conocedores de qué hay instalado en su computadora: tan solo el 10% declara no saber si dispone de alguno de estos sistemas de seguridad. Por el contrario, casi el 20% de los adolescentes en Ecuador así lo declara.

Gráfico 2.15. Sistemas de control instalados en la computadora (por país, de 10 a 18 años)

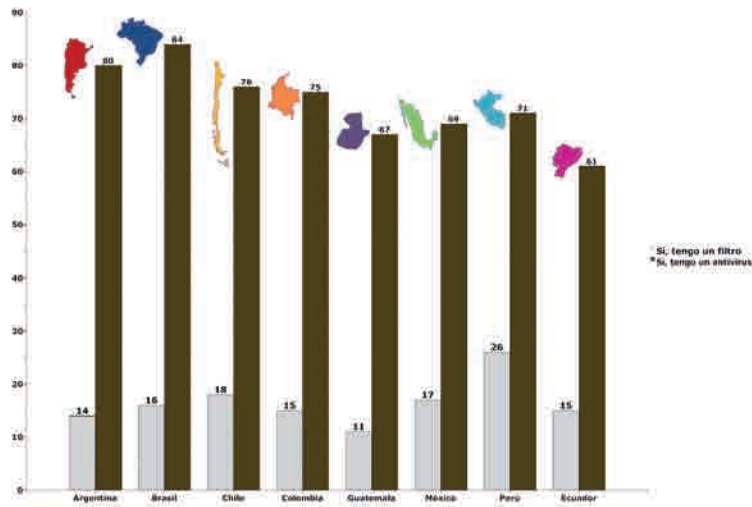


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa?".

El siguiente gráfico permite apreciar con más claridad la diferencia, por país, entre la posesión de un filtro de contenidos y un antivirus: Perú es el país donde más cerca están las dos opciones (26% vs. 71%) y en cambio en Brasil se encuentra la mayor diferencia (16% vs. 84%).



Gráfico 2.16. Filtro de contenidos vs. antivirus (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet en casa?".

Proteger a la computadora de los posibles virus que circulan por Internet y que pueden ocasionar daños en ocasiones irreparables parece ser la pauta de seguridad más habitual en los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica. Sin embargo, la protección del usuario menor de edad, que puede enfrentarse de modo involuntario durante su navegación a contenidos claramente inapropiados para su edad, no parece ser una prioridad.

## 2.2. USUARIOS DE INTERNET

Internet se define como un medio universal por muchos aspectos, también por lo múltiple o variado que puede ser el lugar de acceso. Esto hace que no sea la posesión lo que determine quién es o no considerado usuario de Internet: es posible no disfrutar de una conexión doméstica, por problemas económicos, de infraestructura o de otra índole, y sin embargo ser heavy user del medio gracias a la conexión en el lugar de trabajo, en el colegio o en un lugar de acceso público. Por eso, más allá de considerar en qué medida los menores dispone de una conexión a Internet en su hogar, se les ha preguntado si, a pesar de esto, utilizan la red habitualmente.

En el caso de la Generación Interactiva en Iberoamérica más de la mitad de los más pequeños -6 a 9 años- se declara internauta: el 64%. En el caso de los más mayores -10 a 18 años- el 80% se declara usuario de Internet, porcentaje que es superado a partir de 14 años.



## 2 / Internet

48

Por lo tanto, la edad se asocia al incremento de la condición de usuario de Internet, algo que, como se puede apreciar en el siguiente gráfico, sucede de manera constante desde los 6 años.

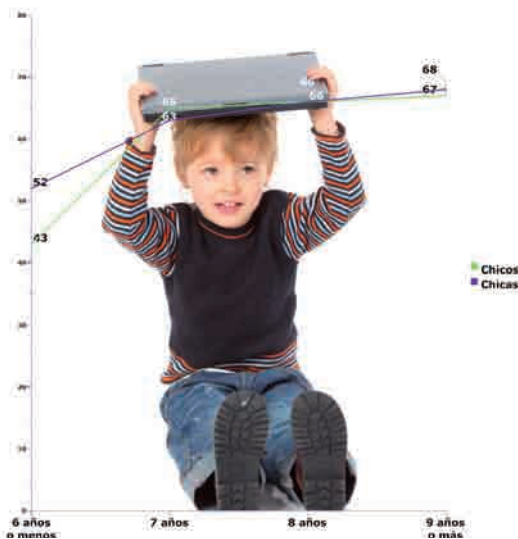
**Gráfico 2.17. Usuarios de Internet (por edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Tengas o no tengas Internet en casa ¿sueles utilizarlo?”.

El sexo implica una diferencia de partida en el caso de los más pequeños, de 6 a 9 años: a los 6 años, mientras que el 43% de los niños se declara usuario, el 52% de las niñas lo hace. Sin embargo, a los siete años ya casi ha desaparecido esa diferencia que no existe en el resto de edades.

**Gráfico 2.18. Usuarios de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Tengas o no tengas Internet en casa ¿sueles utilizarlo?”.



Siguiendo la pauta de los más pequeños, y teniendo en cuenta que Internet, como ya se ha dicho antes, es cada vez más convencional, entre los adolescentes, de 10 a 18 años, tampoco hay diferencias significativas en los que respecta a la condición de usuario en función del sexo. Tan solo se puede apreciar que las chicas parecen ir ligeramente por delante de los chicos, aunque en valores prácticamente inapreciables.

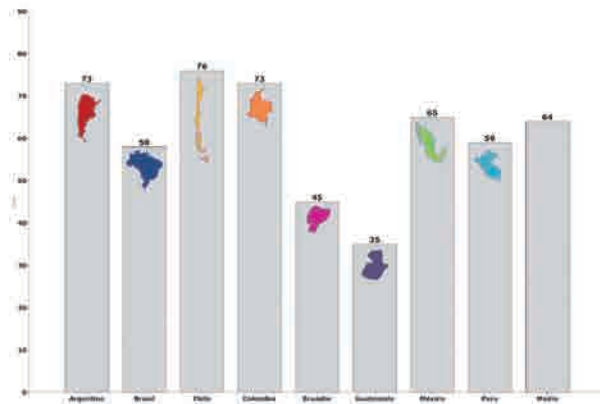
**Gráfico 2.19. Usuarios de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Tengas o no tengas Internet en casa ¿sueles utilizarlo?".

Chile es el país que reúne un mayor número de internautas en la franja de 6 a 9 años: un 76%. Le siguen, por encima de la media, Argentina, Colombia y, en menor medida, México. Por el contrario, Guatemala arroja el valor más bajo en este punto, 35%, seguida, de lejos, por Ecuador, 45%, Brasil, 58% y Perú, 59%.

**Gráfico 2.20. Usuarios de Internet (por país, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Tengas o no tengas Internet en casa ¿sueles utilizarlo?".

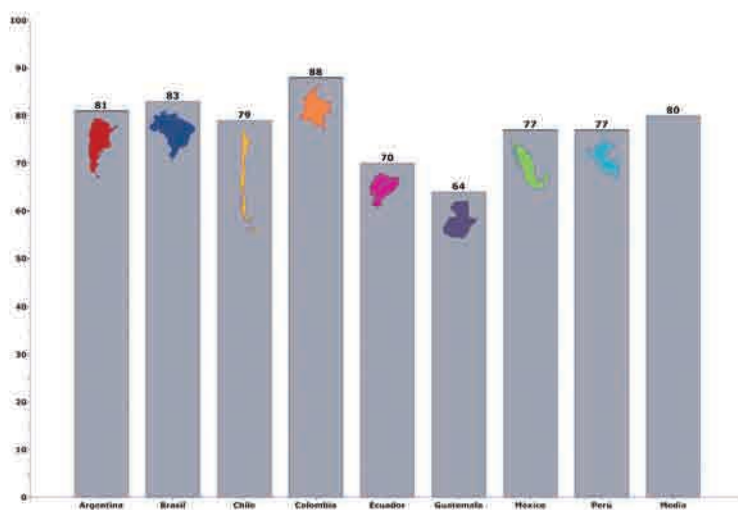


## 2 / Internet

50

En el caso del grupo de edad entre 10 y 18 años, son los menores de Guatemala los que en menor medida son usuarios de Internet, 64%. Por debajo de la media, están Ecuador (70%), México (77%) y Perú (77%). Chile está en la media y el resto de países la superan (Argentina, Brasil y Colombia). Son los menores colombianos los que en mayor medida se declaran usuarios de Internet: un 88% de los casos.

Gráfico 2.21. Usuarios de Internet (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Tengas o no tengas Internet en casa ¿sueles utilizarlo?”.

El tiempo de los menores aparece delimitado en tres ámbitos claros: los momentos que pasan en la escuela, aquellos que disfrutan con su familia o en el hogar, y los que comparten con sus iguales. En este contexto, el acceso a las diversas pantallas rompe el esquema clásico que ha existido durante el medio siglo de hegemonía de la televisión y que definía el hogar como lugar supremo de contacto entre el medio y sus usuarios.

En el caso de las “nuevas pantallas”, aparecen algunos elementos radicalmente distintos: el hogar ya no es necesariamente el sitio estrella para acceder a estos medios, al tiempo que la finalidad de uso ya no la marca la naturaleza del contenido sino la finalidad del usuario: relación, ocio, aprendizaje y consumo son dimensiones que, a menudo, parecen entremezcladas. Al hilo de la investigación realizada, estas cuestiones arrojan resultados y conclusiones muy particulares que se analizarán a continuación.

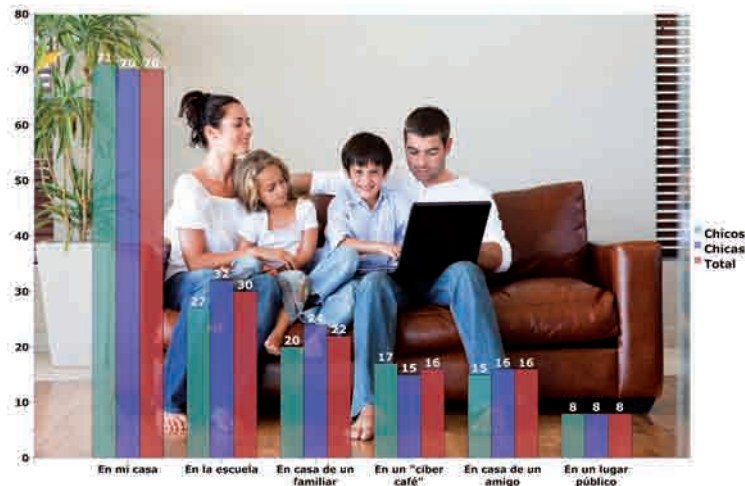


### 2.3. LUGARES DE ACCESO A LA RED

Los datos sobre penetración y uso de Internet muestran la fuerte adopción funcional de este medio por parte de la población objeto de este estudio. Un paso más en este análisis puede darse mediante la exploración del lugar o lugares habituales para realizar dicha actividad. En primer lugar, analizaremos esta cuestión en la Generación Interactiva de 6 a 9 años para luego definir los comportamientos de la generación que les precede.

Los menores de 6 a 9 años se definen por realizar un multiacceso a la Red desde diversos lugares; dicho de otro modo, el acceso a Internet se define como una experiencia fragmentada. Entre los más pequeños, el propio hogar es el sitio más habitual para navegar -70%-, seguido del colegio -30%-, hogar de un familiar -22% o cibercafé -16%-. Dicho de otro modo, el acceso a Internet es mayoritariamente una actividad doméstica sin desprestigiar otros lugares de naturaleza muy distinta como pueden los centros educativos locales de acceso público. Por edad y sexo no se aprecian diferencias significativas sobre los lugares de acceso a Internet, salvo en el caso de la navegación en el entorno escolar reconocido de forma algo más intensa entre las chicas.

Gráfico 2.22. Lugares de acceso a Internet (por sexo, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿ En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, char, e-mail)?".

Entre los más pequeños, los menores de Argentina y Chile navegan en sus casas por encima de la media; Ecuador marca la pauta contraria con un 64%.





## 2 / Internet

52

La navegación en la escuela es especialmente intensa en el caso de México y obtienen la puntuación más baja Guatemala y Perú. Navegar en cabinas públicas o “cibercafés” es, como hemos visto, mucho menos frecuente; a pesar de lo anterior, un 20% de los menores en Guatemala se reconocen en esta situación. Utilizar Internet en otros sitios como el hogar de un amigo o de otro familiar es una opción claramente típica en Argentina y se da con mucha menor frecuencia en el resto de países. Por último, acceder a la red desde otros lugares como bibliotecas públicas obtiene la mayor puntuación en el caso de Guatemala.

**Tabla 2.8. Lugares de acceso a Internet (por sexo y país, de 6 a 9 años)**

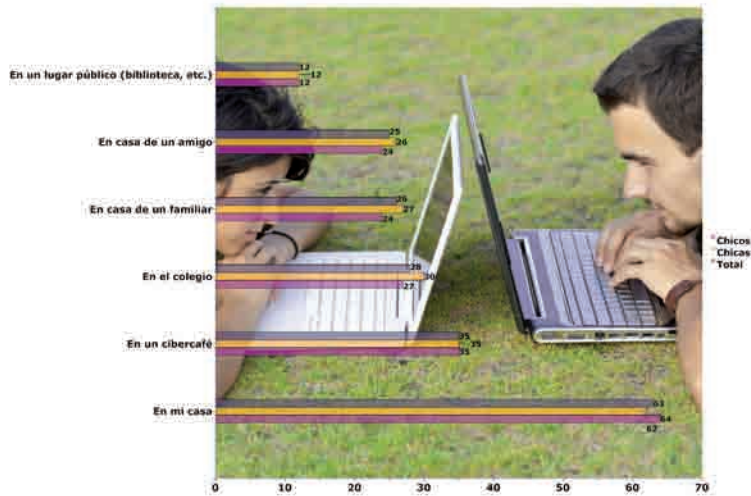
	En mi casa	En un cibercafé	En el colegio	En casa de un familiar	En casa de un amigo	En un lugar público (biblioteca, etc.)
Argentina	70%	37%	27%	32%	41%	2%
Brasil	65%	30%	21%	23%	24%	6%
Chile	72%	36%	40%	28%	27%	8%
Colombia	67%	36%	31%	30%	32%	11%
Guatemala	68%	20%	24%	18%	13%	7%
México	72%	35%	27%	27%	23%	10%
Perú	58%	47%	20%	19%	17%	7%
Ecuador	43%	28%	29%	19%	14%	25%
TOTAL	63%	35%	28%	26%	25%	12%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿ En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, char, e-mail)?”.

Sobre los más mayores la encuesta realizada admitía la misma variedad de lugares habituales para acceder a la Red: el propio hogar, la escuela, un “cibercafé”, lugares públicos como bibliotecas o centros de actividades, el hogar de un amigo, la casa de algún familiar u otros sitios. Sobre todas estas opciones, cabe destacar que el propio hogar se sitúa como lugar de acceso preferente a la Red para un 63% sin que existan diferencias significativas en función del sexo de los menores. Un “cibercafé” se sitúa en segundo lugar para más de un tercio de los menores y navegar desde el colegio ocupa el tercer puesto con un 28%, dato también similar en el caso de navegación desde el hogar de algún amigo o familiar. Por último, el acceso desde otros sitios como, por ejemplo, bibliotecas públicas no suele ser muy frecuente.



Gráfico 2.23. Lugares de acceso a Internet (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿ En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, char, e-mail)?”.

Los datos recogidos en los países participantes en esta investigación sitúan a los menores chilenos y mexicanos como los que más navegan desde sus casas, seguidos de aquellos que residen en Argentina, en sentido opuesto aparecen los casos de Perú y Ecuador. El acceso desde algún “cibercafé” es reconocido por casi la mitad de los menores peruanos, líderes en esta opción. Le siguen a una distancia de diez puntos aquellos que viven en Argentina, Chile, Colombia o México siendo Ecuador el país con menor incidencia en este escenario. La utilización de Internet desde el propio centro educativo es reconocida por cuatro de cada diez menores en Chile, tendencia muy superior a la media global. Por otro lado, un tercio de los menores colombianos reconocen navegar desde estos sitios; Perú y Brasil lideran la tendencia contraria. Por último, navegar en casa de algún amigo se sitúa por encima de la media en el caso Argentina y Colombia; la opción “navego en casa de algún familiar” es también relativamente frecuente entre los menores argentinos.



## 2 / Internet

54

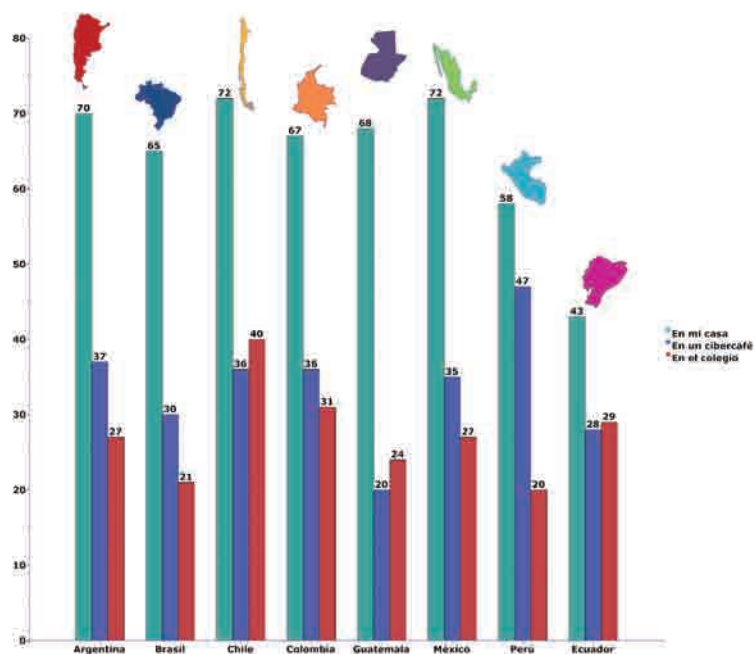
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Tabla 2.9. Lugares de acceso a Internet (por país, de 10 a 18 años)

	En mi casa	En un cibercafé	En el colegio	En casa de un familiar	En casa de un amigo	En un lugar público (biblioteca, etc.)
Argentina	70%	37%	27%	32%	41%	2%
Brasil	65%	30%	21%	23%	24%	6%
Chile	72%	36%	40%	28%	27%	8%
Colombia	67%	36%	31%	30%	32%	11%
Guatemala	68%	20%	24%	18%	13%	7%
México	72%	35%	27%	27%	23%	10%
Perú	58%	47%	20%	19%	17%	7%
Ecuador	43%	28%	29%	19%	14%	25%
TOTAL	63%	35%	28%	26%	25%	12%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)?”.

Gráfico 2.24. Lugar de navegación: en el hogar, en el colegio o en “cibercafé” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)?”.



En definitiva, el hogar se define como sitio de especial trascendencia educativa, por lo que supone de mediación entre los menores y el acceso a diversos contenidos de Internet. Según los resultados, la potencial tarea educadora de los adultos podrá ejercerse en algo más del 60% de los accesos de la Generación Interactiva a la Red al ser el hogar el sitio más habitual para navegar.

Por otro lado, aunque el acceso se haga mayoritariamente desde sus propios hogares, Internet también escapa a los lugares tradicionales de acceso de medios de comunicación por parte de los menores y de educación en dicho uso por parte de progenitores y educadores. Dicho de otro modo, acceder fuera de casa supone hacerlo sin la posibilidad de una tutela –rasgo que define en parte al público objeto de este estudio- o sin la existencia de ayudas técnicas que delimiten el acceso a determinados contenidos o posibiliten una supervisión a posteriori de las rutas de navegación de los menores. En definitiva y viendo los resultados obtenidos sobre esta cuestión, existe la posibilidad real de que los menores accedan a Internet desde lugares ausentes de cualquier mediación adulta.

Por edad, son los chicos más pequeños los que suelen navegar desde su propio hogar; sobre esta variable cabe decir que se aprecia una relativa diferencia en función del sexo siendo un comportamiento más extendido entre las chicas. En el caso de la escuela, los resultados por género se igualan y la tendencia es básicamente creciente en función de la edad.

**Gráfico 2.25. Usuarios de Internet en el colegio vs “cibercafé” (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)?”.



## 2 / Internet

56

El acceso a Internet desde el hogar de algún amigo es más frecuente entre las chicas mayores de 14 años. Sirva como ejemplo el caso de las chicas de 15 años que alcanza el 32%, dato que supera en 7 puntos la media global. Por último, el uso más intensivo de la Red en casa de algún familiar suele darse a partir de los 12 años y con mayor frecuencia en el caso de las chicas, dato que indica un uso marcadamente social de Internet.

### 2.4. TIEMPO DE USO

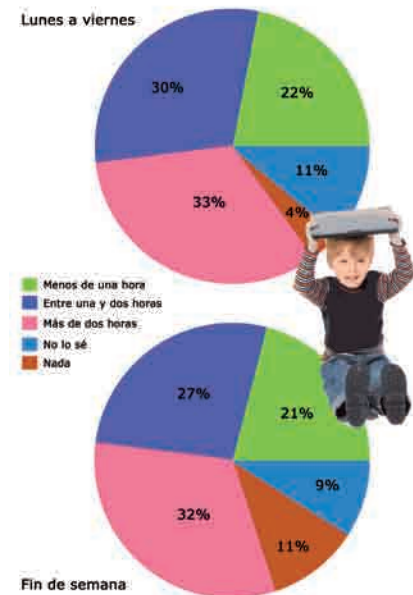
Una cuestión de especial relieve es llegar a conocer el espacio temporal que ocupa el uso de Internet en la vida de los menores. Este asunto ha sido investigado mediante la pregunta: “¿Cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?” que ofrece los siguientes intervalos como respuesta: nada, menos de una hora, entre una y dos horas, más de dos horas, no lo sé. También se ha procedido a distinguir entre el consumo diario de lunes a viernes frente al fin de semana.

De lunes a viernes y en términos generales, el grupo más numeroso es el que reconoce dedicarle más de dos horas diarias, seguidos por aquellos que afirman navegar entre una y dos horas al día. En esta situación se encuentra un tercio de los escolares entre 10 y 18 años. El tercer grupo lo constituye el que afirma navegar menos de una hora diarias. La diferencia es algo sustancial con los grupos anteriores, sobre todo en el caso de los que más declaran navegar. También resulta significativo que un 4% de usuarios de Internet no utilicen nunca Internet entre semana; por último, un 11% afirma no saber cuantificar el tiempo diario de dedicación a la Red, dato con cierta relevancia educativa. En definitiva, de lunes a viernes y según el tiempo de navegación, la Generación Interactiva ecuatoriana aparece aglutinada bajo tres opciones, con tendencia a una dedicación intensa a esta actividad.

Durante el fin de semana, las pautas de dedicación y uso a Internet cambian ligeramente frente a los datos descritos relativos a los días laborables. Una mayor disponibilidad de tiempo no provoca el aumento de casos que afirman navegar más de dos horas: el dato aumenta dos puntos y se sitúa en el 21%. El colectivo de menores que navegan entre una y dos horas decrece tres puntos porcentuales, al igual que lo hace el grupo de una dedicación ligera. Por el contrario y como es lógico, crece el grupo de menores que abandona durante el fin de semana el uso de Internet que venía manteniendo en días laborables.



Gráfico 2.26. Tiempo de conexión de lunes a viernes y durante el fin de semana (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?" y "El sábado o domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?"

Una mirada a los resultados según los diversos países, define a los menores de Ecuador como líderes del intervalo de consumo ligero en días laborables, seguidos por sus iguales de Perú y Guatemala. El consumo medio es más frecuente, de lunes a viernes, también en menores de Perú y Argentina y en el caso de los heavy users encontramos a un 43% de los escolares chilenos, seguidos de los argentinos con un 39%. Es reseñable la distancia que se da en esta posibilidad con el grupo que reconoce en menor medida un consumo intenso en días laborables: lo encontramos en Ecuador con un 19%. Por último, sobre los diversos intervalos incluidos en el cuestionario, un 14% de escolares en Brasil reconoce no ser capaz de calcular el tiempo de dedicación a Internet.

Durante el fin de semana, es realmente escaso el grupo de menores en Chile que reconoce un consumo ligero de Internet -9%-; frente a ellos se sitúan el 31% de escolares en Guatemala que sí se reconocen en esta situación. El consumo ligero es tipificado por tres de cada diez menores en el caso de Perú, México y Colombia; el consumo intenso se da de forma acusada entre menores de Argentina y Brasil. Por último, el 14% de los usuarios de Internet de Ecuador, México y Brasil reconocen no dedicar nada de tiempo a navegar por la Red en días festivos.

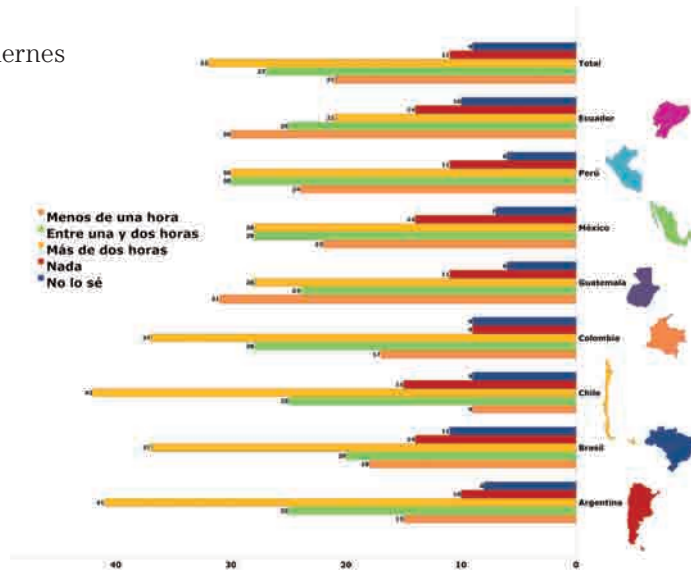


## 2 / Internet

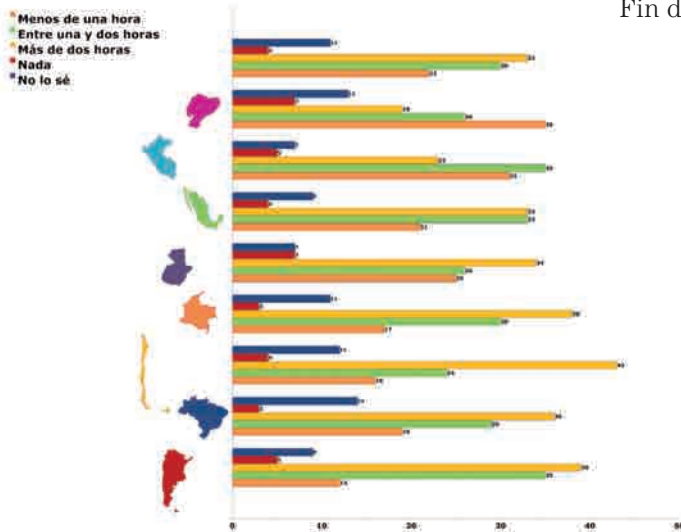
58

Gráfico 2.27. Tiempo de navegación: entre semana y fines de semana (por país, de 10 a 18 años)

Lunes a viernes



Fin de semana



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?” y “El sábado o domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?”

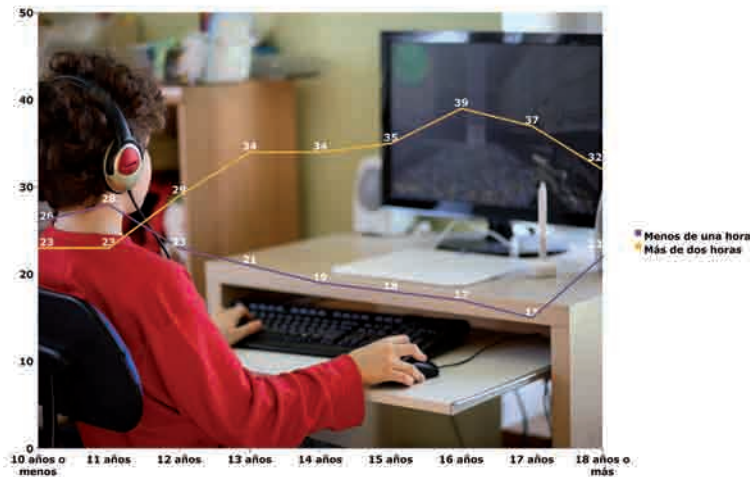




La edad y el sexo también añaden matices sobre el tiempo dedicado a Internet. De lunes a viernes, son los chicos más pequeños –de 10 a 12 años– los que mayoritariamente dedican a navegar menos de una hora diaria. El caso contrario lo ocupan los mayores de 15 años cuya pauta es dedicar más de dos horas diarias, dato que aparece significativamente por encima de la media. En este sentido, la tendencia en el uso intensivo de Internet no parece afectada en función de la variable sexo.

Durante el fin de semana, el consumo por debajo de la hora diaria cae de forma significativa a partir de los 11 años para desplazarse hacia los otros grupos, sobre todo en el de mayor consumo. En este caso, la pauta también es compartida entre chicos y chicas.

**Gráfico 2.28. Tiempo de conexión en fin de semana (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El sábado o domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente Internet?".

En definitiva, Internet es una realidad que ocupa un espacio considerable de tiempo en la vida de los menores. El dato de un consumo diario inferior a una hora tan solo para un 20% de los escolares en días laborables y festivos indica que esta actividad está alcanzando soberanía y estabilidad en las preferencias de los jóvenes navegantes. También, a la luz de los resultados expuestos hasta ahora, Internet es una actividad prioritaria para los menores: preferiblemente se desarrolla en casa, al tiempo que la escuela y los lugares públicos son sitios idóneos para el desarrollo de esta actividad.





## 2 / Internet

60

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### Desplazamiento de actividades

La novedad de Internet entre los menores provoca que entre en conflicto con otros centros de interés o actividades propias de estas edades. Dicho de otro modo, el impacto de la entrada de Internet en sus vidas queda demostrado por la ocupación de tiempo que le dedican. En este punto cabe preguntarse de dónde proviene el tiempo que ahora dedican a navegar o qué actividades está desplazando entre los menores la novedad de Internet. En definitiva, quién o qué sufre las “consecuencias” de pasar a ser una actividad secundaria...

La investigación realizada permite dar respuesta a estas cuestiones al interrogar directamente sobre aquellas actividades desplazadas por el tiempo dedicado a Internet: la familia, los amigos, los estudios, la televisión, los videojuegos, el deporte, la lectura o simplemente no quitar tiempo a nada son las alternativas de respuesta que ofrece el cuestionario.

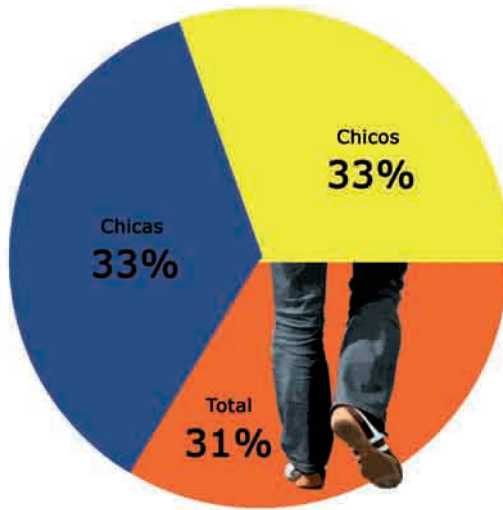
El efecto “desplazamiento” es reconocido por siete de cada diez integrantes de la Generación Interactiva en Iberoamérica. De modo general, navegar por Internet “compite” con varias actividades de distinta naturaleza: actividades sociales –tiempo dedicado a la familia y a los amigos-; actividades de ocio audiovisual –televisión, videojuegos y el uso del teléfono celular-; actividades educativas como el estudio, la realización de tareas escolares o la lectura; y por último, actividades de ocio tradicional como el deporte.

En términos generales, la primera derrotada en el valioso campo de batalla del tiempo de los menores es la televisión: en términos absolutos es la opción más señalada en un 21% de los casos. En bastante menor medida, pero dentro del ámbito del ocio audiovisual se ven perjudicados los videojuegos frente a Internet en un 16% de situaciones, y un 13% reconoce un desplazamiento del uso del teléfono celular a favor de Internet. Por edades, existe un mayor efecto de desplazamiento de la televisión a partir de los 14 años mientras que, a partir de los 16 años, la pantalla más damnificada son los videojuegos. En este caso, el efecto “género” es clarísimo ya que hay una gran diferencia entre los datos referidos a chicos y chicas: los primeros desplazan claramente los videojuegos y las segundas optan por quitar tiempo al teléfono o a la televisión.

Un segundo ámbito desplazado son las actividades educativas. Para el 25% navegar por Internet supone restar tiempo de estudio o de realización de tareas escolares; cerca de esta dato, aparece la lectura con un 22%. Por edades, existe una clara correlación entre el crecimiento de los menores y el desplazamiento que sufre el tiempo de estudio y lectura en favor de Internet, con una ligera ventaja de los chicos frente a las chicas.



Gráfico 2.29. Desplazamiento de actividades para navegar por Internet (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet?”.

En tercer lugar, los menores reconocen permutar tiempo de relación social por momentos de navegación virtual. En este sentido, la familia como recurso de tiempo interactivo es reconocido por el 20% de los casos y, en menor medida, también lo es el tiempo dedicado a los amigos –12%. Por último, es significativo que un 20% recurra a tiempo dedicado a actividades deportivas para poder acceder a la Red.

Gráfico 2.30. Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet?”.

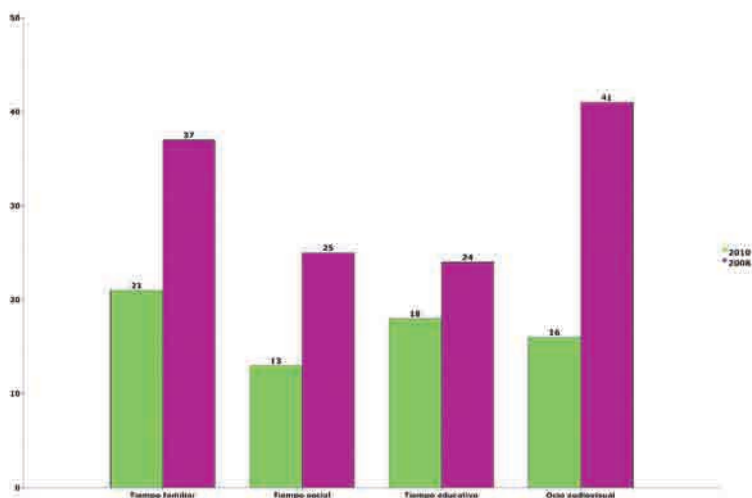


## 2 / Internet

62

La comparativa de estos datos con las mismas pautas en el caso de la Generación Interactiva iberoamericana –datos recogidos en 2008- permite descubrir algunas peculiaridades. A la luz de los datos, podemos comprobar cómo el efecto “desplazamiento” es bastante menos acusado en la investigación actual y para todas las opciones, salvo en el caso de “tiempo educativo” opción en la que la diferencia entre ambos intervalos de tiempo es menos acusada.

**Grafico 2.31 Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades. Comparativa entre 2010 y 2008 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet?”.

Considerados los datos por regiones, el efecto de desplazamiento que provoca Internet sobre distintas actividades arroja los siguientes perfiles:

Una cuarta parte de los menores de Colombia y Guatemala reconoce quitar tiempo a la familia para navegar por Internet; el extremo opuesto se da entre los que residen en Brasil, Perú, Ecuador o Argentina con porcentajes que no superan el 20%.

El perfil “quito tiempo a mis amigos para navegar por la Red” es bastante homogéneo en todos los países, salvo en Guatemala -9%-: los valores máximos y mínimos apenas oscilan tres puntos, siendo escasa esta posibilidad –recordemos que la media global es del 13%.

Los estudios se ven afectados por el tiempo dedicado a navegar en un tercio de los casos, si los menores residen en Argentina, Chile o Colombia. Se muestran



mucho más conservadores en preservar estos momentos frente a Internet en el caso de Perú y Ecuador.

En el caso de desplazamiento de momentos de lectura vuelven a darse datos bastante homogéneos entre los distintos países: salvo Perú y Ecuador, el resto se mueven en una orquilla de entre el 26% y el 22%

El desplazamiento de otras pantallas también ofrece pocas diferencias si se comparan los datos obtenidos en los diversos países. La opción “quito tiempo a la televisión” aparece liderada por los menores de Guatemala, el caso de los videojuegos es reconocido con mayor frecuencia en México y “hablar por teléfono” obtiene su valor máximo en varios países, con un 14% de respuestas afirmativas.

Por último, Brasil se sitúa en cabeza en la posibilidad de ausencia de desplazamiento con un 34%. El resto de países obtienen datos inferiores pero todos muy cercanos, iguales o ligeramente superiores al 30%.

**Tabla 2.10. Desplazamiento de actividades por el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años)**

	Actividades sociales		Educación		Deporte	Pantallas			Nada
	Familia	Amigos	Estudios	Lectura		Televisión	Videojuegos	Hablar por teléfono	
Argentina	18%	13%	32%	25%	17%	25%	14%	14%	32%
Brasil	16%	12%	24%	24%	19%	26%	15%	13%	34%
Chile	21%	12%	36%	24%	20%	25%	16%	14%	31%
Colombia	24%	12%	28%	26%	21%	26%	16%	14%	30%
Guatemala	24%	9%	27%	24%	21%	27%	15%	13%	32%
México	20%	14%	25%	22%	21%	26%	19%	13%	29%
Perú	16%	11%	19%	18%	21%	25%	15%	10%	31%
Ecuador	17%	13%	18%	13%	17%	23%	14%	13%	32%
Total	21%	13%	25%	22%	20%	26%	16%	13%	31%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet?”.

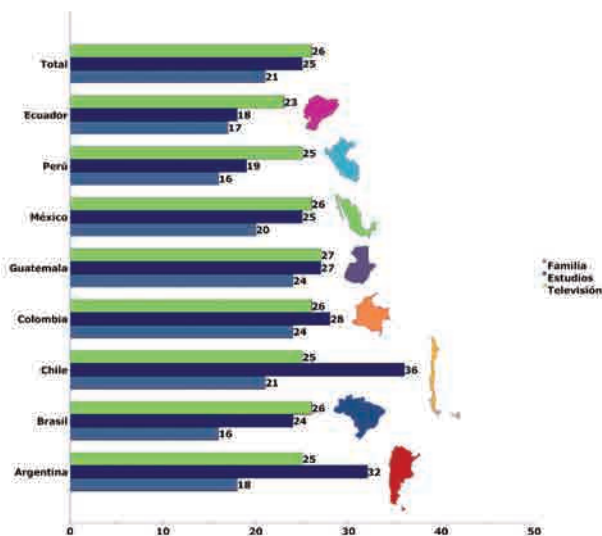


## 2 / Internet

64

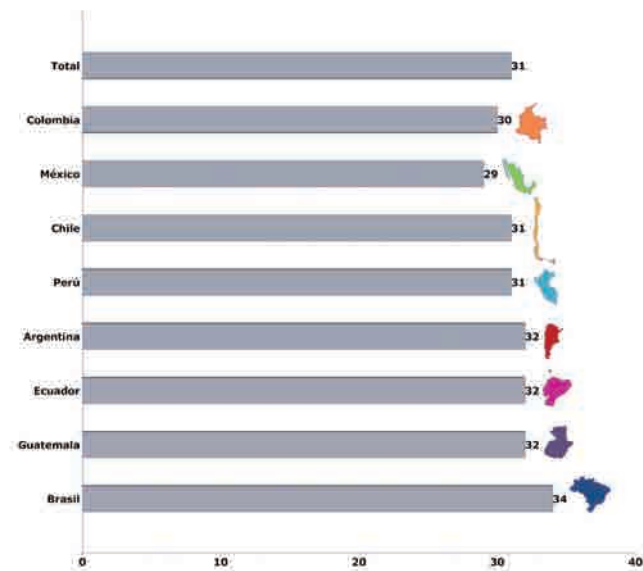
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.32. Desplazamiento de televisión, estudios y familia por el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet?".

Gráfico 2.33. Ausencia de desplazamiento de actividades por el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿A qué le has quitado tiempo desde que utilizas Internet?".



## 2.5. COMPAÑÍA EN LA NAVEGACIÓN

Internet es claramente una pantalla concebida para un uso individual y personalizado. Este rasgo se contrapone con fuerza a los medios tradicionales, básicamente concebidos y utilizados de forma compartida: desde la llegada del cine o la radio a principios del siglo pasado hasta la aparición de la televisión, la imagen de los usuarios entorno a estos medios siempre ha mantenido un fuerte componente social.

En el caso de los menores cabe preguntarse cómo se combina su necesidad gregaria, descrita desde su fuerte relación con los iguales o la necesaria dependencia del entorno familiar o escolar, con el rasgo individualizado descrito en el párrafo anterior. Cabe preguntarse entonces cómo se resuelve la paradoja: ¿Internet aísla a los menores? ¿Es posible para ellos una experiencia compartida del medio? ¿Es frecuente que naveguen solos? ¿Cómo será posible la mediación familiar sin estar los progenitores presentes en los momentos de acceso? ¿Con qué frecuencia se da la situación de navegación compartida entre padres e hijos?...

La respuesta a estas y otras preguntas resulta trascendente para dibujar el mapa de oportunidades y problemas que surgen alrededor de la Generación Interactiva. Atendiendo a los resultados de dos preguntas recogidas en el cuestionario podemos trazar algunas conclusiones interesantes. Para ello, nos referiremos primero al grupo de los más pequeños -6 a 9 años- para abordar luego el caso de los más mayores, hasta los 18 años.

De forma global, en el caso de internautas precoces, el 50% reconoce navegar sin compañía de otras personas: “navego solo” es la opción más frecuente. Por otro lado, la opción de navegación conjunta admite varias posibilidades: para tres de cada diez consiste en navegar con amigos o con hermanos; por debajo de esa cifra aparecen los casos de navegación conjunta con el padre o con la madre -21% y 25%- respectivamente; por último, alcanza una frecuencia menor la posibilidad de compartir navegación con otros familiares -18%- o con profesores -13%-. Para este grupo, la navegación solitaria crece paulatinamente con la edad al mismo tiempo que la presencia de los padres tiende a decrecer. Por sexos, se aprecian diferencias en el caso de las chicas, con un índice claramente superior de navegación conjunta en el caso de la madre y hermanos.

Tal como se refleja en los datos, los hermanos son una opción importante de compañía en la navegación. Lógicamente, atendiendo a la edad de los encuestados, podemos inferir que en la mayoría de los casos se tratará de hermanos mayores; potencialmente puede suponer una ayuda, un aprendizaje o una mediación distinta a simplemente navegar con amigos de la misma edad.



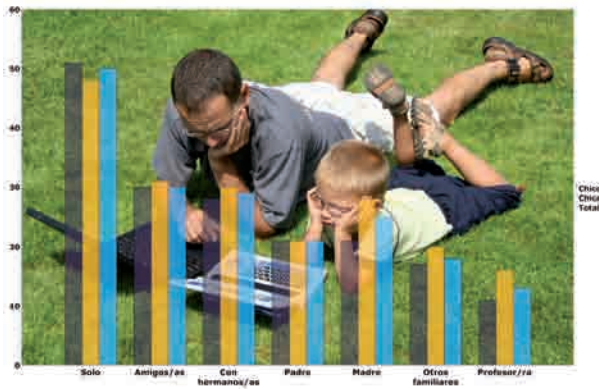
## 2 / Internet

66

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

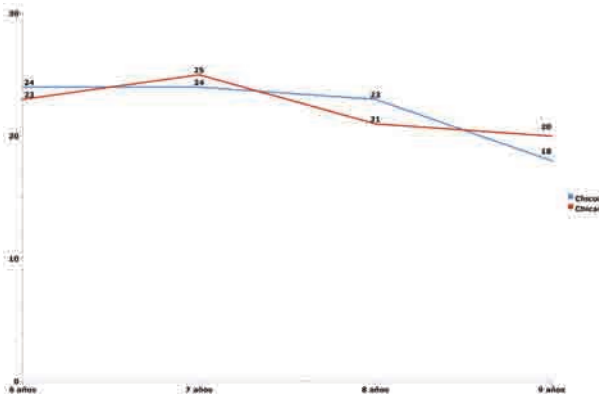
Retomando el asunto de la mediación, Internet se ha configurado como la nueva plaza pública, universal y globalizada, reflejo de todo lo que es capaz de hacer el ser humano, en el mejor y en el peor de los sentidos. A la luz de la investigación realizada es frecuente ver deambular por la plaza pública virtual a menores sin ningún tipo de compañía, sin posibilidad de una mediación adulta ante todo lo que hay en ella: los menores de Argentina son un buen ejemplo de este fenómeno al tiempo que también en este país se da una mayor implicación de los padres en el uso conjunto de la Red. Algo similar ocurre con maestros y profesores como guías para encontrar buen puerto en las singladuras por Internet: son los docentes de Argentina, México y Brasil más implicados en una navegación conjunta aunque no supera el 20% de los casos en la mejor de las situaciones.

**Gráfico 2.34. Compañía en el uso de Internet (por sexo, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar..."

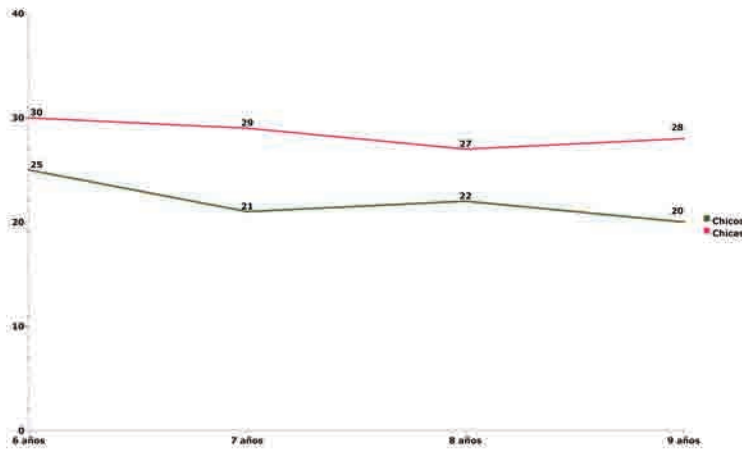
**Gráfico 2.35. Compañía del padre en el uso de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar..."

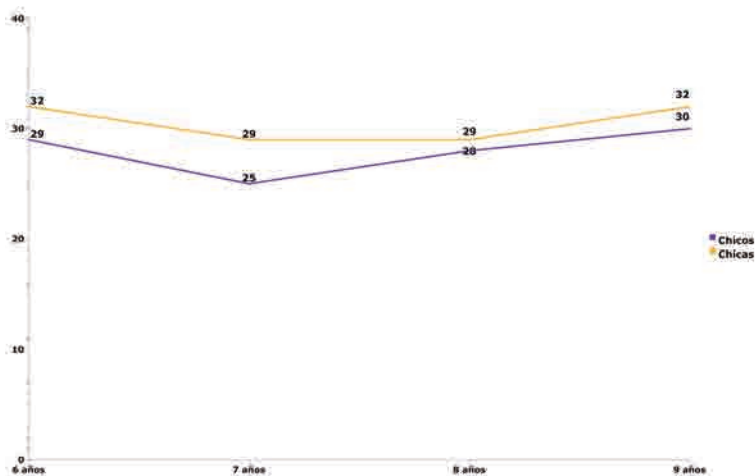


Gráfico 2.36. Compañía de la madre en el uso de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.

Gráfico 2.37 Compañía de hermanos en el uso de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.





## 2 / Internet

68

**Tabla 2.11. Compañía de en el uso de Internet (por países, de 6 a 9 años)**

	Solo	Con amigo/as	Con hermanos/as	Padre	Madre	Con otros familiares	Con un profesor/ra
Argentina	75%	47%	39%	29%	31%	27%	20%
Brasil	61%	30%	24%	20%	24%	16%	16%
Chile	55%	31%	25%	18%	25%	20%	9%
Colombia	52%	30%	28%	20%	24%	19%	10%
Guatemala	46%	24%	29%	22%	21%	16%	9%
México	43%	29%	29%	22%	25%	17%	17%
Peru	44%	27%	34%	22%	23%	18%	7%
Ecuador	37%	28%	29%	18%	19%	13%	15%
TOTAL	50%	30%	29%	21%	25%	18%	13%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.

En este punto, la investigación realizada permite también comparar los mismos resultados con la Generación Interactiva de Argentina, Brasil, Chile, Perú, Colombia, Venezuela y México obtenidos en 2008. Frente a la actual investigación, crecen todas las opciones de compañía en el uso de Internet salvo la referida a los profesores. El caso de mayor diferencia entre los resultados de ambas investigaciones lo encontramos en la opción “navego solo” que aparece más acusada según los resultados sean más recientes.

**Gráfico 2.38. Compañía en el uso de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.



Las tendencias marcadas por los más pequeños se consolidan, incluso se radicalizan, en el grupo que les sigue: para los más mayores navegar en Internet es una actividad autónoma, con marcado carácter social y escasa mediación adulta, ya sean progenitores o docentes. El 73% suele navegar solo, situación que aumenta con la edad y que se radicaliza a partir de los 14 años. Al mismo tiempo, Internet supone una experiencia de uso social, compartible con amigos –42%– o hermanos en el 28% de los casos; la posibilidad de navegación conjunta es algo más acusada entre las chicas para ambas situaciones. Por último, es poco frecuente la navegación conjunta con el padre, la madre o algún profesor.

Frente a la Generación Interactiva iberoamericana en 2008, el índice de navegación en solitario se mantiene estable y crece muy ligeramente la posibilidad de navegación conjunta con los progenitores. Por otro lado, la diferencia más significativa entre ambas investigaciones la encontramos en la opción de navegación con hermanos, mucho menos frecuente según los datos de 2010.

**Gráfico 2.39. Compañía en el uso de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.

Por países, las preferencias en el uso de Internet, solitario o acompañado, pueden dibujarse del siguiente modo:

**Tabla 2.12. Compañía en el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años)**

	Autónoma	Social	Fraterna	Padre	Madre	Didáctica
Argentina	77%	57%	26%	10%	15%	9%
Brasil	81%	44%	20%	8%	14%	8%
Chile	78%	45%	29%	12%	18%	9%
Colombia	79%	45%	27%	11%	18%	6%



## 2 / Internet

70

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	Autónoma	Social	Fraterna	Padre	Madre	Didáctica
Guatemala	64%	32%	32%	14%	17%	7%
México	71%	37%	32%	14%	19%	8%
Perú	74%	39%	26%	11%	13%	4%
Ecuador	59%	39%	31%	7%	12%	7%
Total	73%	42%	28%	10%	16%	6%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.

La navegación en solitario es más acusada entre menores de Brasil, Colombia y Argentina con valores de superan o se acercan al 80%. En el extremo contrario podemos definir a los menores de Ecuador y Guatemala como los menos autónomos en el uso de Internet.

El 57% de los menores en Argentina afirma compartir momentos de navegación con amigos; a bastante distancia se sitúan en esta opción escolares de Colombia, Chile y Brasil y aparecen ligeramente por debajo de la media Perú y Ecuador.

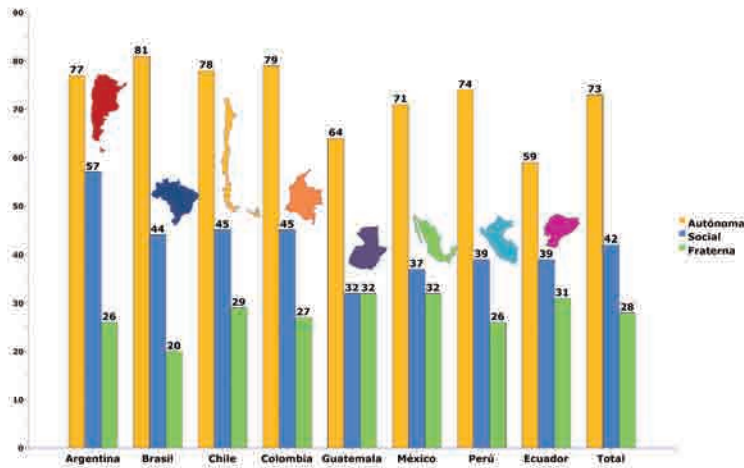
En el ámbito familiar, los menores de Ecuador, México y Guatemala destacan por navegar con mayor frecuencia con sus hermanos; el caso contrario lo encontramos en Brasil con un 20%, ocho puntos por debajo de la media nacional. Tanto el padre y la madre destacan como acompañantes frente a la media de otros países en el caso de México y Perú, y obtienen las puntuaciones más bajas para los menores de Ecuador. En cualquier caso, es necesario recordar que la presencia de los progenitores como acompañantes en la navegación es escasa: el valor obtenido más elevado no supera el 20% –“navego con mi madre” en México–.

Por último, la navegación de tipo didáctica en compañía de educadores o profesores es la opción que obtiene los resultados más bajos en todos los países. Chile y Argentina destacan por arrojar el dato más elevado –9%– y Perú el más bajo –4%–.

En definitiva, podemos clasificar como una Generación Interactiva básicamente autónoma en su uso a los menores de Argentina y Brasil; combinando autonomía con un fuerte carácter social a escolares de Colombia y Chile. Siendo escasa, la experiencia de uso conjunto familiar se refleja en mayor medida en los casos de Guatemala y México; y como tarea conjunta con docentes suele darse en Argentina y Chile.

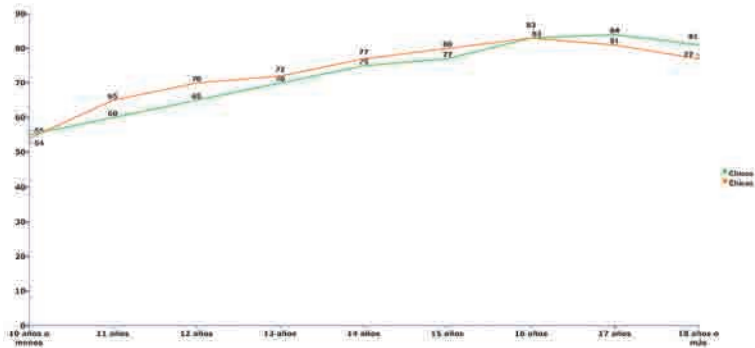


**Gráfico 2.40. Compañía fraterna, social o autónoma en el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”

**Gráfico 2.41. Uso en solitario de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”

Muy relacionado con la presencia o no de acompañantes en el uso de Internet está la cuestión sobre cómo o de quién han aprendido el manejo de la Red. En términos generales, los menores se definen como autónomos por el uso en solitario que hacen de la Red y, lógicamente, también se reconocen como autodidactas: el 59% de los internautas contestan afirmativamente a la posibilidad “He aprendido solo a utilizar Internet”. En este sentido, encabezan el grupo de



## 2 / Internet

72

autodidactas los menores de Brasil, Chile y Colombia; aparecen por debajo de la media internautas de Ecuador y Guatemala.

Por otro lado, en caso de haber recibido ayuda en su formación como internautas, ésta procede básicamente de profesores –18%–, hermanos –14%– o amigos –9%–, aunque vistos los porcentajes, no puede considerarse algo muy frecuente. Tampoco lo es la intervención de progenitores como referencia en el “ciber-aprendizaje”: un 6% reconoce haber aprendido de su padre y un 4% de su madre.

Gráfico 2.42. ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (de 10 a 18 años)

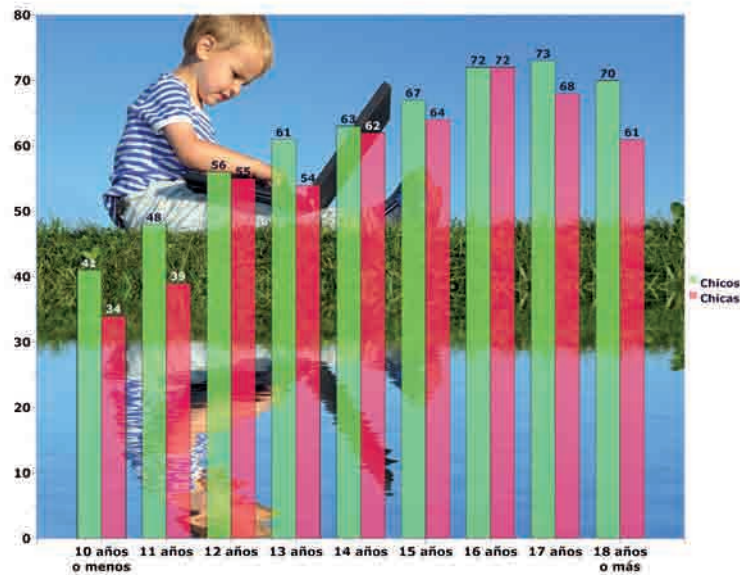


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién te ha enseñado a manejar Internet?”.

Por sexo, existen algunas diferencias en cuanto al aprendizaje autónomo en el uso de la Red ya que, en términos generales, los chicos son algo más autodidactas que las chicas: un 74% de las chicas afirma haber aprendido solos frente al 73% de los varones. Combinar este dato con las diversas edades de los encuestados también permite extraer alguna conclusión interesante: tanto chicos como chicas se manifiestan claramente autodidactas a partir de los 15 años. Por otro lado, es muy interesante recalcar la creciente intervención de los padres como guía de aprendizaje en el uso de Internet en el caso de menores por debajo de los 12 años, padre y madre enseñan el manejo de la Red con mayor probabilidad si sus hijos tienen una corta edad.



Gráfico 2.43. “He aprendido a navegar solo” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién te ha enseñado a manejar Internet?”.

Gráfico 2.44. “Me ha enseñado a manejar Internet mi padre o mi madre” (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién te ha enseñado a manejar Internet?”.

Por último, en el aprendizaje autónomo o guiado de los menores de este grupo existen diferencias con la investigación análoga realizada en 2008. En este

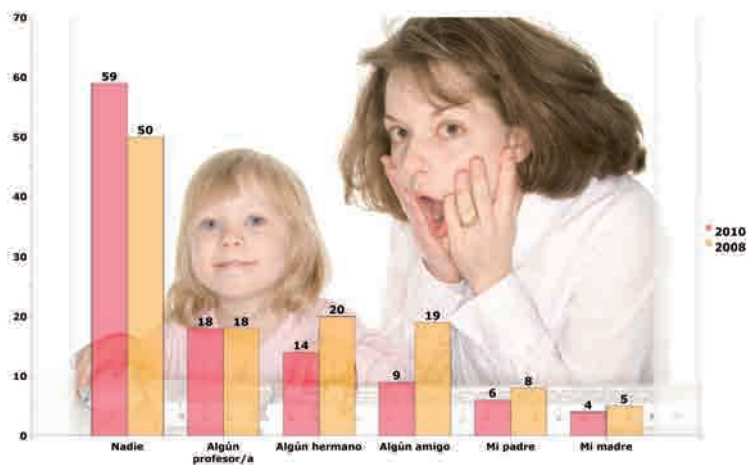


## 2 / Internet

74

sentido, el índice de aprendizaje autónomo aumenta nueve puntos y desciende seis para la opción “aprendo de mis hermanos”. El resto de posibilidades se muestran estables en el tiempo según la opinión de los propios menores.

**Gráfico 2.45. Maestros en el aprendizaje de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “¿Quién te ha enseñado a manejar Internet?”

### 2.6. USO DE SERVICIOS EN INTERNET

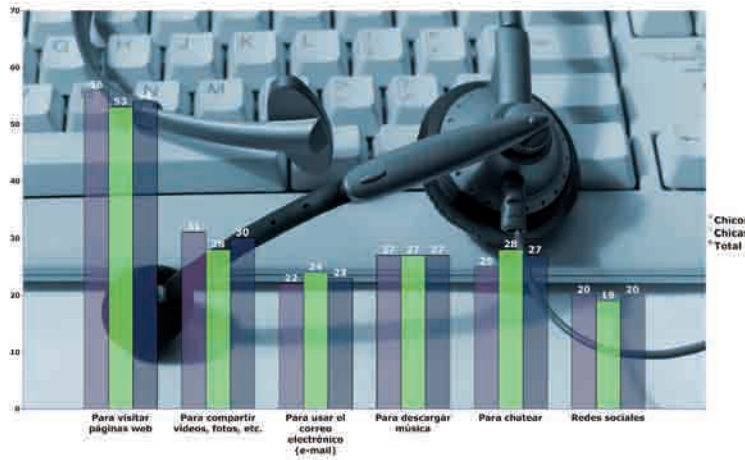
Desde su concepción original para usos militares o su apertura posterior al ámbito académico Internet ha multiplicado exponencialmente su capacidad de responder a necesidades muy variadas de sus usuarios. El crecimiento en el número de servicios disponibles a través de la Red y la posibilidad de aprovecharlos de forma simultánea encaja con la naturaleza del público objeto de estudio en estas páginas: ya Prensky calificó a este grupo como “Nativos Digitales” por ser su contacto con las diversas pantallas connatural a su crecimiento, y en contraposición a los adultos, “Emigrantes Digitales”. Otra posibilidad es la denominación “Generaciones Interactivas” adoptada en este estudio; sin contraponerse a otras quiere poner énfasis en un rasgo configurador de niños y adolescentes frente a las diversas pantallas: la permanente necesidad y búsqueda de la interacción con diversos soportes y contenidos como medio para conseguir otros fines. En este sentido, la Generación Interactiva destaca por el uso global que realiza de todos los servicios y contenidos de Internet





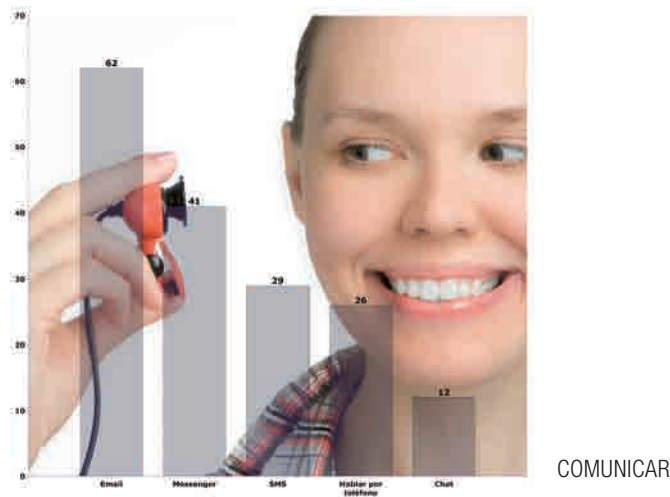
La investigación realizada permite profundizar en las preferencias sobre servicios y contenidos disponibles en Internet. Tanto las posibilidades de la Red como las preferencias de la Generación Interactiva son variadas, tal como puede verse en los siguientes gráficos, en ambos grupos de edades investigados:

**Gráfico 2.46. Servicios utilizados en Internet (de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Para qué sueles usar Internet?”

**Gráfico 2.47. Servicios utilizados en Internet (de 10 a 18 años)**



COMUNICAR





## 2 / Internet

76

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010



CONOCER



COMPARTIR



## OCIO Y COMPRAS

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "¿Para qué sueles usar Internet?"; "¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?"; "¿Sueles usar Internet para jugar en red?" y "¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc.)?"

Al hilo de estos resultados, podemos admitir una primera premisa: los pequeños internautas realizan un uso variado e intensivo de todas las herramientas que les ofrece Internet. Y es un hecho realmente precoz ya que, antes de los 9 años, un 54% utiliza Internet para visitar páginas web, un tercio comparte fotos y vídeos, el 23% tiene correo electrónico y el 20% se inicia en el uso de las redes sociales. Es muy destacable que no aparezcan diferencias muy significativas en el grado de uso de estos servicios en función del sexo de los menores.

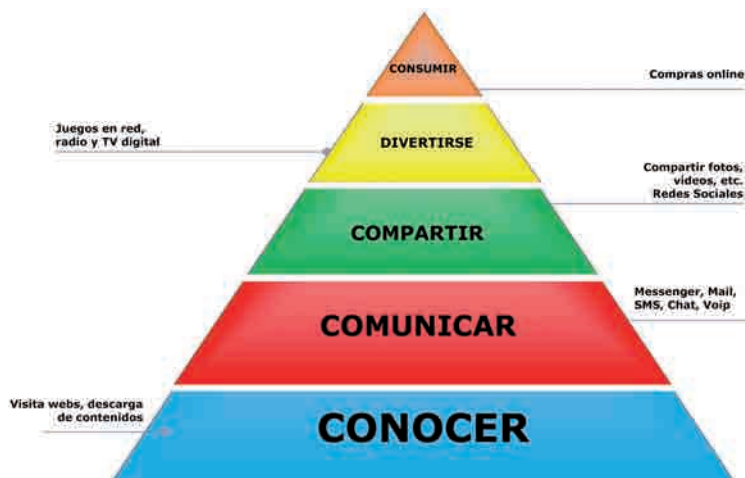
Como hemos dicho, la Generación Interactiva en Iberoamérica realiza un uso variado y global de las múltiples posibilidades que ofrece Internet y sus preferencias de uso aparecen polarizadas según cuatro grandes categorías que indican la búsqueda de unas metas muy específicas, acordes con la naturaleza del usuario infantil y juvenil. Dicho de otro modo, navegar por Internet consiste en satisfacer necesidades relacionadas con la relación, el ocio, el aprendizaje o el consumo.



## 2 / Internet

78

Gráfico 2.48. Dimensiones en el uso de Internet (3.34 de gie, página 76)

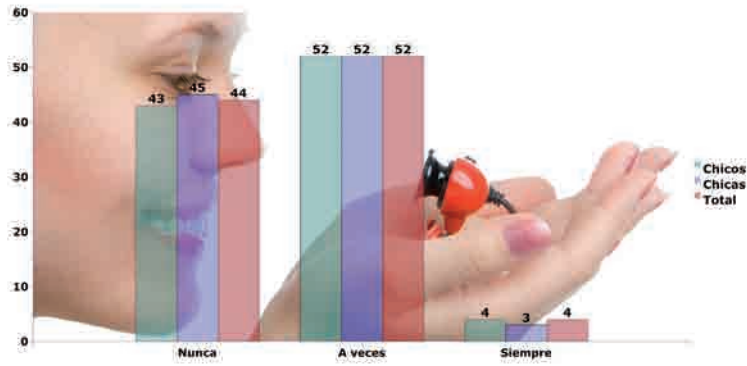


Fuente: Elaboración propia

–Comunicar. La relación social aparece como fin principal. El medio idóneo lo constituye el uso del correo electrónico: con un 62% encabeza el ranking de servicios más utilizados por la Generación Interactiva en esta dimensión. Por edades, el consumo crece y a partir de los 13 años supera ya la media global; por sexos, tiene mayor atractivo entre las chicas -65% de uso frente al 59% de los varones-. Otra herramienta ampliamente utilizada es el Messenger: su carácter sincrónico, a tiempo real, permite una comunicación activa con personas o grupos previamente seleccionados. A partir de los 12 años el consumo supera el 40% de los casos y se da una preferencia mayor en su uso entre los chicos: 40% frente al 42% de las chicas. Al mismo tiempo, la Generación Interactiva está incorporando de forma rápida las nuevas posibilidades comunicativas de Internet basadas en los sistemas VOIP que permiten realizar llamadas a través de la Red: un 26% los utilizan, con una ligera incidencia mayor entre las chicas y un uso que aumenta con la edad. Junto a esto, un 29% utiliza la Red como medio para el envío de mensajes SMS, servicio cuyo uso se intensifica a partir de los 15 años, tanto en chicos como en chicas. Por último, tan sólo un 12% de los menores afirma entrar en salones de Chat. Relacionado con la dimensión comunicativa aparece el uso de alguna webcam para mantener conversaciones de audio y vídeo. Entre los menores de los diversos países, algo menos de la mitad reconoce no utilizar nunca una webcam, un 52% lo hace a veces y un 4% siempre. Por edades, el uso de la webcam tiende a atenuarse y no hay diferencias en su uso en función del sexo de los menores.

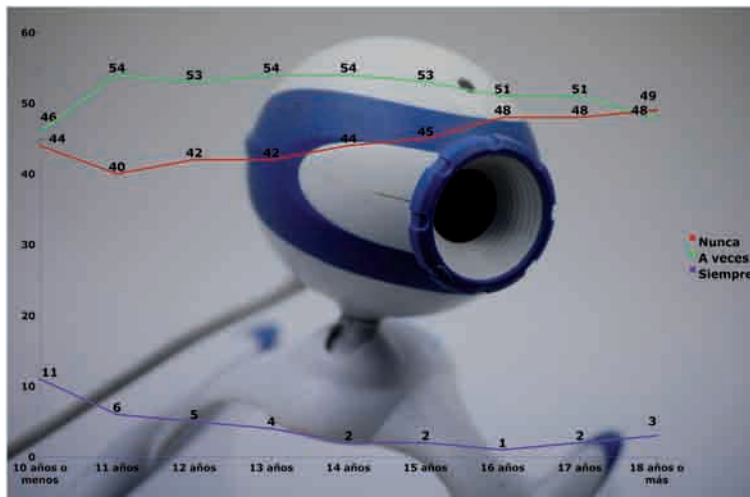


Gráfico 2.49. Uso de la webcam (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sueles utilizar una webcam?”

Gráfico 2.50. Uso de la webcam (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sueles utilizar una webcam?”

–Conocer. Internet constituye el medio de información más poderoso que jamás haya tenido la Humanidad: en este sentido, la posibilidad de navegar por el ingente océano digital es aprovechada por el 67% de los menores, a través de la búsqueda de diversos contenidos alojados en la World Wide Web. También, fruto de esta actividad, más de la mitad de los menores, reconoce la utilización de servicios que les permiten descargar música, películas, programas informá-



## 2 / Internet

80

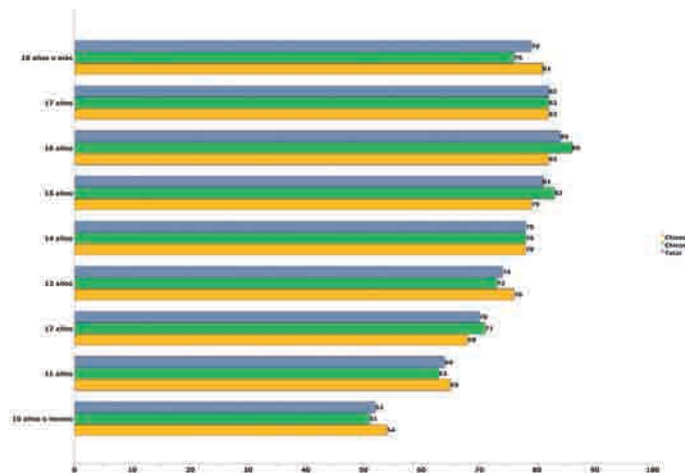
ticos, etc. En este sentido y a partir de los 15 años se supera el 63% para esta opción y en ambos sexos.

–Compartir. Internet se configura como una herramienta básica de relación: el internauta, además de receptor y medio, puede ser simultáneamente emisor de contenidos. En este sentido, el 47% de los menores afirma utilizar servicios para compartir con otros fotos y vídeos, a través de plataformas como Youtube o Flickr. Por último, en un porcentaje mucho menor, un 15% utiliza blogs y un 10% fotoblogs para compartir contenidos con sus iguales.

Una de las aplicaciones más populares de Internet en los últimos años son las redes sociales. Basadas en el concepto de la web 2.0, que proclama un cambio de paradigma en el modo de entender la Red, y supone la apropiación de la creación y difusión de contenidos por parte de los usuarios, las redes sociales han crecido exponencialmente entre los usuarios de Internet. La oferta de este tipo de redes es variada y las preferencias de los usuarios no están exentas, también, de componentes culturales.

Esta forma relativamente novedosa de compartir intereses y mantener relaciones ha sido rápidamente adoptada por la Generación Interactiva: los resultados del estudio realizado nos indican que un 75% las utiliza sin que existan diferencias en función del género. Por edades, a partir de los 14 años el uso de redes sociales supera el 78% hasta alcanzar una cota máxima de uso del 84% a los 15 años. Según el lugar de residencia, se da un uso más intensivo de las redes sociales en Colombia, Chile, Brasil y Argentina: en todos estos los casos la media de uso supera el 80%.

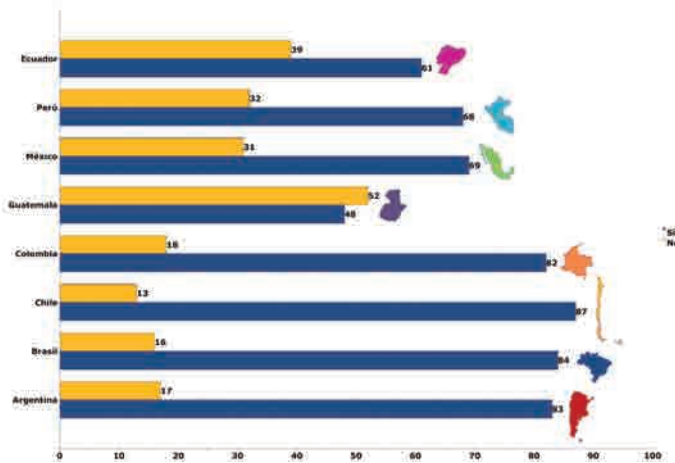
Gráfico 2.51. Usuarios de redes sociales (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc.)?”



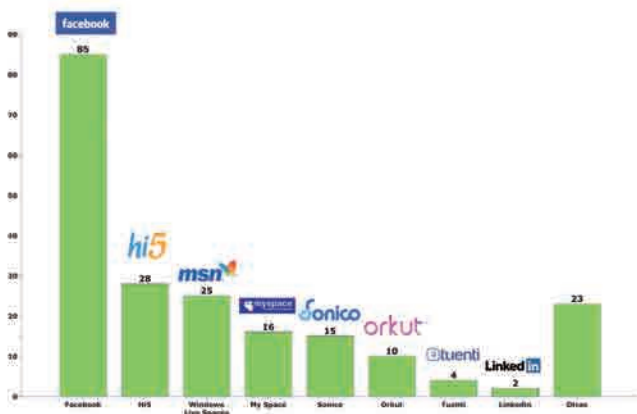
Gráfico 2.52. Usuarios de redes sociales (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sueles utilizar Redes Sociales?”

Las redes sociales más populares entre los menores se clasifican del siguiente modo: Facebook se sitúa en primer lugar con un 85% de usuarios entre todos los utilizan Internet y le sigue con bastante distancia Hi5 con un 28% de penetración; en tercer lugar se posiciona Windows Live Spaces –25%–. El resto de opciones aparece muy atomizada sin llegar a superar ninguna de ellas el 20%. Es singular el caso de Brasil al concentrar Orkut el 92,5% de penetración sobre el total de países y, por otro lado, obtener la puntuación más baja en el caso de Facebook, con un 33% de uso entre los menores.

Gráfico 2.53. Usuarios de redes sociales según red social (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar?”



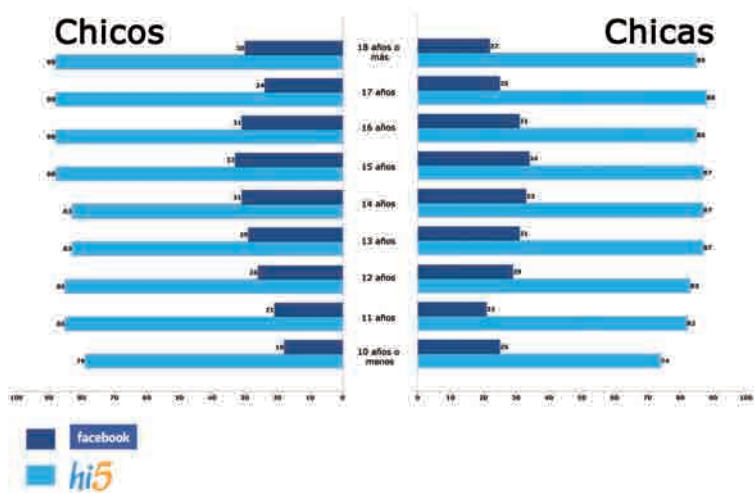
## 2 / Internet

82

Un análisis de la preferencia sobre las dos redes sociales más populares en función del sexo y la edad permite extraer algunas conclusiones. A partir de los 15 años, Facebook se convierte en un servicio de especial interés para más del 88% de los menores, con el mismo índice de penetración entre chicos y chicas.

En el caso de Hi5, la preferencia por esta red social es ligeramente mayor entre las chicas, y supera el 32% a partir de los 14 años.

Gráfico 2.54. Usuarios de Facebook y Hi5 (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

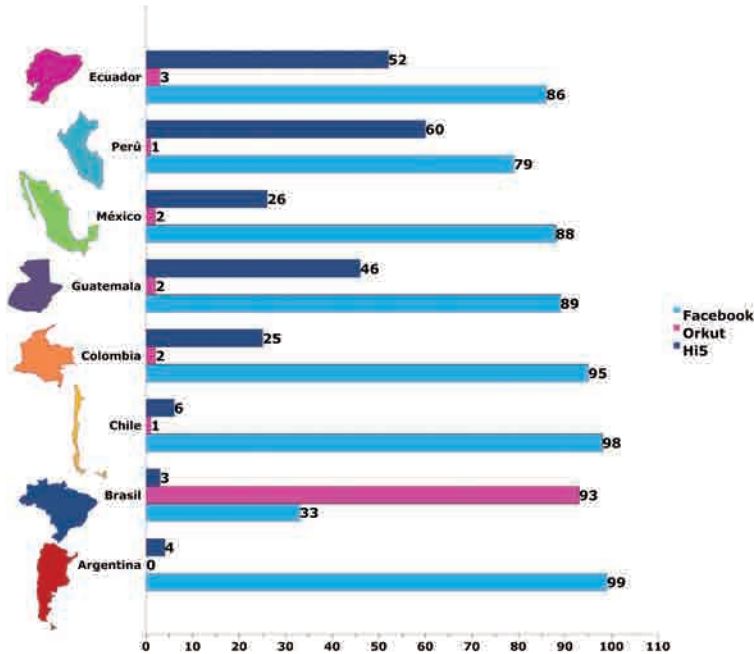


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar?"

Por países, Facebook alcanza su mayor grado de uso entre los menores residentes en Chile y Argentina con valores que casi alcanzan el 100% de los casos. Hi5 también es ampliamente utilizada en Perú, Ecuador y Guatemala con valores que igualan o superan el 50%. En Perú es dónde más popularidad encuentra Windows Live Spaces con un 28%; en el caso de MySpace son los menores de Guatemala los que declaran un mayor grado de uso –21%–. Por último, Tuenti es utilizada por uno de cada diez menores de Ecuador.



Gráfico 2.55. Usuarios de Redes Sociales (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar?"

–Divertirse. La realidad poliédrica de Internet permite descubrir una de las caras con mayor atractivo para la Generación Interactiva: el componente lúdico. Por un lado, el 63% reconoce utilizar Internet para el desarrollo de juegos online, actividad con clara preferencia masculina: siete de cada diez chicos utilizan servicios de juego en red frente a algo más de la mitad en el caso de las chicas; la edad influye de forma inversa en la preferencia por los juegos en Red y, conforme crecen los menores, van perdiendo interés por esta posibilidad. Las preferencias sobre el tipo de juegos varían significativamente entre chicos y chicas: para los varones, son altamente atractivos los juegos de carreras, los deportes, la estrategia, y los juegos de rol; las chicas se decantan por los juegos de rol y los juegos de mesa.

Por otro lado, para los jugadores en red el principal motivo de uso es la posibilidad de desarrollar espacios y tiempos lúdicos con su propio grupo de amigos y no tanto el poder conectar con nuevas amistades.

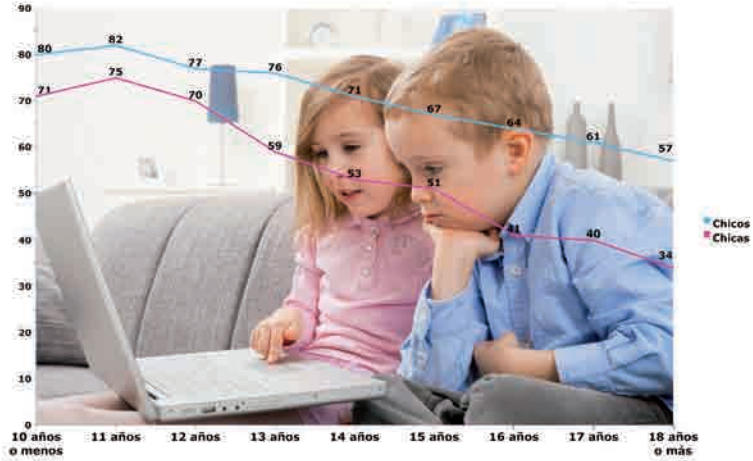




## 2 / Internet

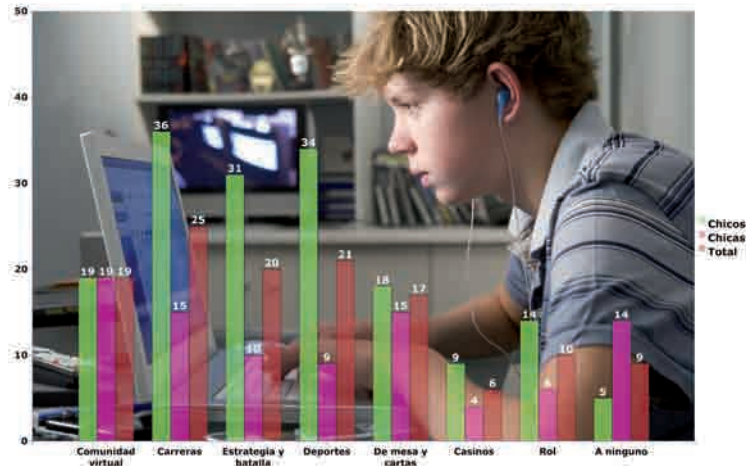
84

Gráfico 2.56. Juego en red (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sueles usar Internet para jugar en red?”

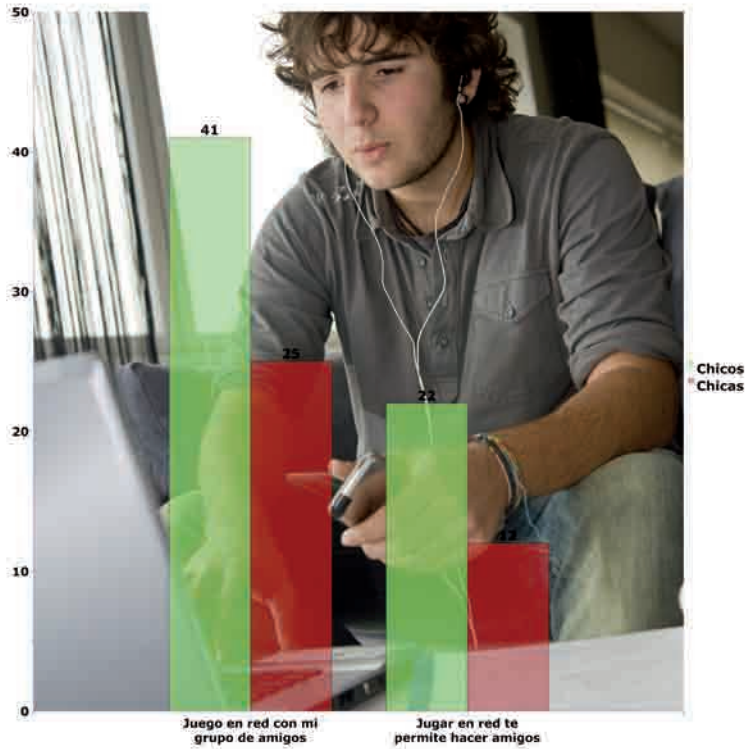
Gráfico 2.57. Preferencias sobre el tipo de juego en red (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿A qué tipo de juegos en red has jugado últimamente?”



Gráfico 2.58. Motivos para jugar en red (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "Si utilizas los juegos en red donde puedes jugar con otras personas a través de Internet ¿estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?"

Internet proporciona momentos de ocio como soporte de servicios de radio o televisión digital; su uso entre los menores no es muy frecuente –10% en el caso de la televisión y 8% para la radio– pero indica una realidad con tendencia clara a aumentar en el futuro..

–Consumir. Por último, la Red sirve como plataforma para adquirir o vender multitud de productos y servicios. Lógicamente, esta posibilidad no es muy frecuente entre los menores por las exigencias peculiares de las transacciones comerciales vía Internet: uno de cada diez menores admite esta posibilidad.

En comparación con la investigación realizada en 2008, los internautas ecuatorianos realizan, en términos generales se aprecia un crecimiento en la intensidad de uso de los servicios disponibles en Internet. El caso más significativo lo encontramos para la opción "Redes sociales" cuya popularidad entre los menores ha crecido sustancialmente. Dicho crecimiento explica la pérdida

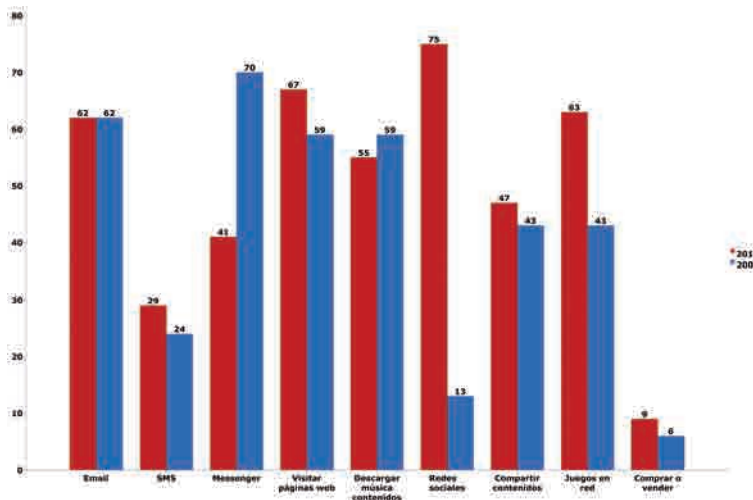


## 2 / Internet

86

de intensidad en el uso del Messenger por el efecto sustitutivo de las redes sociales. A la luz de los resultados, también es posible afirmar una tendencia creciente hacia una mayor utilización de Internet para jugar en Red, compartir contenidos, comprar o vender, enviar mensajes de texto o visitar páginas web, al tiempo que las descargas de contenidos se han moderado entre los menores en el intervalo de ambas investigaciones.

Gráfico 2.59. Servicios utilizados en Internet. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y : Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a las preguntas "¿Para qué sueles usar Internet?"

La información sobre el uso de servicios a través de Internet interpretada según los países participantes en la investigación permite ver algunas peculiaridades. La siguiente tabla nos permite una visión global de las mismas:



**Tabla 2.13. Servicios utilizados en Internet (por país, de 10 a 18 años)**

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Ecuador
<b>COMUNICAR</b>								
E-mail	64%	60%	65%	69%	46%	64%	63%	44%
Hablar (VOIP)	16%	39%	28%	32%	18%	23%	15%	13%
Envío de SMS	34%	22%	17%	34%	36%	22%	34%	27%
Chat	10%	4%	7%	8%	15%	13%	10%	26%
Messenger	41%	69%	47%	40%	41%	46%	39%	25%
<b>CONOCER</b>								
Visitar páginas web	73%	60%	76%	70%	67%	70%	68%	57%
Foros o listas de correo	11%	7%	12%	11%	19%	11%	14%	8%
Descargar música, películas, etc.	65%	58%	66%	58%	44%	55%	53%	42%
<b>COMPARTIR</b>								
Redes sociales	83%	84%	87%	82%	48%	69%	68%	61%
Compartir videos y fotos.	56%	50%	56%	52%	27%	46%	48%	34%
Blogs	17%	24%	14%	14%	18%	18%	16%	8%
Fotologs	24%	10%	31%	8%	13%	11%	8%	5%
<b>OCIO</b>								
Juegos en red	64%	53%	64%	68%	37%	61%	67%	56%
Televisión digital	6%	6%	9%	11%	20%	12%	11%	7%
Radio digital	8%	8%	8%	8%	19%	6%	11%	6%
<b>COMPRAR</b>								
Comprar o vender	4%	57%	5%	5%	15%	5%	5%	3%

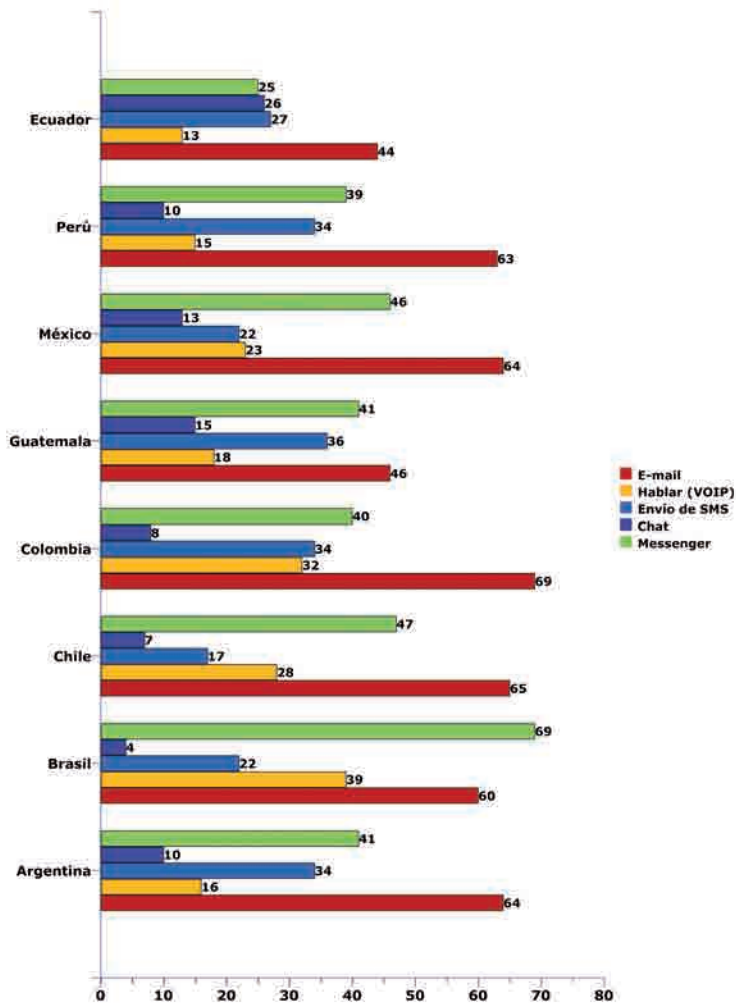
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)".



## 2 / Internet

88

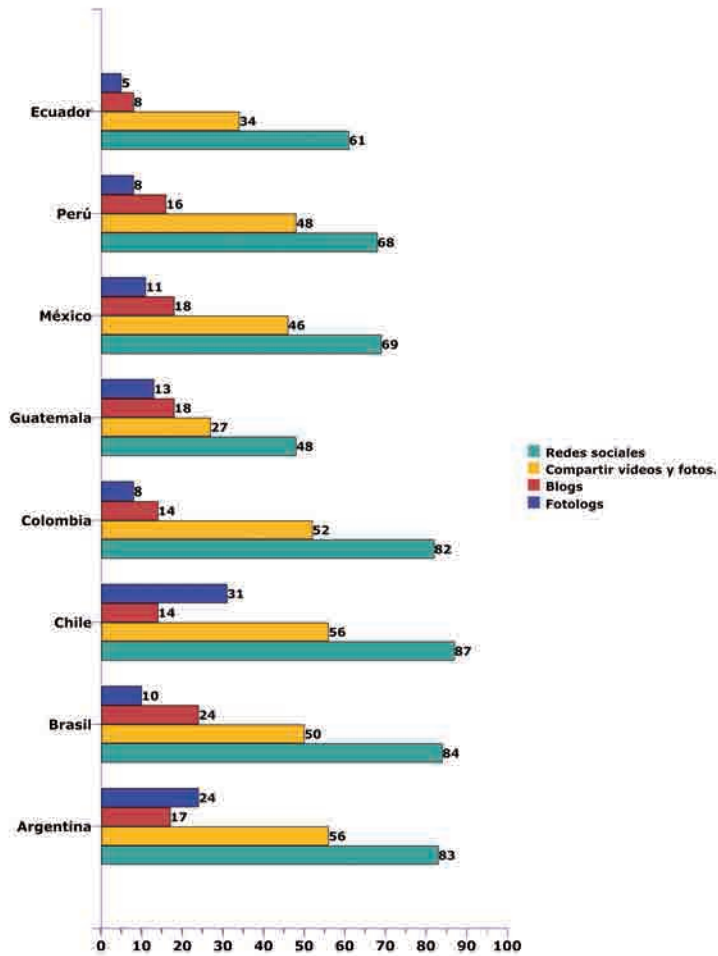
Gráfico 2.60. Uso de servicios de Internet. Comunicar (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)”; “¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?”; “¿Sueles usar Internet para jugar en red?” y “¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc.)?”



Gráfico 2.61. Uso de servicios de Internet. Compartir (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)”; “¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?”; “¿Sueles usar Internet para jugar en red?” y “¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc.)?”

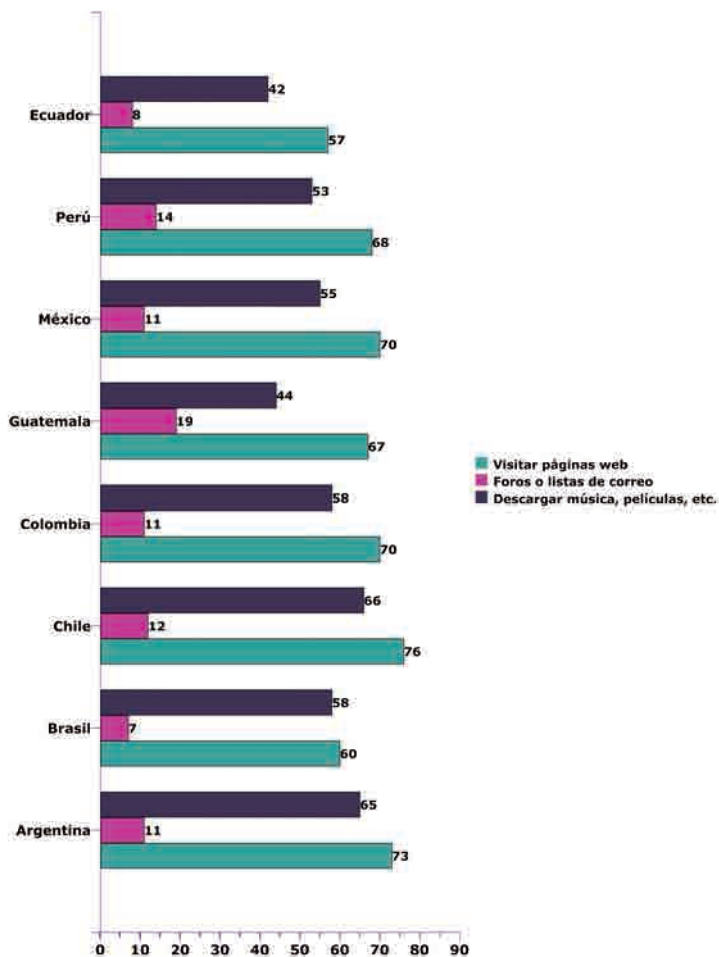


## 2 / Internet

90

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

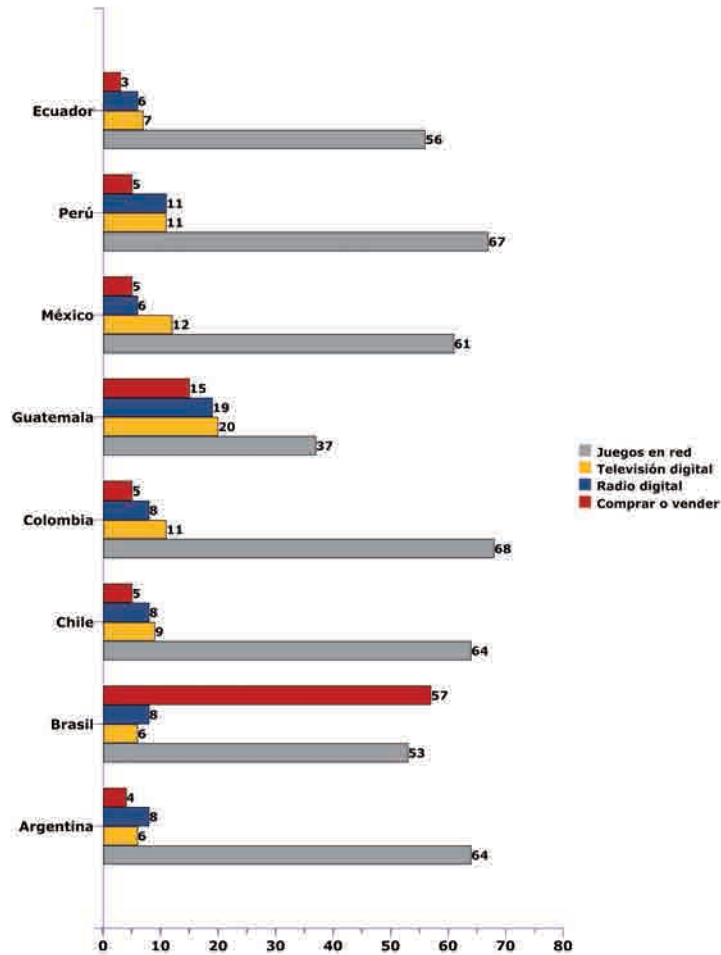
Gráfico 2.62. Uso de servicios de Internet. Conocer (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)"; "¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?"; "¿Sueles usar Internet para jugar en red?" y "¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc.)?"



Gráfico 2.63. Uso de servicios de Internet. Ocio y compras (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)”; “¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?”; “¿Sueles usar Internet para jugar en red?” y “¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc.)?”

En el caso de la dimensión “comunicar” en casi todos los casos salvo Guatemala y Ecuador, los menores declaran utilizar de forma asidua el correo electrónico por encima del 60% y el uso de Internet para el envío de mensajes SMS es especialmente intenso en el caso Argentina, Colombia, Guatemala y Perú. La utilización de la red para hablar con otras personas mediante el uso de sistemas VOIP alcanza su máxima penetración entre los menores brasileños con un





## 2 / Internet

92

39%. El Messenger es especialmente popular también en Brasil –69%–, Chile –47%– y México –46%–.

Los menores de Chile, Argentina, Colombia y México son los que más utilizan Internet como fuente de conocimiento a través de visitas a diversas páginas web, siempre con valores que alcanzan o superan el 70% para esta opción; la descarga de contenidos es una tarea frecuente para aquellos que residen en Argentina y Chile. Sin embargo, los menores de Guatemala y Ecuador se sitúan por debajo de la media en la utilización de la Red para estos fines.

El uso de redes sociales aparece liderado por los menores de Argentina, Brasil, Chile y Colombia: en estos países, ocho de cada diez tiene al menos un perfil en alguna de ellas. La posibilidad de compartir contenidos con otros internautas es reconocida por la mitad de los menores de los países antes citados a los que se suman aquellos que residen en México y Perú.

Por último, en el caso del ocio, los menores de Colombia y Perú acceden a juegos online bastante por encima de la media de otras zonas; es destacable que apenas el 7% de los menores de Argentina, Brasil y Ecuador también utilicen la Red para acceder a la televisión digital.

### 2.7. ACCESO A CONTENIDOS

En clara relación con los servicios utilizados aparece la cuestión sobre los contenidos más visitados. Las posibilidades que ofrece el estudio pueden agruparse en cuatro centro de interés. En primer lugar, aparecen los contenidos relativos al ocio como, por ejemplo: la música, los juegos, el humor, deportes, noticias, aficiones, etc. En segundo lugar, aquellos que obtienen la calificación de educativos y culturales, y cuyo acceso está especialmente vinculado al desarrollo de tareas escolares. Y, por último, un grupo de especial consideración lo constituye el acceso a contenidos calificados para adultos disponibles en la Red.

Los resultados globales sobre las tres categorías dibujan algunos rasgos peculiares en la Generación Interactiva ecuatoriana. El primero lo constituye la búsqueda de experiencias de ocio en el acceso a Internet. Dicho de otro modo, algunos de los contenidos incluidos en esta categoría son los que mayores puntuaciones obtienen, destacando la música, los juegos, o los deportes. Junto a esto, el contenido con menor atractivo lo constituye todo aquello que pueda ser calificado para “adultos”.

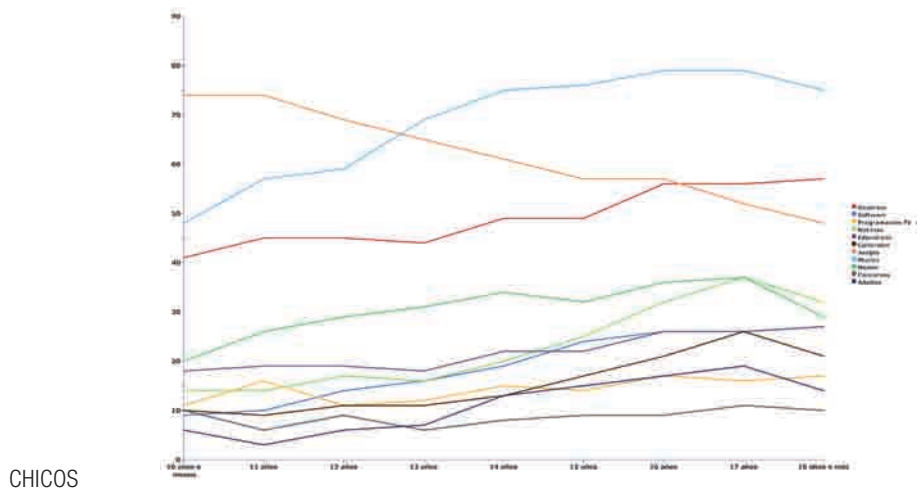
La búsqueda del entretenimiento a través del consumo de contenidos relacionados con el ocio se contraponen con fuerza a la posibilidad de encontrar en



Internet una fuente de conocimientos educativos o culturales. En términos medios, un 25% de los menores declara visitar habitualmente recursos educativos o culturales, situándose como tercer contenido más visitado .

La preferencia y uso frecuente de determinados contenidos tiene relación, como es lógico, con la edad y el sexo de los internautas. Los más pequeños se decantan principalmente por la búsqueda de contenidos relacionados con juegos y, según aumenta la edad crece el interés por todo lo relacionado con la música. aunque sean de naturaleza absolutamente distinta, con aquellas páginas de naturaleza educativa. Por otro lado, el acceso a contenidos educativos crece ligeramente con la edad y se intensifica a partir de los 14 o 15 años.

**Gráfico 2.64. Acceso a contenidos relacionados con los juegos, lo educativo, la música y “adultos” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

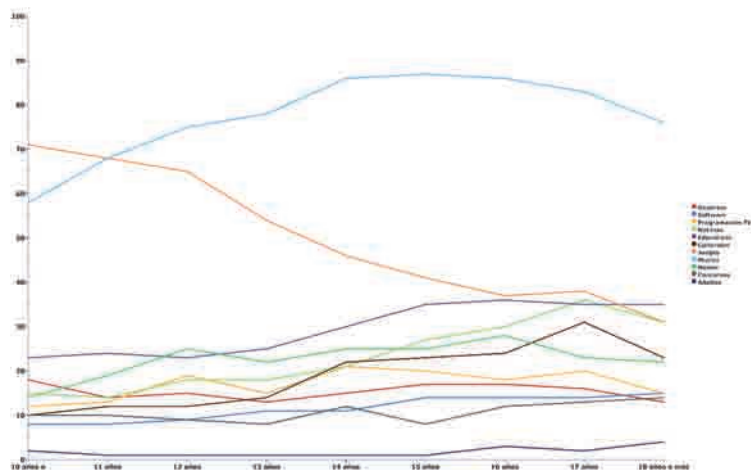


CHICOS



## 2 / Internet

94



CHICAS

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?”

Por sexos, las chicas mantienen una mayor preferencia sobre contenidos musicales y educativos. Los chicos, sin embargo, prefieren claramente los deportes, los juegos y todo aquello que esté relacionado con el humor. Es significativa su mayor preferencia por los contenidos “adultos”: 11% frente al 2% de las chicas. Por último, contenidos cuya preferencia de acceso no esté muy afectada en función del género de los usuarios son las noticias y los concursos.

Como se ha hecho anteriormente, la consideración de los resultados obtenidos en los diversos países permite trazar las principales diferencias y similitudes en función de la procedencia geográfica de los menores. La tabla siguiente expone los resultados obtenidos en este sentido:

**Tabla 2.14. Contenidos visitados en Internet (por país, de 10 a 18 años)**

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Ecuador	TOTAL
Música	79%	75%	79%	78%	63%	73%	72%	65%	74%
Juegos	59%	55%	60%	60%	57%	55%	56%	45%	56%
Deportes	39%	39%	29%	29%	34%	32%	32%	30%	31%
Humor	35%	32%	28%	30%	29%	23%	26%	18%	27%
Educativos	14%	22%	19%	25%	31%	19%	35%	31%	25%
Noticias	25%	42%	21%	21%	18%	20%	26%	19%	23%
Culturales	6%	19%	16%	18%	22%	15%	30%	13%	17%



	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Ecuador	TOTAL
Programación TV	13%	24%	14%	17%	27%	14%	15%	11%	16%
Software	13%	14%	15%	15%	14%	13%	19%	16%	15%
Concursos	11%	14%	10%	9%	17%	6%	14%	8%	10%
Adultos	8%	12%	7%	7%	5%	5%	5%	5%	6%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?"

### La ilustración anterior permite extraer algunas conclusiones:

- La música es un contenido de especial interés para aquellos menores que residen en Argentina, Chile y Colombia. En el caso contrario se encuentran Guatemala y Ecuador, con valores sobre acceso a contenidos musicales que aparecen por debajo de la media nacional; es significativa la diferencia entre la Región que realiza el acceso más intensivo a este tipo de contenidos frente a la que menos: 79% y 65% respectivamente.
- Los menores más interesados por los juegos residen en Chile y Colombia, en ambos casos se alcanza el valor del 60%. Los demás países aparecen por debajo de estos resultados y Ecuador vuelve a marcar el dato más bajo de acceso y se sitúa lejos de la media nacional, pauta que también es repetida en el epígrafe anterior.
- Los contenidos educativos interesan a tres de cada diez menores de Guatemala, Perú y Ecuador. Cerca de esta cifra y cercanos a la media global se sitúan menores de Colombia y Brasil. Los menores de Argentina son los que realizan un menor acceso, con un 14% de casos para este tipo de contenidos.
- Los datos sobre el acceso a contenidos relacionados con el deporte tienen la peculiaridad de ser bastante homogéneos en todos los países analizados: el dato más elevado lo encontramos en Argentina o Brasil con un 39% y el más bajo aparece entre escolares de Chile o Colombia con un 29%.
- En el caso de los contenidos relacionados con el humor, tanto en Brasil como en Argentina se supera el 30% de nivel de acceso por parte de los menores. Este tipo de contenido es mucho menos popular en el caso de los menores de Ecuador con un 18% de acceso. Por último, los contenidos considerados para adultos alcanzan su máxima penetración entre los menores brasileños con un 12% de acceso, dato que dobla la media global para esta cuestión.

Hasta aquí hemos visto cómo la Generación Interactiva utiliza los servicios disponibles en Internet y cuáles son los contenidos que visitan con mayor frecuen-



## 2 / Internet

96

cia. Una mirada conjunta a los resultados obtenidos en 2008 permite extraer, de modo conclusivo, algún otro rasgo definitorio de esta generación.

En primer lugar, el grado de acceso sobre contenidos considerados para adultos, concursos, software, parrilla de programas televisivos, culturales o noticias no se ha intensificado en el intervalo de dos años entre ambas investigaciones. En segundo lugar, los contenidos relacionados con el ocio ofrecen la pauta contraria y su interés ha crecido de forma global entre los menores de los países que conforman ambas investigaciones. Por último, en el caso contrario y con menor grado de acceso en 2010 aparece la música.

**Gráfico 2.65. Acceso a contenidos en Internet. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta "Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar?"

Dicho de otro modo, menores de distintos países tienen en común el uso de servicios como el Messenger, el correo electrónico o la propia World Wide Web. Sobre los contenidos ocurre algo similar: niños y jóvenes separados por grandes distancias físicas, culturales, educativas, etc. se unen en Internet como usuarios principales de contenidos únicos. La música, los deportes, los juegos, etc. constituyen lugares de encuentro común para una generación variada y extensa. En cuestión de contenidos es posible establecer un principio de convergencia universal sobre media docena de temas de interés: la coincidencia se confirma en menores de todos los países y las diferencias sobre la media global no son muy acusadas.



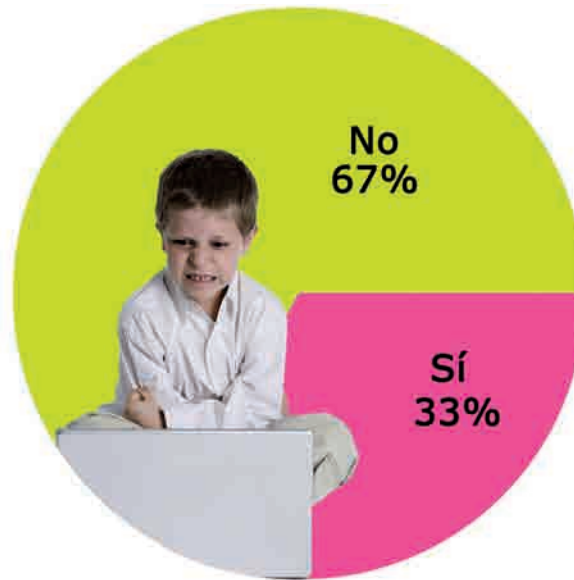
## 2.8. CREADORES DIGITALES

Además de la diversidad de servicios y contenidos que ofrece, Internet aporta por naturaleza la posibilidad de contribuir al medio, de pasar de espectador a emisor configurando contenidos propios. Este rasgo es explorado entre los menores internautas a través de su actividad como generadores de páginas web, blogs, etc. Se trata, en este apartado, de tipificar cuántos son creadores de sus propios contenidos, qué contienen esas páginas y cuál es la actitud sobre esta actividad.

Como puede verse en el siguiente gráfico, un tercio de los menores declara ser autor de su propia página web o han generado alguna vez algún blog, fotoblog o al algún espacio para difundir sus vídeos.

Por edades, el perfil como creador de contenidos es especialmente intenso entre los 14 y los 16 años. Según el sexo, la actividad de generación de contenidos atrae más a los chicos aunque eso no significa que haya poco interés entre las chicas por esta posibilidad: sirva como ejemplo que para este grupo y a los 16 años encontramos un 34% con perfil de creación de contenidos.

**Gráfico 2.66. Creadores de contenidos “¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?” (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “Has hecho alguna página web o algún blog?”

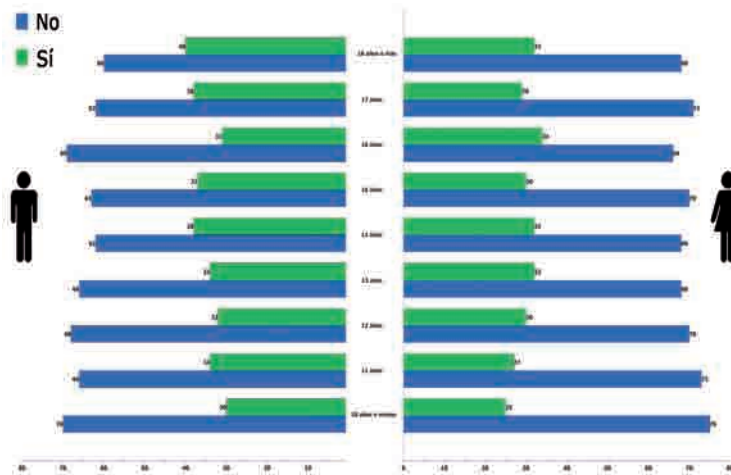


## 2 / Internet

98

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.67. Creadores de contenidos “¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

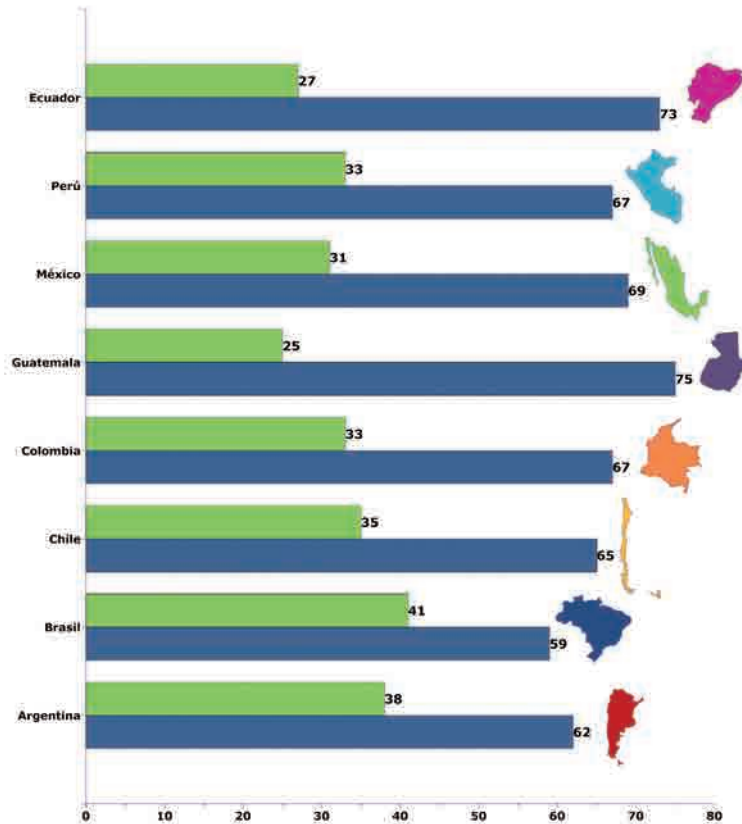


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “Has hecho alguna página web o algún blog?”

Los resultados de esta cuestión por países nos permiten diferenciar entre dos grupos: lugares dónde la Generación Interactiva tiene un perfil de creador de contenidos, y otros cuyo rasgo predominante es el consumo de contenidos. En el primer grupo se sitúan Brasil, Argentina y Chile seguida de menores que residen en Colombia. Como consumidores y no tanto creadores podemos encontrar a la Generación Interactiva de Guatemala, Ecuador, México o Perú.



Gráfico 2.68. Creadores de contenidos “¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “Has hecho alguna página web o algún blog?”

El contenido de las creaciones interactivas de estos menores guarda estrecha relación con sus preferencias en el momento de utilizar Internet. Así, los contenidos más visitados –música, deportes o juegos– son también la temática más frecuente de sus propias páginas web o blogs. La música es la temática elegida para el 50% de los casos, preferencia algo más acusada entre las chicas; los menores chilenos destacan por ser los mayores productores de este tipo de contenido. La generación de páginas relacionadas con los juegos se sitúa como segunda opción para casi un 34% de los creadores –Chile vuelve a destacar al obtener una media del 44%–. Los deportes obtienen una cifra muy similar al caso anterior; en este caso, son los chicos de Ecuador los que lideran esta posibilidad con un 39%. Por último, dos de cada diez menores declaran ser





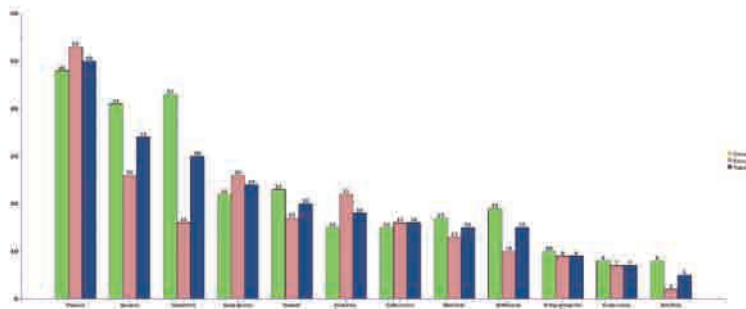
## 2 / Internet

100

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

creadores de contenidos educativos: se sitúan por encima de la media en esta opción los menores de la Colombia, Perú y Guatemala.

**Gráfico 2.69. Contenido de páginas Web y blogs propios (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Con qué contenido?”

**Tabla 2.15. Creación de contenidos por tipo (por país, de 10 a 18 años)**

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Ecuador	TOTAL
Música	57%	49%	59%	45%	50%	56%	54%	53%	50%
Juegos	28%	31%	44%	33%	21%	32%	38%	36%	34%
Deportes	28%	30%	21%	27%	29%	31%	30%	39%	30%
Educativos	15%	20%	11%	31%	24%	16%	30%	20%	24%
Humor	18%	28%	22%	20%	24%	19%	23%	17%	20%
Historia Personal	21%	23%	26%	16%	18%	19%	21%	16%	18%
Culturales	11%	17%	8%	18%	15%	12%	26%	12%	16%
Software	9%	12%	10%	18%	15%	12%	15%	14%	15%
Noticias	10%	25%	9%	14%	9%	13%	20%	15%	15%
Programación TV	8%	15%	7%	9%	6%	8%	10%	10%	9%
Concursos	2%	7%	8%	7%	0%	7%	13%	7%	7%
Adultos	2%	7%	3%	5%	3%	5%	4%	5%	5%

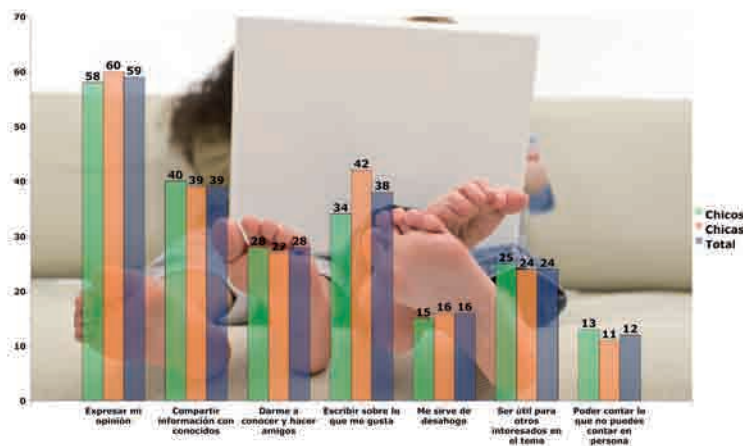
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Con qué contenido?”

Una última cuestión es ahondar en los motivos que provocan, entre los menores, dar el salto de usuarios a creadores de contenidos. Según la investigación



realizada, en primer lugar aparece la posibilidad de expresar la propia opinión, junto al hecho de poder compartir información con conocidos y hacer amigos. Al mismo tiempo, crear contenidos digitales les permite darse a conocer, y escribir sobre lo que les gusta. De forma menos acusada son reconocidos motivos como la utilidad para otros usuarios interesados en un mismo tema, la posibilidad de desahogarse en la realización de esta actividad o el poder contar cosas o aspectos que no se pueden transmitir en primera persona.

**Gráfico 2.70. Utilidad de tener una página web o blog propia (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "¿Qué es lo que te parece más útil de tener una web o blog propia?"

## 2.9. MEDIACIÓN EDUCATIVA

Los resultados expuestos hasta aquí dibujan a una generación que, frente a Internet, se muestra avanzada en su manejo y aprovechamiento. Por otro lado, la condición de los usuarios como menores también pone de manifiesto falta de autonomía y, por lo tanto, la necesidad de una mediación educativa teórica y práctica que asegure su correcto desarrollo.

En este sentido, la investigación realizada profundiza en tres cuestiones relacionadas con la necesidad de mediación educativa entre los menores y el uso de pantallas. La primera consiste en el grado de apoyo de la tecnologías para la realización de tareas escolares; la segunda se centra en las posibles acciones de mediación educativa por parte de los progenitores mientras los menores navegan. Por último, se explora la percepción sobre las restricciones que padres y madres trazan en el uso de determinados servicios de la Red.



## 2 / Internet

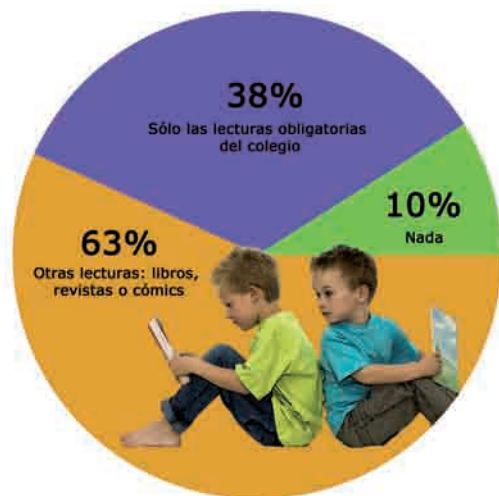
102

### 2.9.1. Una generación de estudiantes

A la luz de los resultados obtenidos, la lectura parece ser una actividad de gran profusión entre los menores: nueve de cada diez menores reconocen leer de forma habitual, ya sean las lecturas obligatorias del colegio o bien otros libros, revistas y cómics. En este sentido, es destacable el carácter “libre” que adquiere el interés por esta actividad al ser superior la opción de otras lecturas –libros, revistas, cómics, etc.– frente a aquellos textos que deben leer de forma obligatoria por indicación de sus profesores. Por sexos, es destacable una mayor afición de la lectura libre entre las chicas –70% frente al 57% de los chicos– y una mayor circunscripción a la lectura obligatoria entre los varones –41% frente al 35% de las chicas–. En función de la edad, el interés por esta actividad no experimenta variaciones significativas con respecto a la media global. Por último, según los diversos países estudiados pueden observarse algunos matices sobre esta cuestión. El grado de penetración de la lectura, es elevado en Colombia, Perú y Ecuador; Chile y Argentina presentan el mayor índice de no lectores, junto con Guatemala.

En cuanto al tipo de lectura, los menores de Argentina, Chile y Colombia destacan como aquellos que más se ciñen a dedicar tiempo única y exclusivamente a textos de obligada lectura; por el contrario, en Perú se da un mayor gusto por otro tipo de textos. Por último, Brasil presenta la cifra inferior en el caso de lecturas obligadas o recomendadas desde los centros escolares. de la naturaleza obligatoria o libre de la misma.

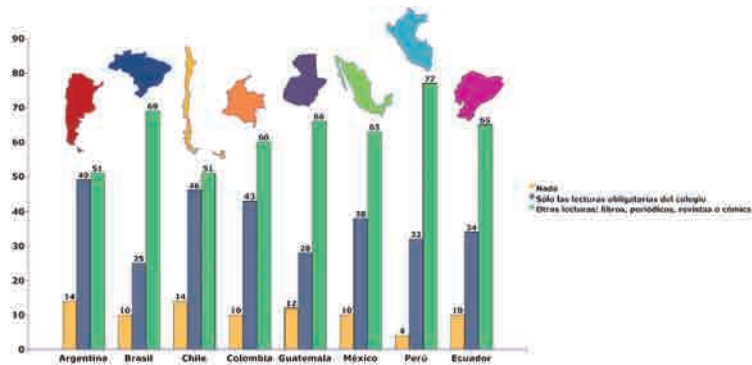
Gráfico 2.71. Índice de penetración de la lectura (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué lees?”



Gráfico 2.72. Índice de penetración de la lectura (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué lees?”

Como es lógico, el estudio o la realización de tareas escolares en casa ocupa una parte importante del tiempo de los menores. El gráfico relacionado con este asunto nos muestra los valores obtenidos en la encuesta sobre el particular, tanto en días laborables como en los fines de semana. Sobre el resultado, merece la pena destacar la escasa aparición de casos que afirmen no estudiar nada, siendo más frecuente dedicar entre 30 minutos y una hora al estudio personal, o bien entre una y dos horas, tanto en días laborables como los fines de semana. También es destacable que uno de cada diez reconozcan estudiar más de dos horas diarias. Por último, se da una mayor incidencia del estudio personal en los días laborables mientras que el fin de semana parece estar reservado a la realización de otras tareas más relacionadas con el ocio.

Por edades existe una lógica correlación entre los años y el tiempo de dedicación al estudio: el grupo de hasta once años prevalece en el intervalo “30 minutos” o “entre 30 minutos y una hora”, los adolescentes entre 12 y 15 años son mayoría en la situación “entre una y dos horas”, y por encima de este valor se sitúan aquellos escolares que ya han cumplido los 16 años. Por otro lado, son relevantes las diferencias en función del sexo que se da sobre esta cuestión, reconociendo las chicas una mayor dedicación al estudio en los intervalos superiores de. Por países, los escolares de Brasil destacan por liderar la franja “30 minutos”; el siguiente intervalo de hasta una hora es reconocido por el 35% de los menores mexicanos; entre una y dos horas alcanza sus valores máximos en el caso de Perú, que también lidera el intervalo de tiempo superior, de entre dos y tres horas. Por ser los que más tiempo dedican al estudio personal en los días laborables y durante los fines de semana.

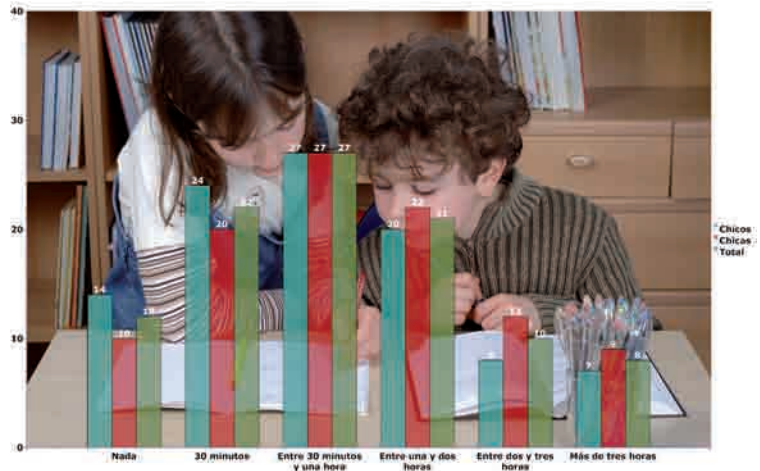


## 2 / Internet

104

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.73. Horas de estudio personal y de realización de tareas escolares. De lunes a viernes y fin de semana (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Cuántas horas estudias o haces la tarea entre semana?” y “¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?”



**Tabla 2.16. Horas de estudio entre semana (por país, de 10 a 18 años)**

	Nada	30 minutos	Entre 30 minutos y una hora	Entre una y dos horas	Entre dos y tres horas	Más de tres horas
Argentina	10%	19%	30%	26%	11%	5%
Brasil	13%	26%	27%	21%	6%	6%
Chile	16%	30%	31%	14%	3%	5%
Colombia	4%	14%	26%	28%	13%	15%
Guatemala	6%	21%	25%	26%	9%	12%
México	5%	24%	35%	22%	9%	5%
Perú	2%	11%	24%	29%	20%	13%
Ecuador	2%	16%	27%	28%	15%	12%
TOTAL	5%	18%	28%	26%	12%	11%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Cuántas horas estudias o haces la tarea entre semana?” y “¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?”

**Tabla 2.17. Horas de estudio entre semana (por país, de 10 a 18 años)**

	Nada	30 minutos	Entre 30 minutos y una hora	Entre una y dos horas	Entre dos y tres horas	Más de tres horas
Argentina	25%	22%	25%	19%	5%	3%
Brasil	26%	27%	25%	15%	4%	4%
Chile	26%	30%	24%	13%	3%	4%
Colombia	11%	20%	27%	22%	11%	9%
Guatemala	17%	19%	25%	19%	9%	11%
México	12%	29%	31%	18%	6%	4%
Perú	6%	12%	24%	27%	18%	13%
Ecuador	5%	19%	29%	25%	12%	9%
TOTAL	12%	22%	27%	21%	10%	8%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Cuántas horas estudias o haces la tarea entre semana?” y “¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?”

En relación al tiempo de estudio aparecen otras tres cuestiones incluidas en la investigación. En primer lugar, el dormitorio se define como el sitio preferente para el trabajo personal. La sala de estar aparece como segunda ubicación para los momentos de estudio y, con menor frecuencia, los menores declaran trabajar en otras ubicaciones de sus hogares. Por edades, es a partir de los 13 años



## 2 / Internet

106

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

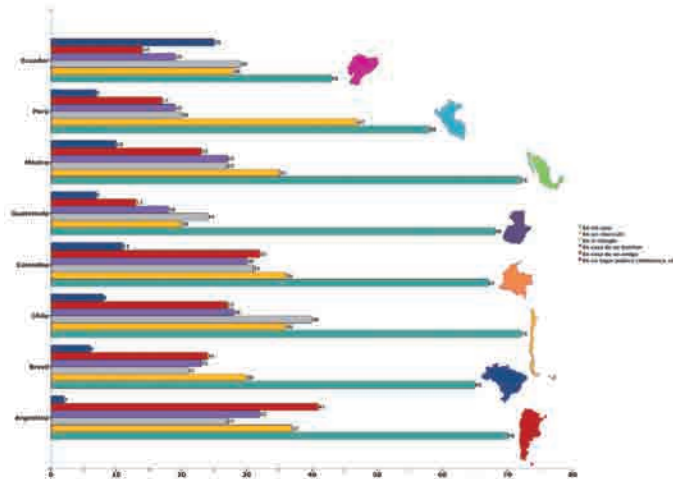
cuando se da un mayor uso del propio cuarto como “centro de operaciones”, superando el 50% de los casos. También es importante añadir que los lugares de estudio no están afectados por la variable sexo.

**Gráfico 2.74. Lugar habitual de estudio (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente?”

**Gráfico 2.75. Lugar habitual de estudio (por edad, de 10 a 18 años)**

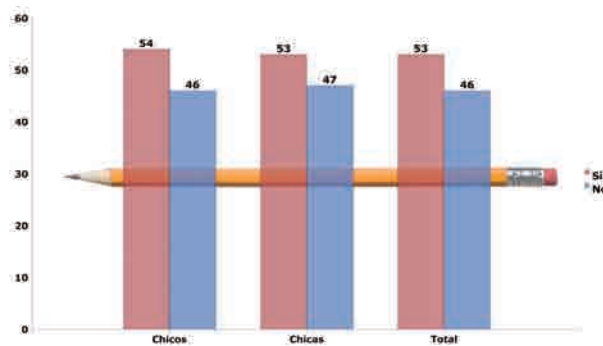


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente?”



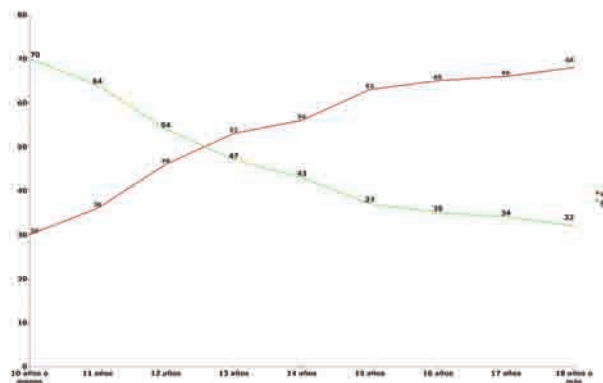
Una segunda cuestión sobre el tiempo dedicado al estudio fuera del colegio o la escuela se refiere a la existencia de algún tipo de ayuda personal durante esos momentos y, en su caso, su naturaleza. Al respecto, algo más de la mitad de los menores declaran plena autonomía en la realización de las tareas escolares o en los momentos de estudio, siendo la autonomía casi idéntica entre chicos y chicas. en ambos sexos esta posibilidad aumenta, lógicamente, con la edad: los 13 años marcan el punto de inflexión entre la autonomía y la dependencia en la realización de tareas escolares. Por países, se definen como los más autónomos los escolares de Argentina, Brasil y Guatemala; en caso contrario aparecen menores de Chile y Colombia.

**Gráfico 2.76. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?”

**Gráfico 2.77. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?”



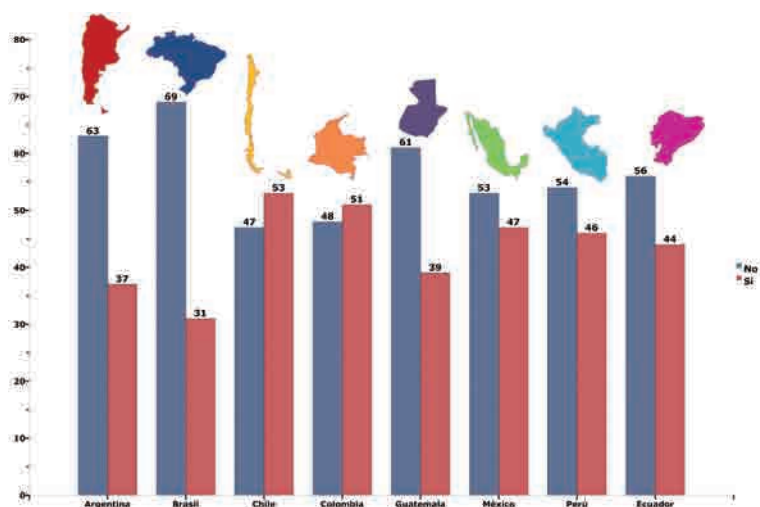


## 2 / Internet

108

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.78. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por país, de 10 a 18 años)

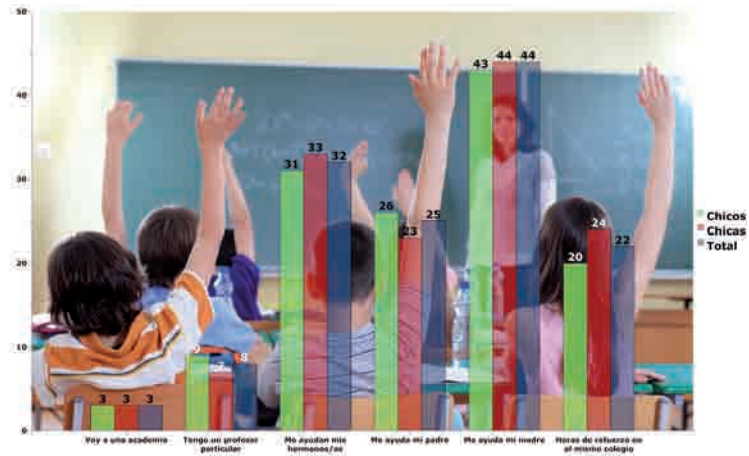


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta: “¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?”

La propia familia se constituye como la principal ayuda en la realización de tareas escolares: la madre es el principal apoyo para más de cuatro de cada diez menores, seguidos de los hermanos/as –32%– o el padre con un 25%. Algo menor son las ayudas fuera de este entorno familiar: un 22% reconoce contar con horas extra de refuerzo en los propios centros educativos, un 8% cuenta con un algún profesor particular y el 3% acude a un instituto o academia. Según el sexo, los chicos suelen contar con una ligera mayor ayuda en casi todas las opciones menos en el caso de su padre o un profesor particular. Por último, según aumenta la edad de los escolares se observa una tendencia decreciente en la existencia de cualquier tipo de ayuda para la realización de tareas académicas.

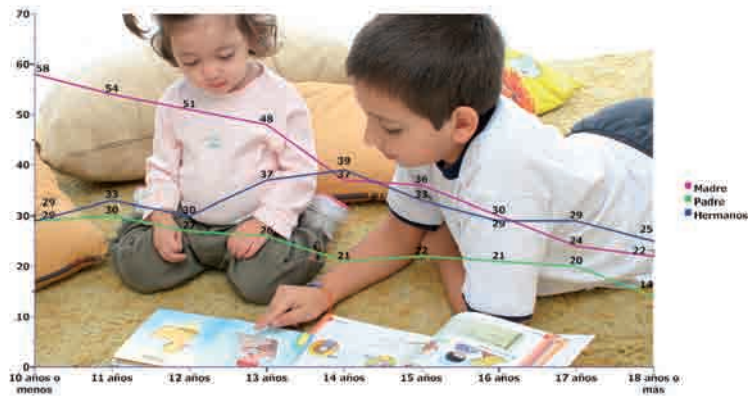


**Gráfico 2.79. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea?”

**Gráfico 2.80. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea?”

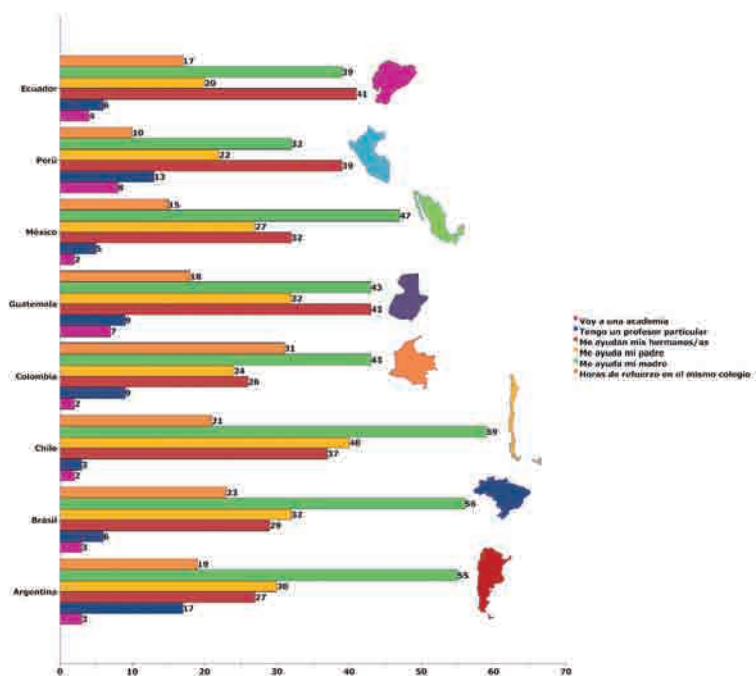
Según los diversos países la intervención de la madre o el padre es especialmente intensa en Chile y Guatemala y los hermanos destacan también como ayuda en Guatemala y Ecuador.



## 2 / Internet

110

Gráfico 2.81. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por país, de 10 a 18 años)



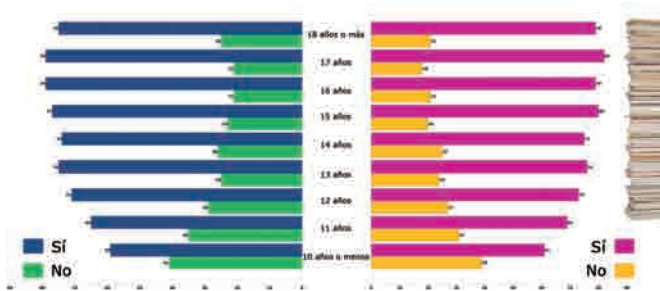
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea?”

La tercera cuestión relacionada con el estudio tiene que ver con el grado de uso de las tecnologías en la realización de las tareas escolares. Según la investigación realizada, un 47% reconoce apoyarse en la computadora o en Internet sin que se aprecien diferencias abultadas, en este sentido, en función del sexo. La edad, sin embargo, sí aporta matices: a partir de los trece años el uso de estas herramientas tiende a decrecer.



**Gráfico 2.82. Utilización de la computadora o Internet en el estudio personal o la realización de tareas escolares (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

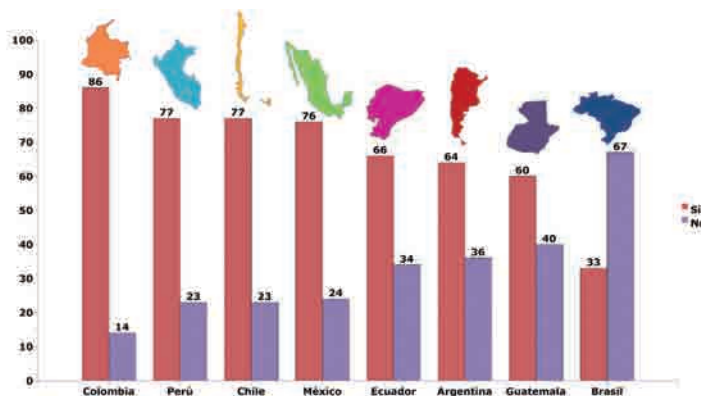
CHICOS VS. CHICAS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Te ayudas de la computadora o Internet para realizar los deberes o estudiar?"

Los recursos más utilizados como apoyo en el estudio o las tareas escolares son Internet –90%–, programas informáticos de tipo Word, Excel, Power Point, etc. –50%–, enciclopedias digitales –27%– y, en medida mucho menor, CD interactivos –5%–. Por países, se da un aprovechamiento más intensivo de estos recursos en Argentina, Chile y Colombia. Por otro lado, la utilización de Internet es ampliamente reconocida por chicos y chicas mientras que éstas últimas parecen apoyarse algo más en programas de edición de textos, hojas de cálculo o presentaciones. Por último, el aumento de la edad correlaciona positivamente con el grado de uso de estas opciones.

**Gráfico 2.83. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Qué herramientas utilizas para realizar los deberes o estudiar?"



## 2 / Internet

112

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.84. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por sexo, de 10 a 18 años)



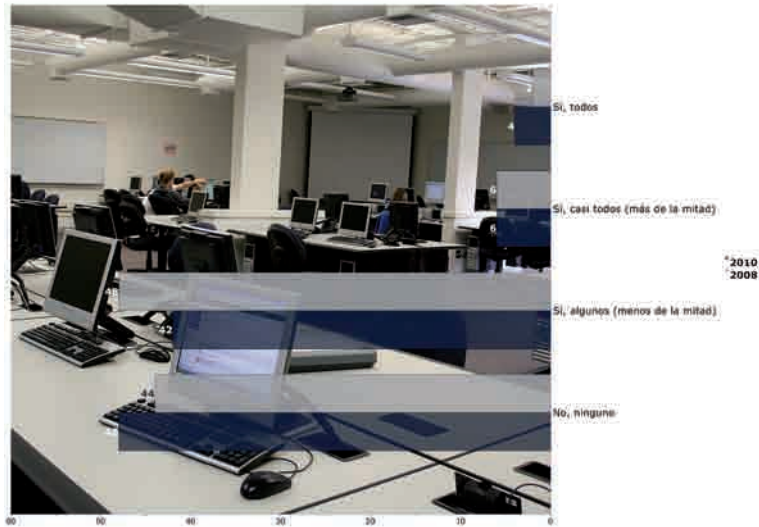
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué herramientas utilizas para realizar los deberes o estudiar?”

### 2.9.2. El papel de los profesores

La escuela y el rol de los docentes como usuarios de Internet se convierten en testimonio de alto valor educativo y prescriptor de buenas prácticas sobre un buen uso de Internet. Y la primera condición para que se dé esa mediación a través del ejemplo será que los propios menores reconozcan en sus maestros la condición de internautas. Las respuestas a la pregunta: ¿Alguno de tus profesores usa Internet para explicar su materia o lo recomienda para estudiar? vienen resumidas en el siguiente gráfico y nos pueden dar pistas sobre la realidad práctica de una posible prescripción docente.



**Gráfico 2.85. Profesores que usan Internet en el colegio. Comparación 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?”

La fuerza o influencia educativa de los docentes como usuarios de Internet es relativamente limitada. Según sus alumnos, algo menos de la mitad no utiliza ni recomienda Internet como algo útil para el estudio. Como nota positiva, el 52% restante reconoce tener maestros o maestras que les animan, con su ejemplo o con recomendaciones directas, al aprovechamiento de la Red como fuente importante para resolver problemas de estudio o tareas escolares. Dentro de este grupo, un 5% reconoce que todos o casi todos los profesores son usuarios y prescriptores del buen uso de Internet. En este sentido, en comparación con la investigación realizada en 2008 la percepción sobre el grado de uso de Internet por parte de los docentes no ha experimentado cambios muy significativos.

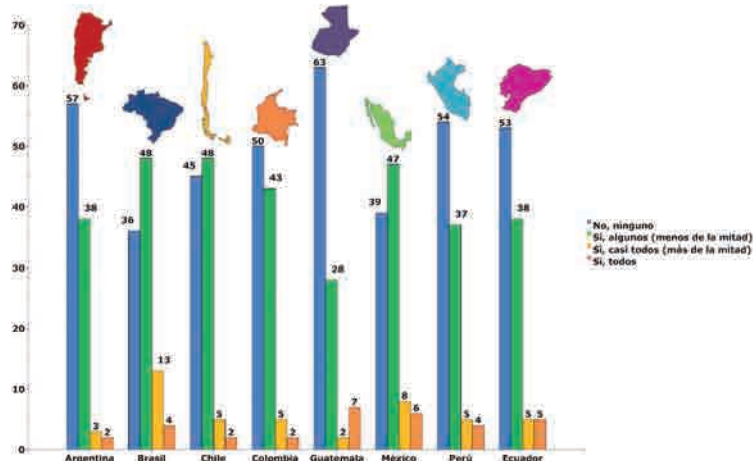
Por países, los docentes más activos en el uso y la recomendación de Internet pertenecen a Brasil y México; el caso contrario se da en Argentina y Perú. Por otro lado, Brasil destaca por encima de la media en las opciones: “Sí casi todos (más de la mitad)” y Guatemala lo hace en el caso: “Sí, todos”.



## 2 / Internet

114

Gráfico 2.86. Profesores que usan Internet en el colegio (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?”

### 2.9.3. El papel de la familia

A pesar de la autonomía de la Generación Interactiva frente a la Red y de la mejorable incidencia de los progenitores, bien como compañía o como referencia educativa en el uso de Internet, la ausencia de criterio entre los menores no es nula.

En este sentido, la investigación realizada se centra en dos cuestiones. En primer lugar, la existencia de comportamientos de mediación familiar que sean percibidos por los menores, tales como: la navegación conjunta, el interés por las actividades desarrolladas en la Red, la comprobación posterior de las rutas de navegación, etc. En segundo lugar, se interroga sobre el grado de restricción parental en determinadas cuestiones como dar información personal, realizar compras on-line, descargar archivos, chatear, ver películas o fotos, etc.

El gráfico 2.87 resume los resultados globales relativos a la cuestión ¿Qué hacen tus padres mientras navegas por Internet?. En este sentido, es posible aglutinar las respuestas entorno a tres posibilidades:

a. Ausencia de mediación. El 23% de los menores declara, durante sus momentos de navegación por Internet, la ausencia de cualquier acción o interés por parte de sus progenitores. Dicha percepción es superior en el caso de los chicos: un 29% frente al 26% de los chicas, y aumenta con la edad hasta situarse, para los más mayores, en porcentajes que superan el 48% en el caso de las chicas por encima de los 18 años.

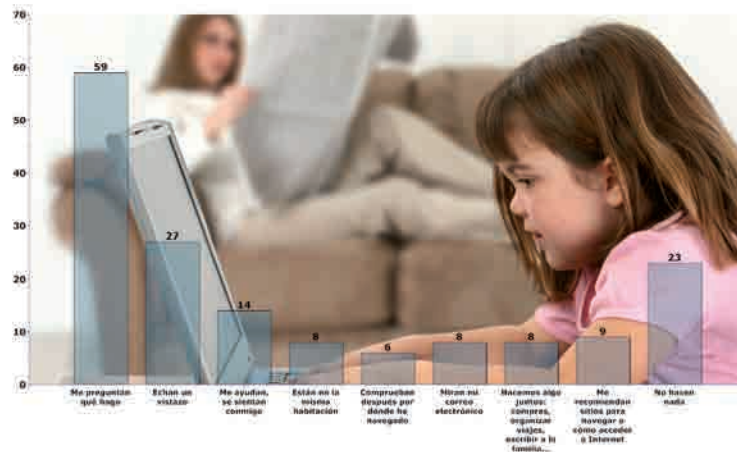




b. Mediación activa. Implica cierto grado de intervención por parte de los progenitores durante los momentos de navegación de los menores. La forma más extendida y reconocida entre la Generación Interactiva consiste en la respuesta del 54% a la posibilidad “Mis padres me preguntan qué hago mientras estoy navegando en Internet”. Un 34% reconoce un paso más en la tarea educativa de sus padres y afirma que “echan un vistazo” en esos momentos, posibilidad más frecuente entre las chicas. Lejos de estas posibilidades, aparecen comportamientos más activos como “me ayudan” –11%– o hacemos algo juntos –10%–. Tampoco parece frecuente la presencia de los padres en la misma habitación mientras los menores navegan. La variable sexo indica una mayor mediación activa en el caso de las chicas. Lógicamente, la edad sí correlaciona en las pautas de mediación parental, aumentando su probabilidad según decrece. Por último, uno de cada diez menores reconoce que sus padres le recomiendan sitios para navegar en Internet.

c. Mediación pasiva. En algunas ocasiones, padres y madres realizan una mediación o revisión educativa a posteriori sobre las rutas y conductas de sus hijos como navegantes. Un 6% de los menores sabe que sus padres revisan los lugares por los que han navegado; otro 6% declara el acceso a sus mensajes electrónicos por parte de sus progenitores.

**Gráfico 2.87. Mediación activa y ausencia de mediación en Internet (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las pregunta “¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?”

La comparación de estos datos con los obtenidos anteriormente en Iberoamérica permite concluir un aumento en la percepción de los menores sobre las





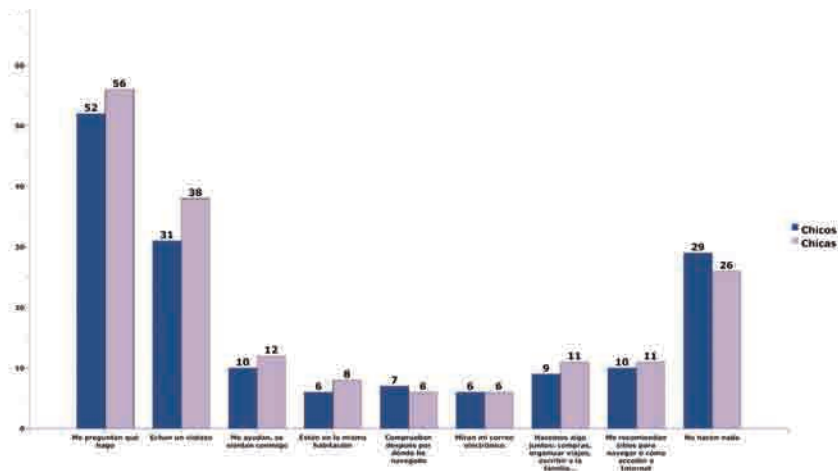
## 2 / Internet

116

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

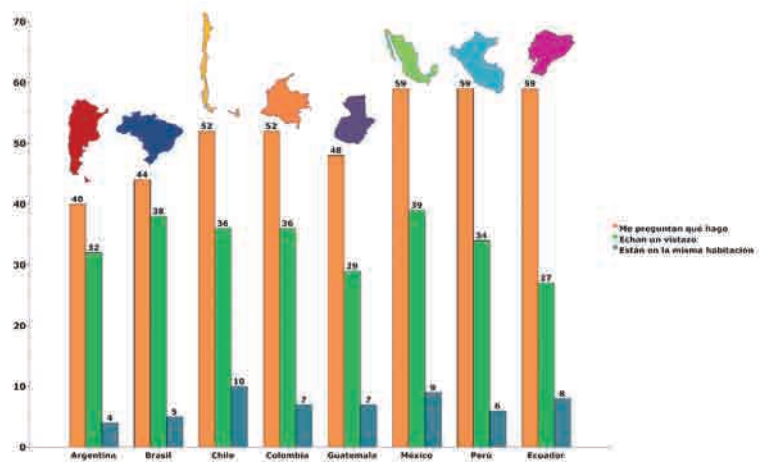
distintas acciones de mediación que realizan sus padres ante su actividad en Internet. Por un lado, son menos los casos que reconocen la ausencia de mediación y, por otro, son mayores algunos de los índices de mediación familiar como es el caso de “me preguntan qué hago” o “echan un vistazo”.

**Gráfico 2.88. “Mientras me conecto, mis padres...” (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?”

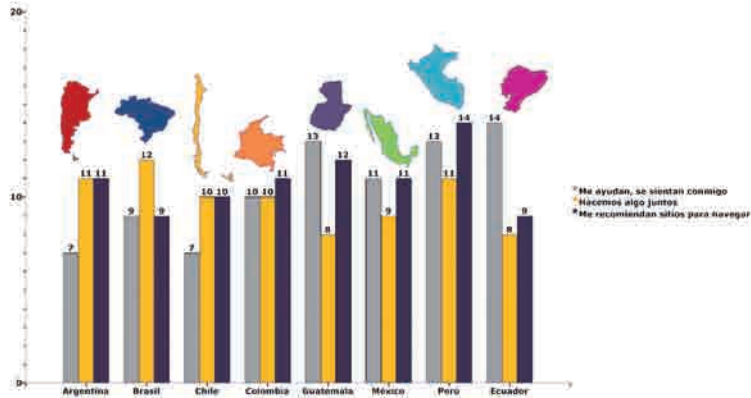
**Gráfico 2.89. Mediación familiar activa en Internet (I) (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?”

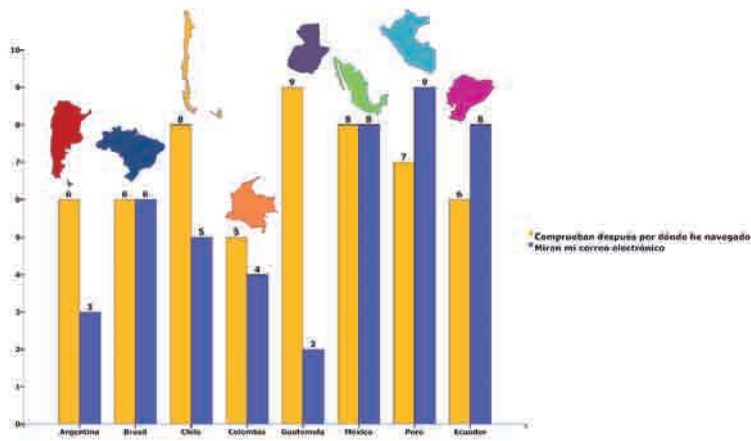


Gráfico 2.90 Mediación familiar activa en Internet (II) (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?"

Gráfico 2.91. Mediación familiar pasiva en Internet (por país, de 10 a 18 años)



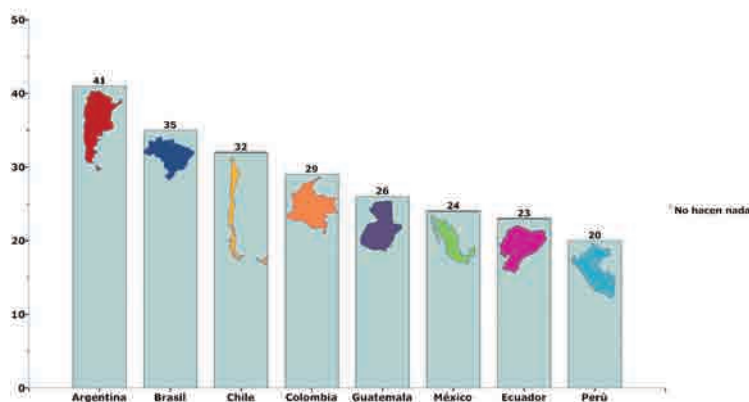
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?"



## 2 / Internet

118

Gráfico 2.92. Ausencia de mediación familiar en Internet (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet?”

Por países, el reconocimiento de acciones de mediación familiares por parte de los menores merece el siguiente comentario:

La opción “me preguntan qué hago” es más frecuente para menores que residen en México Perú y Ecuador, con valores muy cercanos al 60%. Por encima de la mitad de los casos se sitúan Chile y Colombia; el sentido opuesto lo ocupan los menores de la Argentina, con un 40%.

Los datos sobre la respuesta “Mis padres echan un vistazo mientras navego” son algo más homogéneos que la opción anterior. El escenario de máxima puntuación se da en México con un 39% y el dato más bajo es un 27% para los menores de Ecuador. El resto de zonas se mueve entre esos intervalos, alcanzando el 36% en Chile y Colombia.

Aunque globalmente es un comportamiento poco frecuente, La dimensión “mediación activa” es algo intensa en Guatemala, Ecuador y Perú para el escenario de padres y madres que ayudan a sus hijos a navegar por la Red. Por otro lado, los menores de Brasil se sitúan en cabeza en la realización de tareas conjuntas con sus progenitores a través de Internet.

Por último, la mediación pasiva es reconocida por el 9% de los menores de Guatemala y Perú. Se sitúa en sentido contrario, Argentina con resultados que no superan el 3% para la opción “miran mi correo electrónico”.

La segunda cuestión relacionada con la mediación educativa familiar se refiere al criterio expresado por los menores sobre la prohibición expresa de utilizar alguno de los servicios o contenidos disponibles en la Red.



Los datos globales indican que para dos de cada diez integrantes de la Generación Interactiva no existe ningún tipo de restricción en el momento de acceder a Internet, opción más frecuente entre los chicos –25% frente al 19% de las chicas– y que aumenta de forma progresiva según crece la edad de los internautas hasta llegar a afectar al 44% mayores de 17 años.

Entre los que declaran tener algún tipo de recomendación paterna sobre conductas a evitar mientras navegan por la Red, el punto más coincidente se encuentra en la cuestión relacionada con divulgar información personal a través de Internet, prohibida por los progenitores en cinco de cada diez casos. En segundo lugar, aparece la opción “comprar algo”: el 42% conoce la inconveniencia de tal conducta, siendo las chicas más conscientes de ello.

El resto de posibilidades ofrecidas desde el cuestionario no supera un índice de prohibición paterna entorno al 20%. En este sentido, la posibilidad de suscribirse a algún boletín o lista de correo, está vetada por los padres en un 19% de los casos. Para un 10% existe una prohibición expresa sobre la posibilidad de utilizar la Red como plataforma de envío de mensajes SMS o para colgar fotos y vídeos. Un 8% tiene restricciones a la hora de acceder a las redes sociales y el casi mismo porcentaje de menores no debe descargar archivos o películas; proporción algo mayor para el caso “chatear o usar el Messenger”. Por último, también aparecen ligeramente restricciones sobre el visionado de vídeos y fotos, el envío de correos electrónicos y el juego. Como es lógico, la presencia de restricciones en el uso de Internet se atenúa con la edad, mientras que por sexos, hay una mayor percepción entre las chicas en opciones como , por ejemplo, dar información personal o suscribirse a listas de correo y boletines.



## 2 / Internet

120

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.93. Prohibiciones en Internet (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer?"

La procedencia geográfica aporta matices a los datos globales sobre determinadas prohibiciones paternas percibidas por los menores, tal como pueden observarse en la siguiente tabla.

Tabla 2.18. Prohibiciones en Internet (por país, de 10 a 18 años)

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Ecuador
Comprar algo	47%	46%	47%	41%	47%	47%	36%	38%
Chatear o usar el Messenger	9%	11%	7%	8%	10%	10%	13%	13%
Dar información personal	48%	53%	46%	54%	49%	61%	49%	41%
Suscribirse a algún boletín o lista de correo	18%	17%	14%	18%	19%	24%	22%	16%
Acceder a una red social	8%	7%	3%	7%	10%	11%	12%	8%



	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Guatemala	México	Perú	Ecuador
Descargar archivos (programas, música, películas, etc.)	7%	8%	7%	8%	12%	11%	14%	8%
Ver videos o fotos	9%	8%	6%	6%	10%	9%	14%	10%
Colgar fotos o videos	11%	11%	8%	11%	9%	16%	17%	12%
Enviar mensajes a celulares	8%	9%	13%	9%	11%	11%	13%	11%
Enviar correos electrónicos	3%	4%	4%	3%	9%	5%	7%	6%
Jugar	3%	6%	7%	6%	8%	7%	13%	14%
No me prohíben nada	28%	23%	27%	23%	15%	15%	21%	22%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer?"

Es evidente que el tiempo y las acciones de los menores implican y preocupan en mayor o menor medida a los progenitores. Internet no escapa a este principio y, en ocasiones, el uso de la Red puede tener consecuencias como determinadas discusiones familiares o ser objeto de premio o castigo como consecuencia de otros comportamientos. Una serie de preguntas en nuestro cuestionario tipifican la opinión de los menores al respecto, veamos algunos resultados.

En primer lugar, es relevante que para siete de cada diez menores no exista motivo alguno de discusión familiar derivada de su dedicación intensa a la Red. El dato mantiene cierta tendencia creciente conforme a la edad. Por sexos, la tendencia es similar, con un mayor grado de discusión para las chicas, que se agudiza entre los 14 y los 16 años.



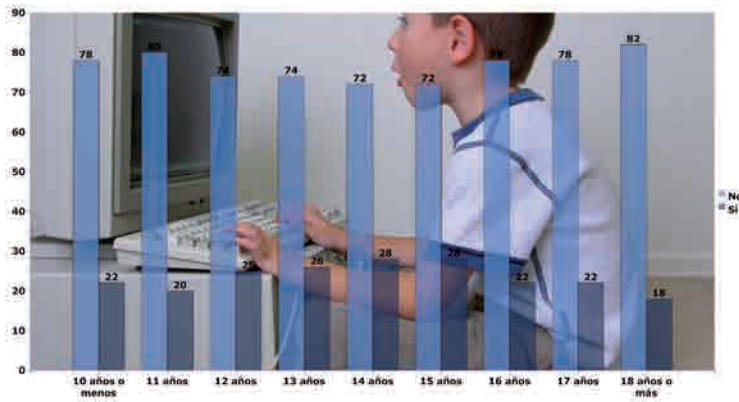
## 2 / Internet

122

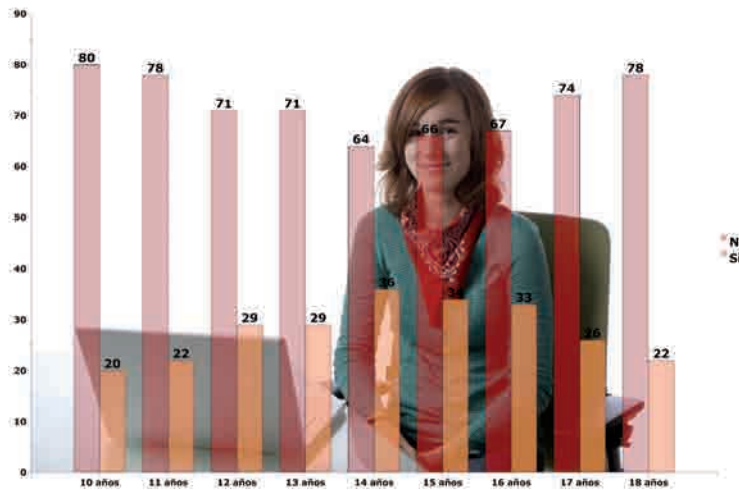
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.94. “Discuto con mis padres por el uso que hago de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

CHICOS



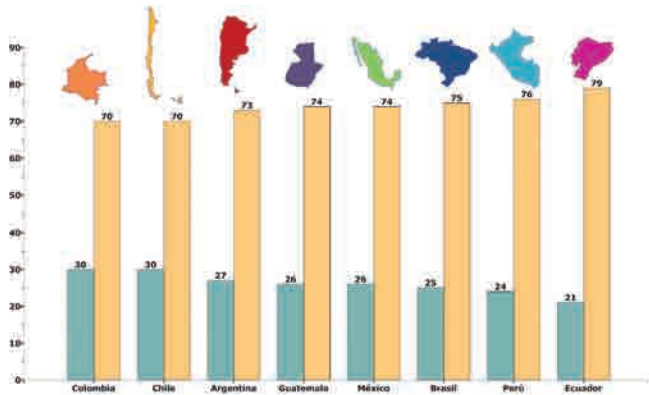
CHICAS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?”



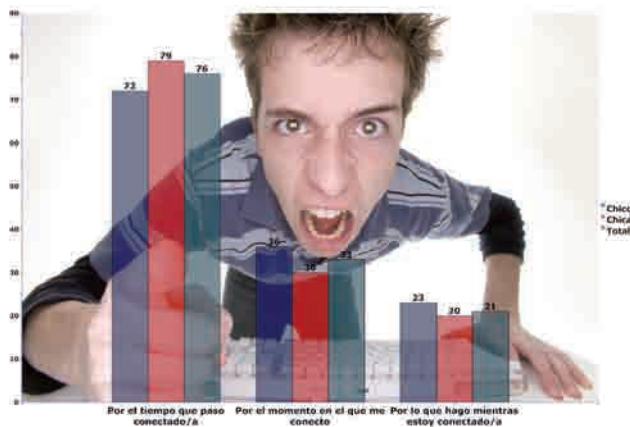
**Gráfico 2.95. “Discuto con mis padres por el uso que hago de Internet” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?”

En la situación de un posible conflicto entre padres e hijos sobre el uso de Internet, la causa más frecuente suele ser por el tiempo de conexión: un 76% discute por este motivo, siendo creciente según la edad y más frecuente entre las chicas -79%- frente a los chicos -72%-. Lejos de este resultado se sitúa un segundo motivo de discusión: el momento del día en el uso de Internet, elección que genera tensiones familiares para un tercio de los menores. En este caso, son los chicos los que toman la delantera en este conflicto: así lo afirma un 36% frente al 30% de las chicas. Por último, es mucho menor el conflicto derivado de los contenidos o acciones desarrolladas en la Red: el dato global se sitúa en el 21%, siendo algo mayor la incidencia entre los chicos.

**Gráfico 2.96. Motivos de discusión con los padres sobre el uso de Internet (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?” y “¿Por qué motivos?”





## 2 / Internet

124

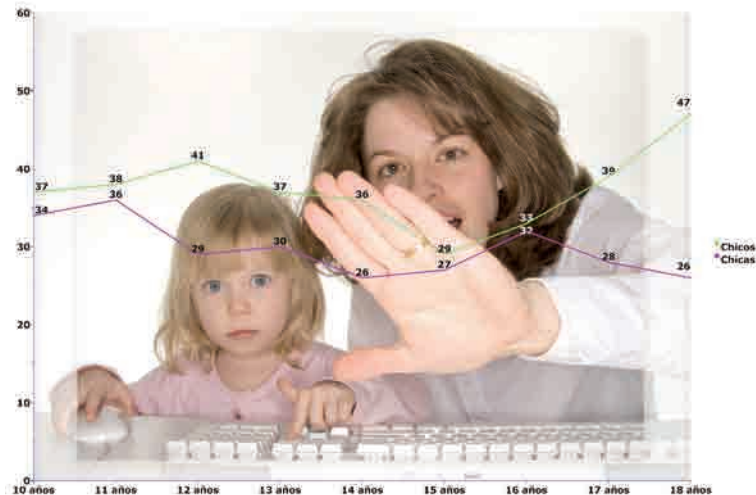
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Gráfico 2.97. “Discuto con mis padres por el tiempo que dedico a navegar (por sexo y edad, de 10 a 18 años)”**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?” y “¿Por qué motivos?”

**Gráfico 2.98. “Discuto con mis padres por el momento en el que me pongo a navegar (por sexo y edad, de 10 a 18 años)”**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?” y “¿Por qué motivos?”



Gráfico 2.99 “Discuto con mis padres por lo que hago mientras navego (por sexo y edad, de 10 a 18 años)”



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?” y “¿Por qué motivos?”

Según las diversos países, sobre el principal motivo de discusión –tiempo de conexión– encontramos a los menores de Guatemala y Chile liderando esta posibilidad; se sitúan por detrás de ellos los residentes en Argentina. Por otro lado, Ecuador y México, muestran la pauta contraria y, por lo tanto, tienen un índice por debajo de media en esta opción.

La discusión sobre el momento del día en la utilización de Internet es intensa en el caso de los menores de Argentina y Brasil y el dato más bajo para esta cuestión lo encontramos en menores de Guatemala -14%.

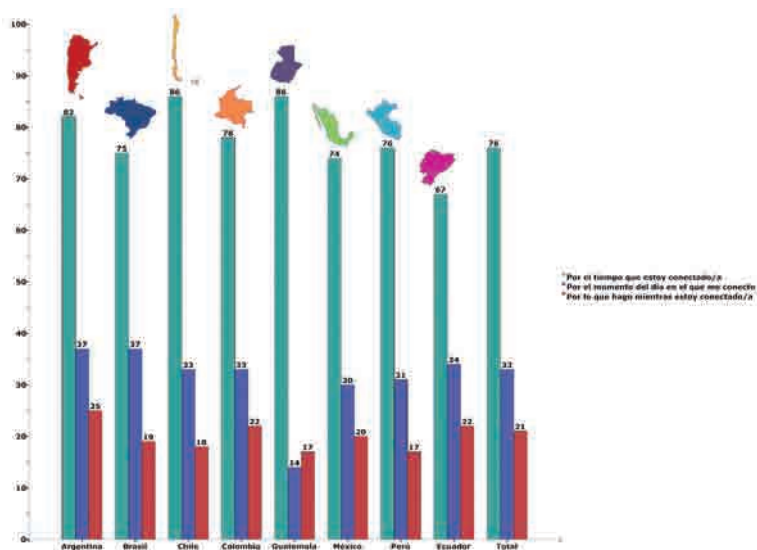
Por último, los menores de Argentina son los que más discuten con sus padres con motivo de sus acciones virtuales, situación que afecta al 25% de los internautas de este país. En sentido contrario aparece Guatemala y Perú: solo un 17% parece tener problemas de esa naturaleza con sus progenitores.



## 2 / Internet

126

Gráfico 2.100. Motivos de discusión (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Por qué motivos?”

## 2.10. ACTITUDES Y VALORACIONES

### 2.10.1. Internet como opción de ocio

La llegada de un nuevo medio de comunicación tiene la virtualidad de provocar un efecto de arrastre de audiencias de los medios preexistentes que ven incrementarse la competencia con la llegada de nuevas plataformas. Este efecto desplazamiento y de reorganización de los públicos se ha estudiado tradicionalmente con la llegada de nuevos medios al mercado.

Las TIC están teniendo influencia en el consumo de los medios tradicionales, pero hay que considerar que la Generación Interactiva no ha sufrido el efecto desplazamiento tal y como se entiende de modo habitual. El uso que ellos hacen de las nuevas pantallas no ha implicado que hayan prescindido de otras, sino que desde el inicio, cuando han conformado su dieta mediática, las nuevas han formado parte del menú. Por tanto, su adopción de los nuevos medios no ha desplazado a ningún otro medio. Sí se puede observar un efecto desplazamiento en la preferencia de unas pantallas sobre otras respecto a generaciones anteriores.



Hay que tener en cuenta, además, que no sólo las pantallas o los medios, compiten entre sí por el tiempo y la preferencia de la Generación Interactiva. Para este grupo de edad, el consumo de estas plataformas raramente es una actividad “vertical” y estanca. Más bien se trata de algo horizontal, que afecta a toda su vida.

Las actividades que constituyen el universo de estos menores son múltiples e incluyen las sociales, las familiares y las lúdicas. Y en algunas de estas actividades las pantallas tienen un papel importante: conectarse al messenger, o a una red social, por ejemplo, es otra forma de estar con los amigos. Esto hace más patente si cabe el carácter instrumental que para ellos tiene la tecnología. Por ello cabe agrupar estas preferencias bajo la etiqueta tecnológica (ocio interactivo) o por tipo de actividad, según la cual la preeminencia de los dispositivos puede ser mayor o menor.

Por ello en la encuesta se pregunta a los menores “¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar?”. La tarde-noche, una vez finalizadas las tareas escolares y las actividades de formativas adicionales que se realizan además del colegio, es considerado un tiempo de descanso y apreciado especialmente como el momento en el que se puede elegir hacer algo que exprese una preferencia de ocio. Entender y saber qué eligen los menores nos puede ayudar a entender sus preferencias y a valorar en qué medida el ocio ideal está relacionado con cuestiones como la tecnología (navegar, jugar a los videojuegos), la relación social (hablar con mi familia, hablar por teléfono), o entretenimientos más tradicionales (leer, dormir).

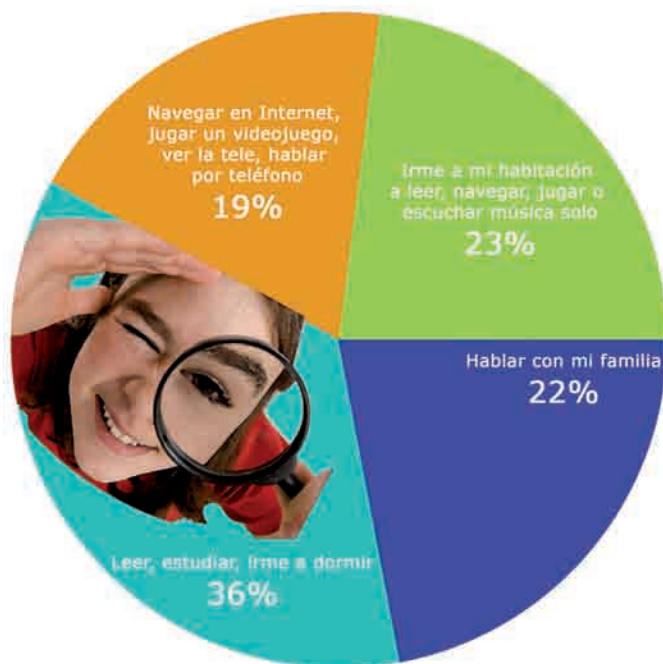
El gráfico muestra como, en términos generales, la balanza se inclina, entre los niños y niñas (6 a 9 años) de los ocho países analizados, por actividades tradicionales como leer, estudiar o irse a dormir, entre las favoritas: así sucede en el 36% de los casos. La segunda opción favorita está asociada a un ocio interactivo de disfrute con un carácter más personal e individual (23%). En tercer lugar está la opción “hablar con mi familia” que es la elegida por un 22% de los pequeños. La última elección de los más pequeños, 24%, son actividades de ocio interactivo con un carácter más social (ver la televisión, hablar por teléfono).



## 2 / Internet

128

Gráfico 2.101. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (de 6 a 9 años)



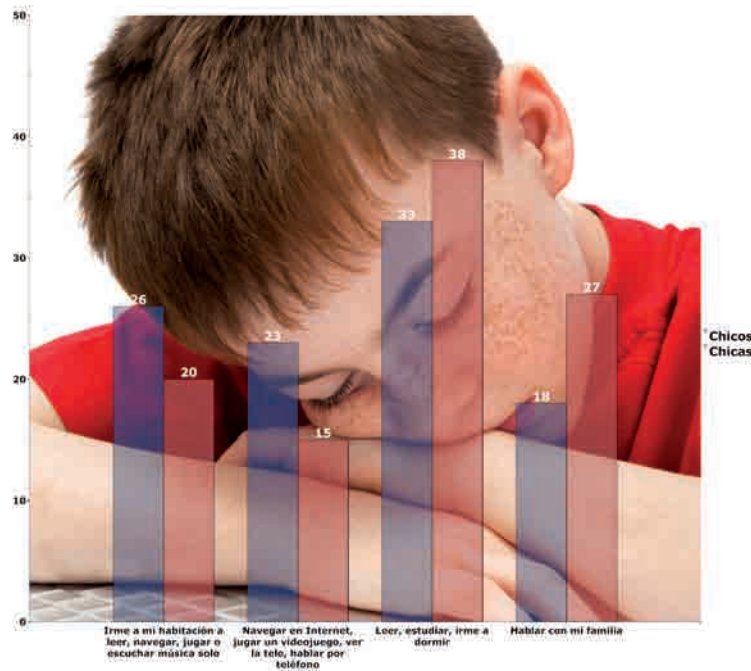
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?”

Sin embargo, las diferencias por sexo a la hora de preferir determinadas actividades son clarísimas. En el caso de las niñas, con prioridades mucho más claras y marcadas, su opción favorita, con un 38% de las respuestas, es “leer, estudiar, irme a dormir”: acciones asociadas con un tiempo de descanso o entretenimiento más tradicional. En segundo lugar, las niñas optan, con un 27% de los casos, por “hablar con mi familia” como opción preferida. El ocio interactivo, más individual (20%) o social (15%) ocupa las dos últimas posiciones.

Ellos, en cambio, prefieren con claridad las pantallas frente a las otras posibles actividades. Aunque la primera opción es la misma que las niñas, “leer, estudiar, irme a dormir” para el 33%, “irme a mi habitación a leer, navegar, jugar o escuchar música solo” es la opción favorita para el 26% de los pequeños, seguida de cerca por “navegar, jugar un videojuego, ver la tele, hablar por teléfono” con el 23% de las elecciones. Tan solo el 18% de los chicos opta por “hablar con mi familia” como algo en lo que invertir el tiempo después de cenar.



Gráfico 2.102. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por sexo, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?”

El panorama por países no es homogéneo. La opción favorita en la media de todos ellos, “leer, estudiar, irme a dormir”, domina con claridad entre los menores de Perú (41%), Ecuador (36%) y México (31%). Sin embargo “navegar en Internet, jugar a un videojuego, ver la tele, hablar por teléfono”, es decir actividades de ocio de un carácter más social, es la opción favorita entre los pequeños de Argentina (40%), Brasil (35%) y Colombia (30%). En Guatemala y en Chile la preferencia se inclina por un ocio interactivo más individual (34% y 27% respectivamente).

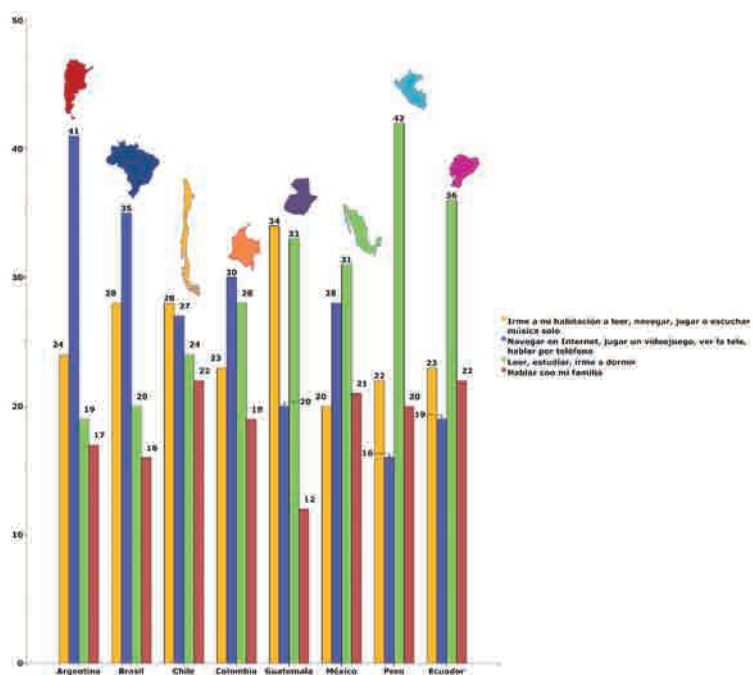
“Hablar con la familia” como actividad de ocio es preferida especialmente en Chile (22%) y Ecuador (22%) y en cambio es la opción menos deseable para los menores de Guatemala (12%).



## 2 / Internet

130

Gráfico 2.103. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por país, de 6 a 9 años)

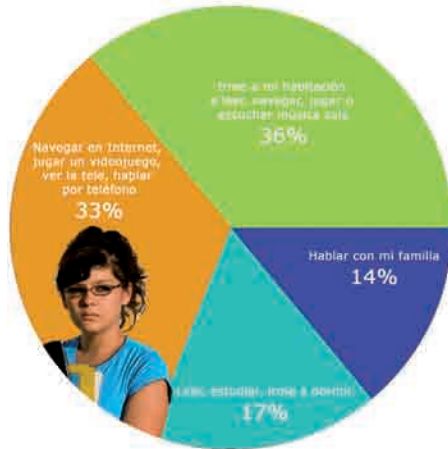


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?”

Las diferencias entre el grupo de 10 a 18 años son evidentes: la opción favorita en estas edades tiene que ver con un ocio que implica el uso de las pantallas desde una perspectiva más individual: el 36% de los adolescentes así lo declara. Le sigue en preferencia una situación de ocio más social, con el 33% de las respuestas. Las opciones de ocio más tradicionales, “leer, estudiar, irme a dormir”, tan solo interesan al 17% de este grupo, mientras que “hablar con mi familia” es, sin dudas, la selección menos interesante con un 14% de las respuestas. Entre este grupo de edad, el 69% de las preferencias se inclinan a una situación de uso de pantallas como opción favorita para invertir el tiempo de ocio.



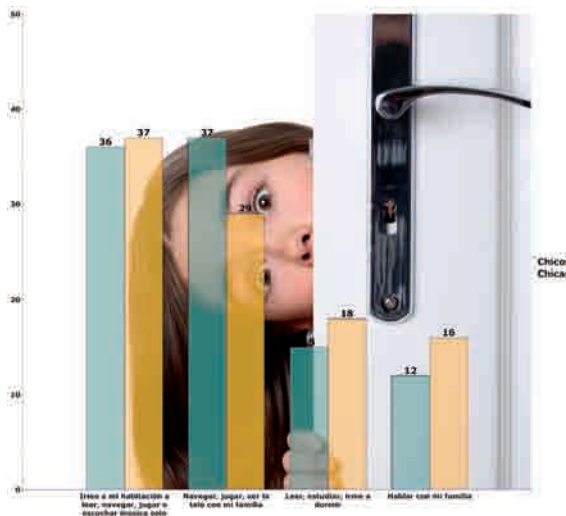
Gráfico 2.104. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?"

Aunque también existen, las diferencias entre sexos en este grupo de edad son mucho menos marcadas que entre los más pequeños. Los chicos prefieren una situación de consumo de pantallas de carácter más social (37%) mientras que las chicas optan por uno más individual (37%). Ellas también eligen en mayor medida las opciones de ocio más tradicionales, como leer o irse a dormir, 18% vs. 15%, y hablar con la familia, 16% vs. 12%. En términos globales, ellos se inclinan más por el ocio interactivo que ellas (73% vs. 66%).

Gráfico 2.105. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?"





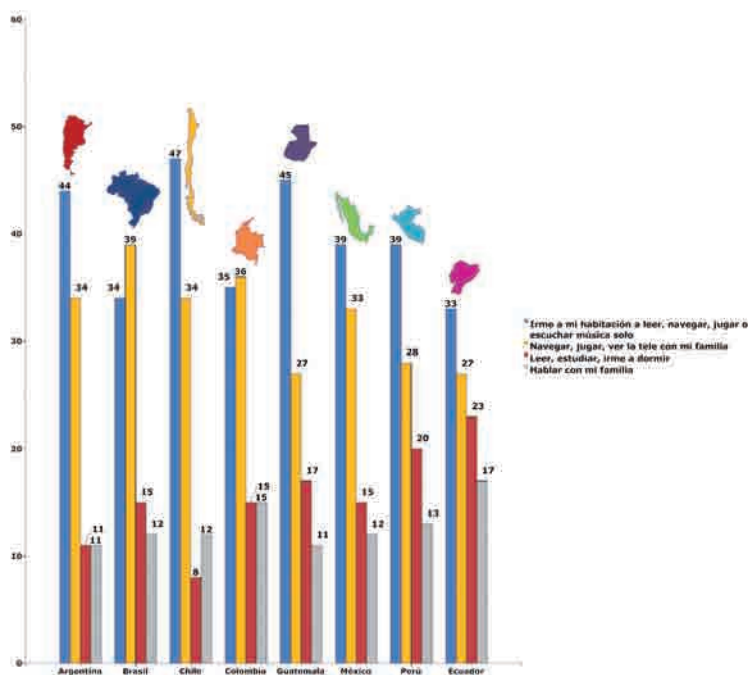
## 2 / Internet

132

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Entre países se aprecian algunas diferencias adicionales: en todos ellos la opción favorita de los adolescentes pasa por el uso de las pantallas. La situación de consumo individual es la más habitual y alcanza su valor más alto en Chile (47%), seguida, también por valores relevantes, en Guatemala (45%) y Argentina (44%). Tan solo Brasil y Colombia optan por el ocio interactivo más social como preferido: el 39% de los menores brasileños y el 36% de los colombianos lo declaran así. Las opciones de ocio más tradicionales, como leer o irse a dormir, son más populares entre los menores de Ecuador (23%) y Perú (20%). Ecuador, junto con Colombia, son los países donde “hablar con la familia” es más popular (17% y 15% respectivamente), mientras que los menores en Argentina son quienes en menor medida eligen esta posibilidad como modo de pasar el rato (10%).

Gráfico 2.106. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?”

La Generación Interactiva, por tanto, ya desde edades precoces identifica pautas de comportamiento entre chicos y chicas: mientras ellos parecen más claramente orientados al ocio a través de las distintas pantallas, para ellas las relaciones sociales, la familia, son parte esencial de este tiempo libre, sobre



todo en edades más tempranas. En el caso de los más pequeños, sin embargo, merece la pena resaltar el alto grado de diversificación de las opciones elegidas, lo que aleja la imagen de unos niños excesivamente pendientes de la tecnología.

Para los adolescentes la pauta se intensifica de forma considerable: el ocio tecnológico constituye la opción preferida. Si hay algo que caracteriza a la Generación Interactiva, a la luz de los datos, es su preferencia mayoritaria por el ocio y el entretenimiento mediado por la tecnología. Sin embargo, en el caso de los más pequeños ésta queda atenuada por la importancia, todavía muy significativa, del ocio tradicional (leer, hablar con la familia).

También llama la atención el gran peso que tiene un ocio interactivo con cierto componente social (ver la televisión con la familia, navegar o jugar con otros...).

### 2.10.2. Conductas de riesgo

Mucho se ha dicho sobre las conductas de riesgo que los menores desarrollan a través de Internet. Ante la dificultad de controlar qué sucede en el ciberespacio es comprensible la preocupación de padres, educadores y autoridades en general. Internet, al tiempo que ofrece cientos de oportunidades de esparcimiento, diversión y comunicación, permite ocultar la identidad y con ello desarrollar actividades ilícitas y peligrosas para niños y adolescentes, bien como víctimas, bien como agentes más o menos conscientes de la gravedad de sus hechos.

Con el fin de conocer de primera mano qué hábitos de riesgo desarrollan los menores iberoamericanos, se les plantearon ocho frases con las que tenían que mostrar su acuerdo. Están agrupadas en cuatro temas: hábitos que pueden indicar grados elevados de dependencia o adicción a Internet; hábitos relacionados con una baja preocupación por la propia imagen/intimidad y la de los demás; aquellos referidos a la relación con desconocidos; y por último, si han sido víctimas o han llevado a cabo acciones de acoso o de ciberbullying.

Hay que señalar que, salvo las dos últimas cuestiones, en sí mismas estas actitudes no son negativas per se, aunque está claro que pueden suponer un riesgo si no se toman las precauciones adecuadas. En todos los casos, las respuestas se refieren exclusivamente al grupo de edad entre 10 y 18 años.

#### 2.10.2.1. Dependencia y adicción

La adicción a las nuevas tecnologías ha recibido una gran atención por parte de la opinión pública en los últimos tiempos. Es una consecuencia non grata de la generalización de las pantallas y, si bien en sí mismo el fenómeno de la adicción



## 2 / Internet

134

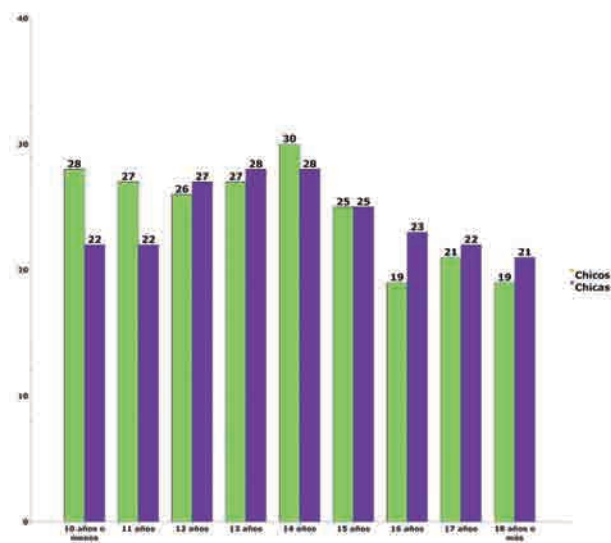
no es nuevo, sí que es cierto que al tener las TIC una especial relación con los menores se están detectando estas patologías de un modo precoz.

Es conveniente distinguir, no obstante, entre un uso desmedido de la tecnología, que puede guardar relación con una carencia de fuerza de voluntad que lleve consigo una dependencia en muchos casos desmedida, de una adicción diagnosticada como patología. Si bien es cierto que un uso desmedido puede desembocar en una enfermedad, para atajar este mal uso no siempre será precisa la ayuda de un profesional de la salud: la vía educativa puede ser suficiente.

Uno de los síntomas de estos trastornos de conducta es la incapacidad para manejar una situación de privación del objeto al que se está apegado. A este respecto, un 25% de los menores afirman estar de acuerdo con la frase: “me pongo nervioso o me enfado cuando no puedo o no me dejan navegar”, con apenas diferencia entre chicos y chicas: el 25% de ellos y el 24% de ellas así lo declaran.

Esta pequeña diferencia en el dato global se agranda y se matiza con el análisis del dato por edad: aunque a los 10, a los 11 y a los 14 años los chicos declaran una mayor disconformidad cuando no pueden o no les dejan navegar, en el resto de edades son las chicas las que en mayor medida están de acuerdo con esta frase. A los 13 años el 28% de las chicas y el 30% de los chicos a los 14, arrojan los valores más significativos. Se aprecia también como a partir de los 16 años esta actitud se modera sensiblemente en ambos sexos.

**Gráfico 2.107. Me enfado o me pongo nervioso cuando no puedo o no me dejan navegar (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

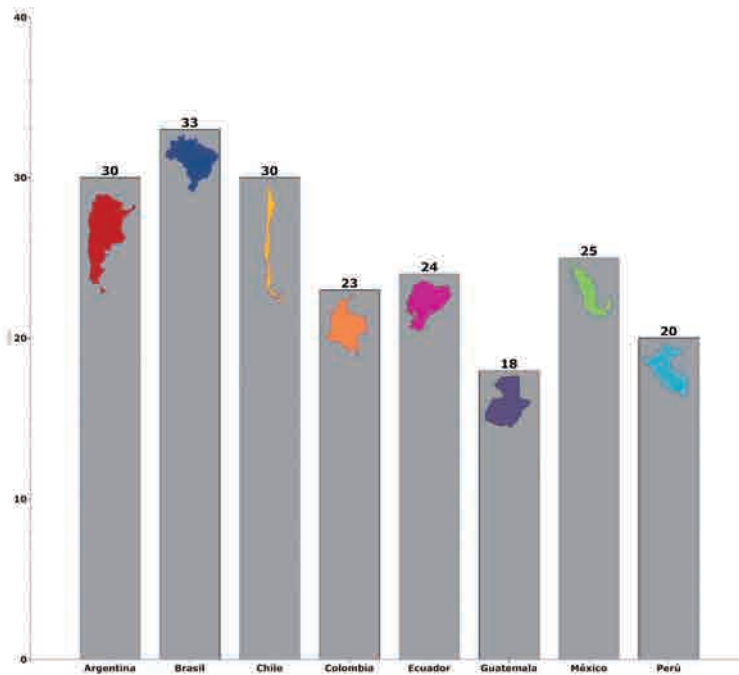


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)”



Si bien el sexo tenía una incidencia relativa sobre esta actitud que puede denotar cierta dependencia a Internet, lo que sí parece claro es que varía en función del país en el que viva el menor. De este modo, los adolescentes brasileños declaran enfadarse si no pueden usar Internet en un 33% de los casos, muy lejos del 18% de los menores de Guatemala que así lo declaran.

**Gráfico 2.108 Me enfado o me pongo nervioso cuando no puedo o no me dejan navegar (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)"

El lógico preguntarse por los motivos de estas diferencias entre menores de distintos países. Sin ánimo de dar una respuesta cerrada, el siguiente gráfico pone en relación esta pregunta con el nivel de uso declarado de Internet por parte de los menores. Tiene sentido pensar que en la medida en que más se use más difícil será prescindir voluntaria o involuntariamente de Internet.

Efectivamente se puede apreciar como los países donde los menores declaran un mayor porcentaje de uso de Internet arrojan también los valores más altos de malestar ante su privación: en Brasil, donde el 83% de los menores de 10 a 18 años se declara usuario de Internet, el 33% manifiesta enfadarse o ponerse



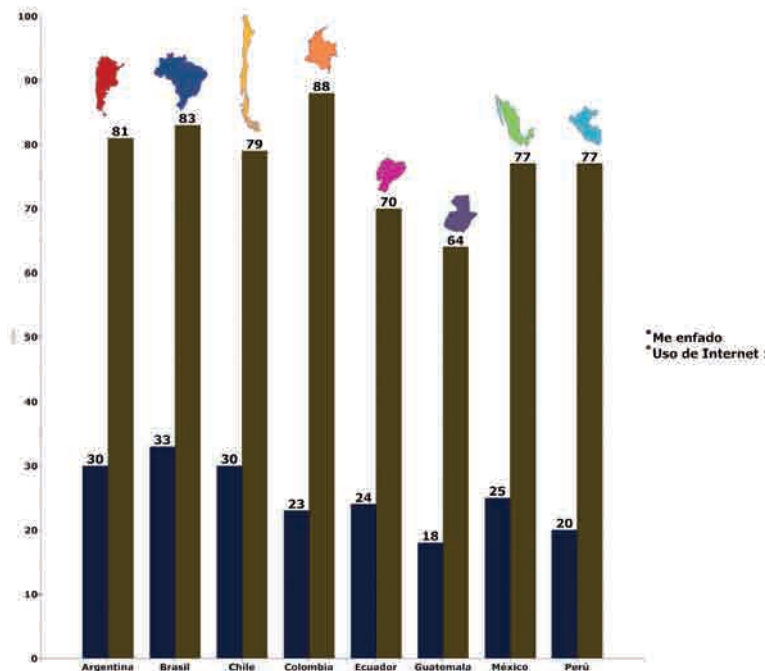
## 2 / Internet

136

nervioso cuando no puede o no le dejan usarla. En Argentina esta relación es del 81%-30%. En el otro extremo, Guatemala, donde el 64% de los adolescentes usa Internet, tiene tan solo un 18%, el nivel más bajo, de reacciones negativas a la privación del acceso a Internet. Algo similar sucede en Ecuador, donde la relación es 70%-24%.

La excepción a esta regla es, sin embargo, Colombia: en este país, el 88% de los menores se declaran usuarios y tan solo un 23% afirma enfadarse cuando no puede acceder a la red.

**Gráfico 2.109. Me enfado o me pongo nervioso cuando no puedo o no me dejan navegar (por país, de 10 a 18 años, y por nivel de uso de Internet)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a las preguntas “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”, y “Tengas o no Internet en casa, ¿la usas habitualmente?”.

El posible abuso y adicción de las nuevas tecnologías es un problema que está adquiriendo gran relevancia en los últimos años. Como se ha visto, en el caso de los menores iberoamericanos, esta realidad parece afectar a uno de cada cuatro con notables diferencias en función del país de procedencia.



### 2.10.2.2. Intimidad/Protección de la propia imagen y la de los demás

El uso de Internet para difundir contenidos, y la proliferación de las redes sociales donde los usuarios comparten información personal con amigos y conocidos, han generado un intenso debate sobre la protección de la intimidad y de la imagen, la propia y la de los demás. Más allá de las necesarias consideraciones legales susceptibles de ser aplicadas en este caso, son los propios usuarios los que ponen en sus páginas y perfiles información que, desde el momento en que se sitúa en una red pública y global, puede quedar desprotegida. Esto se puede agravar cuando en estas redes sociales, no sólo se comparte información personal, sino también de amigos y conocidos.

El debate sobre estas cuestiones está abierto en estos momentos. Y los menores, que son grandes usuarios de las redes sociales, están haciendo un uso intenso de éstas a veces sin tomar las precauciones precisas para evitar problemas o incurrir en posibles delitos o conductas incómodas para terceros. El 17% de los menores iberoamericanos cree que puede difundir información personal de modo indiscriminado por Internet. Mientras que los chicos están de acuerdo con esta posibilidad en un 20% de los casos, las chicas tan solo muestran su acuerdo en un 14% de los casos.

Sin embargo, se aprecia en el siguiente gráfico que el sexo y la edad inciden claramente en el acuerdo con la frase “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mío en Internet”. Parece que la edad, especialmente en el caso de los chicos, aporta una mayor seguridad sobre la posibilidad de difundir este tipo de información, que crece desde el 15% a los 10-12 años, de modo estable y alcanza el 27% de las respuestas a los 18 años.

Las chicas, por su parte, son más moderadas y, aunque en las edades más propiamente adolescentes muestran una mayor disposición a publicar información de carácter personal, 16% a los 14 años, vuelven a valores mucho más sosegados a los 18: tan solo el 11% de acuerdo.

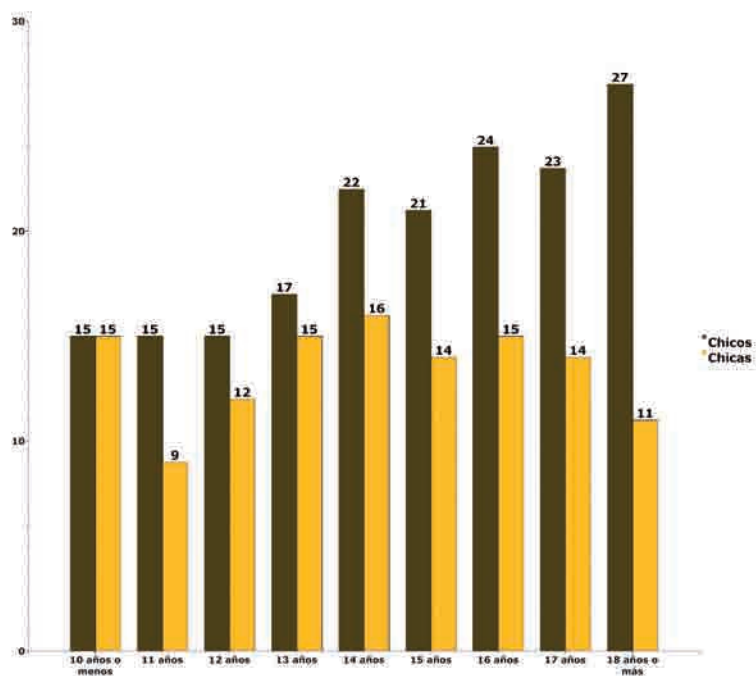


## 2 / Internet

138

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.110. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mío en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

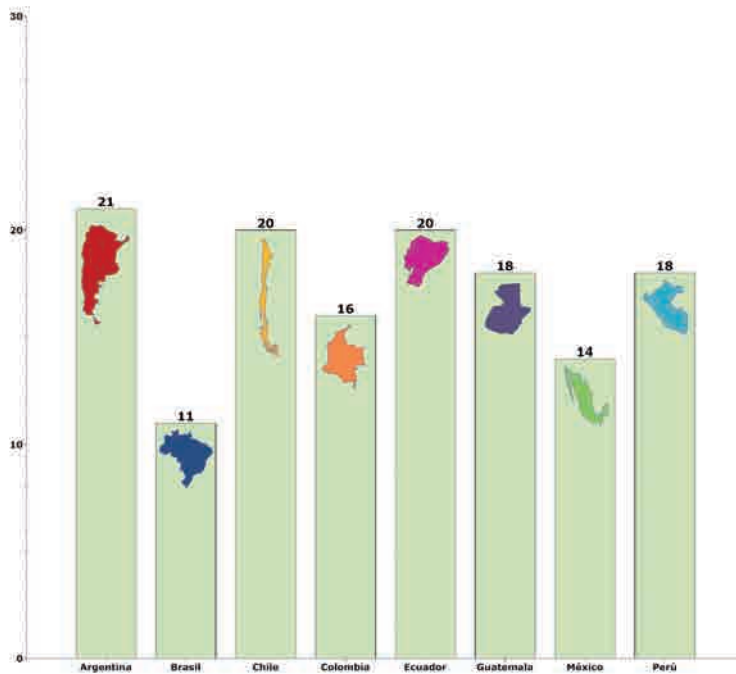


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Esta percepción de poder disponer de la imagen y la información personal en Internet para difundirla sin límites también varía significativamente en función del país de procedencia de los menores: mientras que solo el 11% de los adolescentes brasileños cree que pueden publicar indiscriminadamente información sobre sí mismos en la red, el 21% de los argentinos y el 20% de chilenos y ecuatorianos así lo cree.



Gráfico 2.111. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mío en Internet” (por países, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Los menores iberoamericanos parecen más sensibles a esta cuestión cuando se trata de información de terceras personas: tan solo un 13% de ellos está de acuerdo con que “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet”.

En el caso de los menores iberoamericanos no deja de ser interesante observar como la edad y el sexo tienen un efecto positivo sobre la percepción de poder difundir cualquier tipo de información de carácter personal referida a otras personas en Internet. Mientras que el 14% de los chicos está de acuerdo con esta posibilidad, tan solo el 11% de las chicas lo está. Además, son los chicos de 14 años, con un 17% de adhesiones, los que manifiestan una mayor propensión a publicar información de otros de modo indiscriminado.



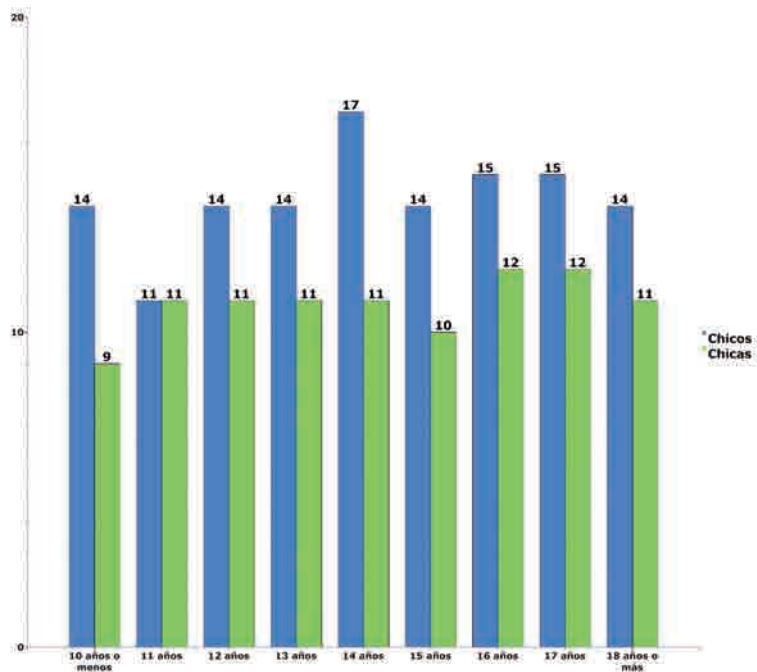


## 2 / Internet

140

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.112. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet “ (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

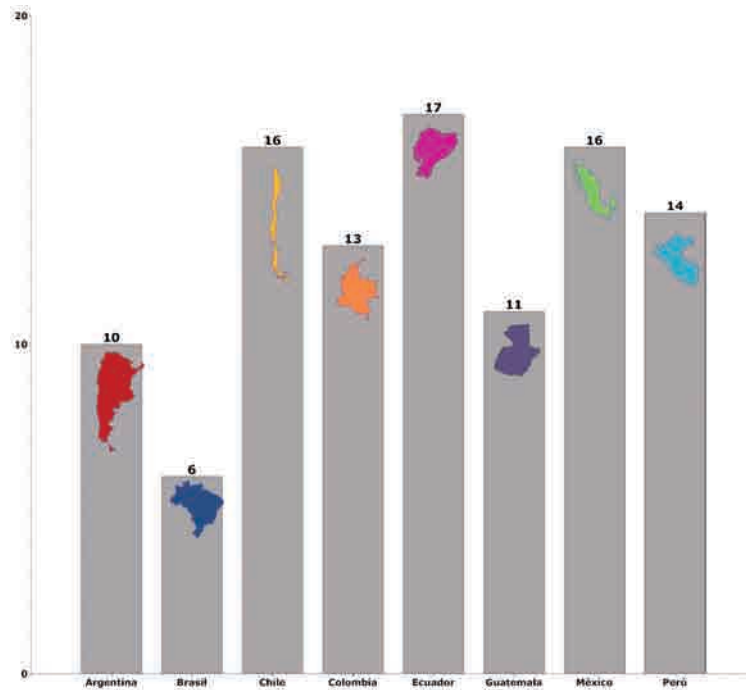


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)”

Crear que se puede disponer de la imagen de amigos y familiares en Internet para difundirla también varía significativamente en función del país de procedencia de los menores: mientras que solo el 6% de los adolescentes brasileños opina que puede publicar indiscriminadamente información sobre otros en la red, el 17% de los ecuatorianos y el 16% de chilenos y mexicanos así lo cree.



Gráfico 2.113. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

### 2.10.2.3. Relaciones con desconocidos

Junto con la publicación de información de carácter personal en la red, la posibilidad de contactar con desconocidos que pueden tener intenciones peligrosas es otro de los riesgos que no escapa a las preocupaciones de educadores, padres y profesores, ni tampoco a las autoridades. A este respecto, hemos solicitado a los menores iberoamericanos su acuerdo con algunas frases que expresan hábitos o conductas de riesgo en este sentido.

El 6% está de acuerdo en que “No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal”, y son de nuevo los chicos quienes están por delante a la hora de valorar esta posibilidad: frente al 4% de chicas que están de acuerdo con que no hay problema en que alguien que no conocen pueda acceder a sus datos personales, el 7% de los chicos se siente cómodo con esta posibilidad.

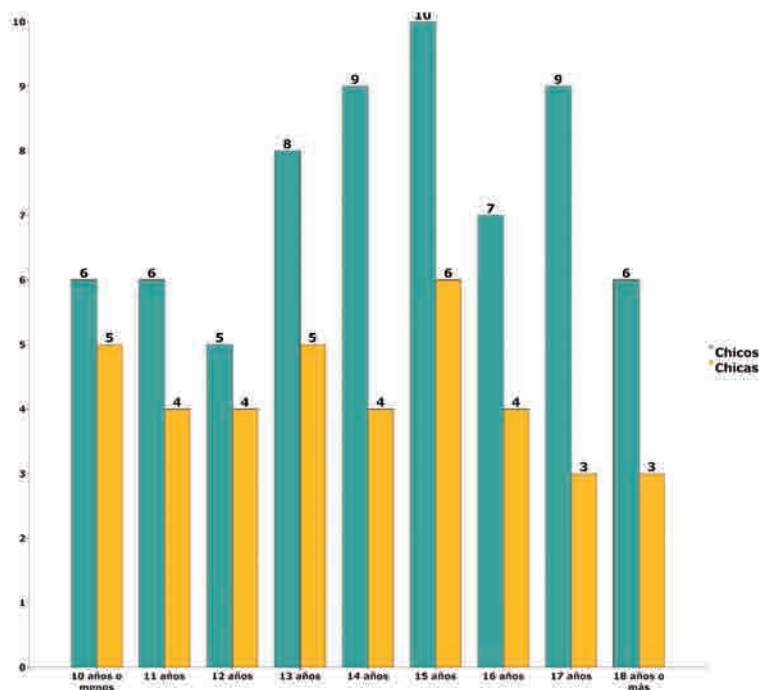


## 2 / Internet

142

El desglose por edades permite apreciar que son los chicos los que lideran, en todos los casos, esta actitud de mayor despreocupación, que alcanza su nivel más alto a los 15 años con un 10% de adhesiones. En ambos casos alcanzan valores muy pequeños a los 18 años.

**Gráfico 2.114. “No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

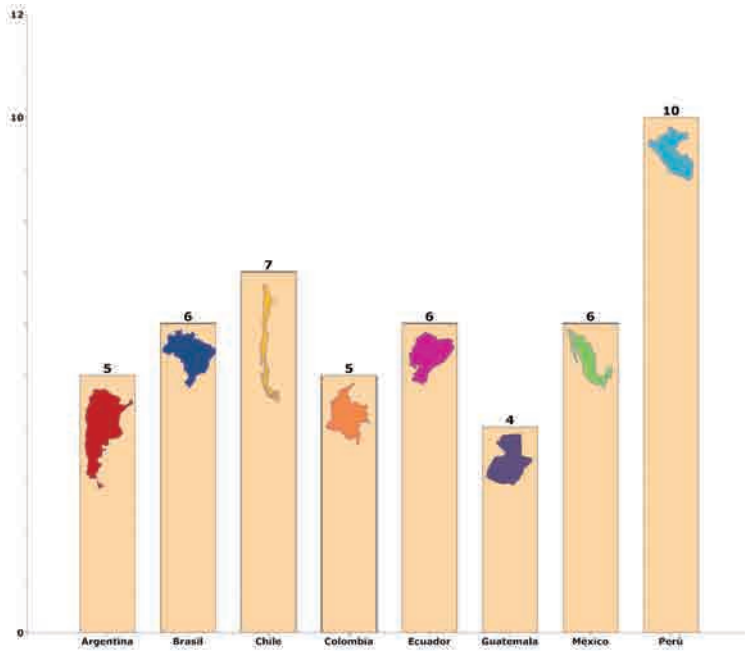


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Son los menores de Guatemala (4%), Colombia y Argentina (5%) los que están por debajo de la media en este aspecto: están en menor medida de acuerdo con que no hay ningún problema en que personas que no conocen tengan acceso a información de carácter personal. Por el contrario, el 10% de los menores de Perú cree que no es un asunto problemático.



**Gráfico 2.115. “No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Aunque en ningún caso los datos sobre este punto son especialmente relevantes, y apenas superan el 10% en alguno de sus valores, merece la pena llamar la atención sobre esta pauta de conducta que puede suponer un desconocimiento real sobre las posibilidades que Internet supone a la hora de acceder a información de carácter personal.

Algo similar sucede con la posibilidad que ofrece la red de charlar y relacionarse con desconocidos, otra conducta que si se realiza de un modo indiscriminado y sin control, puede conducir a sorpresas desagradables. El 10% de los menores iberoamericanos afirma que “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger”. De nuevo son los chicos, 11%, los que adoptan una posición más aventurada sobre esta cuestión frente al 8% de las chicas.

Una vez más, la edad y el sexo marcan una diferencia sobre el dato global: mientras que el 16% de los chicos de 15, 17 y 18 años consideran que no hay problema en tener contactos desconocidos agregados a la herramienta de comunicación instantánea, este dato apenas ronda el 6% entre los chicos de 10 a 12 años. A partir de esta edad, crece de modo constante.



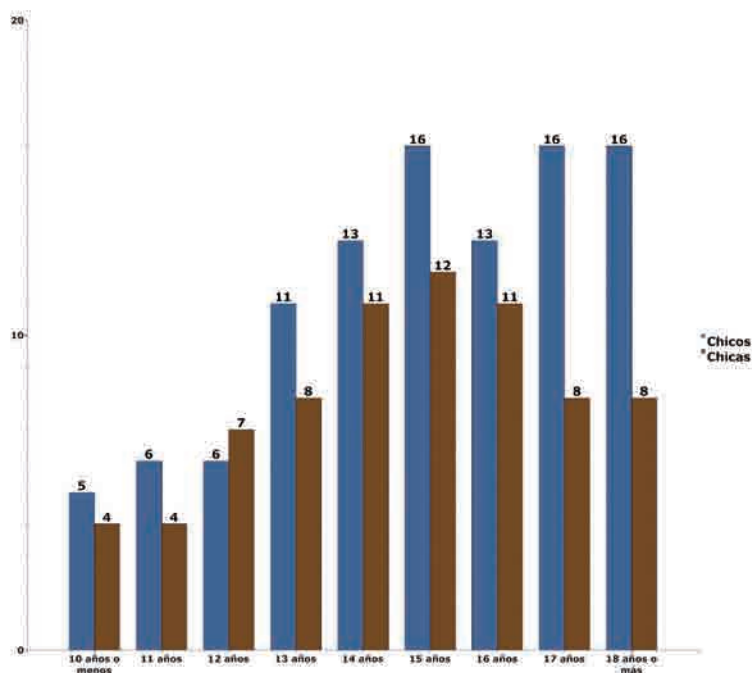
## 2 / Internet

144

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Las chicas también arriesgan más entre los 12 y los 15 años, cuando alcanzan el 12% de acuerdo con esta posición. En cambio, a partir de esta edad, las chicas pierden interés por charlas con desconocidos y los valores vuelven a caer hasta el 7% a los 18 años.

Gráfico 2.116 “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

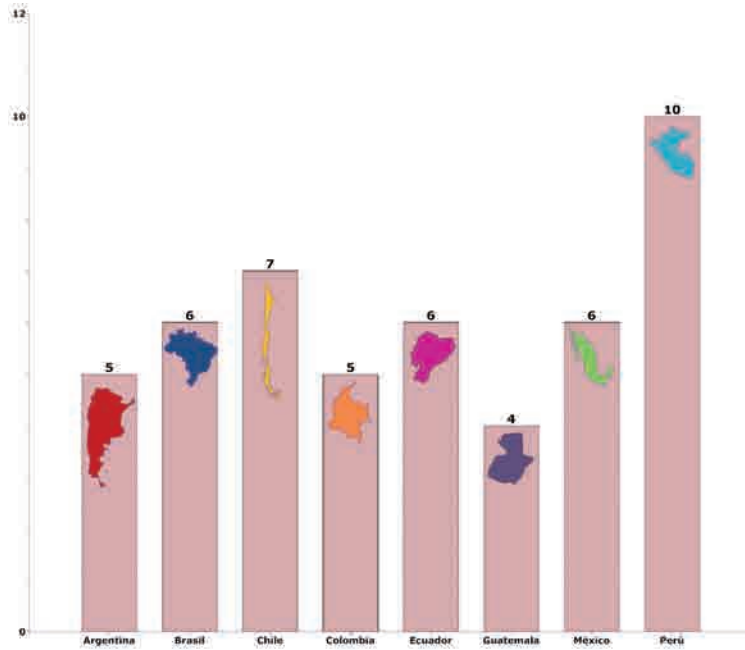


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Por país es evidente que existen diferencias a la hora de agregar a desconocidos al Messenger: mientras que el 10% de los menores peruanos cree que no hay problema a este respecto, solo el 4% de los adolescentes de Guatemala y el 5% de Argentina y Colombia lo piensa.



Gráfico 2.117. “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Una de las características de la Generación Interactiva es que el uso de la tecnología adquiere un doble carácter social y lúdico que en ocasiones es difícil de separar. Por ello, a veces es comprensible que para un adolescente sea “divertido” hablar con desconocidos a través de Internet: es una opción más de ocio de las que la red ofrece a sus usuarios.

En concreto el 10% de los menores iberoamericanos piensan que es una buena alternativa para pasar un buen rato, y de nuevo los chicos, 11%, por delante de las chicas, 8%. El análisis por edad y sexo permite identificar de nuevo a los chicos como los principales aficionados a esta práctica y ver cómo la edad una vez más es determinante: a partir de los 13 años sube la adhesión a esta frase hasta alcanzar el 17% de acuerdo a los 17 años. Entre las chicas, de modo similar a otras pautas de conducta, se incrementa el acuerdo entre los 14 y los 16 años para luego volver a un valor por debajo de la media a los 18.

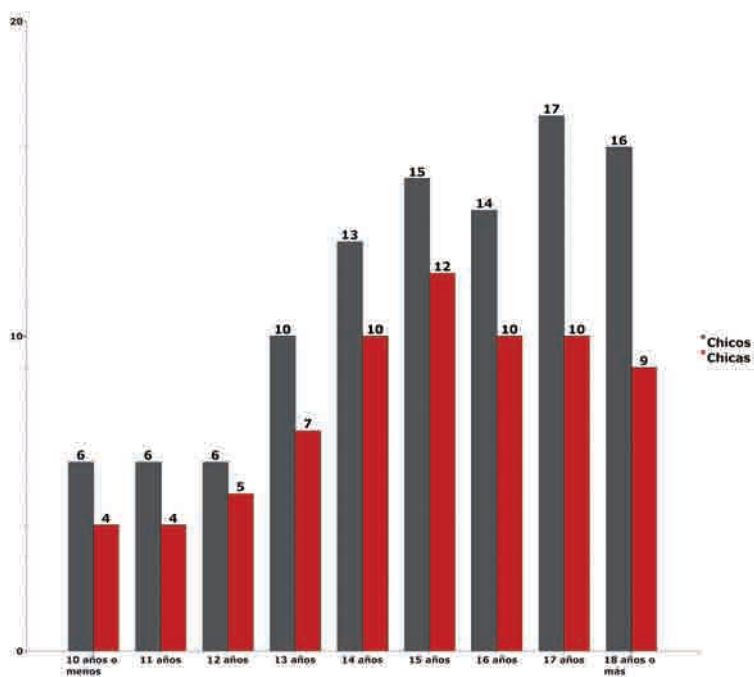


## 2 / Internet

146

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.118. “Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

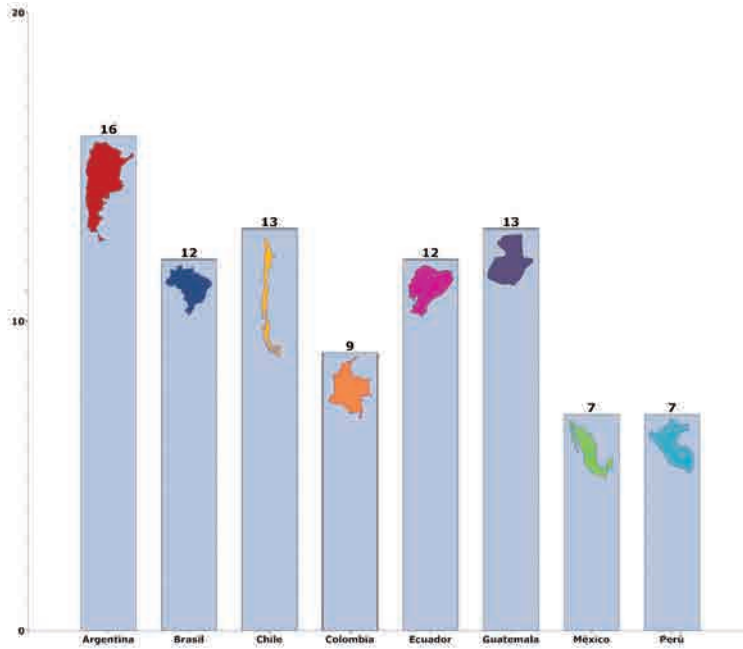


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Son los menores de Argentina los que en mayor medida encuentran divertida la posibilidad de relacionarse con desconocidos a través de la red: en un 16% de los casos. Por encima de la media están también los menores de Chile y Guatemala (13%), Ecuador y Brasil (12%). Por el contrario, los menores de Perú (7%), México (7%) y Colombia (9%) no lo consideran especialmente atractivo.



Gráfico 2.119. “Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

### 2.10.2.5. Cyberbullying: víctimas y verdugos

Uno de los asuntos que más atención está generando en los últimos meses es la aparición de sucesivos casos de acoso a través de las nuevas tecnologías. Las redes sociales, el Messenger, el correo electrónico, se han convertido en herramientas para difundir, en ocasiones, contenidos que perjudican a terceras personas. En este caso, los menores pueden ser víctimas o ejecutores de esta conducta que es perjudicial en sí misma.

Tan solo el 3% de los menores iberoamericanos entre 10 y 18 años ha “utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos, vídeos, comentarios)”, aunque los chicos parecen un poco más propensos a este tipo de conductas, 4% frente al 3% de las chicas.

Son los chicos los que, en mayor medida, se declaran dispuestos a ejercer el papel de agresores en esta situación: el 6% entre los 15 y los 16 años declara haber usado Internet para perjudicar a alguien a través del envío de fotos, vídeos o





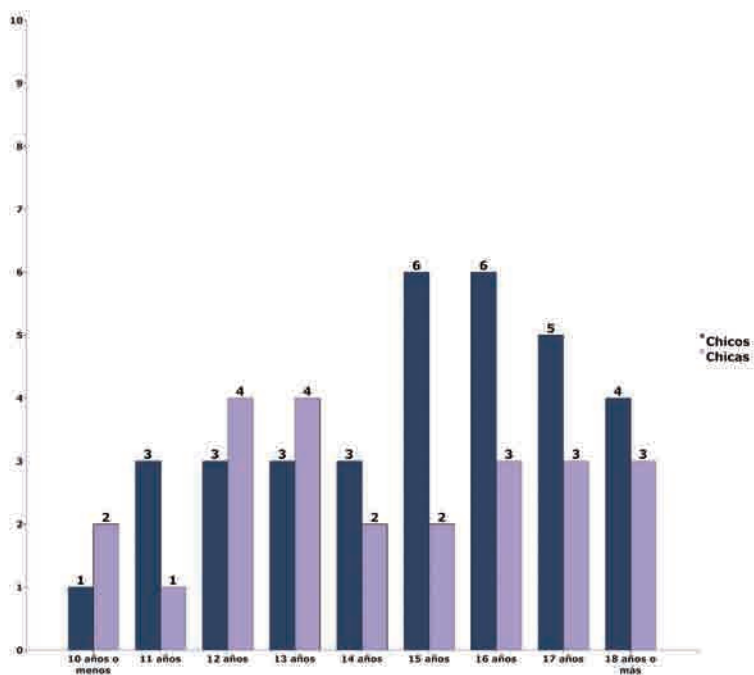
## 2 / Internet

148

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

comentarios. Las chicas destacan a los 10, a los 12 y a los 13 años, por delante de los chicos, aunque con valores más pequeños. La tendencia es que, una vez pasada la adolescencia, los valores vuelven a la media.

**Gráfico 2.120. “He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos vídeos, comentarios)” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

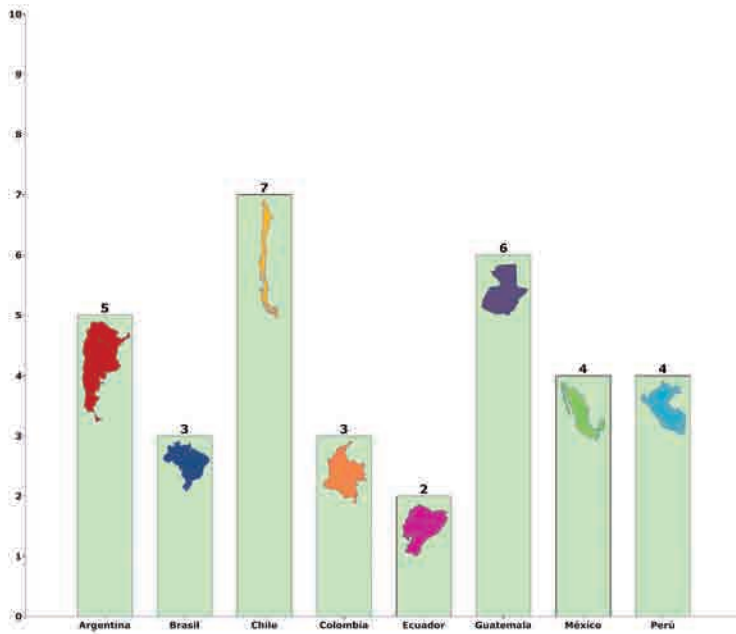


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Mientras que solo el 2% de los menores de 10 a 18 años en Ecuador reconocen haber usado Internet para molestar a otras personas, el 7% de los adolescentes chilenos lo afirma, dejando claro que aunque en términos absolutos los datos son pequeños, existen diferencias entre países. Guatemala (6%) y Argentina (5%) están por encima de la media en este tipo de conductas.



Gráfico 2.121. “He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos videos, comentarios)” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

La otra cara de una agresión, en este caso virtual, es la de la víctima: el uso de la tecnología que permite a los menores ejercer violencia de algún tipo sobre alguien, también les convierte en víctimas potenciales de las bromas o actitudes desagradables de sus colegas o compañeros. El 6% de los menores iberoamericanos declara haber sido víctima de una agresión a través de Internet. En este caso, son las chicas quienes lo afirman en mayor medida, 7% vs. 5% de los chicos.

Son las chicas, y particularmente las de más edad, quienes en mayor medida se declaran víctimas de este tipo de conductas nocivas online (envío de fotos, vídeos o comentarios desagradables o despectivos a través de Internet): a los 17 y 19 años, casi una de cada diez así lo afirma. Los chicos se declaran víctimas en el 7% de los casos a los 16 y 17 años.

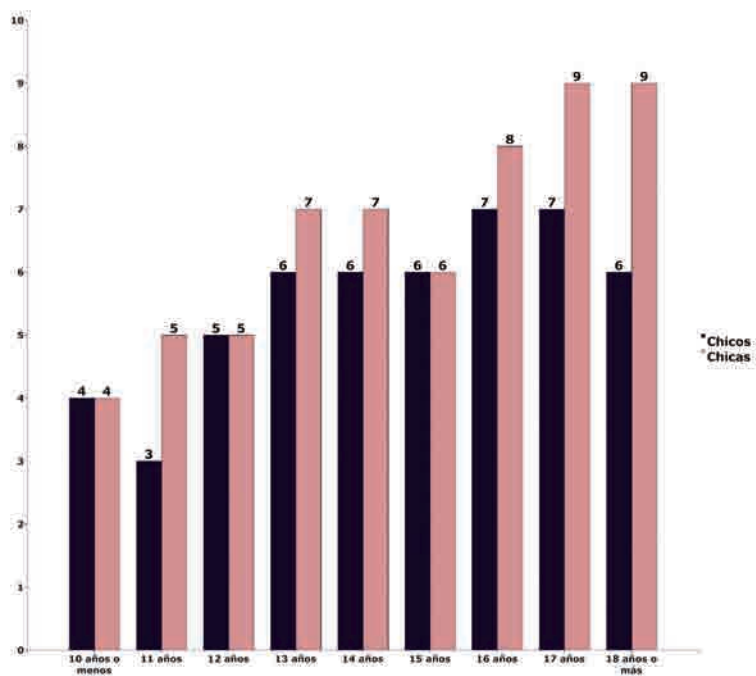


## 2 / Internet

150

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.122. “Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, videos, comentarios)” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

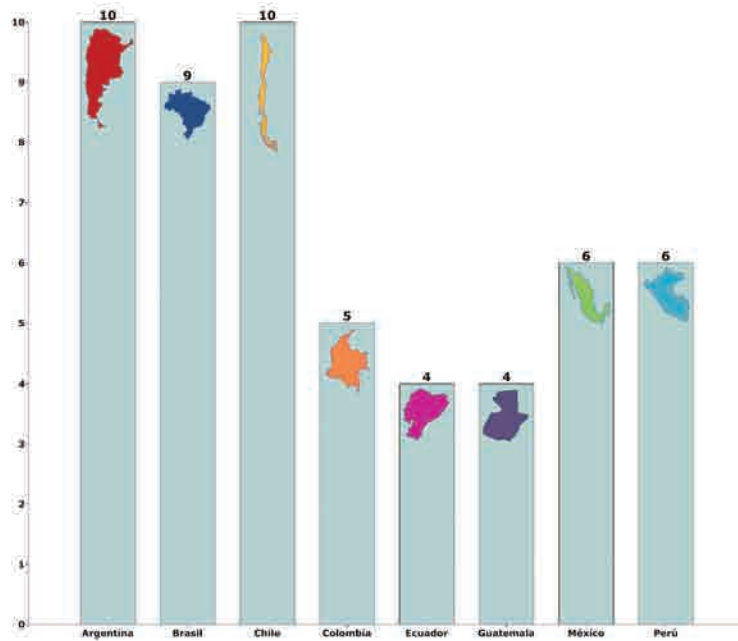


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

También en este punto la procedencia geográfica marca un punto de divergencia: los menores de Ecuador (4%), Guatemala (4%) y Colombia (5%) están por debajo de la media en este punto, que está liderado por los adolescentes de Argentina y Chile (10% en ambos casos).



**Gráfico 2.123. “Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, videos, comentarios)” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”

Mirando los datos absolutos, no podría decirse que el ciberbullying sea un gran problema entre los menores iberoamericanos: el 6% declara haber sido víctima de este tipo de agresiones mientras que el 3% afirma haberlas practicado en algún momento. Sin embargo, el análisis por edad, sexo y país deja claro que los datos pueden ser más significativos en casos determinados que habrá que analizar en detalle.

No se puede perder de vista que el acoso siempre ha sido una situación minoritaria y que merece y reclama toda la atención posible: atender a las víctimas y ayudar a los posibles agresores a no ejercer la violencia sobre otros es parte de la responsabilidad de educadores, padres y madres y autoridades.

#### 2.10.2.6. El Messenger: algunos riesgos específicos

Sobre el uso y el tipo de servicios utilizados por los menores en Internet ya se ha hablado con anterioridad en este capítulo. Aunque la penetración de la mensajería instantánea ha bajado entre los menores a favor de las redes sociales



## 2 / Internet

152

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

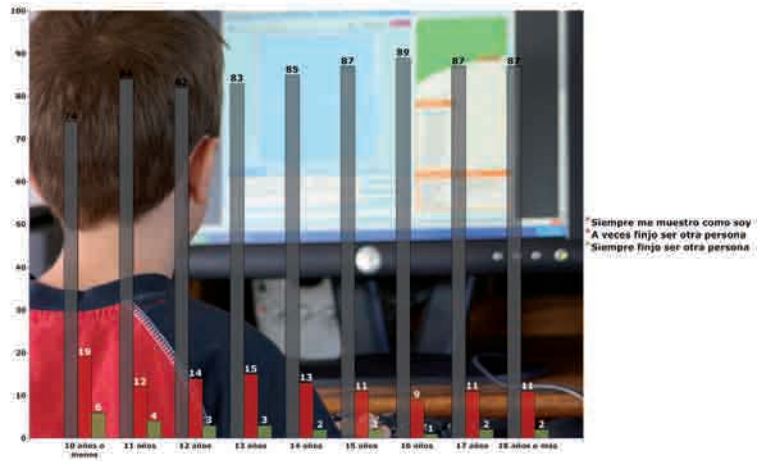
en los últimos años, todavía goza de una gran popularidad: de hecho, cuatro de cada diez menores iberoamericanos de Internet, 41%, declara utilizar el Messenger. Un 12%, por el contrario, declara seguir usando el chat. Los datos, puestos en relación con los resultados de la encuesta realizada en 2008 (Bringué y Sádaba, 2008), indican como las redes sociales ha supuesto el declive del uso del Messenger (del 55% en 2008 al 41% en 2010) mientras que el chat se mantiene (11% en 2008, 12% en 2010).

La mensajería instantánea es importante para estos jóvenes porque cubre una clara necesidad de comunicación continua con sus iguales. La tecnología pone a su disposición un modo sencillo y barato de mantener una conversación continua con los amigos. A diferencia de las redes sociales, donde los usuarios se identifican de modo habitual con su nombre y apellidos, en el Messenger la propia identidad se enmascara detrás de un apodo o nickname que facilita el anonimato y puede llevar consigo cierta desinhibición en la comunicación. Uno de los riesgos que presenta esta situación, sin embargo, es que el anonimato sirva de excusa para no ser sincero, y se adopten personalidades diversas. Entre los menores iberoamericanos, la práctica más generalizada es mostrarse siempre como uno es, 85%. No obstante, más de uno de cada diez afirma que “a veces finjo ser otra persona”. Estos datos difieren de la realidad iberoamericana que arrojaba la muestra de 2008, donde el 66% manifestaba mostrarse como era, y el 22% fingir a veces cuando chateaba: en este caso, la variación es positiva y puede guardar relación, entre otras cosas, con un mayor uso de redes sociales que requiere, habitualmente, la adopción de una personalidad real.

En el análisis por edad se puede ver cómo a partir de los 15 años la práctica de mostrarse siempre como uno es se convierte en la más habitual, rozando casi el 90%. Son los más pequeños los que aventuran más fingiendo a veces ser otra persona (19% a los 10 años). Conforme se incrementa la edad, y el correspondiente desarrollo de la madurez, la mayor parte de los adolescentes adopta una postura más sincera en sus comunicaciones.



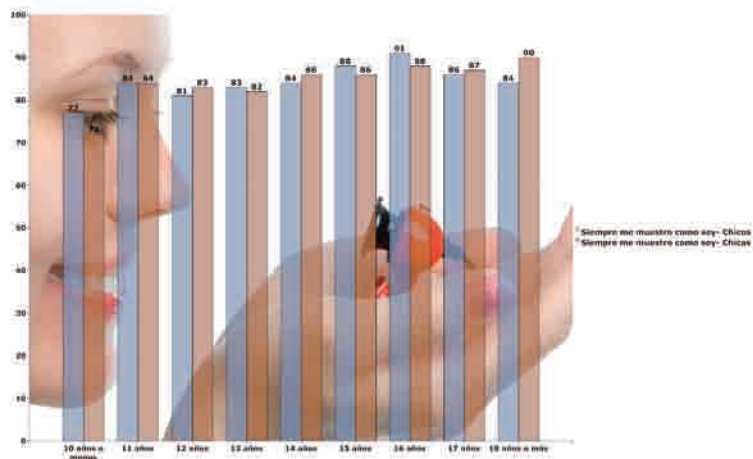
Gráfico 2.124. “Cuando uso el messenger/chat suelo...” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “Mientras chateas o estás en el Messenger...”

Esta actitud de sinceridad en el uso de las herramientas de comunicación instantánea es bastante estable en todas las edades y sexos como puede apreciarse en el siguiente gráfico. Los chicos parecen más propensos a identificarse realmente entre los 14 y los 16 años, pero luego las chicas les superan, aunque por valores casi imperceptibles.

Gráfico 2.125. “Cuando uso el messenger/chat siempre me muestro como soy” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “Mientras chateas o estás en el Messenger...”



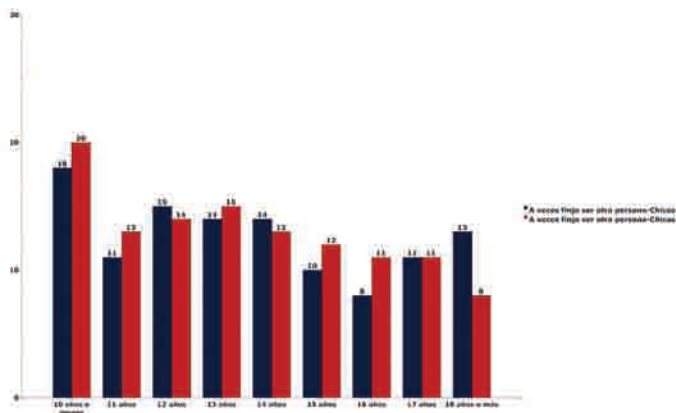
## 2 / Internet

154

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Las chicas parecen en términos generales más propensas a fingir a veces en estas situaciones de comunicación instantánea (13% vs. 12%). Solo son superadas por los chicos a los 12, 14 y 17 y 18 años.

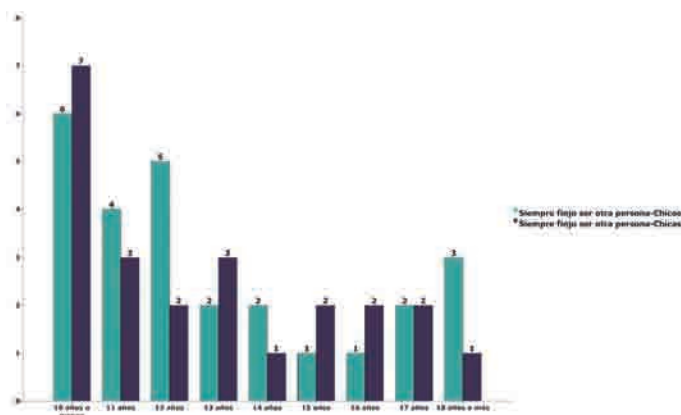
Gráfico 2.126. “A veces finjo ser otra persona” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “Mientras chateas o estás en el Messenger...”

La situación más extrema, fingir continuamente ser otra persona, es más propia de los más pequeños y prácticamente inexistente durante la adolescencia. Chicos y chicas se alternan por edad en esta práctica que, en términos generales, lideran los chicos (3% vs. 2%).

Gráfico 2.127. “Siempre finjo ser otra persona” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



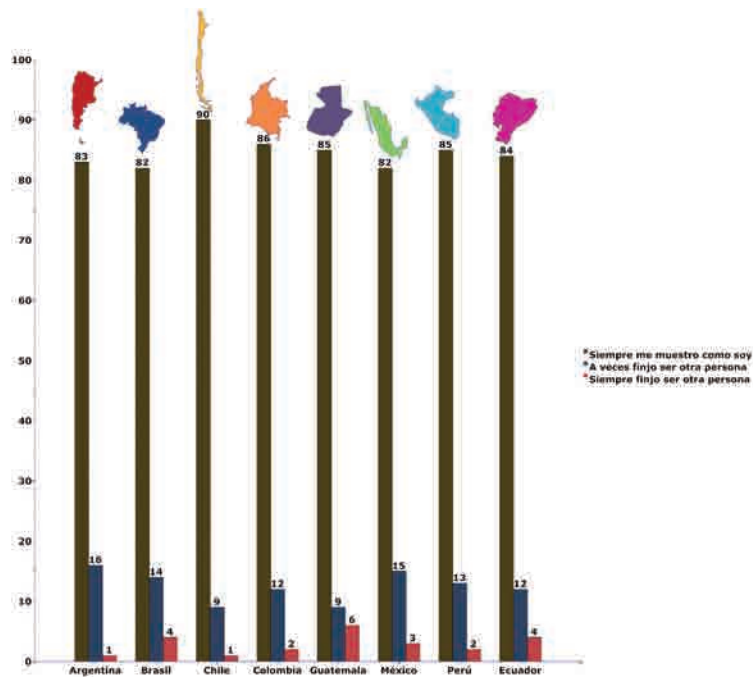
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “Mientras chateas o estás en el Messenger...”



Aunque pequeño, es conveniente tomar en consideración este dato, ya que precisamente los más pequeños, los que más se exponen a esta conducta de riesgo potencial, son los que menos recursos personales pueden tener para defenderse ante una situación desagradable o no deseada.

Las diferencias por país en estos tres aspectos muestran gran homogeneidad: respecto a la posición más sincera en el uso del Messenger y el chat, todos los países están por encima del 80%, aunque casi el 90% de los menores chilenos declaran ser siempre quienes dicen ser mientras que el dato se queda en el 81% en el caso de México y Brasil.

Gráfico 2.128. “Cuando uso el messenger/chat ...” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “Mientras chateas o estás en el Messenger...”

El avance en el equipamiento tecnológico en el hogar facilita que la comunicación instantánea ya no se haga solo con texto, sino que se añade la potencialidad del video. Desde hace unos pocos años, las computadoras vienen equipadas de serie con una webcam integrada que ha generalizado la posibilidad de la “videoconferencia” o el “videochat” como modo habitual de comunicación. El 52% de menores iberoamericanos utiliza en ocasiones este dispositivo en sus



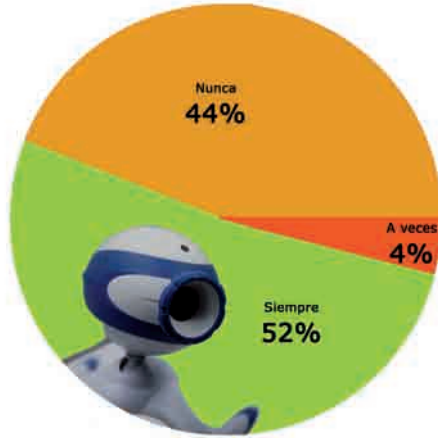


## 2 / Internet

156

sesiones de comunicación instantánea, aunque el 44% declara no usarla nunca para este fin. Tan solo el 4% dice usarla en todas las ocasiones.

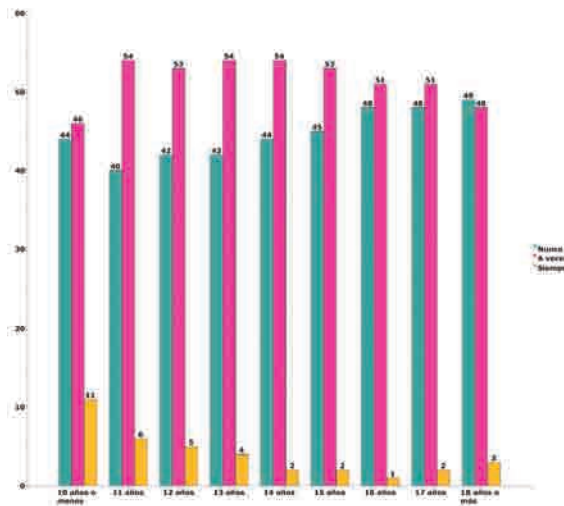
**Gráfico 2.129. ¿Usas una webcam cuando estás en el chat/messenger? (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Mientras chateas o estás en el Messenger, ¿usas webcam?"

En el análisis por edad se aprecia como entre los 11 y los 15 años hay una mayor tendencia a usar de modo habitual la webcam mientras se chatea o se usa el Messenger. También entre los más pequeños, el 11% a los 10 años, es cuando esta práctica se hace más.

**Gráfico 2.130. ¿Usas una webcam cuando estás en el chat/messenger? (por edad, de 10 a 18 años)**

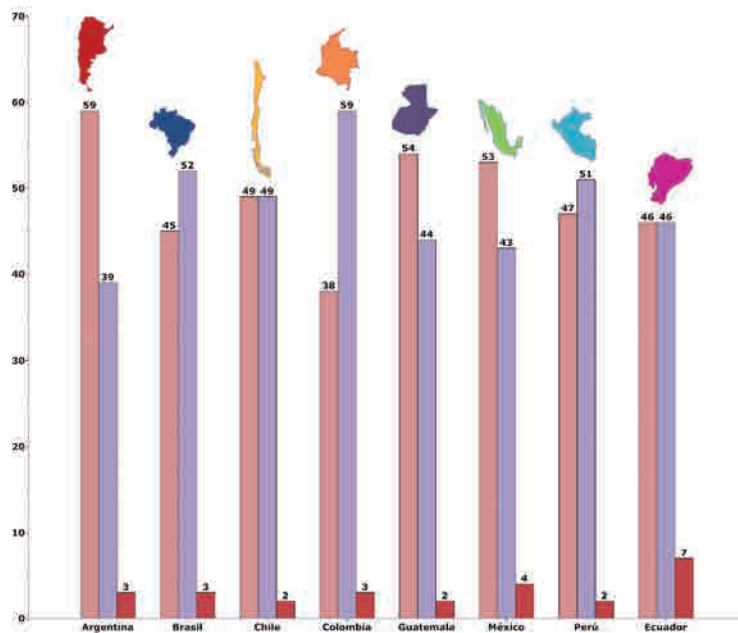


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Mientras chateas o estás en el Messenger, ¿usas webcam?"



Los menores de Argentina, Guatemala, México y Chile son los que en menor medida usan la webcam mientras se comunican con sus contactos a través de herramientas de comunicación instantánea. Los colombianos son los que con mayor frecuencia, 59% de los casos, usan regularmente esta posibilidad de la tecnología.

**Gráfico 2.131. ¿Usas una webcam cuando estás en el chat/messenger? (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Mientras chateas o estás en el Messenger, ¿usas webcam?"

Se ha apuntado que en la mayor parte de los casos el objetivo al utilizar estos sistemas de comunicación instantánea es mantener vínculos sociales preexistentes: el grupo de amigos. Sin embargo es cierto que la posibilidad de contactar con desconocidos abre la puerta a algunos riesgos y también a la oportunidad de hacer nuevos amigos. La amistad interactiva también es un rasgo de la generación que se está analizando: el 49% de menores iberoamericanos tiene amigos que ha conocido en entornos virtuales. Un 27%, además, ha saltado la barrera virtual y los ha llegado a conocer en persona.

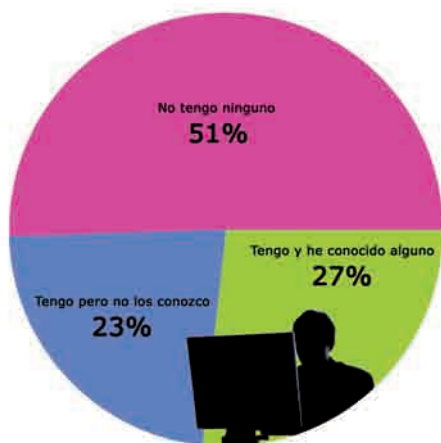


## 2 / Internet

158

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

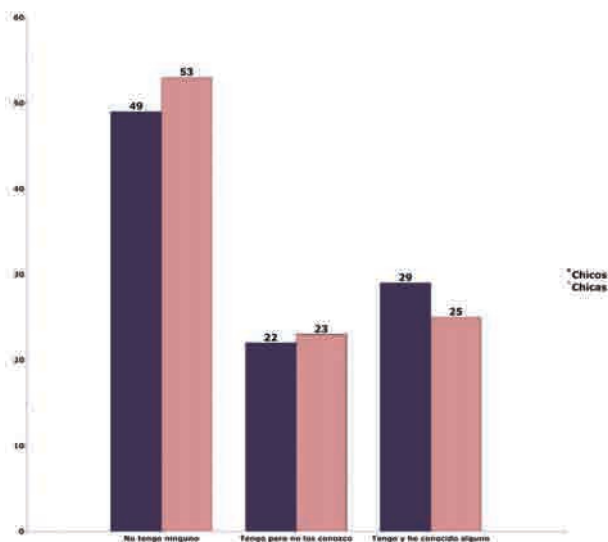
Gráfico 2.132. “¿Tienes amigos virtuales? ¿Los has conocido en persona?” (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?”

La mayoría de las chicas no tiene ningún amigo virtual, mientras que son los chicos los que en mayor medida los tienen y además han dado el paso de desvirtualizarlos y conocerlos en persona.

Gráfico 2.133. “¿Tienes amigos virtuales? ¿Los has conocido en persona?” (por sexo, de 10 a 18 años)

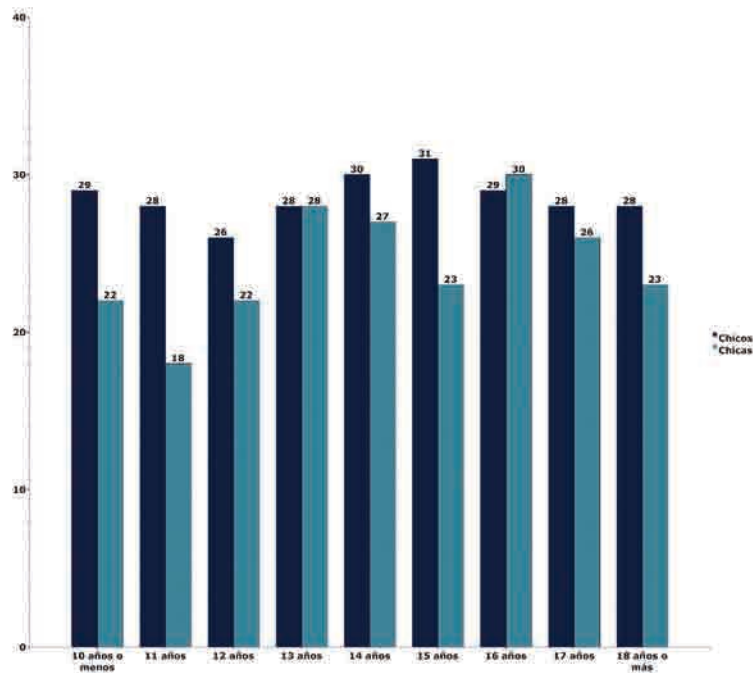


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?”



Se puede apreciar, en el análisis de la respuesta “tengo y he conocido a alguno” de los amigos virtuales en la vida real, que la edad y el sexo implican algunas diferencias a la hora de describir esta pauta de conducta. Son los chicos quienes, salvo a los 16 años, demuestran mayor tendencia a saltar del mundo de las relaciones virtuales a las físicas, y también son los más pequeños, y los de 14 y 15 años, los que en lo hacen en mayor medida. Casi uno de cada tres chicos de 14 y 15 años lo ha hecho en alguna ocasión.

**Gráfico 2.134. Tengo amigos virtuales y he conocido a alguno (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?”

Los menores de Guatemala, casi en un 70%, se muestran mucho menos interesados que el resto en hacer amistades virtuales. Le siguen los mexicanos (58%) y los colombianos (52%). En la media se sitúan los menores de Perú: aquí uno de cada dos no tiene ningún amigo virtual. Por debajo de la media están Argentina, Brasil, Chile y Ecuador: en este último país el 60% de adolescentes tiene amigos online, de los que aproximadamente el 30% ha llegado a conocerlos en persona.

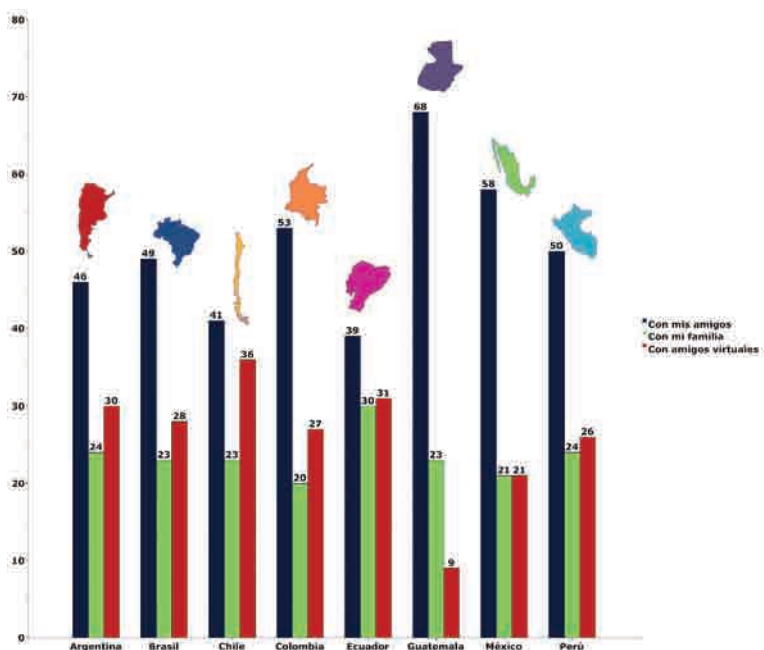


## 2 / Internet

160

Por su parte, son los menores chilenos los que en mayor medida han llegado a conocer a sus amistades y contactos virtuales: casi cuatro de cada diez así lo declaran.

Gráfico 2.135. “¿Tienes amigos virtuales? ¿Los has conocido en persona?” (por país, de 10 a 18 años)



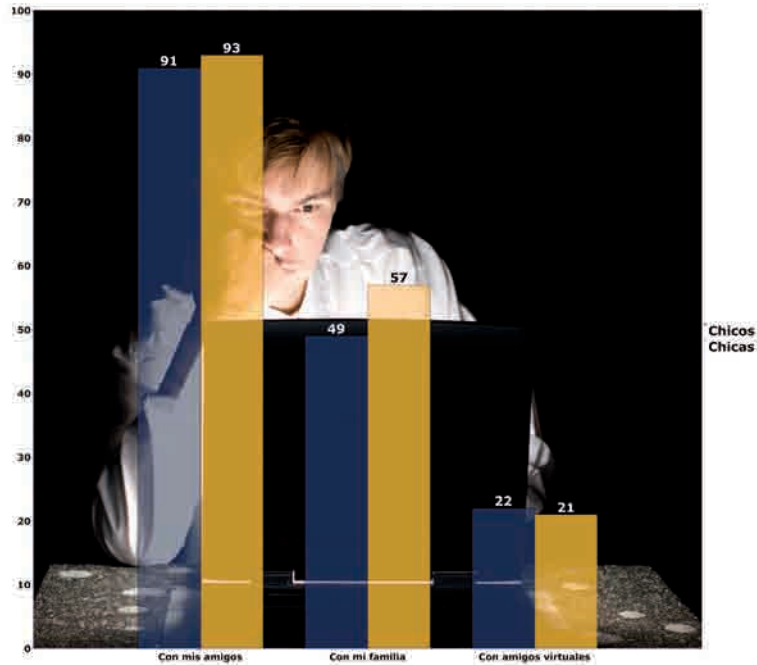
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?”

Como se ha dicho hace un momento, que el principal motivo para usar los sistemas de mensajería instantánea es mantener los vínculos sociales preexistentes resulta evidente a la luz de los datos: para el 92% de los menores, sus amigos son los interlocutores habituales en este tipo de comunicación.

Las chicas por su parte se inclinan más que los chicos a introducir a la familia en estos circuitos de comunicación, aunque también son quienes más se comunican con sus amigos. Los chicos, de modo lógico con sus respuestas precedentes, son quienes más hablan con sus amigos virtuales.



Gráfico 2.136. Con quién te comunicas a través del messenger/chat (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Mientras chateas o estás en el Messenger, ¿con quién sueles hablar?"

Hay bastante homogeneidad a la hora de identificar a los amigos como principales destinatarios de la comunicación a través del Messenger o del chat: en todos los países es la primera opción. Tan solo entre los ecuatorianos, donde el porcentaje se queda en el 80%, y entre los menores de Guatemala, 90%, el porcentaje está por debajo de la media. En este último caso, también la familia está por debajo de la media de países como destinataria de comunicación frecuente. Y son los menores de Chile, Brasil, Argentina y Ecuador los que más declaran hablar con amigos virtuales a través de estas herramientas: por encima del 20% en todos los casos.

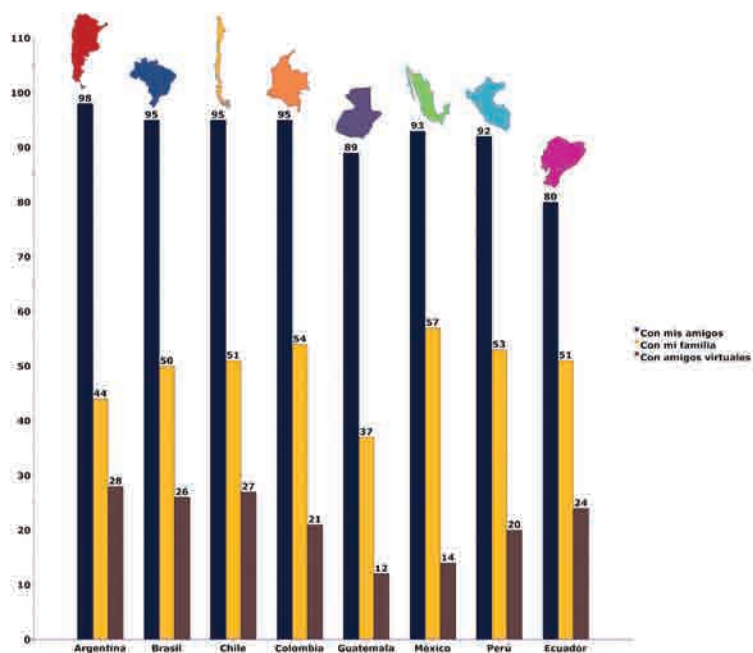


## 2 / Internet

162

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.137. Con quién te comunicas a través del messenger/chat (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Mientras chateas o estás en el Messenger, ¿con quién sueles hablar?"

### Los amigos virtuales en las redes sociales

El uso de las redes sociales no deja de ser una manifestación virtual de la amistad. Tal como hemos visto, esta herramienta tiene un alto índice de penetración entre la Generación Interactiva en Iberoamérica y, a través de su uso, los menores pueden establecer nuevas relaciones con personas desconocidas en el mundo real.

En este sentido, la investigación realizada permite analizar hasta qué punto la utilización de redes sociales consiste en un elemento determinante para establecer relaciones virtuales que se puedan convertir en reales.

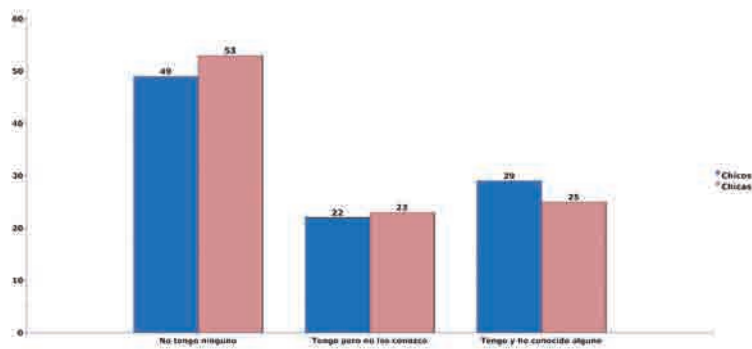
Un primer aspecto constatable –y lógico- lo constituye el hecho de que la utilización de redes sociales aumenta considerablemente la probabilidades de tener amigos virtuales y de conocerlos en la vida real como paso posterior. Del mismo modo, también es destacable el hecho de que sean los chicos quienes más amigos virtuales tengan y los que más den el paso de cruzar la frontera al mundo



real en estos contactos. Por ello, sobre los menores que declaran usar el chat o el Messenger como herramienta de comunicación, se ha cruzado una nueva variable: si son o no usuarios de redes sociales.

Los datos dejan claro que existe una clara relación entre utilizar redes sociales y tener amigos virtuales: aunque los usuarios de redes sociales declaran, en mayor grado que los no usuarios, no tener ningún amigo virtual fuera de su círculo de conocidos, es cierto que son los usuarios los que más afirman tenerlos sin conocerlos en persona (21% vs. 15%) y también haberlos desvirtualizado (26% vs. 17%).

**Gráfico 2.138. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? Usuarios de redes sociales frente a no usuarios (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?"

El análisis por sexos nos deja algunos matices adicionales: si ya los chicos tenían, como se ha visto, mayor propensión que las chicas a conocer a sus amigos virtuales, ser usuario de redes sociales es un factor que remarca esta tendencia: casi el 30% de los chicos usuarios frente al 19% de los no usuarios han llegado a conocer a algunos de sus contactos online. En el caso de las chicas, el uso de redes sociales también incrementa sensiblemente esta posibilidad: de 17% entre las no usuarias a 24% entre las que sí utilizan redes.



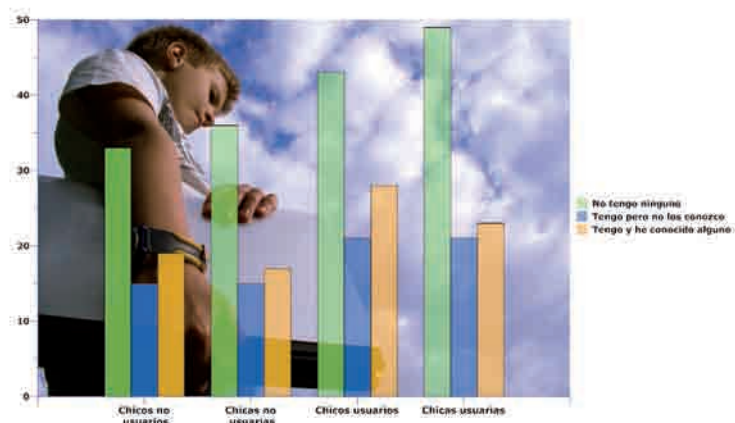


## 2 / Internet

164

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Gráfico 2.139. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? Por sexos y por uso o no de redes sociales (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?”

Se puede apreciar, en el análisis por países, como esta pauta se repite en todos los casos: los menores que usan redes sociales tienen más amigos virtuales y además hay más posibilidades de que los hayan conocido en persona que aquellos que no las usan.

**Tabla 2.19. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? Por sexos y por uso o no de redes sociales (de 10 a 18 años)**

	No tengo ninguno	Tengo pero no los conozco	Tengo y he conocido alguno
Argentina-No usuarios	34%	17%	22%
Argentina-Usuarios	44%	23%	30%
Brasil-No usuarios	33%	16%	19%
Brasil-Usuarios	43%	21%	25%
Chile-No usuarios	30%	17%	26%
Chile-Usuarios	40%	21%	36%
Colombia-No usuarios	43%	16%	21%
Colombia-Usuarios	50%	19%	27%
Ecuador-No usuarios	20%	16%	16%
Ecuador-Usuarios	31%	29%	31%



	No tengo ninguno	Tengo pero no los conozco	Tengo y he conocido alguno
Guatemala-No usuarios	34%	11%	5%
Guatemala-Usuarios	65%	20%	12%
México-No usuarios	39%	14%	14%
México-Usuarios	55%	21%	21%
Perú-No usuarios	33%	16%	17%
Perú-Usuarios	42%	26%	26%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?"

### Autoevaluación en el conocimiento de la Red

Se ha podido ver cómo el uso de la red está muy generalizado entre este grupo de edad. También que hay distintos grupos de usuarios que varían desde meros consumidores de contenido hasta los generadores de información. Todo esto pone de manifiesto que su relación con Internet es de gran familiaridad: el 40% se considera a sí mismo como usuario avanzado o experto respecto a su familia, amigos y profesores; el 43% reconoce que tiene un nivel medio.

**Gráfico 2.140. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Cuando utilizas Internet, ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?", sobre el total de encuestados de 10 a 18 años.

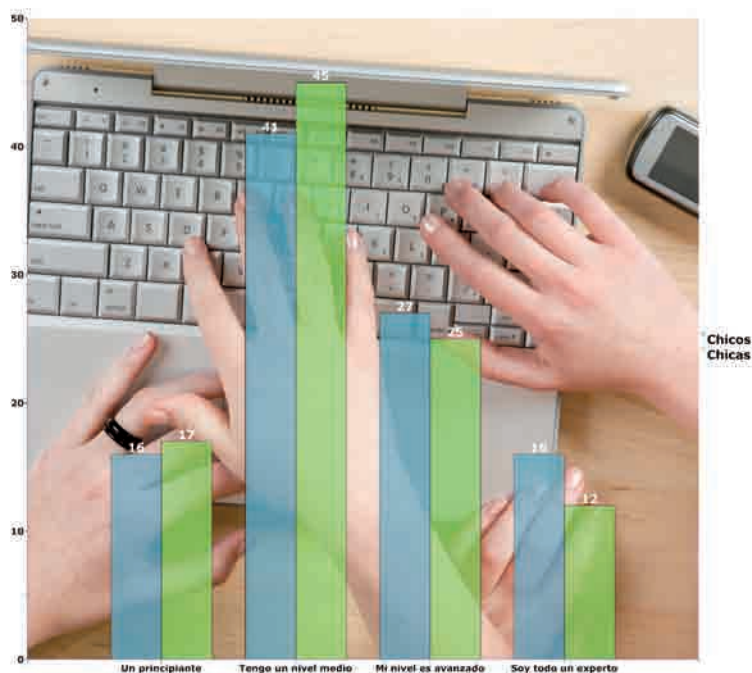


## 2 / Internet

166

Los chicos se sitúan unos puntos por delante de las chicas en la categoría de expertos-usuarios avanzados (43% frente al 37% de chicas que se identifican como tales). En ambos casos un 27% se considera un principiante.

Gráfico 2.141. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? (por sexo, de 10 a 18 años)

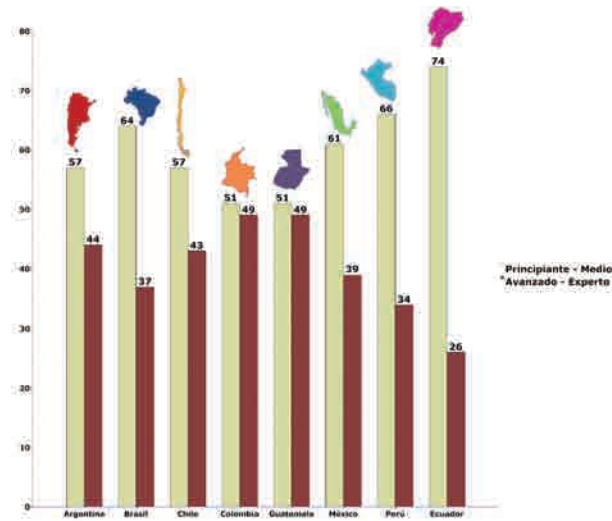


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “Cuando utilizas Internet, ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?”, sobre el total de encuestados de 10 a 18 años.

Agrupando los valores en dos (principiante-medio y avanzado-experto), puede verse que, por países, son los menores de Ecuador, Perú, México y Brasil los que en mayor medida se declaran usuarios de nivel medio o inicial. Por el contrario, hay muchos más menores que se consideran usuarios avanzados o expertos en Colombia, Guatemala y Chile.



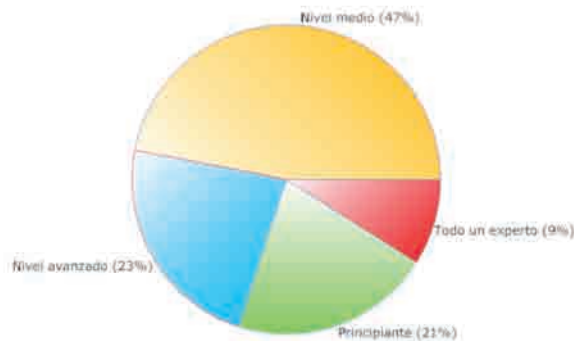
Gráfico 2.142. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Cuando utilizas Internet, ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores)?", sobre el total de encuestados de 10 a 18 años.

Respecto a los resultados de la encuesta de 2008, se aprecia como los menores iberoamericanos aumentan la valoración positiva que hacen sobre sí mismos como usuarios de Internet: frente al 67% que entonces se consideraba usuario inicial-medio, tan solo el 59% lo hace ahora. En 2010, el 14% opina que es un experto, frente al 9% del año 2008.

Gráfico 2.143. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? Datos de 2008 (de 10 a 18 años)





## 2 / Internet

168

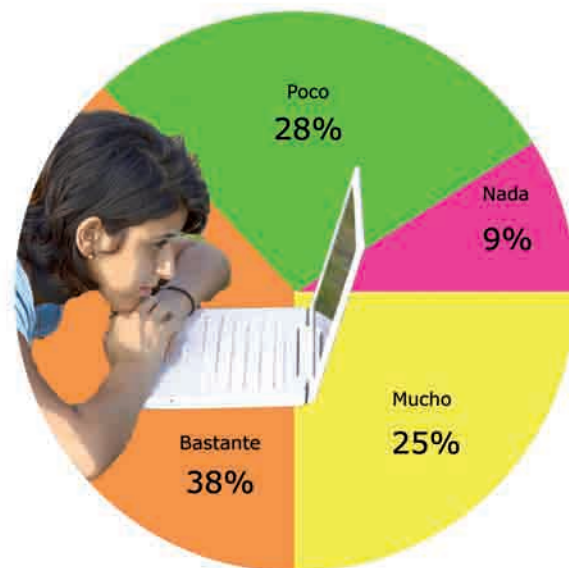
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### Valoraciones

Una de las preocupaciones con las que el mundo adulto mira a la Generación Interactiva es que los menores puedan quedar fascinados, subyugados, por las ventajas que la tecnología ofrece, y que esto les impida desarrollar una visión crítica capaz de ver lo positivo y lo negativo en estos nuevos medios. Máxime cuando, como se ha visto en los datos anteriores, muchos de estos menores se arriesgan a desarrollar conductas de riesgo en estos entornos virtuales.

La visión pragmática, funcional, en el uso de la red está presente en su valoraciones: el 63% de los usuarios de la Red otorga a Internet la consideración de bastante o muy útil porque facilita la comunicación y ahorra tiempo. Tan solo un 9% no está en absoluto de acuerdo con esta declaración, mientras que el 28% lo está un poco.

**Gráfico 2.144. Internet es útil, facilita la comunicación. Grado de acuerdo (de 10 a 18 años)**

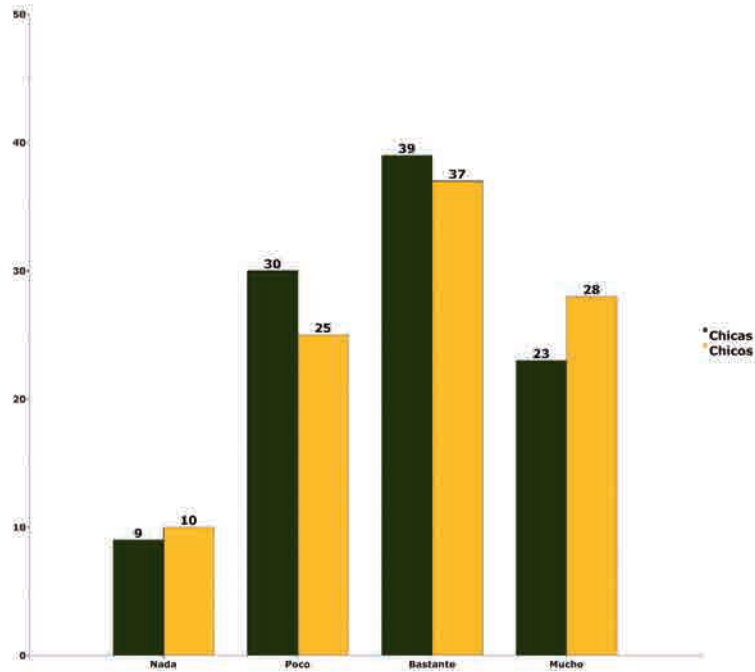


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase...."

Aunque diferencias en esta valoración de Internet por razón del sexo son muy pequeñas, sí se puede apreciar como los chicos son más rotundos: tanto en el "nada" como en el "mucho" van ligeramente por delante", mientras que las chicas parecen más moderadas y tienden a contestar más "poco" o "bastante".



**Gráfico 2.145. Internet es útil, facilita la comunicación. Grado de acuerdo (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase..."

De nuevo se han agrupado las respuestas para hacer más fácil y comprensible el resultado por países: nada y poco (valoración baja sobre la utilidad de Internet) frente a bastante-mucho (valoración alta). En este sentido, la valoración es muy alta en Argentina, Brasil, Chile y Colombia, mientras que es más equilibrada en el resto de países: son los menores de Guatemala quienes muestran una valoración baja más considerable: cercana al 50%.

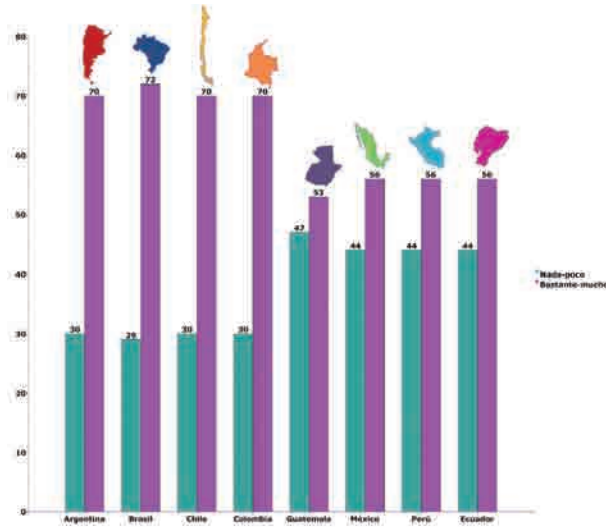


## 2 / Internet

170

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

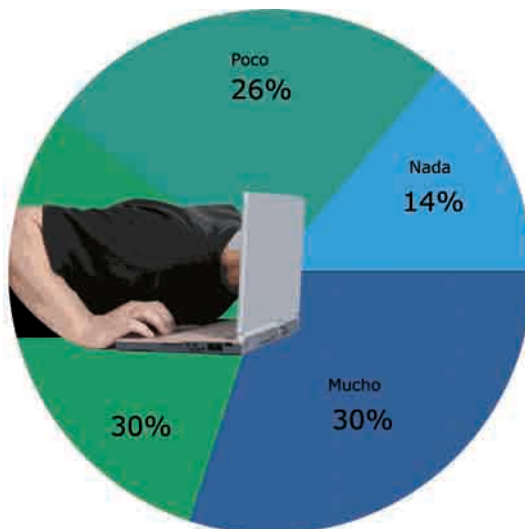
Gráfico 2.146. Internet es útil, facilita la comunicación. Grado de acuerdo (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase...."

Respecto a una de las consecuencias más peligrosas del abuso en el uso de Internet, desarrollar una adicción, los menores se muestran también bastante unánimes. Más de la mitad de los menores iberoamericanos, el 60% está de acuerdo con la posibilidad de que "Internet puede hacer que alguien se envíe". Un 14% está totalmente en desacuerdo con esta posibilidad.

Gráfico 2.147. Internet puede hacer que alguien se envíe (de 10 a 18 años)



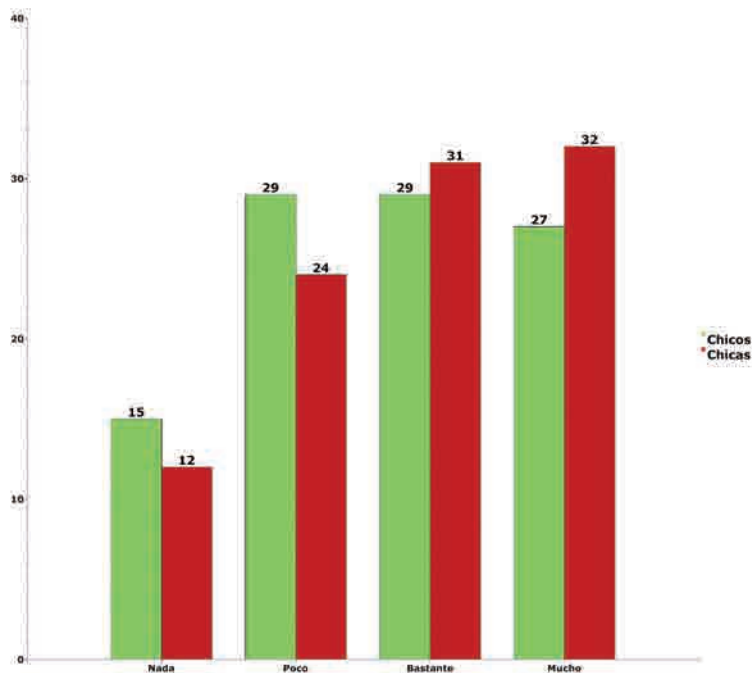
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase...."



En este punto, las chicas parecen más severas a la hora de tener en consideración esta posible consecuencia negativa del uso de Internet: un 63% está bastante o muy de acuerdo en que puede hacer que alguien se envíe, frente al 56% de los chicos.

171

**Gráfico 2.148. Internet puede hacer que alguien se envíe (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase..."

Por país se aprecian algunas diferencias interesantes: los menores de Brasil están mucho más de acuerdo con esta posibilidad que la media (más del 70% así lo afirma), mientras que los adolescentes de Ecuador y México parecen más benevolentes a la hora de juzgar a Internet por su capacidad de hacer que alguien se enganche o se envíe con su uso.

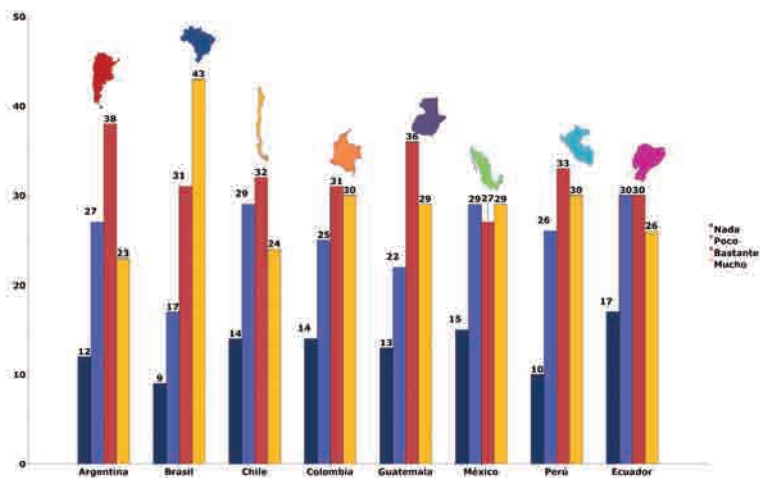




## 2 / Internet

172

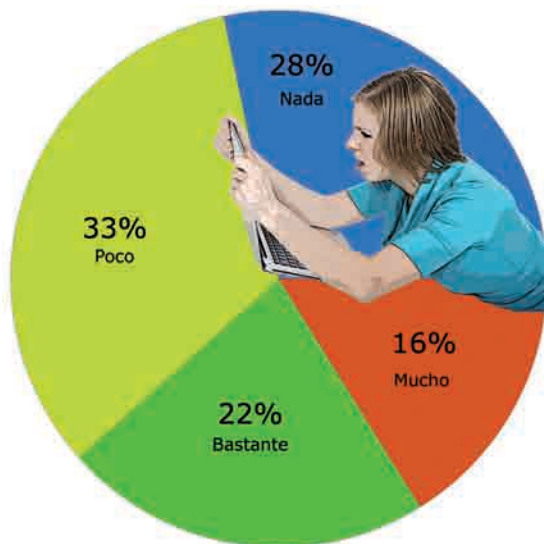
Gráfico 2.149. Internet puede hacer que alguien se envíe (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase..."

Respecto a la posibilidad de que el uso de Internet pueda producir un aislamiento del contexto social inmediato los menores son claros: en un 61% están poco o nada de acuerdo. Tan solo un 16% está convencido de que es así.

Gráfico 2.150. Internet puede hacer que alguien se aisle (de 10 a 18 años)

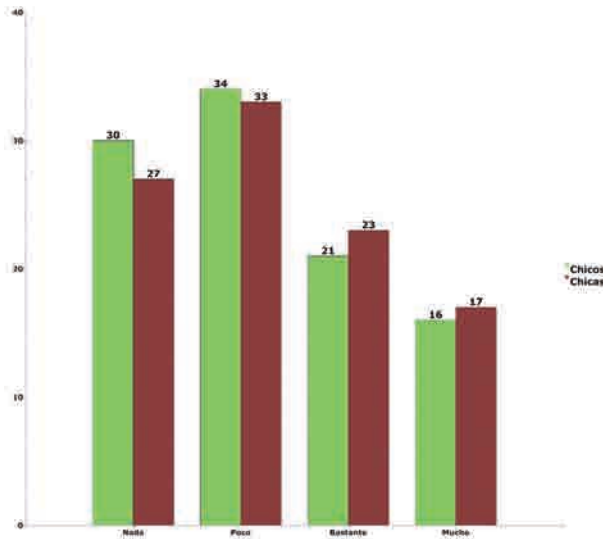


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase..."



Aquí son los chicos los que más rechazan esta posibilidad: en un 64% están poco o nada de acuerdo con esta posibilidad frente al 60% de las chicas, que se muestran un poco más críticas.

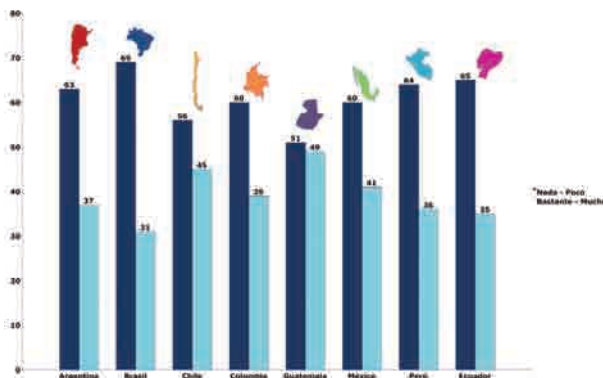
**Gráfico 2.151. Internet puede hacer que alguien se aíse (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase...."

Por países, las valoraciones bajas sobre esta posibilidad de Internet de provocar aislamiento son más habituales en Ecuador, Perú, Brasil y Argentina. Los menores de Guatemala, Chile, Colombia y, en menor medida México, parece más cautos a la hora de valorar esta posibilidad y muestran resultados más equilibrados.

**Gráfico 2.152. Internet puede hacer que alguien se aíse (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase...."



## 2 / Internet

174

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

En términos generales, los chicos parecen más expuestos que las chicas a conductas o hábitos de riesgo. Merece la pena atender sobre todo a los más pequeños ya que sus recursos personales para resolver posibles problemas que surjan son menores, y también para evitar que se conviertan en hábitos adquiridos al llegar a su vida adulta.

Las chicas arriesgan también, aunque al acercarse a la mayoría de edad se moderan de modo claro estos comportamientos. Parecen, además, un poco más críticas a la hora de valorar determinados riesgos que Internet puede plantear.

### Competencia entre pantallas

Ya se ha visto como el ocio mediado por la tecnología, el ocio interactivo, es preferido mayoritariamente por la Generación Interactiva en Iberoamérica, sobre todo en la franja de 10-18 años. Y teniendo en cuenta que su nivel de posesión de distintos dispositivos es significativo, será interesante conocer cuáles son sus preferencias entre las pantallas que les rodean.

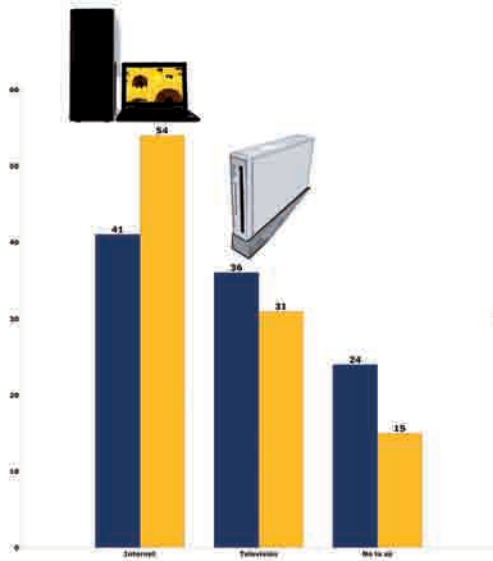
Se ha podido apreciar también que la televisión es la pantalla que más presencia y notoriedad tiene entre esta generación: no solo está presente en la práctica totalidad de los hogares, sino que además lo habitual es que haya al menos dos televisores por hogar. En lo que se refiere a los contenidos, la penetración de los servicios de televisión por cable también es relevante en los hogares de esta generación.

La televisión como opción de ocio es, pues, importante para los niños y adolescentes iberoamericanos, también por una cuestión de oportunidad: es la pantalla que con más frecuencia se encuentra en los hogares.

El siguiente gráfico muestra las preferencias de pequeños y mayores entre Internet y la televisión. Puede apreciarse como Internet es la pantalla favorita en ambos grupos de edad, aunque entre los más mayores adquiere una mayor relevancia: más de la mitad de los de 10 a 18 años la eligen como favorita frente a la televisión. También se puede destacar que son los más pequeños los que manifiestan más dificultades a la hora de elegir: casi uno de cada cuatro no sabría con qué quedarse, mientras que eso es un problema tan solo para el 14% de los adolescentes.



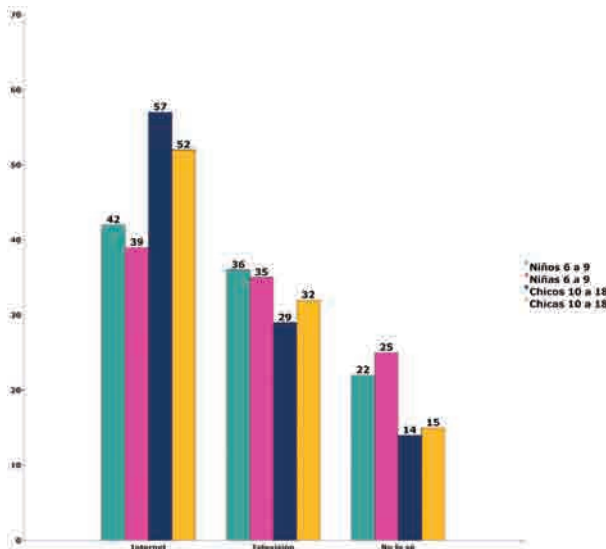
Gráfico 2.153. Televisión vs. Internet (por tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Aunque Internet es preferido por chicos y chicas de todas las edades, se aprecia como, especialmente entre los chicos de 10 a 18 años la brecha con la televisión se hace todavía más apreciable. Son las niñas de 6 a 9 años las que más dubitativas se muestran a la hora de elegir entre una de las dos pantallas como su favorita.

Gráfico 2.154. Televisión vs. Internet (por sexo y tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

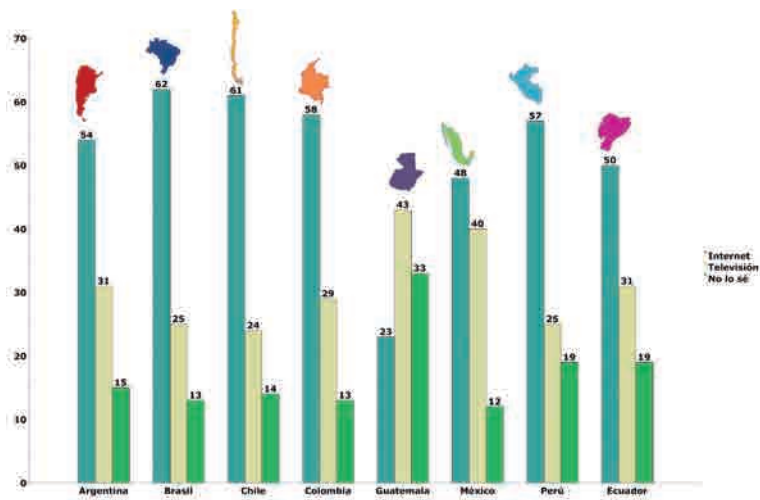


## 2 / Internet

176

En el caso de los mayores, de 10 a 18 años, puede apreciarse como Guatemala es el único país donde este grupo opta por la televisión como pantalla favorita. En México también es una cuestión debatida: frente al 48% que elige Internet, el 40% prefiere la tele. En Chile, por el contrario, al igual que en Brasil y en Argentina, Colombia, Perú y Ecuador en menor medida, Internet es la pantalla más deseada por los adolescentes.

Gráfico 2.155. Televisión vs. Internet (por país, de 10 a 18 años)

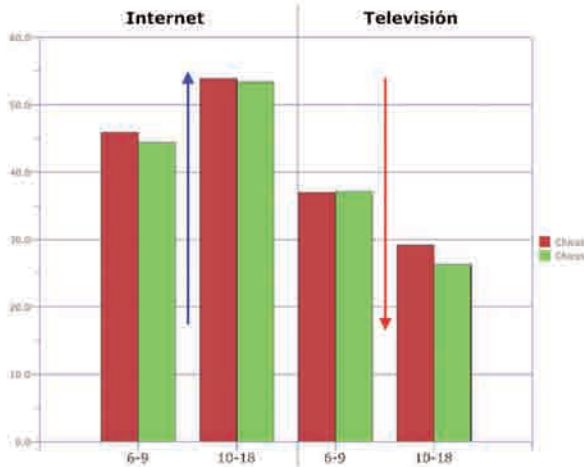


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Respecto a los datos de la encuesta realizada en 2008 (Bringué y Sádaba, 2008), los datos son muy similares aunque puede apreciarse como Internet crece en preferencia entre los más pequeños (tal vez por su valor aspiracional) y se consolida entre los mayores.



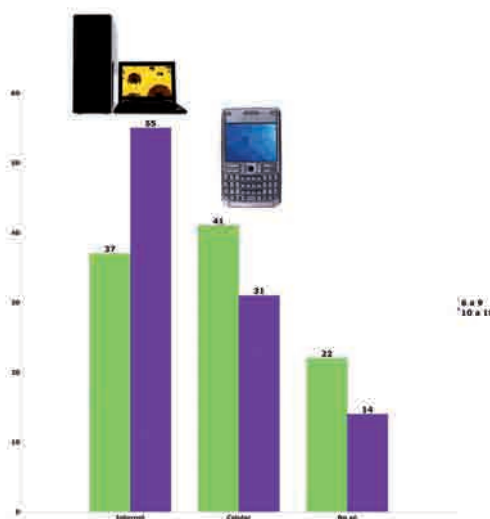
Gráfico 2.156. Internet vs. la televisión. Datos de 2008 (por sexo y tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

En el caso de que la elección planteada sea entre dos pantallas eminentemente interactivas, como el celular e Internet, la cuestión está mucho más discutida: entre los más pequeños el celular sale ganando, por una diferencia muy pequeña (40% vs. 38%), mientras que Internet gana en el tramo de edad de 10 a 18 años (55% vs. 30%), con una diferencia menor a la que arrojaba la pareja televisión-Internet.

Gráfico 2.157. Celular vs. Internet (por tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"



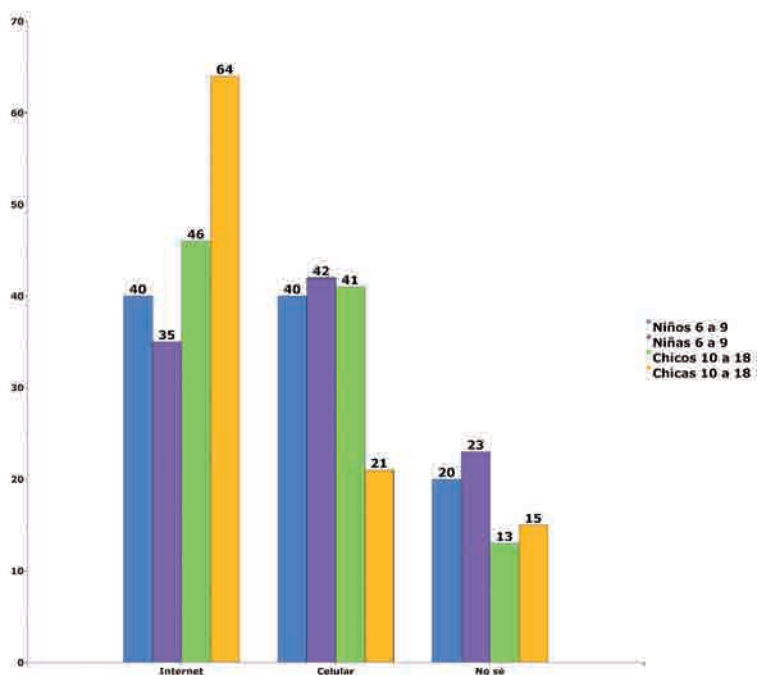
## 2 / Internet

178

En el caso de los más pequeños, es la preferencia de las niñas por el celular lo que inclina la balanza hacia esta pantalla. Los niños por su parte, ofrecen un empate técnico entre ambas.

Entre los adolescentes sucede al contrario: los chicos son más equilibrados a la hora de optar por una u otra, mientras que las chicas muestran una clara preferencia por Internet sobre el celular.

Gráfico 2.158. Celular vs. Internet (por sexo y tramo de edad)

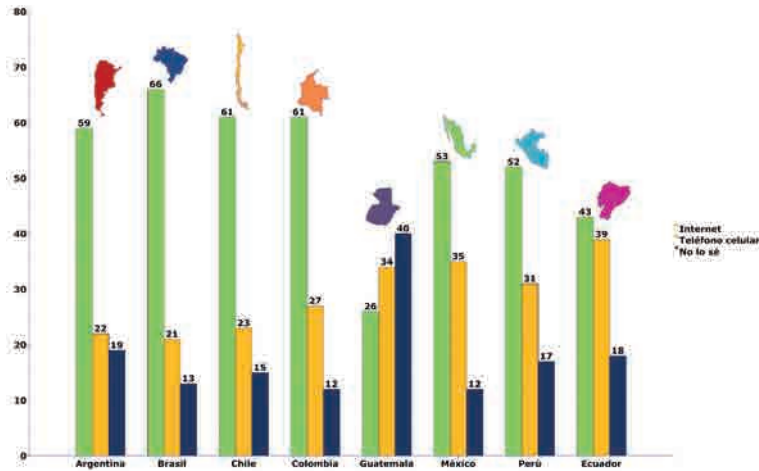


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

El análisis por países nos muestra que Internet es la pantalla favorita en todos los países a excepción de Guatemala, donde gana el celular y además un 40% de los menores no saben con qué quedarse. Ecuador destaca por ser el país donde menor es la diferencia que separa a ambas pantallas en preferencia, y Brasil por ser donde los menores parecen tener más claro que optan por Internet frente al celular.



Gráfico 2.159. Celular vs. Internet (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Como sucede en todos los países, Internet ocupa, cada vez más, un lugar en el tiempo y en las preferencias de los menores iberoamericanos. Pero no es la única pantalla con la que estos se encuentran: los celulares, los videojuegos y la televisión forman parte de un ecosistema mediático que tiene, además, otros factores determinantes: la familia, la escuela, el grupo de referencia.

En el próximo capítulo se abordarán los datos referidos al celular, con el fin de profundizar en la comprensión de la Generación Interactiva en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú.





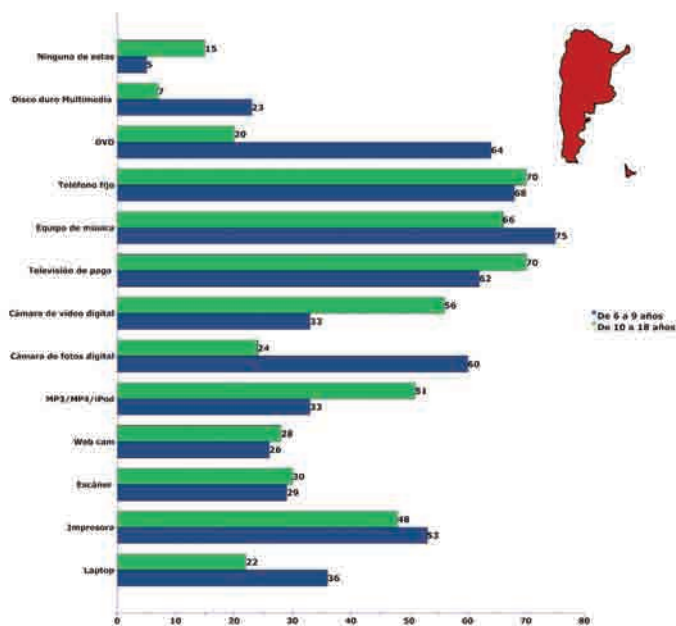
## 2 / Internet

180

### 2.11. RESUMEN GENERAL POR PAÍSES

#### 2.11.1. Argentina

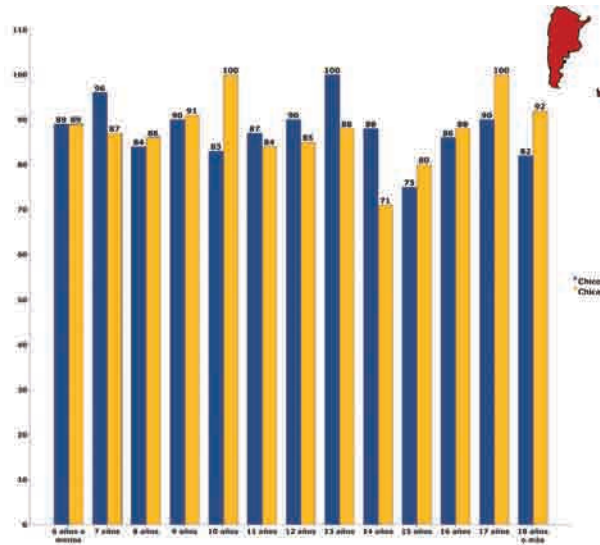
Gráfico 2.160. Argentina: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

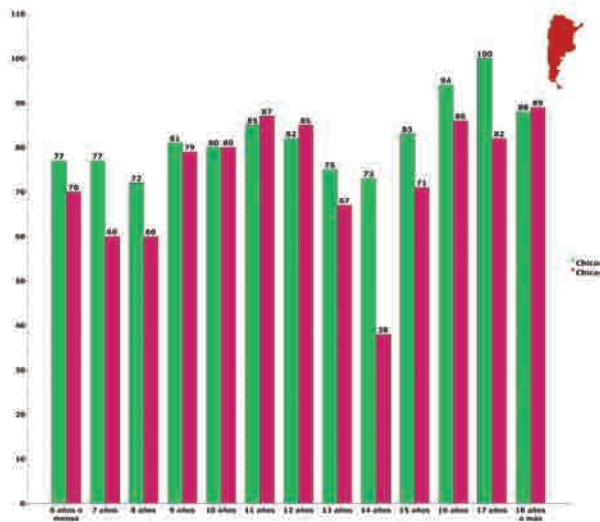


**Gráfico 2.161. Argentina: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes Internet en tu casa?”.  
Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Gráfico 2.162. Argentina: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Tengas o no Internet en casa, ¿sueles utilizarlo?”.  
Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



## 2 / Internet

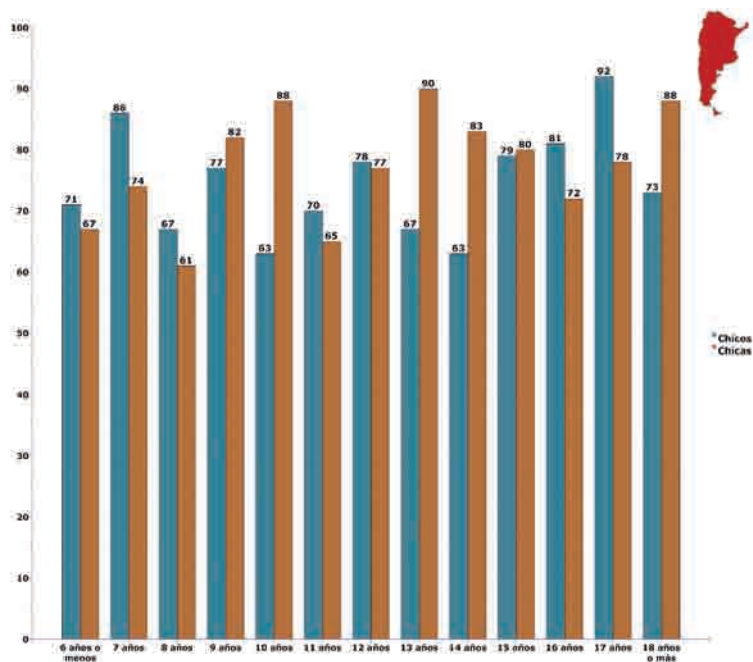
182

**Tabla 2.20. Argentina: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	75%	75%	76%	78%
Con amigos y/o amigas	49%	46%	61%	52%
Con hermanos y/o hermanas	40%	39%	25%	27%
Con mi papá	36%	23%	14%	5%
Con mi madre	33%	29%	15%	15%
Con un profesor o profesora	23%	17%	7%	10%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Gráfico 2.163. Argentina: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



**Tabla 2.21. Argentina: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	73%	66%
Para compartir vídeos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	36%	26%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	29%	35%
Para descargar música	29%	21%
Para chatear o usar el Messenger	41%	44%
Utilizas redes saociales, Facebook o hi5	37%	31%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	73%	74%
Envío de SMS	35%	34%
Ver y/o compartir vídeos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	60%	50%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	59%	69%
Televisión digital	9%	3%
Radio digital	9%	6%
Para usar programas (word, excel)	39%	34%
Para descargar música, películas o programas	66%	63%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	6%	2%
Foros o listas de correo	12%	10%
Blogs	20%	15%
Fotologs	22%	26%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	16%	16%
Juego en Red	73%	53%
Redes sociales	81%	85%
Crear una web/blog	40%	35%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



## 2 / Internet

184

**Tabla 2.22. Argentina: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	13%
11 años	35%	20%
12 años	13%	9%
13 años	33%	20%
14 años	25%	33%
15 años	17%	20%
16 años	31%	28%
17 años	31%	22%
18 años o más	20%	19%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes afirmaciones? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Tabla 2.23. Argentina: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	0%
11 años	9%	10%
12 años	0%	14%
13 años	0%	10%
14 años	13%	0%
15 años	0%	7%
16 años	6%	0%
17 años	8%	11%
18 años o más	7%	0%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes afirmaciones? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



**Tabla 2.24. Argentina: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	25%	50%
11 años	17%	5%
12 años	9%	5%
13 años	11%	10%
14 años	13%	50%
15 años	17%	33%
16 años	31%	22%
17 años	8%	0%
18 años o más	7%	6%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes afirmaciones? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Tabla 2.25. Argentina: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	50%
11 años	9%	5%
12 años	17%	18%
13 años	22%	10%
14 años	13%	17%
15 años	17%	27%
16 años	44%	17%
17 años	15%	0%
18 años o más	27%	6%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes afirmaciones? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



## 2 / Internet

186

**Tabla 2.26. Argentina: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	38%
11 años	41%	33%
12 años	29%	22%
13 años	22%	33%
14 años	43%	50%
15 años	35%	23%
16 años	38%	24%
17 años	27%	38%
18 años o más	23%	27%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes afirmaciones? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

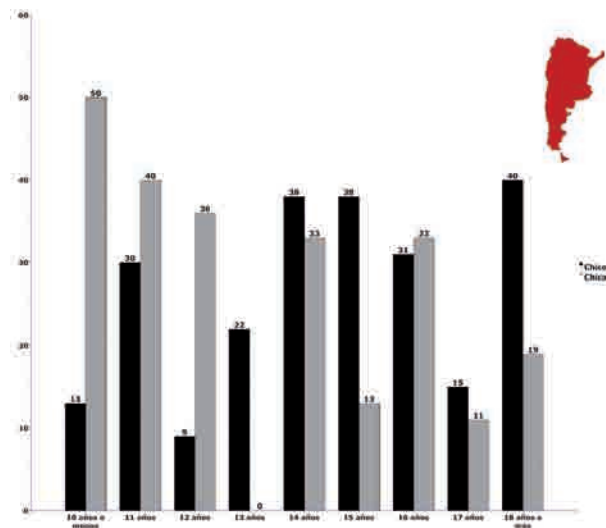
**Tabla 2.27. Argentina: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	25%
11 años	9%	25%
12 años	4%	18%
13 años	0%	20%
14 años	0%	0%
15 años	0%	7%
16 años	6%	11%
17 años	8%	22%
18 años o más	0%	13%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes afirmaciones? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



**Gráfico 2.164. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso de Internet? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Tabla 2.28. Argentina: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	32%	48%
Echan un vistazo	27%	39%
Me ayudan, se sientan conmigo	5%	9%
Están en la misma habitación	4%	5%
Comprueban después por dónde he navegado	4%	7%
Miran mi correo electrónico	1%	6%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	6%	16%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	9%	12%
No hacen nada	47%	33%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



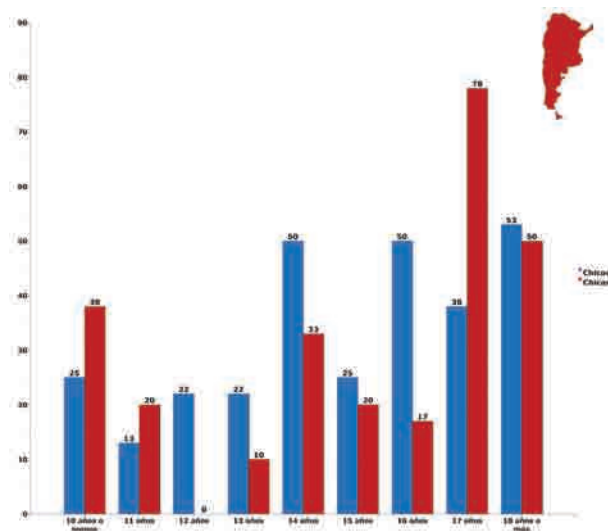


## 2 / Internet

188

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Gráfico 2.165. Argentina: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

### 2.11.2. Brasil

**Gráfico 2.166. Brasil: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)**

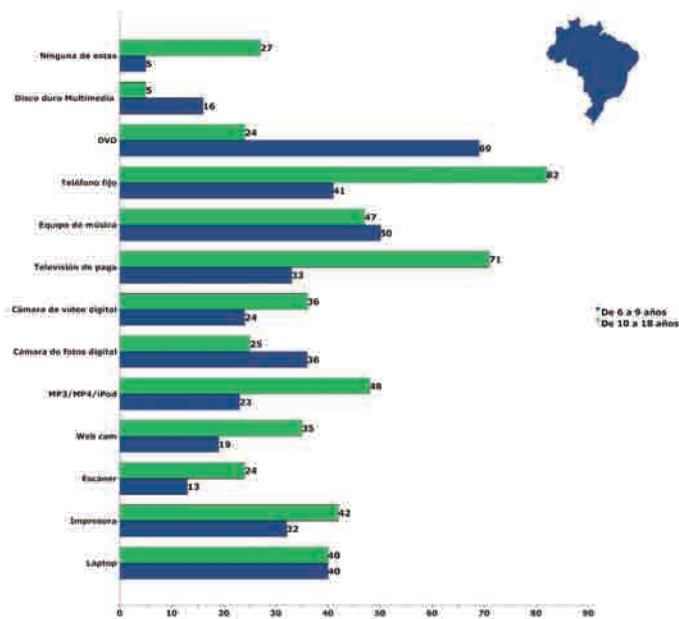




Gráfico 2.167. Brasil: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

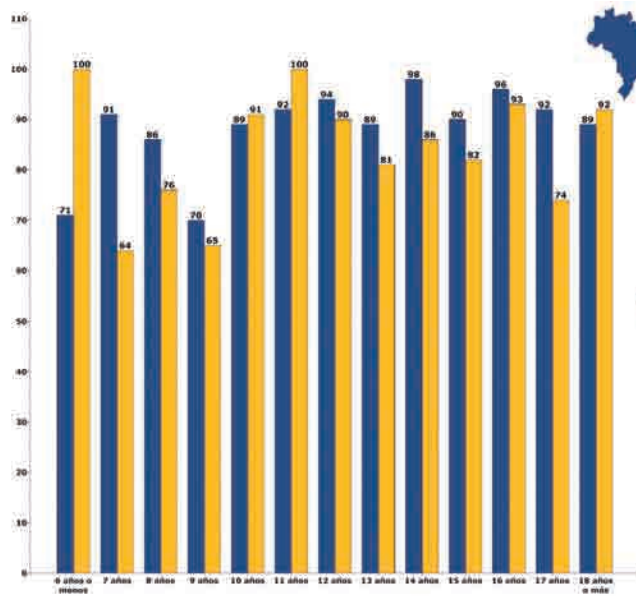
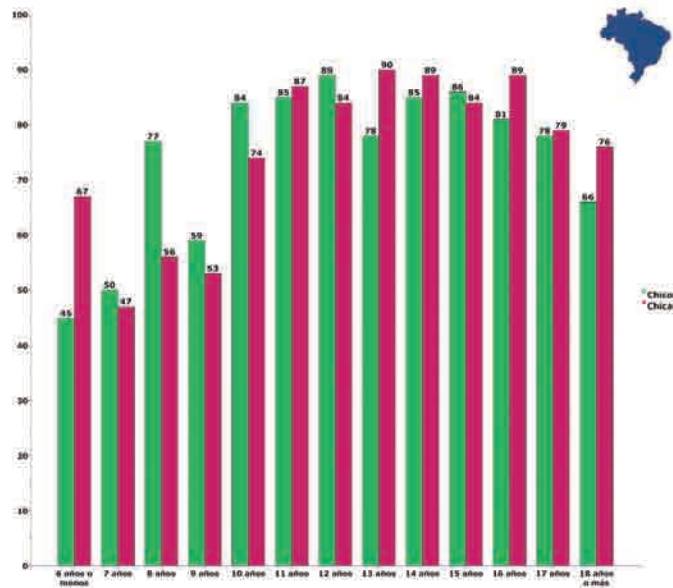


Gráfico 2.168. Brasil: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





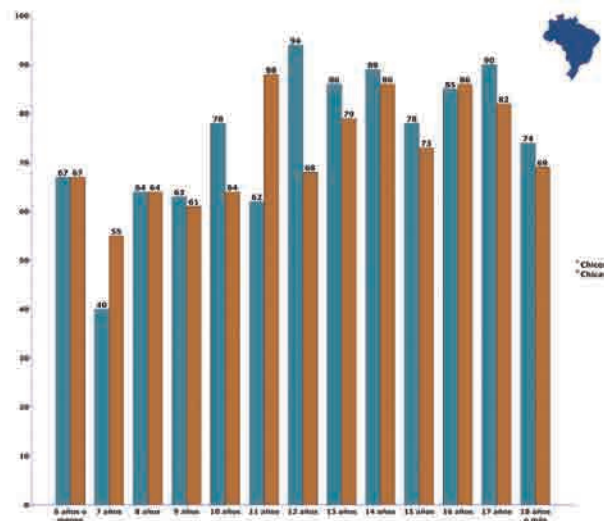
## 2 / Internet

190

**Tabla 2.29. Brasil: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	61%	62%	83%	79%
Con amigos y/o amigas	29%	31%	38%	48%
Con hermanos y/o hermanas	29%	20%	17%	22%
Con mi papá	21%	19%	8%	8%
Con mi madre	18%	32%	11%	17%
Con un profesor o profesora	14%	19%	6%	9%

**Gráfico 2.169. Brasil: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años)**



**Tabla 2.30. Brasil: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	45%	26%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	37%	37%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	12%	12%
Para descargar música	26%	35%
Para chatear o usar el Messenger	22%	25%
Utilizas redes sociales, Facebook o hi5	34%	36%



	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	67%	54%
Envío de SMS	22%	23%
Ver y/o compartir vídeos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	51%	49%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	56%	63%
Televisión digital	8%	5%
Radio digital	8%	9%
Para usar programas (word, excel)	38%	38%
Para descargar música, películas o programas	61%	56%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	50%	63%
Foros o listas de correo	10%	5%
Blogs	22%	26%
Fotologs	7%	11%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	41%	37%
Juego en Red	64%	43%
Redes sociales	82%	85%
Crear una web/blog	42%	41%

**Tabla 2.31. Brasil: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	15%	4%
11 años	21%	9%
12 años	13%	3%
13 años	6%	15%
14 años	18%	10%
15 años	8%	8%
16 años	28%	11%
17 años	12%	0%
18 años o más	8%	7%



## 2 / Internet

192

**Tabla 2.32. Brasil: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	4%	0%
11 años	0%	3%
12 años	6%	0%
13 años	3%	4%
14 años	4%	2%
15 años	6%	2%
16 años	10%	3%
17 años	4%	2%
18 años o más	3%	0%

**Tabla 2.33. Brasil: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	4%	0%
11 años	0%	0%
12 años	6%	3%
13 años	11%	9%
14 años	18%	11%
15 años	20%	16%
16 años	21%	13%
17 años	22%	12%
18 años o más	18%	7%

**Tabla 2.34. Brasil: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	7%	0%
11 años	0%	0%
12 años	10%	3%
13 años	6%	13%
14 años	9%	13%
15 años	12%	16%



	Chicos	Chicas
16 años	11%	15%
17 años	18%	10%
18 años o más	15%	10%

**Tabla 2.35. Brasil: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	18%	7%
11 años	25%	7%
12 años	11%	16%
13 años	25%	22%
14 años	26%	22%
15 años	20%	30%
16 años	26%	40%
17 años	22%	42%
18 años o más	56%	45%

**Tabla 2.36. Brasil: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	11%	0%
11 años	0%	6%
12 años	16%	0%
13 años	6%	13%
14 años	13%	11%
15 años	6%	6%
16 años	8%	16%
17 años	10%	6%
18 años o más	0%	12%



## 2 / Internet

194

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.170. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

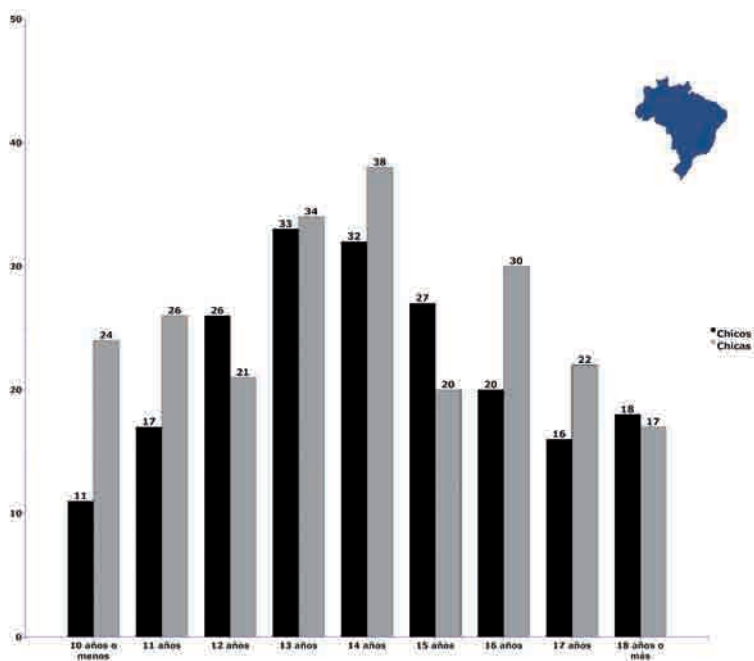
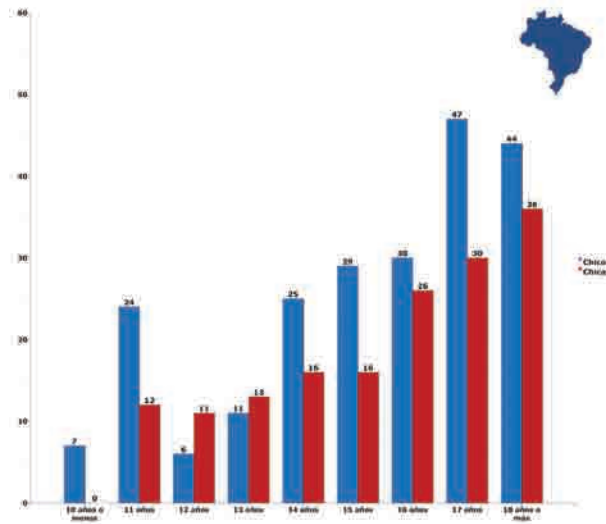


Tabla 2.37. Brasil: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	43%	46%
Echan un vistazo	34%	41%
Me ayudan, se sientan conmigo	9%	9%
Están en la misma habitación	5%	6%
Comprueban después por dónde he navegado	7%	6%
Miran mi correo electrónico	6%	6%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	12%	11%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	8%	10%
No hacen nada	36%	34%

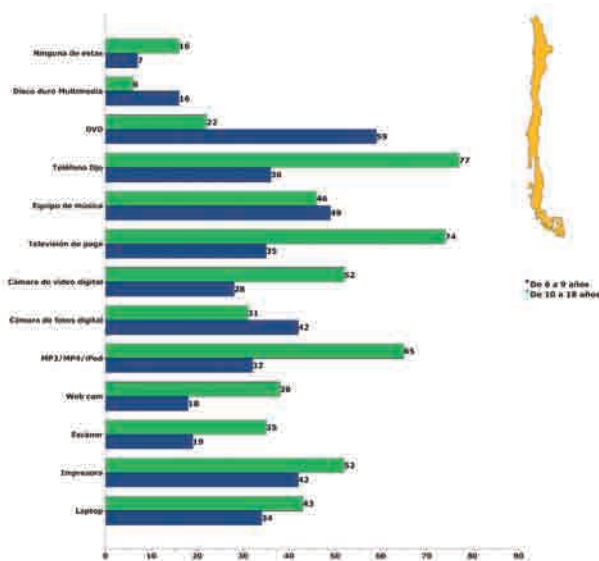


Gráfico 2.171. Brasil: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



2.11.3. Chile

Gráfico 2.172. Chile: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)







## 2 / Internet

196

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.173. Chile: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

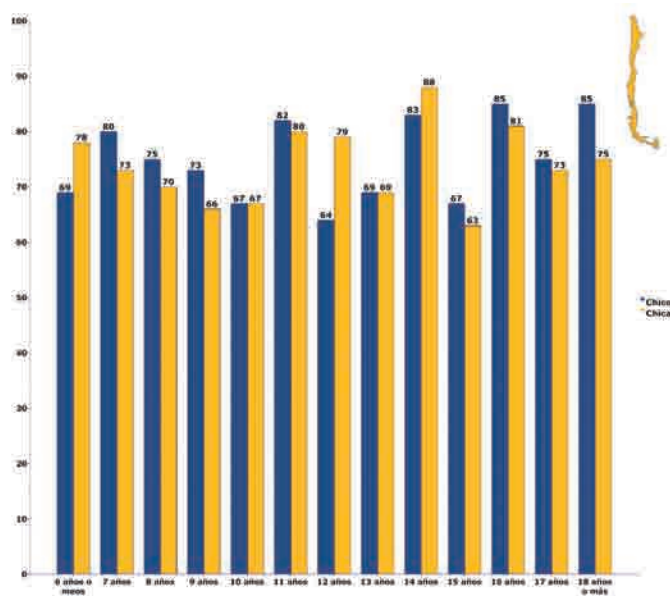


Gráfico 2.174. Chile: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

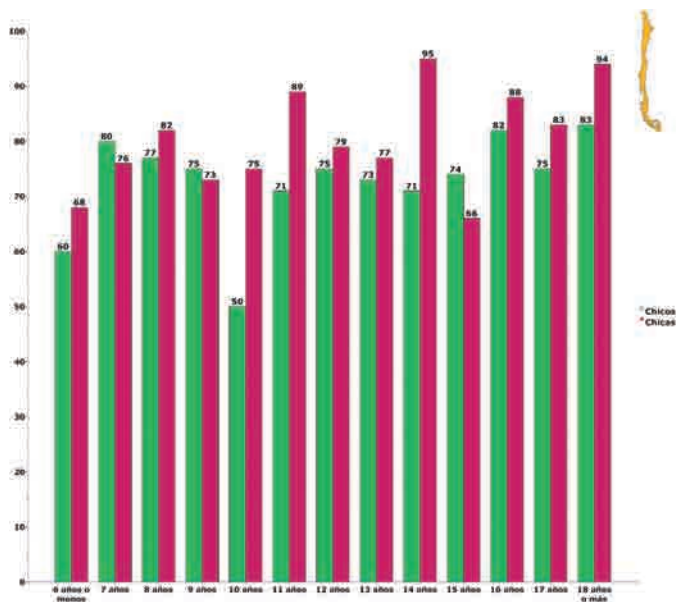
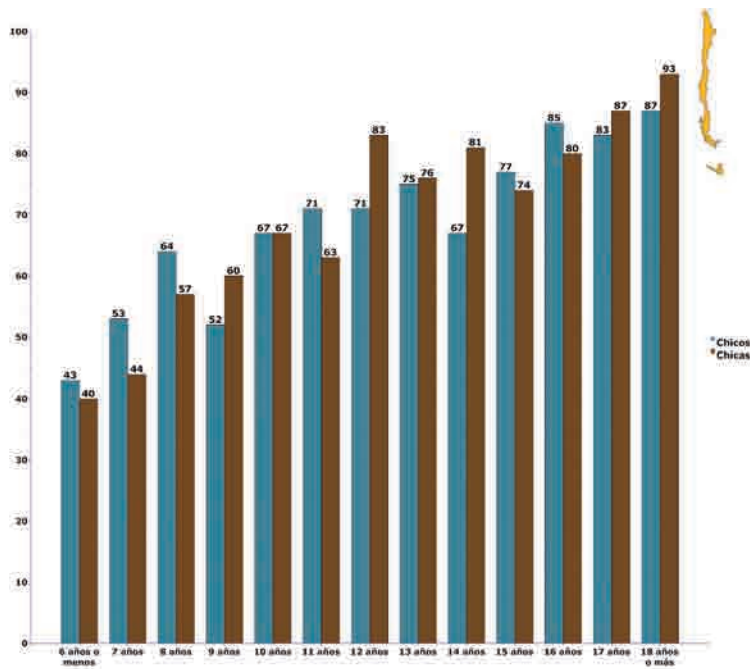




Tabla 2.38. Chile: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	55%	55%	78%	79%
Con amigos y/o amigas	30%	33%	41%	49%
Con hermanos y/o hermanas	24%	25%	24%	34%
Con mi papá	20%	16%	12%	12%
Con mi madre	23%	27%	17%	20%
Con un profesor o profesora	9%	9%	6%	11%

Gráfico 2.175. Chile: "Navego en solitario" (por sexo, de 6 a 18 años)





## 2 / Internet

198

**Tabla 2.39. Chile: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	56%	46%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	29%	29%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	21%	26%
Para descargar música	27%	29%
Para chatear o usar el Messenger	29%	29%
Utilizas redes saociales, Facebook o hi5	29%	28%

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	77%	75%
Envío de SMS	21%	14%
Ver y/o compartir videos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	58%	55%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	63%	67%
Televisión digital	13%	5%
Radio digital	10%	6%
Para usar programas (word, excel)	41%	43%
Para descargar música, películas o programas	67%	65%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	8%	1%
Foros o listas de correo	16%	9%
Blogs	17%	12%
Fotologs	23%	38%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	25%	30%
Juego en Red	70%	57%
Redes sociales	85%	88%
Crear una web/blog	35%	35%



**Tabla 2.40. Chile: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	17%	11%
11 años	12%	13%
12 años	29%	9%
13 años	13%	18%
14 años	33%	29%
15 años	19%	32%
16 años	25%	20%
17 años	17%	13%
18 años o más	47%	7%

**Tabla 2.41. Chile: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	0%
11 años	0%	0%
12 años	4%	4%
13 años	0%	12%
14 años	0%	10%
15 años	12%	11%
16 años	15%	7%
17 años	3%	7%
18 años o más	13%	7%

**Tabla 2.42. Chile: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	11%
11 años	0%	13%
12 años	13%	13%
13 años	6%	18%
14 años	13%	19%



## 2 / Internet

200

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	Chicos	Chicas
15 años	12%	16%
16 años	15%	15%
17 años	3%	10%
18 años o más	27%	20%

**Tabla 2.43. Chile: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	0%
11 años	12%	13%
12 años	13%	9%
13 años	13%	35%
14 años	7%	19%
15 años	38%	16%
16 años	33%	7%
17 años	17%	27%
18 años o más	33%	13%

**Tabla 2.44. Chile: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

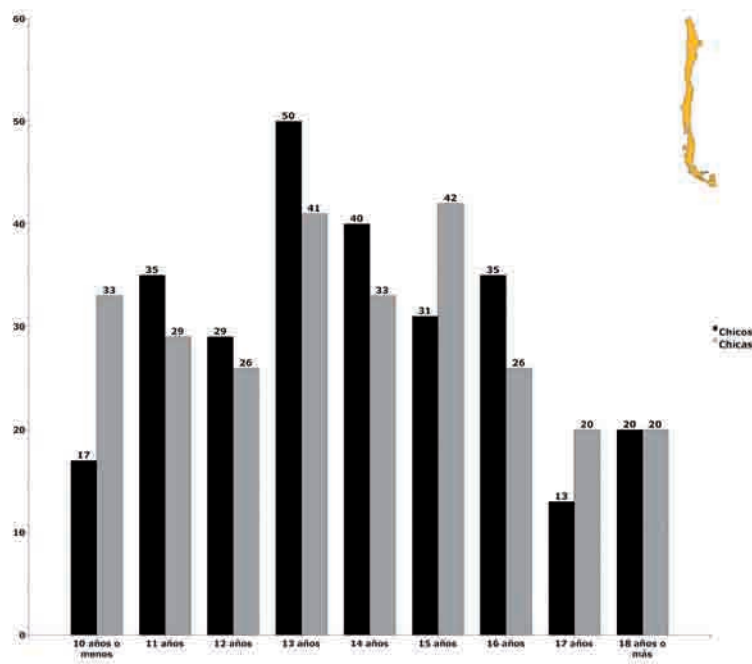
	Chicos	Chicas
10 años o menos	50%	33%
11 años	29%	23%
12 años	36%	10%
13 años	43%	38%
14 años	21%	32%
15 años	36%	42%
16 años	45%	40%
17 años	44%	52%
18 años o más	40%	14%



**Tabla 2.45. Chile: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	11%
11 años	0%	13%
12 años	8%	4%
13 años	0%	24%
14 años	13%	5%
15 años	8%	16%
16 años	10%	2%
17 años	7%	27%
18 años o más	13%	13%

**Gráfico 2.176. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**





## 2 / Internet

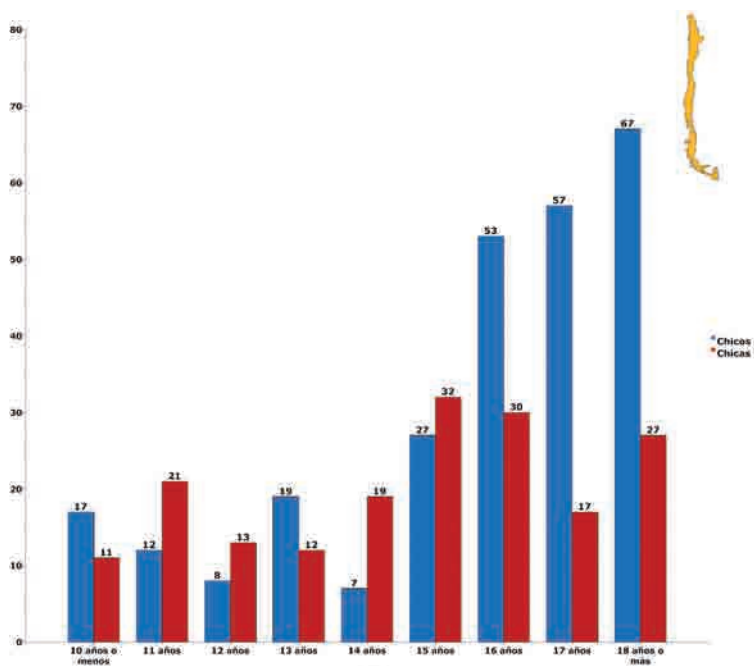
202

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 2.46. Chile: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	47%	57%
Echan un vistazo	30%	42%
Me ayudan, se sientan conmigo	6%	8%
Están en la misma habitación	10%	10%
Comprueban después por dónde he navegado	7%	8%
Miran mi correo electrónico	5%	5%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	11%	10%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	13%	7%
No hacen nada	35%	28%

**Gráfico 2.177. Chile: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**





2.11.4. Colombia

Gráfico 2.178. Colombia: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)

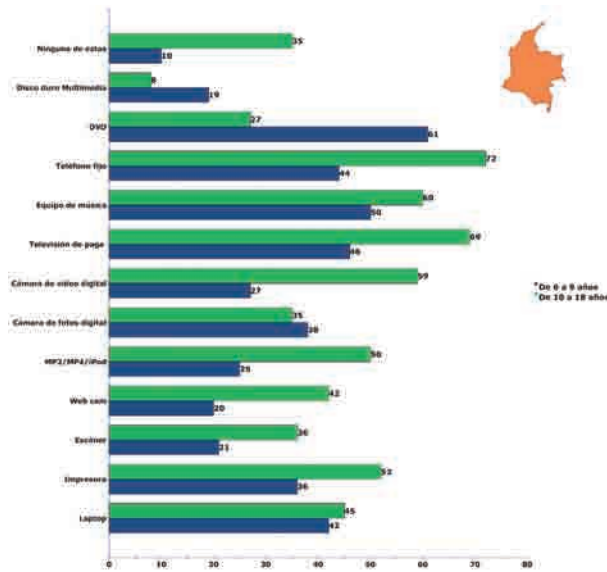
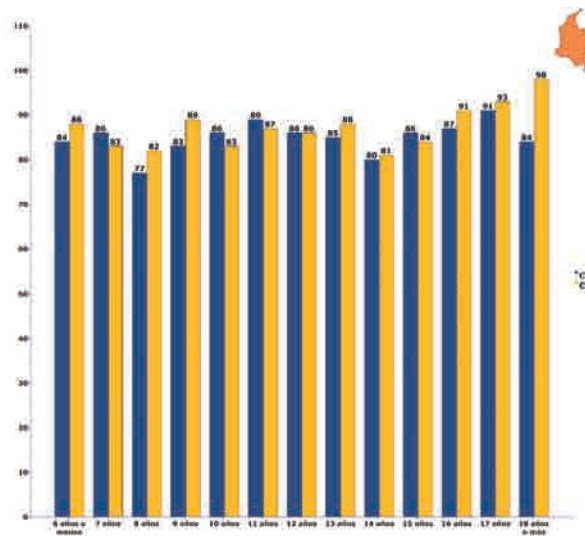


Gráfico 2.179. Colombia: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)







## 2 / Internet

204

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.180. Colombia: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

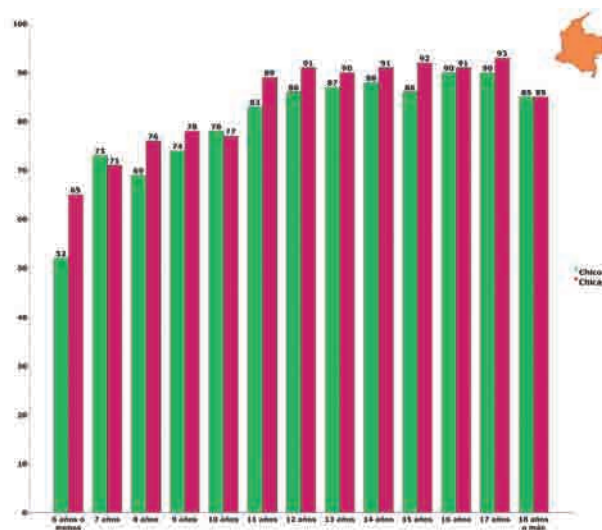


Tabla 2.47. Colombia: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	54%	49%	78%	79%
Con amigos y/o amigas	29%	30%	43%	47%
Con hermanos y/o hermanas	27%	29%	25%	28%
Con mi papá	18%	22%	11%	11%
Con mi madre	20%	29%	15%	20%
Con un profesor o profesora	8%	12%	6%	7%



Gráfico 2.181. Colombia: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años)

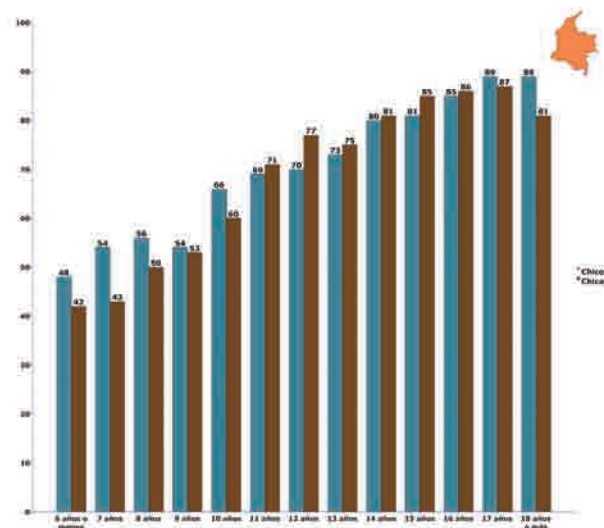


Tabla 2.48. Colombia: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	56%	55%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	32%	29%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	24%	25%
Para descargar música	26%	27%
Para chatear o usar el Messenger	25%	27%
Utilizas redes saociales, Facebook o hi5	21%	23%
	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	68%	71%
Envío de SMS	33%	36%
Ver y/o compartir videos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	51%	52%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	66%	73%
Televisión digital	12%	10%
Radio digital	8%	8%



## 2 / Internet

206

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para usar programas (word, excel)	38%	42%
Para descargar música, películas o programas	56%	59%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	8%	3%
Foros o listas de correo	12%	11%
Blogs	13%	14%
Fotologs	7%	8%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	27%	37%
Juego en Red	75%	62%
Redes sociales	82%	81%
Crear una web/blog	34%	31%

**Tabla 2.49. Colombia: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	18%	17%
11 años	13%	7%
12 años	15%	13%
13 años	18%	16%
14 años	22%	15%
15 años	21%	14%
16 años	22%	13%
17 años	24%	15%
18 años o más	27%	13%

**Tabla 2.50. Colombia: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	1%	3%
11 años	2%	1%
12 años	2%	3%
13 años	5%	5%
14 años	2%	1%
15 años	4%	2%



	Chicos	Chicas
16 años	5%	2%
17 años	7%	4%
18 años o más	7%	6%

**Tabla 2.51. Colombia: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	4%	3%
11 años	4%	3%
12 años	8%	6%
13 años	9%	6%
14 años	10%	6%
15 años	14%	11%
16 años	12%	7%
17 años	17%	14%
18 años o más	22%	11%

**Tabla 2.52. Colombia: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	7%	2%
11 años	5%	4%
12 años	4%	7%
13 años	8%	6%
14 años	10%	9%
15 años	14%	12%
16 años	10%	8%
17 años	17%	10%
18 años o más	14%	10%



## 2 / Internet

208

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 2.53. Colombia: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	31%	23%
11 años	23%	16%
12 años	24%	24%
13 años	26%	33%
14 años	32%	28%
15 años	32%	22%
16 años	29%	27%
17 años	32%	25%
18 años o más	29%	22%

**Tabla 2.54. Colombia: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	3%	5%
11 años	2%	5%
12 años	4%	5%
13 años	6%	5%
14 años	4%	6%
15 años	5%	6%
16 años	7%	6%
17 años	6%	12%
18 años o más	6%	5%



Gráfico 2.182. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

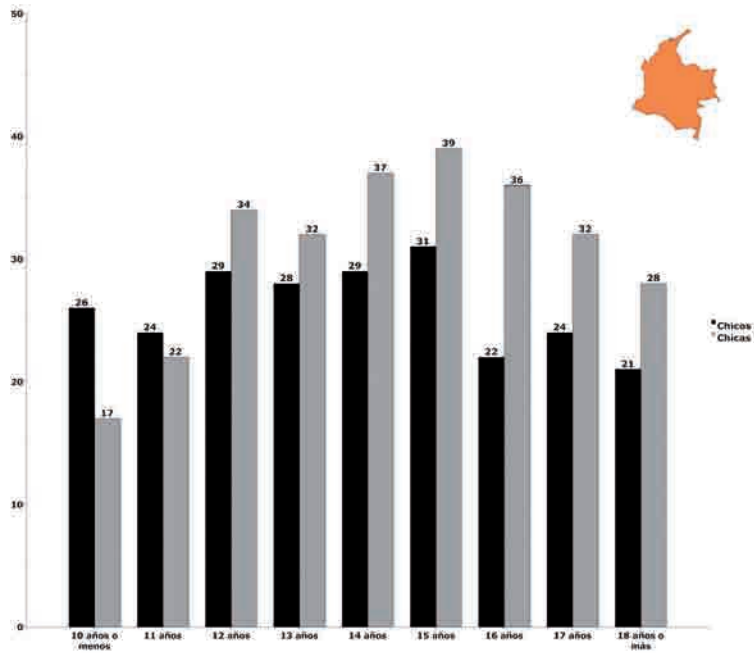


Tabla 2.55. Colombia: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	50%	54%
Echan un vistazo	32%	39%
Me ayudan, se sientan conmigo	9%	11%
Están en la misma habitación	6%	7%
Comprueban después por dónde he navegado	6%	4%
Miran mi correo electrónico	4%	4%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	9%	10%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	10%	11%
No hacen nada	31%	28%

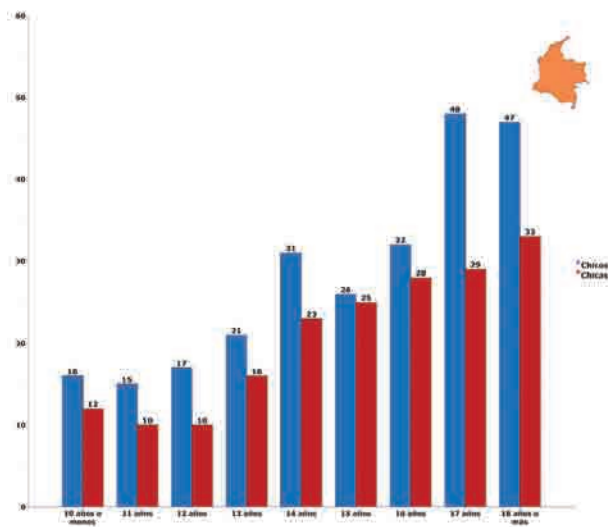


## 2 / Internet

210

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.183. Colombia: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



### 2.11.5. Ecuador

Gráfico 2.184. Ecuador: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)

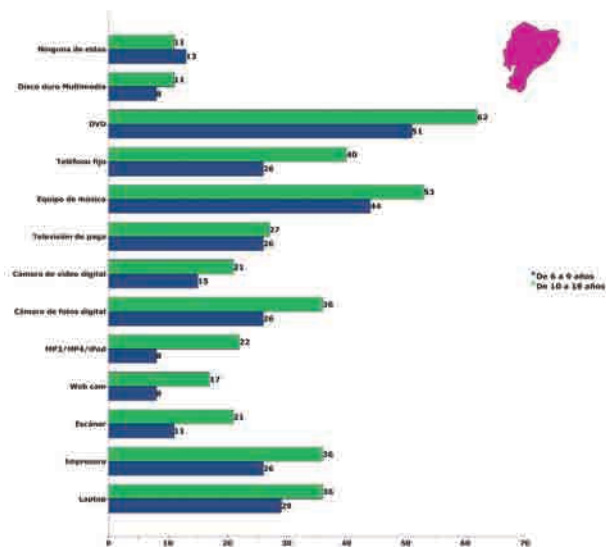




Gráfico 2.185. Ecuador: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

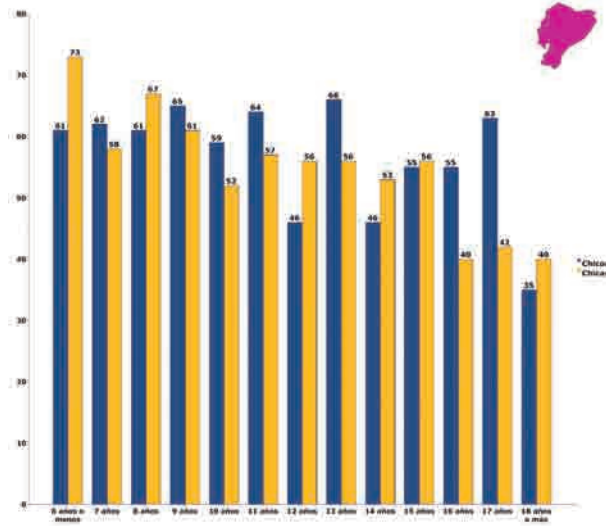
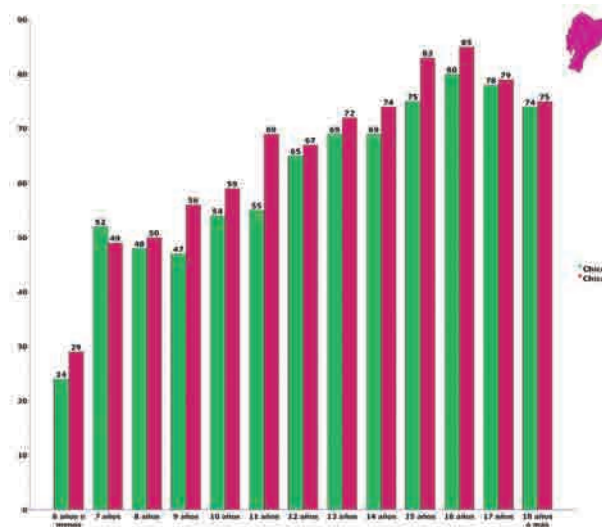


Gráfico 2.186. Ecuador: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)







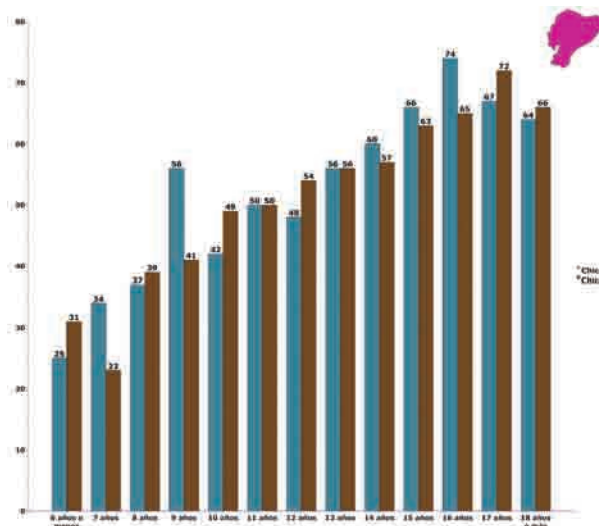
## 2 / Internet

212

**Tabla 2.56. Ecuador: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	39%	34%	58%	59%
Con amigos y/o amigas	25%	30%	38%	39%
Con hermanos y/o hermanas	24%	34%	28%	33%
Con mi papá	19%	16%	8%	6%
Con mi madre	19%	20%	10%	13%
Con un profesor o profesora	11%	20%	6%	7%

**Gráfico 2.187. Ecuador: "Navego en solitario" (por sexo, de 6 a 18 años)**



**Tabla 2.57. Ecuador: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	50%	48%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	32%	36%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	15%	13%
Para descargar música	25%	21%
Para chatear o usar el Messenger	19%	17%
Utilizas redes sociales, Facebook o hi5	16%	21%



	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	58%	57%
Envío de SMS	28%	25%
Ver y/o compartir vídeos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	37%	32%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	42%	45%
Televisión digital	9%	5%
Radio digital	6%	6%
Para usar programas (word, excel)	29%	30%
Para descargar música, películas o programas	46%	39%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	4%	1%
Foros o listas de correo	9%	6%
Blogs	8%	8%
Fotologs	6%	4%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	14%	12%
Juego en Red	67%	47%
Redes sociales	63%	59%
Crear una web/blog	31%	24%

**Tabla 2.58. Ecuador: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	18%	19%
11 años	15%	12%
12 años	19%	13%
13 años	21%	21%
14 años	26%	19%
15 años	24%	13%
16 años	27%	17%
17 años	39%	19%
18 años o más	36%	18%



## 2 / Internet

214

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 2.59. Ecuador: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	1%	2%
11 años	3%	1%
12 años	3%	4%
13 años	0%	1%
14 años	2%	0%
15 años	4%	0%
16 años	2%	1%
17 años	3%	1%
18 años o más	0%	0%

**Tabla 2.60. Ecuador: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	10%	4%
11 años	9%	6%
12 años	5%	4%
13 años	13%	9%
14 años	16%	13%
15 años	20%	10%
16 años	19%	15%
17 años	28%	11%
18 años o más	16%	10%

**Tabla 2.61. Ecuador: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	4%	8%
11 años	9%	4%
12 años	3%	4%
13 años	12%	5%
14 años	18%	10%



	Chicos	Chicas
15 años	16%	9%
16 años	11%	8%
17 años	25%	6%
18 años o más	14%	6%

**Tabla 2.62. Ecuador: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	33%	32%
11 años	40%	24%
12 años	31%	20%
13 años	31%	27%
14 años	37%	41%
15 años	33%	24%
16 años	35%	27%
17 años	31%	30%
18 años o más	38%	17%

**Tabla 2.63. Ecuador: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	3%	1%
11 años	3%	1%
12 años	5%	4%
13 años	2%	7%
14 años	8%	7%
15 años	3%	3%
16 años	7%	6%
17 años	10%	3%
18 años o más	5%	4%



## 2 / Internet

216

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.188. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

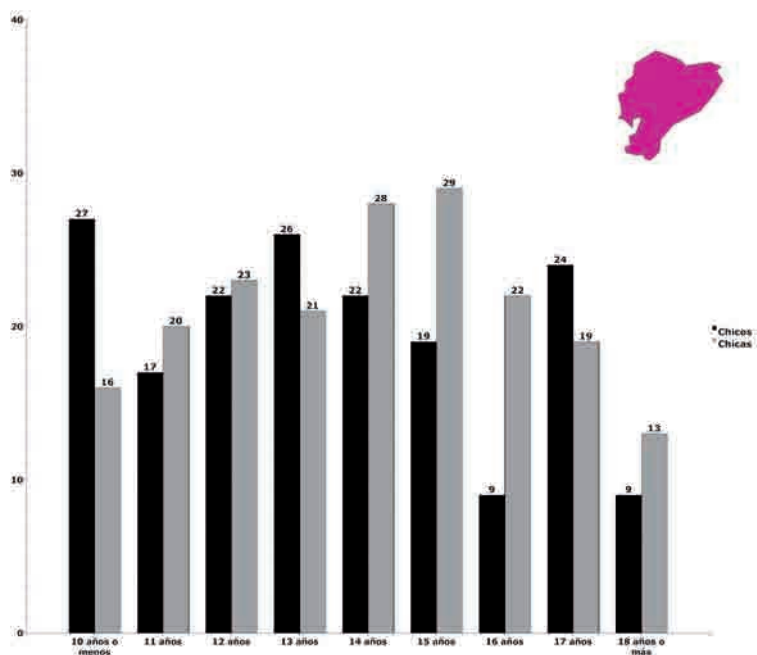
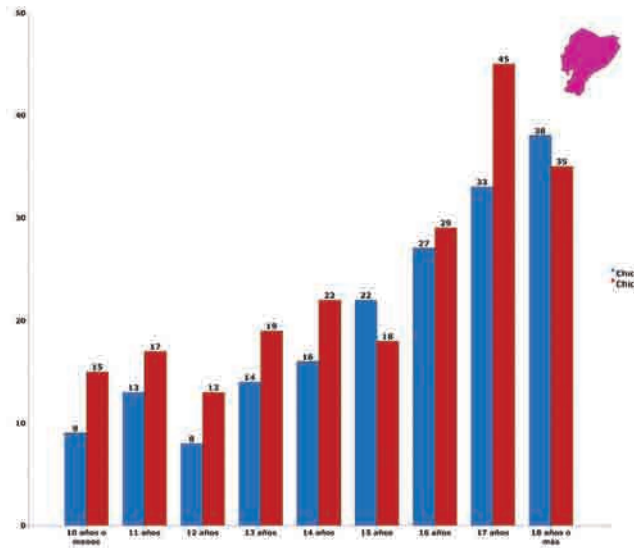


Tabla 2.64. Ecuador: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	59%	59%
Echan un vistazo	27%	26%
Me ayudan, se sientan conmigo	14%	14%
Están en la misma habitación	7%	9%
Comprueban después por dónde he navegado	6%	6%
Miran mi correo electrónico	8%	8%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	7%	9%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	9%	8%
No hacen nada	23%	24%

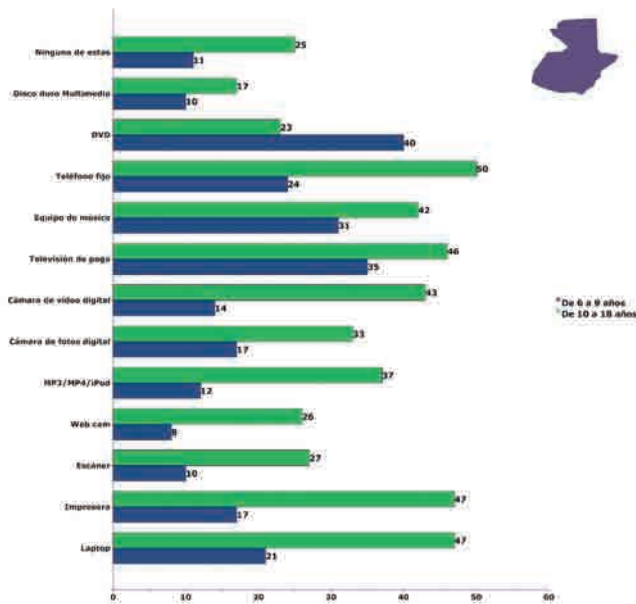


Gráfico 2.189. Ecuador: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



### 2.11.6. Guatemala

Gráfico 2.190. Guatemala: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)





## 2 / Internet

218

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.191. Guatemala: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

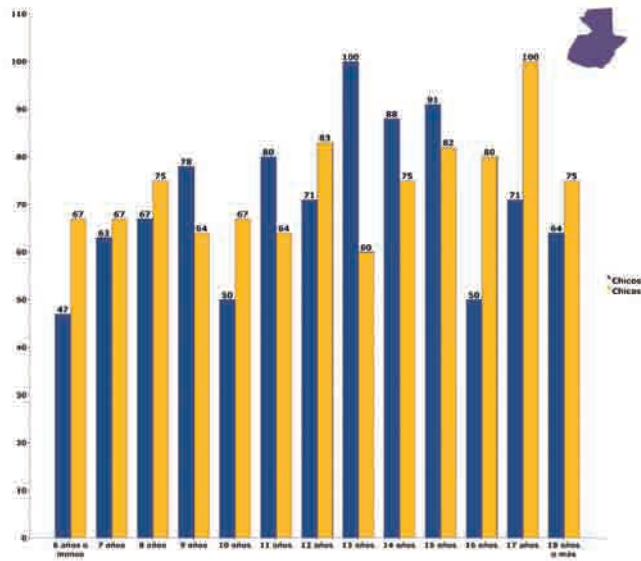
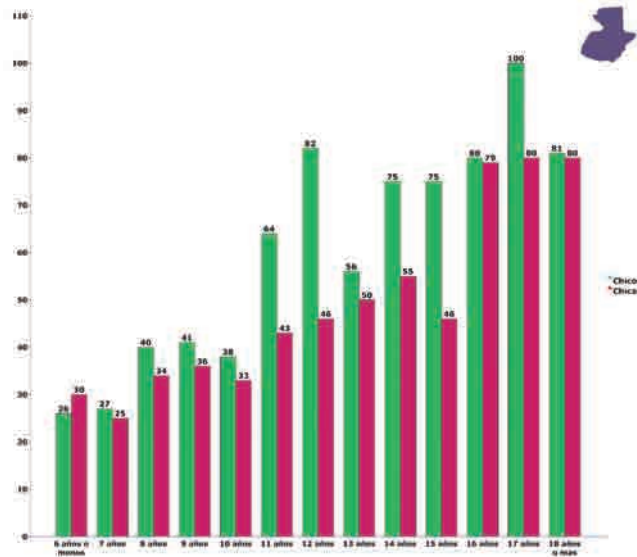
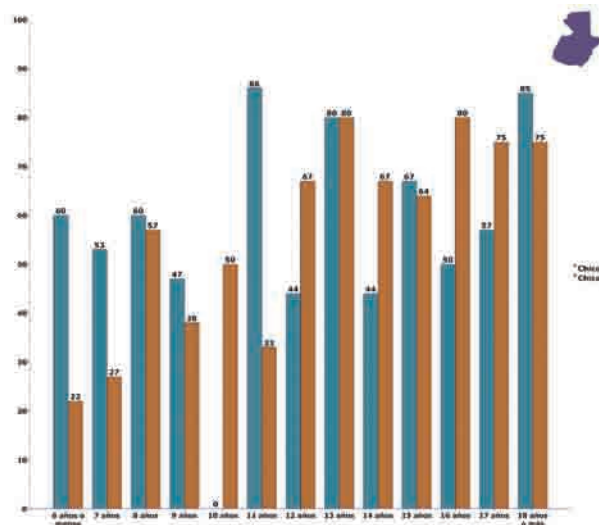


Gráfico 2.192. Guatemala: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)




**Tabla 2.65. Guatemala: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	52%	40%	61%	68%
Con amigos y/o amigas	21%	28%	26%	39%
Con hermanos y/o hermanas	28%	30%	29%	36%
Con mi papá	21%	23%	18%	8%
Con mi madre	22%	20%	16%	19%
Con un profesor o profesora	11%	7%	6%	8%

**Gráfico 2.193. Guatemala: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años)**

**Tabla 2.66. Guatemala: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	43%	48%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	21%	27%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	22%	22%
Para descargar música	44%	37%
Para chatear o usar el Messenger	26%	22%
Utilizas redes sociales, Facebook o hi5	24%	15%





## 2 / Internet

220

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	65%	69%
Envío de SMS	36%	36%
Ver y/o compartir vídeos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	19%	37%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	43%	51%
Televisión digital	23%	15%
Radio digital	23%	14%
Para usar programas (word, excel)	35%	39%
Para descargar música, películas o programas	40%	49%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	22%	5%
Foros o listas de correo	22%	15%
Blogs	19%	17%
Fotologs	16%	8%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	14%	24%
Juego en Red	31%	44%
Redes sociales	44%	53%
Crear una web/blog	29%	20%

**Tabla 2.67. Guatemala: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	67%	0%
11 años	43%	0%
12 años	0%	0%
13 años	40%	0%
14 años	33%	50%
15 años	17%	0%
16 años	25%	13%
17 años	29%	0%
18 años o más	15%	0%



**Tabla 2.68. Guatemala: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	33%	0%
11 años	0%	0%
12 años	0%	0%
13 años	0%	0%
14 años	11%	0%
15 años	17%	0%
16 años	8%	7%
17 años	14%	0%
18 años o más	8%	0%

**Tabla 2.69. Guatemala: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	50%
11 años	0%	17%
12 años	0%	0%
13 años	60%	0%
14 años	22%	33%
15 años	8%	9%
16 años	8%	7%
17 años	29%	0%
18 años o más	8%	25%

**Tabla 2.70. Guatemala: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	0%
11 años	14%	0%
12 años	0%	0%
13 años	40%	0%
14 años	0%	0%
15 años	33%	9%



## 2 / Internet

222

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	Chicos	Chicas
16 años	0%	27%
17 años	14%	0%
18 años o más	15%	0%

**Tabla 2.71. Guatemala: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

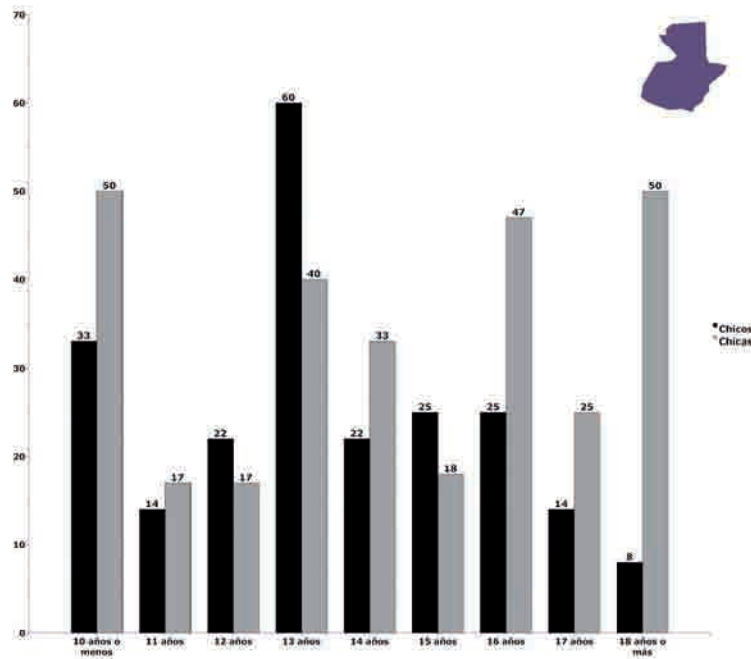
	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	50%
11 años	0%	0%
12 años	0%	0%
13 años	20%	0%
14 años	17%	17%
15 años	0%	29%
16 años	8%	23%
17 años	0%	0%
18 años o más	0%	0%

**Tabla 2.72. Guatemala: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	0%
11 años	0%	0%
12 años	0%	17%
13 años	20%	0%
14 años	0%	17%
15 años	8%	0%
16 años	0%	7%
17 años	0%	0%
18 años o más	0%	25%



**Gráfico 2.194. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



**Tabla 2.73. Guatemala: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	44%	53%
Echan un vistazo	19%	41%
Me ayudan, se sientan conmigo	18%	7%
Están en la misma habitación	5%	8%
Comprueban después por dónde he navegado	9%	8%
Miran mi correo electrónico	3%	2%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	4%	14%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	10%	14%
No hacen nada	30%	22%

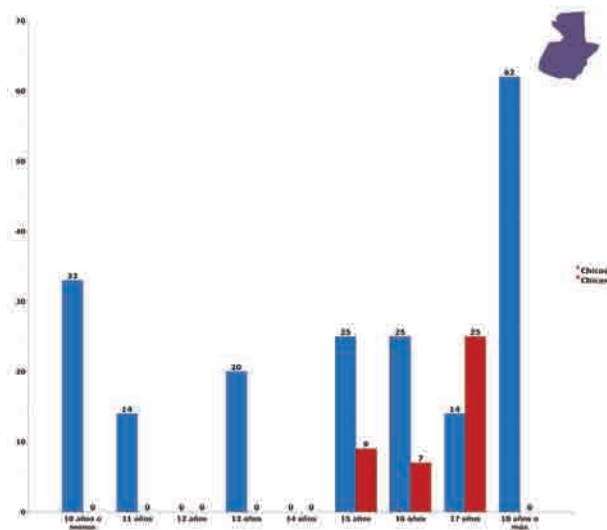


## 2 / Internet

224

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.195. Guatemala: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



### 2.11.7. México

Gráfico 2.196. México: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)

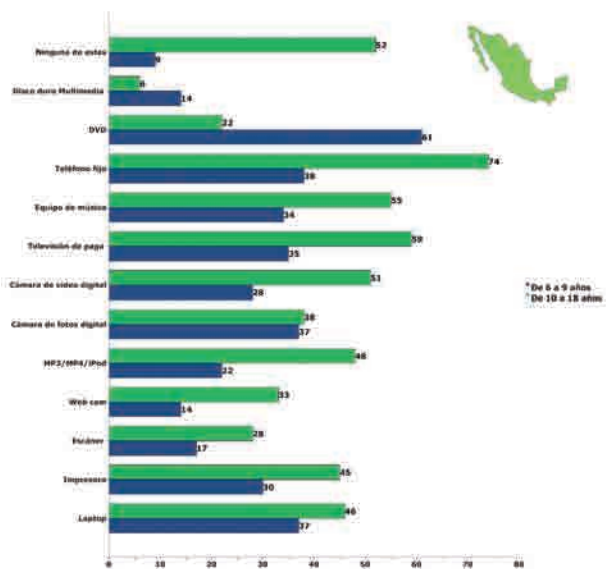




Gráfico 2.197. México: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

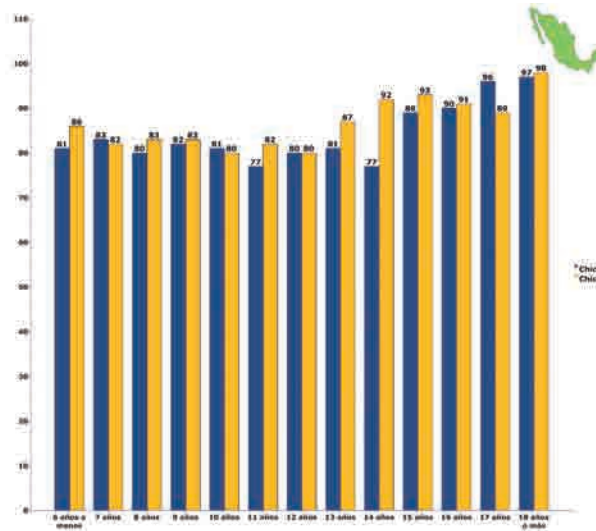
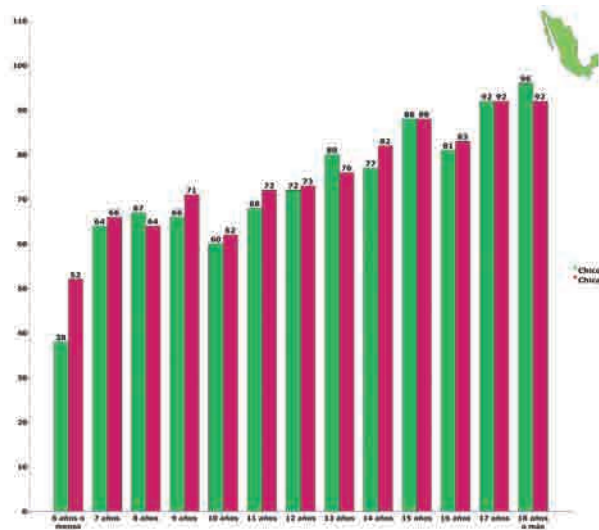


Gráfico 2.198. México: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





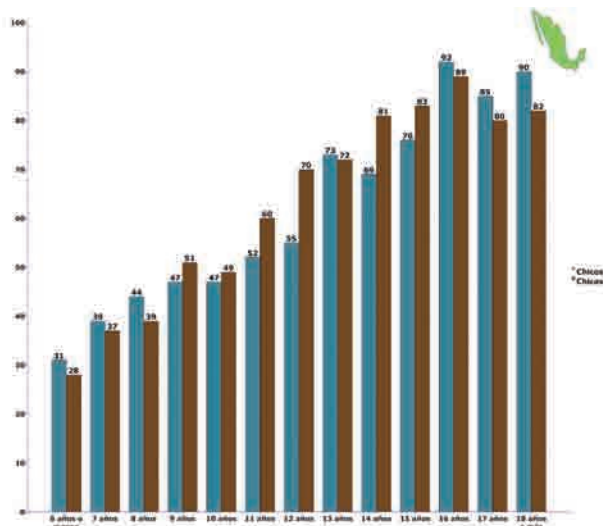
## 2 / Internet

226

**Tabla 2.74. México: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	44%	43%	70%	72%
Con amigos y/o amigas	28%	30%	35%	40%
Con hermanos y/o hermanas	28%	31%	30%	34%
Con mi papá	20%	24%	14%	13%
Con mi madre	19%	30%	15%	23%
Con un profesor o profesora	12%	21%	6%	9%

**Gráfico 2.199. México: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años)**



**Tabla 2.75. México: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	54%	54%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	30%	27%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	18%	23%
Para descargar música	27%	28%
Para chatear o usar el Messenger	22%	29%
Utilizas redes saociales, Facebook o hi5	12%	12%



	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	69%	70%
Envío de SMS	19%	24%
Ver y/o compartir vídeos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	46%	45%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	59%	70%
Televisión digital	13%	10%
Radio digital	6%	5%
Para usar programas (word, excel)	41%	49%
Para descargar música, películas o programas	52%	58%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	7%	3%
Foros o listas de correo	11%	10%
Blogs	15%	21%
Fotologs	10%	13%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	21%	26%
Juego en Red	67%	55%
Redes sociales	67%	71%
Crear una web/blog	35%	28%

**Tabla 2.76. México: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	8%	14%
11 años	13%	11%
12 años	10%	11%
13 años	16%	11%
14 años	19%	14%
15 años	20%	14%
16 años	18%	14%
17 años	19%	13%
18 años o más	30%	4%





## 2 / Internet

228

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 2.77. México: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	1%	3%
11 años	4%	0%
12 años	5%	2%
13 años	3%	5%
14 años	6%	4%
15 años	6%	3%
16 años	1%	5%
17 años	3%	4%
18 años o más	3%	4%

**Tabla 2.78. México: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	5%	3%
11 años	5%	3%
12 años	3%	5%
13 años	4%	5%
14 años	16%	9%
15 años	14%	11%
16 años	12%	5%
17 años	11%	2%
18 años o más	7%	6%

**Tabla 2.79. México: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	3%	3%
11 años	4%	2%
12 años	6%	10%
13 años	10%	8%
14 años	17%	14%



	Chicos	Chicas
15 años	15%	12%
16 años	10%	14%
17 años	8%	2%
18 años o más	13%	6%

**Tabla 2.80. México: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	28%	15%
11 años	26%	18%
12 años	31%	21%
13 años	25%	20%
14 años	29%	16%
15 años	35%	20%
16 años	18%	23%
17 años	19%	7%
18 años o más	8%	21%

**Tabla 2.81. México: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	3%	7%
11 años	3%	4%
12 años	0%	5%
13 años	8%	9%
14 años	4%	4%
15 años	7%	7%
16 años	6%	12%
17 años	7%	8%
18 años o más	9%	13%

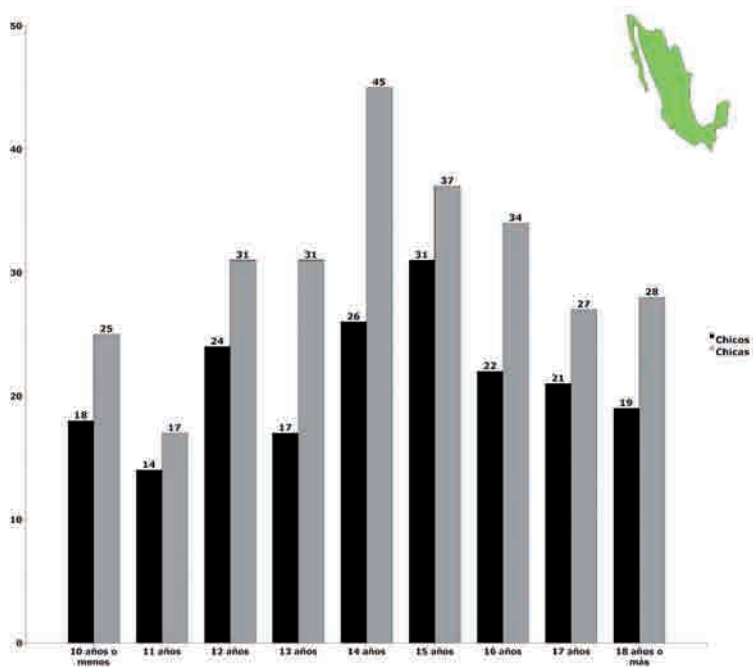


## 2 / Internet

230

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Gráfico 2.200. México: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

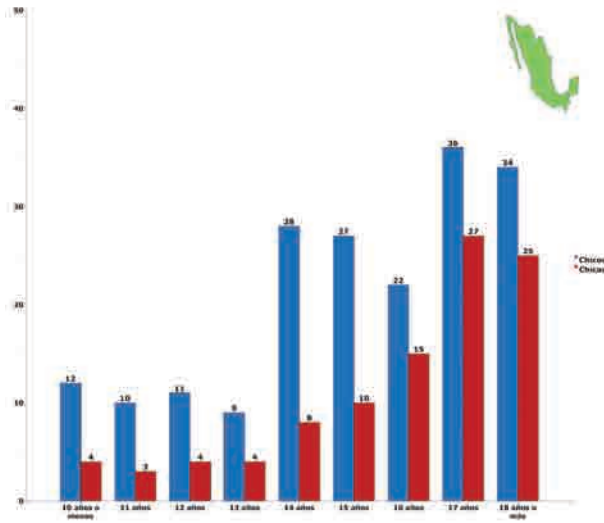


**Tabla 2.82. México: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	55%	64%
Echan un vistazo	31%	46%
Me ayudan, se sientan conmigo	9%	13%
Están en la misma habitación	7%	12%
Comprueban después por dónde he navegado	9%	8%
Miran mi correo electrónico	8%	8%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	8%	11%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	11%	11%
No hacen nada	28%	20%

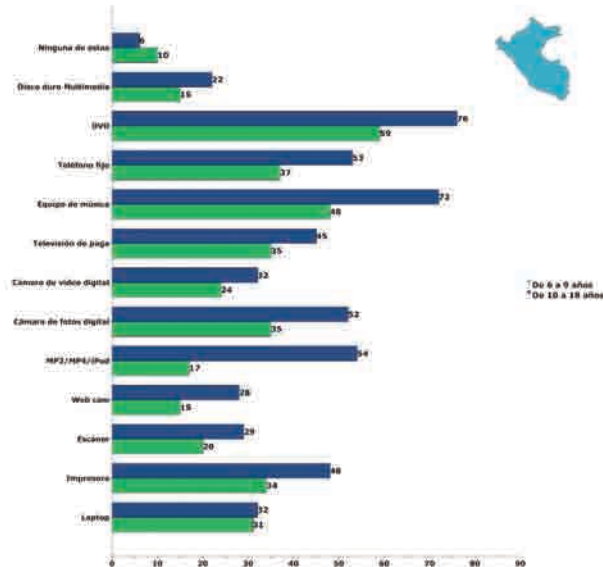


Gráfico 2.201. México: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



2.11.8. Perú

Gráfico 2.202. Perú: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)



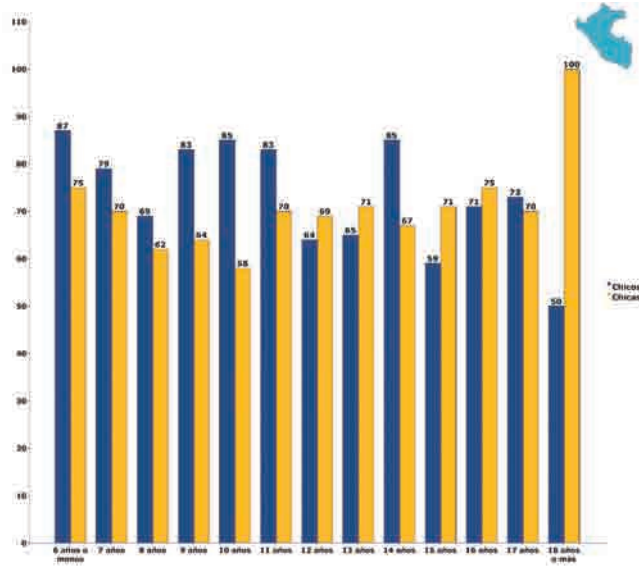
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa”



## 2 / Internet

232

Gráfico 2.203. Perú: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes Internet en tu casa?"

Gráfico 2.204. Perú: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

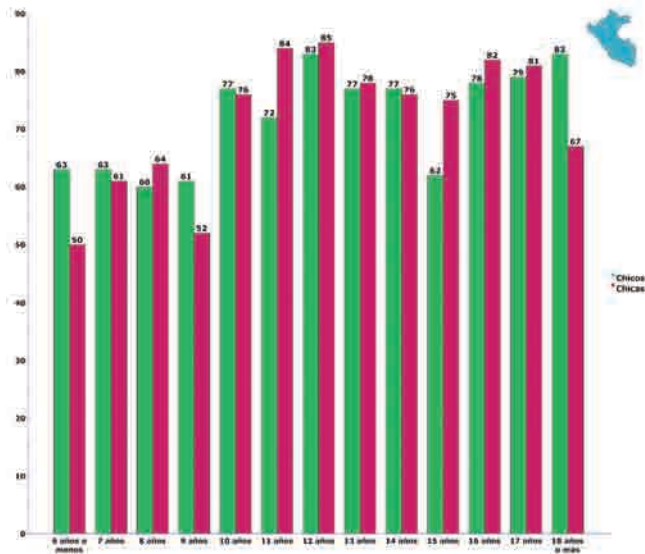




Tabla 2.83. Perú: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	49%	38%	72%	75%
Con amigos y/o amigas	29%	25%	42%	35%
Con hermanos y/o hermanas	34%	34%	26%	25%
Con mi papá	23%	21%	13%	8%
Con mi madre	21%	25%	13%	13%
Con un profesor o profesora	6%	8%	5%	3%

Gráfico 2.205. Perú: "Navega en solitario" (por sexo, de 6 a 18 años)

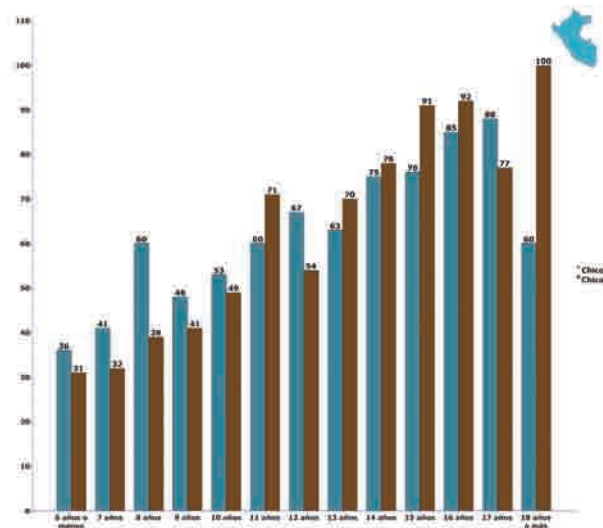


Tabla 2.84. Perú: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	59%	48%
Para compartir videos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	36%	26%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	31%	20%
Para descargar música	28%	24%
Para chatear o usar el Messenger	24%	22%
Utilizas redes saociales, Facebook o hi5	23%	11%



## 2 / Internet

234

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Para visitar páginas web	69%	66%
Envío de SMS	35%	34%
Ver y/o compartir vídeos, fotos, presentaciones (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)	51%	46%
Para usar el correo electrónico (e-mail)	63%	63%
Televisión digital	14%	7%
Radio digital	11%	12%
Para usar programas (word, excel)	46%	48%
Para descargar música, películas o programas	56%	50%
Comprar o vender (Mercadolibre, Kotear, etc.)	7%	3%
Foros o listas de correo	16%	12%
Blogs	18%	13%
Fotologs	10%	7%
Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)	18%	13%
Juego en Red	81%	52%
Redes sociales	69%	67%
Crear una web/blog	36%	29%

**Tabla 2.85. Perú: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
0 años o menos	18%	9%
11 años	15%	5%
12 años	20%	14%
13 años	12%	12%
14 años	20%	17%
15 años	28%	14%
16 años	29%	26%
17 años	20%	17%
18 años o más	20%	0%



**Tabla 2.86. Perú: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	0%	0%
11 años	4%	0%
12 años	6%	6%
13 años	4%	0%
14 años	5%	5%
15 años	13%	2%
16 años	8%	5%
17 años	4%	3%
18 años o más	0%	0%

**Tabla 2.87. Perú: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	6%	0%
11 años	8%	3%
12 años	4%	2%
13 años	10%	3%
14 años	9%	11%
15 años	6%	9%
16 años	11%	9%
17 años	16%	6%
18 años o más	20%	0%
Chicos		Chicas

**Tabla 2.88. Perú: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	6%	0%
11 años	8%	8%
12 años	9%	8%
13 años	21%	4%
14 años	14%	10%





## 2 / Internet

236

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	Chicos	Chicas
15 años	19%	14%
16 años	14%	12%
17 años	14%	3%
18 años o más	40%	0%

**Tabla 2.89. Perú: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

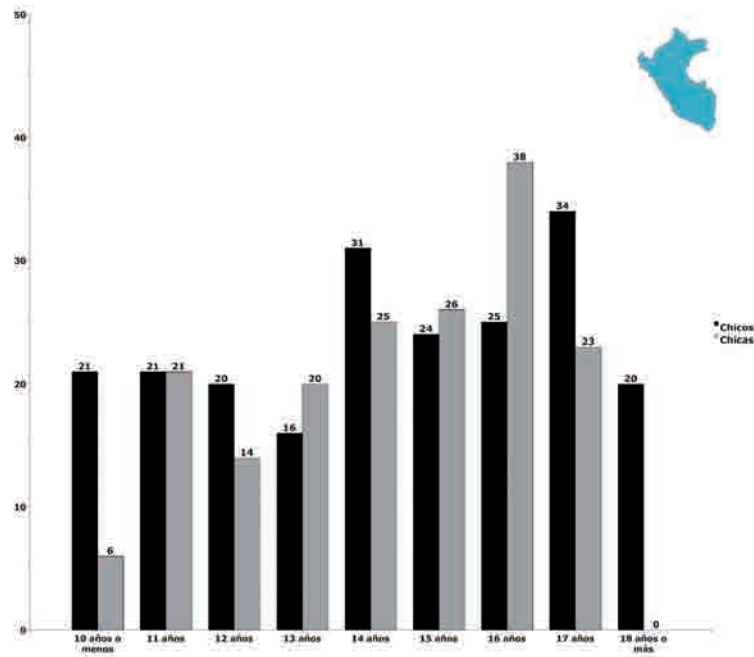
	Chicos	Chicas
10 años o menos	26%	24%
11 años	30%	19%
12 años	31%	19%
13 años	36%	22%
14 años	24%	22%
15 años	26%	19%
16 años	28%	30%
17 años	29%	28%
18 años o más	20%	0%

**Tabla 2.90. Perú: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
10 años o menos	6%	0%
11 años	6%	3%
12 años	7%	4%
13 años	6%	7%
14 años	9%	8%
15 años	9%	7%
16 años	5%	9%
17 años	4%	3%
18 años o más	20%	0%



Gráfico 2.206. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



237

Tabla 2.91. Perú: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Me preguntan qué hago	57%	62%
Echan un vistazo	30%	37%
Me ayudan, se sientan conmigo	10%	16%
Están en la misma habitación	6%	6%
Comprueban después por dónde he navegado	8%	7%
Miran mi correo electrónico	9%	8%
Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...	9%	12%
Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet	14%	15%
No hacen nada	22%	19%

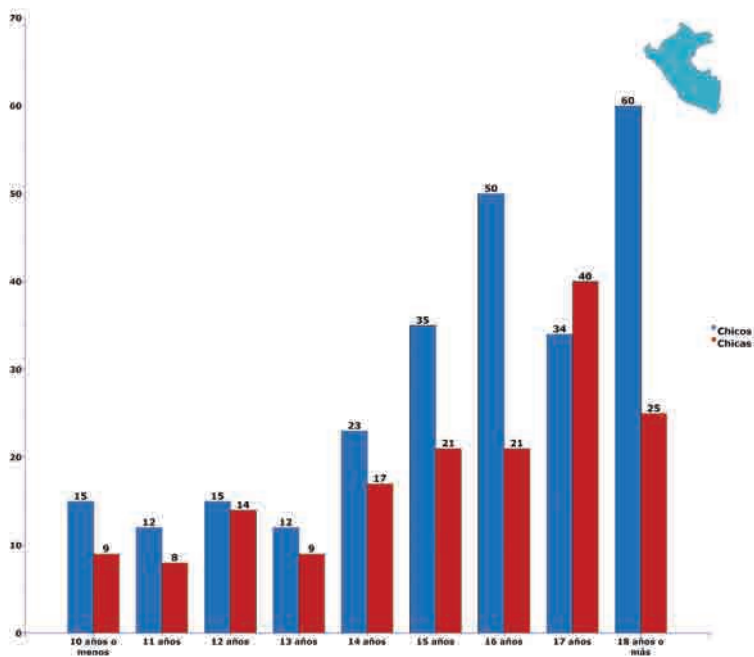


## 2 / Internet

238

Gráfico 2.207. Perú: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010





## 3 / El celular

La telefonía celular ha experimentado un crecimiento muy relevante en los últimos años, tanto por los avances técnicos que ha alcanzado, como por su rápida proliferación entre la población mundial. Si en 2003 el 61% de la población en el mundo tenía acceso a cobertura para hablar por el celular, la cifra alcanzó al 90% en 2009, lo que supone un índice muy elevado (gráfico 3.1).

Igualmente, si nos fijamos en la evolución de los suscriptores de telefonía celular en el mundo, se aprecia un constante aumento de los mismos a lo largo de todos los continentes. Así, se ha pasado de más de 700 millones de suscripciones en el año 2000 hasta superar los 5.000 millones en 2010, alcanzándose una media global de 76 suscripciones por cada 100 habitantes en el mundo (ver gráficos 3.2. y 3.3).

Por regiones, en Europa encontramos un mayor número de suscripciones que de habitantes, ya que la tasa es de 120 abonados por cada 100 personas. En las Américas se da el segundo valor más alto, con un índice de 94 suscriptores por cada 100 habitantes. Por el contrario, en África no se llega ni a la mitad de la población, con una cifra de 41 suscriptores por cada 100 personas (ver gráfico 3.4).

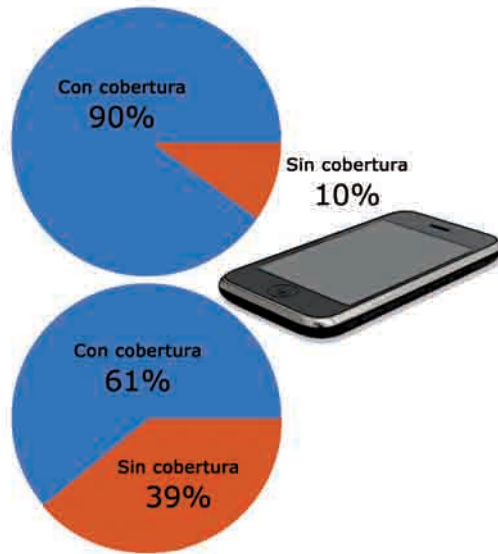


### 3 / El celular

240

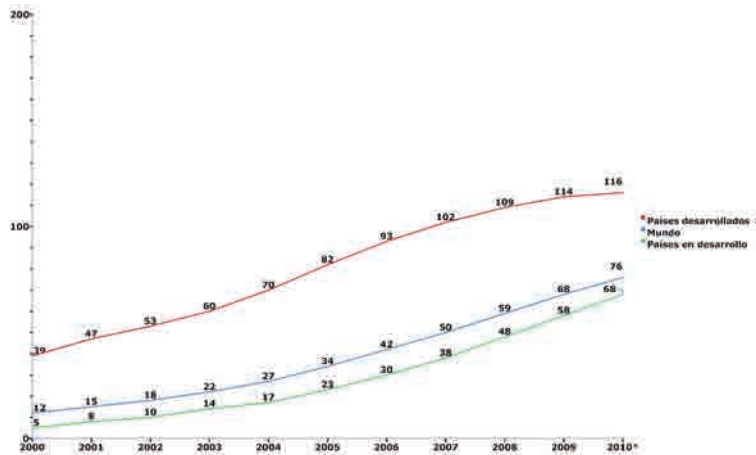
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.1. Población mundial con acceso a cobertura de telefonía celular. Evolución de 2003 a 2009.



Fuente: ITU World Telecommunication

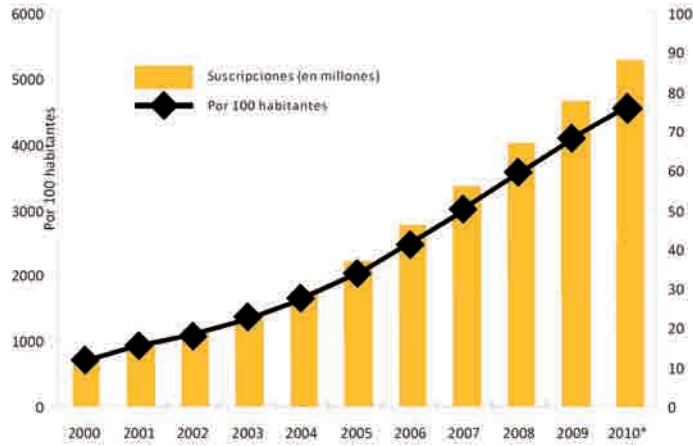
Gráfico 3.2. Suscripciones a telefonía celular por cada 100 habitantes entre 2000 y 2010



Fuente: ITU World Telecommunications/ICT Indicators database

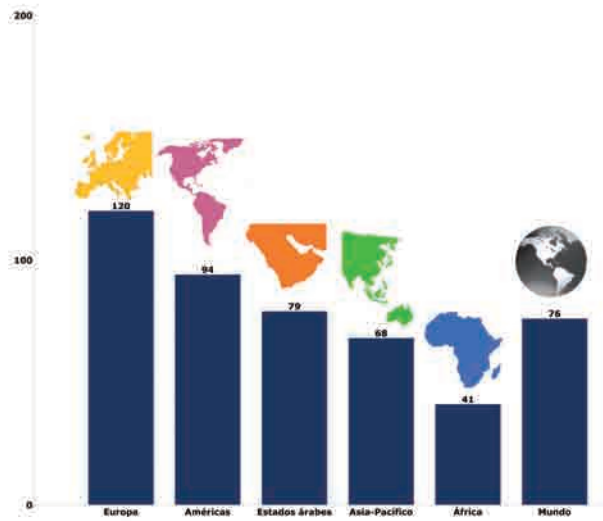


Gráfico 3.3. Suscripciones a telefonía celular entre 2000 y 2010. Datos globales y por cada 100 habitantes.



Fuente: ITU World Telecommunications/ICT Indicators database

Gráfico 3.4. Suscripciones a telefonía celular en el mundo. Datos de 2010.



Fuente: ITU World Telecommunications/ICT Indicators database



### 3 / El celular

242

## 3.1. PENETRACIÓN DE LA TELEFONÍA CELULAR

### 3.1.1. Acceso

Los datos recogidos con la encuesta nos indican que el celular sigue siendo una pantalla ampliamente extendida entre los jóvenes iberoamericanos. Respecto a la utilización de este dispositivo, se aprecia una notable diferencia entre los pequeños y los mayores: el 63% de los encuestados de 6 a 9 años se declara usuario de un celular, frente al 74% de los de 10 a 18 años. La diferencias son especialmente significativas si nos fijamos concretamente en la posesión de un teléfono propio: es más habitual que los mayores de 10 a 18 años dispongan de uno (68%) en comparación con los pequeños de 6 a 9 años (38%). Este dato contrasta con el de 2008, cuando el 42% de los pequeños y el 83% de los mayores aseguraba ser propietario de un celular.

Tal y como se puede apreciar en el gráfico 3.5, conforme aumenta la edad de los encuestados también lo hace su posesión de un celular, pasándose de un índice del 22% a los 6 años de edad, hasta alcanzar una tasa del 82% a los 17 años.

Gráfico 3.5. Posesión de un celular propio (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Tienes celular propio?"

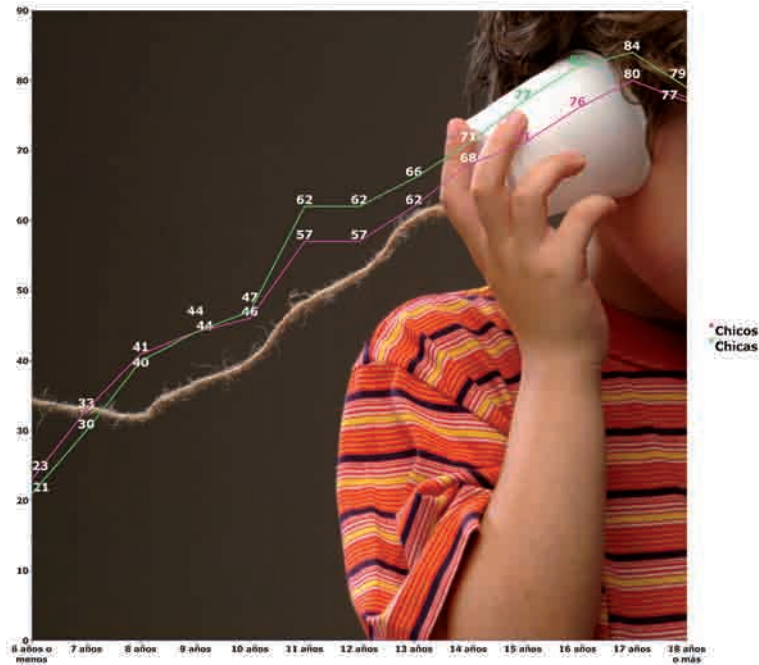
También es un factor de influencia el sexo de los encuestados. La principal diferencia la encontramos en el grupo de los mayores, de 10 a 18 años: el 70% de las chicas dispone de este dispositivo, frente al 66% de los varones. Esta pauta es similar a la de 2008, cuando el 86% de las chicas y el 80% de los varones se declaraban usuarios de un teléfono celular. No obstante, como se puede apreciar en el gráfico 3.6, en los primeros años son más los chicos que tienen



un celular propio, mientras que a partir de los 10 años de edad, las chicas van siempre a la cabeza.

243

Gráfico 3.6. Posesión de un celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes celular propio?”

Si observamos los datos de la encuesta atendiendo a la procedencia geográfica de los encuestados (Tabla 3.1), encontramos algunas diferencias significativas. Brasil y Chile son los dos países en los que hay un mayor número de jóvenes con celular propio, tanto en el caso de los niños de 6 a 9 años (49% en Brasil y 56% en Chile), como en el de los adolescentes de 10 a 18 años (ambos con un 78%). Por el contrario, los países en los que un mayor número de jóvenes asegura no utilizar ningún celular son Guatemala (el 53% de los pequeños y el 36% de los mayores) y México (el 40% de los pequeños y el 30% de los mayores).





### 3 / El celular

244

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Tabla 3.1. Uso del celular (por edad y país, de 6 a 18 años)

		¿Utilizas algún teléfono celular?		
		No	Sí, el mío	Sí, el de otras personas
Argentina	6-9 años	40%	28%	32%
	10-18 años	18%	74%	8%
Brasil	6-9 años	23%	49%	28%
	10-18 años	17%	78%	5%
Chile	6-9 años	28%	56%	16%
	10-18 años	19%	78%	3%
Colombia	6-9 años	31%	42%	27%
	10-18 años	22%	72%	6%
Ecuador	6-9 años	44%	28%	28%
	10-18 años	34%	57%	9%
Guatemala	6-9 años	53%	26%	21%
	10-18 años	36%	62%	2%
México	6-9 años	40%	36%	24%
	10-18 años	30%	65%	5%
Peru	6-9 años	34%	40%	26%
	10-18 años	24%	68%	7%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "¿Utilizas algún teléfono celular?" (6-9 años) y "¿Tienes celular propio?" (10-18 años)

#### Edad de acceso al primer celular

En lo que concierne a la edad de acceso al primer celular, parece que nos encontramos ante una generación que dispone de esta tecnología desde edades muy tempranas, tal y como queda reflejado en la tabla 3.2. Una amplia mayoría de los encuestados (59%) asegura haberse hecho con uno de estos aparatos a los 11 años o antes. Si ampliamos la franja de edad hasta los 13 años, el porcentaje llega al 84%, lo que confirma la precocidad de este grupo de personas a la hora de disponer de este dispositivo.



**Tabla 3.2. Edad de adopción del primer celular (de 10 a 18 años)**

A los 8 años o menos	16%
A los 9 años	12%
A los 10 años	17%
A los 11 años	15%
A los 12 años	14%
A los 13 años	10%
A los 14 años	7%
A los 15 años	5%
Con más de 15 años	3%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿A qué edad tuviste tu primer teléfono celular?"

La edad de acceso al primer celular no parece estar especialmente condicionada por el sexo de los encuestados. Como se aprecia en el gráfico 3.7, la diferencia porcentual entre chicos y chicas en ningún caso es superior a un punto, y se reparte de forma irregular a lo largo de las distintas edades de acceso, sin que se aprecie una tendencia clara en este sentido.

**Gráfico 3.7. Edad de adopción del primer celular (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿A qué edad tuviste tu primer teléfono celular?"



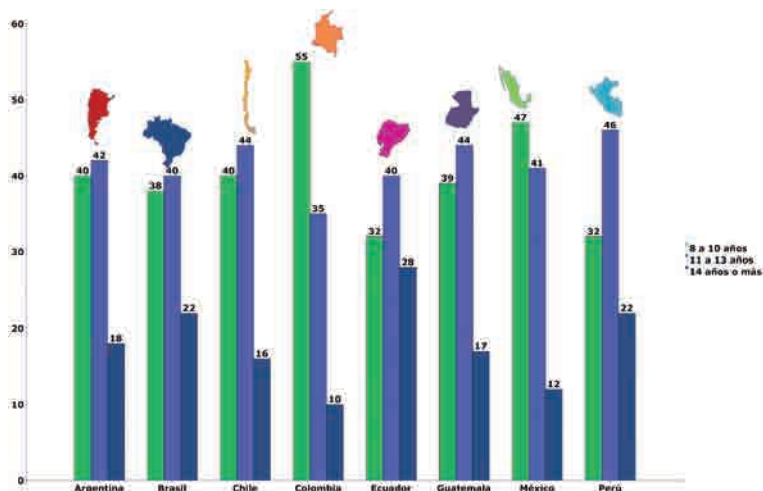
### 3 / El celular

246

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Por otro lado, encontramos nuevamente diferencias significativas en función de la procedencia geográfica de los encuestados (Gráfico 3.8). Colombia es, con diferencia, el país en el que los jóvenes son más precoces a la hora de adquirir el primer celular, ya que el 55% de los encuestados asegura haberlo adquirido antes de cumplir los 11 años. Le sigue México con cierta distancia, con una cifra del 47 por ciento. En el extremo opuesto, Ecuador se perfila como el país con un mayor número de jóvenes (el 28%) que accedieron al celular a partir de los 14 años. Le siguen Perú y Brasil, ambos con una cifra del 22 por ciento.

Gráfico 3.8. Edad de acceso al primer celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿A qué edad tuviste tu primer teléfono celular?"

#### Modo de obtención del celular

Como hemos podido comprobar, el celular es una pantalla ampliamente extendida entre la Generación Interactiva iberoamericana, que va adquiriendo peso conforme este grupo de personas se hace mayor. También hemos visto que aunque no se disponga de teléfono propio, es frecuente utilizar el dispositivo de otras personas. Sin embargo, en el caso de quienes sí disponen de celular propio, interesa conocer otro dato: la manera en que lo consiguieron por primera vez.

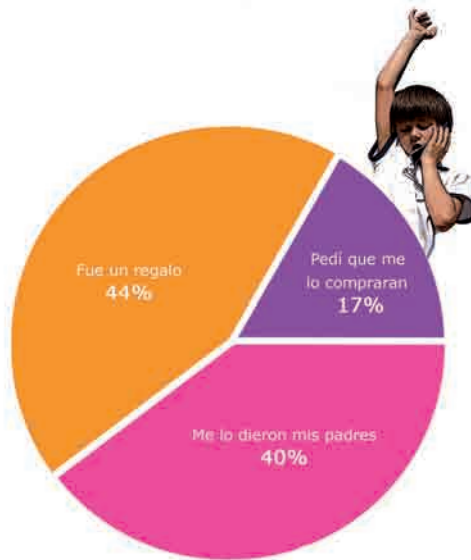
En el caso del grupo de pequeños (6-9 años), lo más frecuente es haberlo recibido como un regalo (44%) o porque los padres tomaron la iniciativa de dárselo a su hijo o hija (40%). Sólo un 17 por ciento de los menores asegura haber pedido



por iniciativa propia este aparato a sus padres (gráfico 3.9). Respecto a este último dato, el gráfico 3.10 refleja una ligera diferencia en función del sexo de los encuestados: son más chicos (19%) quienes pidieron que se les diera un celular en comparación con las chicas (15%). Por el contrario, los padres muestran mayor preocupación por que sus hijas cuenten con teléfono propio en comparación con los chicos (el 42% frente al 38%, respectivamente).

Del mismo modo, se aprecian algunas diferencias en la forma de obtener el celular si atendemos a la procedencia geográfica de los menores (ver gráfico 3.11). La mayor cantidad de padres que dan a sus hijos un celular por iniciativa propia la encontramos en Brasil (53%) y Colombia (46%). En Guatemala y México encontramos el mayor número de personas que recibieron el celular como regalo (con un 49% en ambos casos).

**Gráfico 3.9. Forma de obtención del primer celular (de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?"

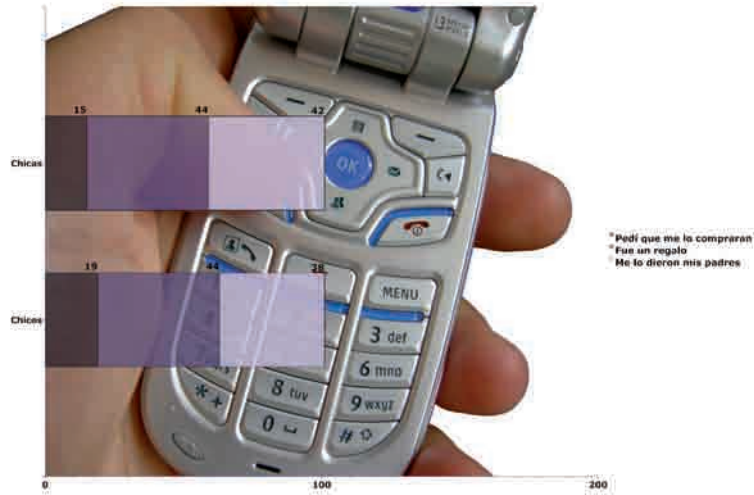


### 3 / El celular

248

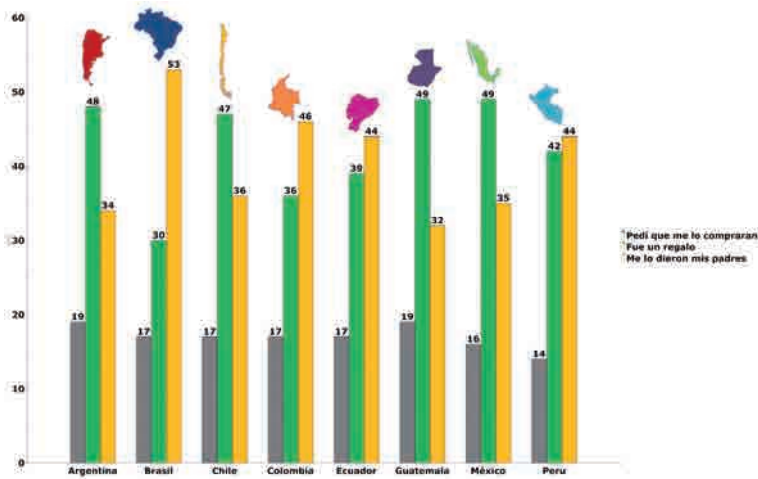
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.10. Forma de obtención del primer celular (por sexo, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”

Gráfico 3.11. Forma de obtención del primer celular (por país, de 6 a 9 años)



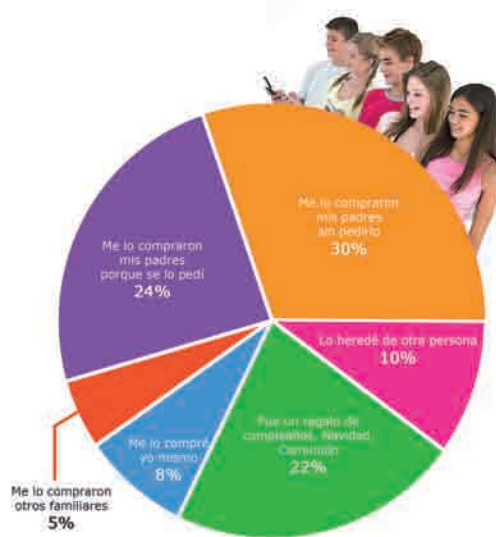
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”

El caso de los mayores (10-18 años) plantea un abanico más amplio de maneras de obtener el primer celular. Como queda descrito en el gráfico 3.12, lo más habitual es que se lo hayan comprado los padres, bien por iniciativa propia de



los progenitores (30%), bien porque fue el propio encuestado quien se lo pidió (24%). También es frecuente haberlo recibido como regalo, en alguna ocasión especial (22%). Estos datos contrastan ligeramente con los obtenidos en la encuesta de 2008, tal y como puede apreciarse en la tabla 3.3.

**Gráfico 3.12. Forma de obtención del primer celular (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”

**Tabla 3.3. Forma de obtención del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**

	2008	2010
Me lo compraron mis padres porque se lo pedí	33%	24%
Me lo compraron mis padres sin que se lo pidiera	27%	30%
Me lo compraron otros familiares	16%	5%
Me lo compré yo mismo	8%	8%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta N°36 “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”. Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta N°57 “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”

La opción de comprarse el celular por sí mismos no es muy popular entre la Generación Interactiva (sólo el 8%), aunque es en este aspecto donde encontra-

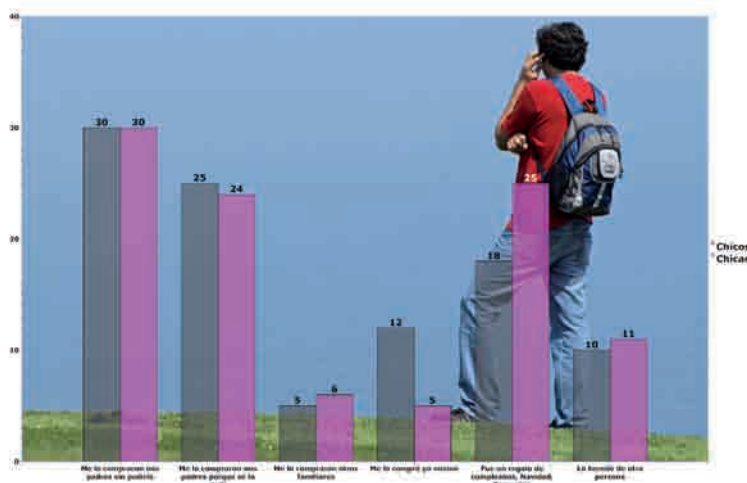


### 3 / El celular

250

mos una de las mayores diferencias en función del sexo (gráfico 3.13): el 12% de los chicos adquirió el teléfono con sus propios recursos, frente al 5% de las chicas. Esta diferencia se traduce, como contrapartida, en una mayor cantidad de chicas que recibió el celular como regalo (25%) en comparación con los chicos (18%).

Gráfico 3.13. Forma de obtención del primer celular (por sexo, de 10 a 18 años)

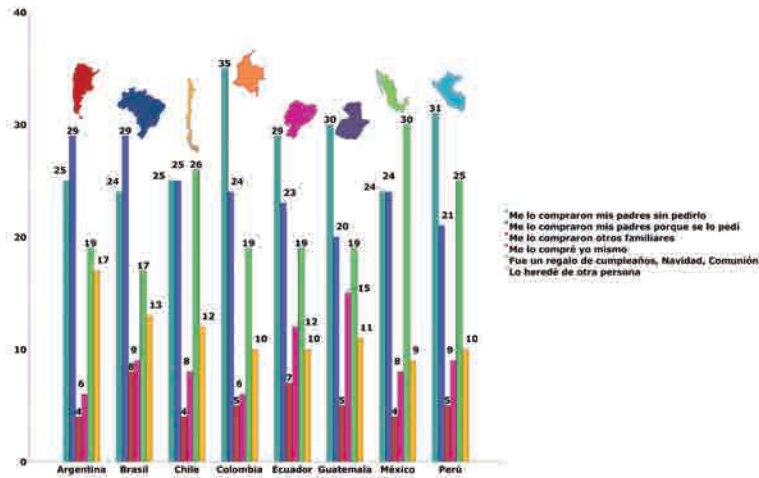


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”

En cuanto al ámbito geográfico, éste marca nuevamente algunas diferencias significativas (ver gráfico 3.14). Los países en los que es más común que el encuestado se comprara el celular por sí mismo son Guatemala (15%) y Ecuador (12%). Argentina destaca por contar con el mayor número de encuestados que heredó el celular de otra persona (17%), mientras que México es el país donde más común es regalar el teléfono en alguna ocasión especial (30%). Finalmente, en Colombia encontramos el mayor número de padres que ha comprado este dispositivo a sus hijos, tanto si ha sido por su propia iniciativa (35%) como si fue a petición de los hijos (24%).



Gráfico 3.14. Forma de obtención del primer celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?"

### Celular, ¿nuevo o usado?

Cabe plantearse, como última cuestión respecto a la forma de obtener el celular, si este dispositivo era nuevo o había sido utilizado previamente por otra persona. Según los datos arrojados por la encuesta, lo más habitual con diferencia es tener un celular nuevo, pues 3 de cada 4 encuestados así lo aseguran.

Si nos fijamos en los datos relativos a cada país, se aprecian algunas diferencias reseñables (ver gráfico 3.15). Es más frecuente que el celular sea nuevo en Guatemala (84%) y México (82%), mientras que los jóvenes que más habitualmente reciben un teléfono de segunda mano los encontramos en Ecuador (38%), seguidos con cierta distancia por Argentina y Chile (ambos con un 27%).

Por otro lado, la tabla 3.4. nos muestra que la edad de los encuestados no parece influir demasiado, pues no se aprecia una tendencia clara (al alza o a la baja) en cuanto a la posesión de un celular nuevo o de segunda mano en función de la edad. En el caso del sexo, sí que se aprecia una ligera proporción superior de chicas que disponen de un teléfono nuevo: el 77% de ellas, frente al 75% en el caso de los chicos.



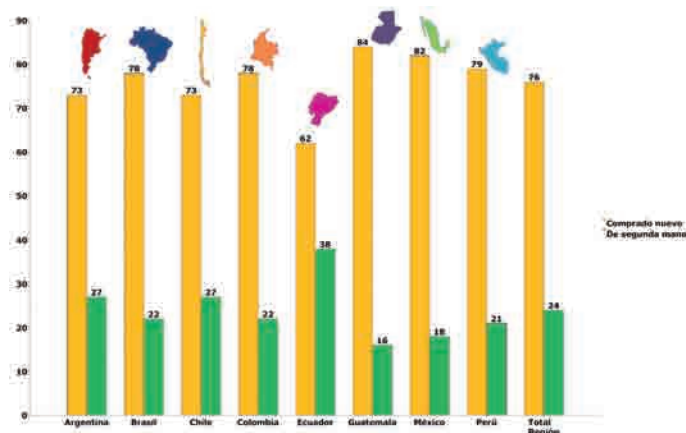


### 3 / El celular

252

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.15. Celular nuevo o usado (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de teléfono tienes actualmente?”

Tabla 3.4. Celular nuevo o usado (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Chicos		Chicas	
	Comprado nuevo	De segunda mano	Comprado nuevo	De segunda mano
10 años o menos	69%	31%	74%	26%
11 años	77%	23%	75%	25%
12 años	80%	20%	78%	22%
13 años	77%	23%	78%	22%
14 años	76%	24%	81%	19%
15 años	77%	23%	77%	23%
16 años	74%	26%	78%	22%
17 años	73%	27%	75%	25%
18 años o más	68%	32%	75%	25%
Total	75%	25%	77%	23%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de teléfono tienes actualmente?”

#### 3.1.2. Interlocutores

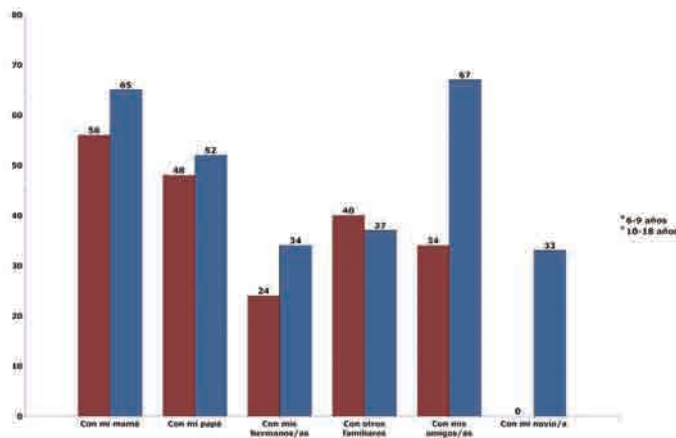
Hasta ahora ha quedado demostrado que el celular es una pantalla ampliamente extendida entre la Generación Interactiva en Iberoamérica, pues son muchos los que disponen de ella, y todavía más los que la utilizan de manera



habitual. Entre los muchos usos que permite el teléfono celular, la comunicación con otras personas es, probablemente, uno de los más relevantes y conaturales a este dispositivo. En este sentido, resulta interesante conocer con qué personas concretas se comunican habitualmente los menores iberoamericanos.

En el caso de los pequeños de entre 6 y 9 años, nos encontramos ante un panorama en el que el celular se perfila, primordialmente, como herramienta de contacto con los progenitores. Así, el 56% de los encuestados lo emplea para hablar con su madre, mientras que un 48% lo hace para hablar con su padre. En el caso de los mayores de 10 a 18 años, la comunicación con los padres sigue siendo importante (el 65% habla con el padre, y el 52% con la madre), pero el verdadero protagonismo lo adquieren los amigos, con los que aseguran comunicarse el 67% de los encuestados (ver gráfico 3.16).

**Gráfico 3.16. Personas con las que se comunican a través del celular (de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Con quién sueles comunicarte?" (6-9 años) y "¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?" (10-18 años)

Si contrastamos estos datos con los de 2008, se aprecian algunas diferencias significativas en cuanto a la tendencia a comunicarse con determinadas personas (ver tabla 3.5). Entre el grupo de pequeños, se mantienen bastante estables sus interlocutores, aunque se percibe un descenso muy ligero en la comunicación con su padre, sus hermanos y otros familiares. Si nos fijamos en el grupo de los mayores, los cambios son bastante más sustanciosos. Ha aumentado muy significativamente la comunicación con la madre y el padre, mientras que en 2010 desciende significativamente el número de personas que se comunica con otros familiares.



### 3 / El celular

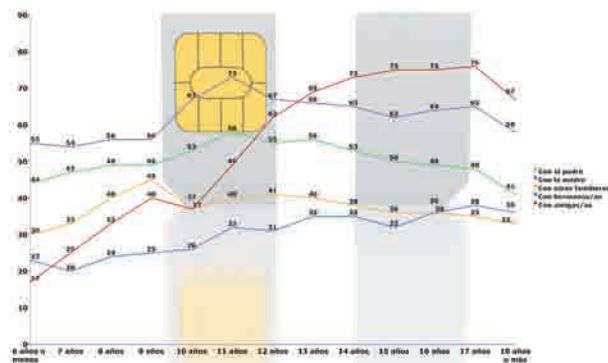
**Tabla 3.5. Personas con las que se comunican a través del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 6 a 18 años)**

	2008		2010	
	6-9 años	10-18 años	6-9 años	10-18 años
Con mi madre	56%	50%	56%	65%
Con mi padre	51%	40%	48%	52%
Con mis hermanos/as	25%	36%	24%	34%
Otros familiares	43%	68%	40%	37%
Con mis amigos/as	35%	65%	34%	67%
Con mi novio/a	N/D	33%	N/D	33%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta “¿Con quién sueles comunicarte más por teléfono celular?” (6-9 años) y “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?” (10-18 años). Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “¿Con quién sueles comunicarte?” (6-9 años) y “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?” (10-18 años)

Resulta interesante comprobar cómo la edad es un factor decisivo en la consolidación de las personas con las que se habla a través del celular, tal y como recoge el gráfico 3.17. En líneas generales, se aprecian dos tendencias claras entre los 6 y los 18 años. Por un lado, la comunicación con los padres y otros familiares parece aumentar en los primeros años, para luego ir decayendo progresivamente conforme se llega a la mayoría de edad. Por otra parte, la comunicación con los hermanos y con los amigos sigue una tendencia al alza progresivamente. No obstante, es en el caso de la comunicación con los amigos donde este incremento es más pronunciado, pues si a los 6 años el 17% de los pequeños asegura hablar con sus amigos, a los 17 años esta cifra alcanza el 76 por ciento.

**Gráfico 3.17. Personas con las que se comunican a través del celular (por edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?”



En lo que respecta a las diferencias en función del sexo, la más significativa la encontramos en el caso de la comunicación con los amigos, a favor de las chicas (ver gráfico 3.18). Así, mientras que el 71% de las encuestadas de 10 a 18 años asegura comunicarse con sus amigos y amigas a través del celular, la cifra desciende al 63 por ciento en el caso de los chicos. Si nos fijamos en esas diferencias entre varones y mujeres atendiendo a la edad, la mayor distancia la encontramos entre los 10 y los 15 años, mientras que a partir de esa edad la horquilla se va reduciendo considerablemente.

**Gráfico 3.18. Comunicación con amigos a través del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?"

La comunicación con distintas personas a través del celular varía también en función de la procedencia geográfica de los encuestados. El grupo de pequeños (6-9 años), fijándonos en los datos de cada país, se mantiene bastante firme a la tendencia de que el celular se utilice para hablar con los padres por encima de los demás. No obstante, existen desigualdades especialmente llamativas entre los países en relación a diversas cuestiones, tal y como recoge el gráfico 3.19.

El uso del celular para hablar con la madre alcanza su mayor valor en Colombia (64%), mientras que en Guatemala (42%) y México (49%) obtiene el valor más pequeño. Respecto a la comunicación con el padre, de nuevo en Colombia (54%) nos encontramos con el grupo de menores que con más frecuencia habla con ellos, seguido de Argentina y Perú (ambos con un 53 por ciento). Asimismo, Argentina destaca por ser el país en el que más frecuente es hablar con los amigos (51%), en contraposición a Ecuador, que presenta el índice más bajo (22%).

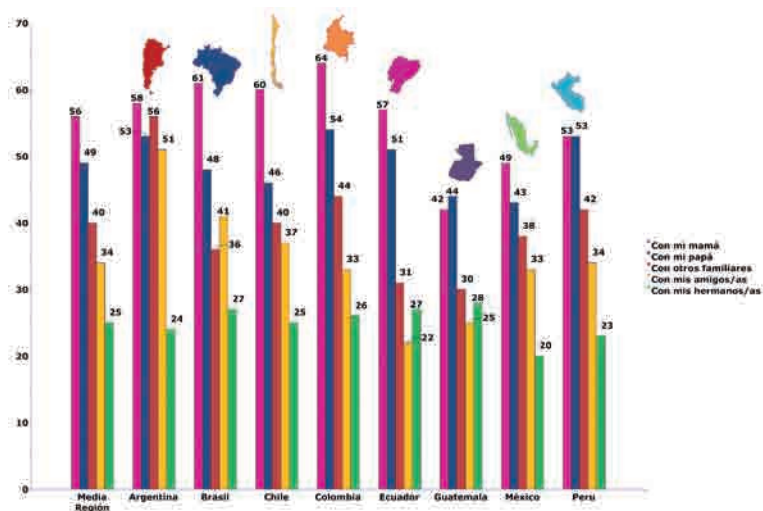


### 3 / El celular

256

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.19. Personas con las que se comunican a través del celular (por país, de 6 a 9 años)

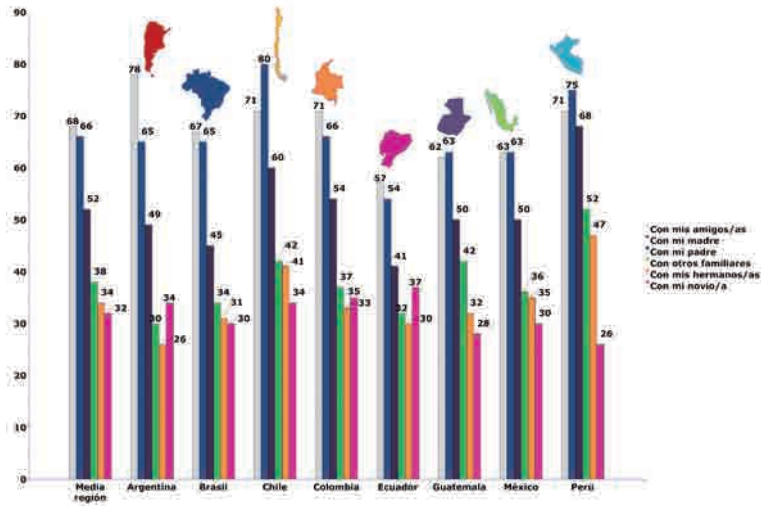


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?”

En el caso del grupo de 10 a 18 años (gráfico 3.20), es en Chile (80%) y Perú (75%) donde más frecuente resulta hablar con la madre a través del celular. Respecto a la comunicación con el padre, ésta es especialmente alta en Perú (68%) y Chile (60%). Por otra parte, ya hemos apuntado anteriormente que en el grupo de los mayores lo más frecuente es utilizar el celular para hablar con los amigos. A este respecto, es en Argentina (78%) y Chile (72%) donde se dan los valores más altos de todos. Finalmente, Perú destaca de modo especial por la comunicación con los hermanos a través del celular, que se da en el 47% de los casos.



Gráfico 3.20. Personas con las que se comunican a través del celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular? (Es posible más de una respuesta)"

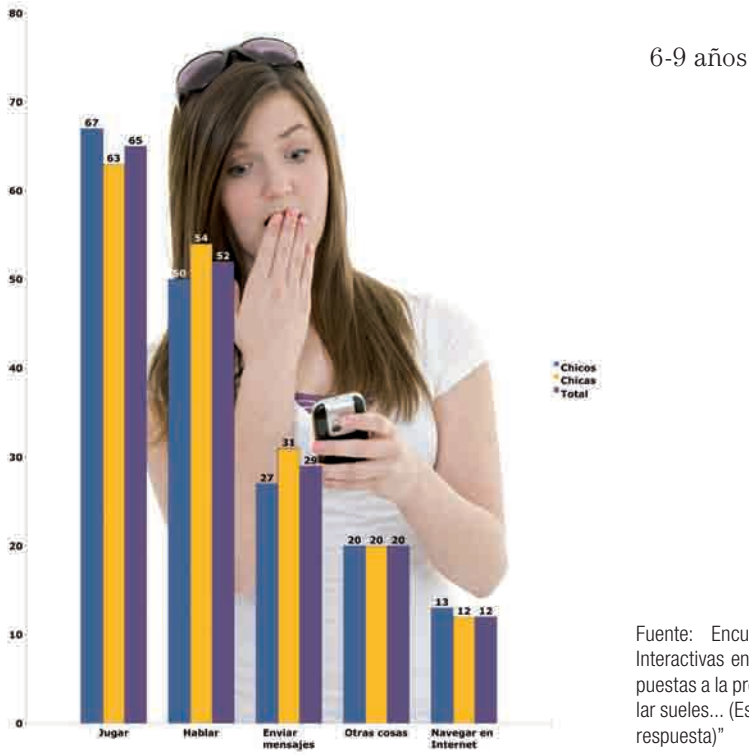
### 3.2. USOS DEL CELULAR

Si hay algo que caracteriza a los celulares, especialmente a los lanzados al mercado en los últimos años, es la cantidad de posibilidades distintas que ofrecen al usuario. Aunque la función básica y original de este dispositivo sea la de emplearlo como teléfono, para comunicarse con distintas personas, los celulares tienen también gran utilidad para ámbitos como el ocio o la organización personal. La Generación Interactiva destaca por aprovechar bien dicha multifuncionalidad, tal y como nos confirman los datos recogidos por la encuesta.

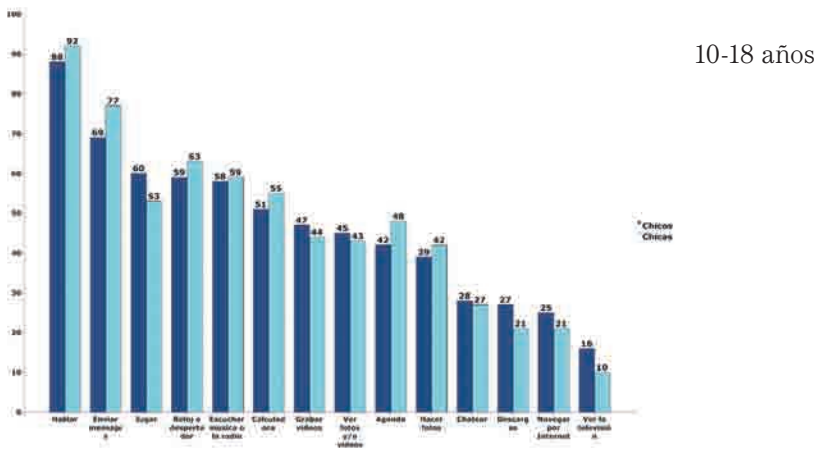


### 3 / El celular

Gráfico 3.21. Usos del celular (por sexo y tramo de edad)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Con el celular sueles... (Es posible más de una respuesta)”



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)”



En el caso de los pequeños de 6 a 9 años, el celular se perfila como una herramienta claramente lúdica, incluso por encima de la comunicación: el 65% asegura utilizarlo para jugar, mientras que un 52% afirma emplearlo para hablar con otras personas. Con bastante distancia quedan otras opciones como el envío de mensajes (29%) o navegar por Internet (12%).

Resulta interesante comprobar que, ya desde los años de inicio en el uso del celular, los chicos están más claramente orientados a la acción, mientras que las chicas tienden más a la relación. Como se aprecia en el gráfico 3.21, ellos juegan y navegan más través del celular, mientras que ellas van a la cabeza en cuanto al uso del teléfono para hablar o enviar mensajes.

Si ponemos la mirada en el grupo de 10 a 18 años, se confirma ampliamente el uso multifuncional del celular. Dicho uso se extiende a cinco ámbitos diferentes:

–Comunicación: se trata de la función primordial del teléfono celular, aunque puede darse a través de distintas maneras. Las más populares son hablar, pues el 90% asegura hacerlo, seguido de cerca por el envío de mensajes, opción que elige el 74 por ciento. Muy por detrás queda el uso del chat como forma de comunicación, herramienta extendida entre el 27% de los encuestados.

–Contenidos: el celular integra y da acceso a diversos contenidos, más propios de otras pantallas más accesibles y manejables (televisión, computadoras, etc.). Tal vez por este motivo, la única función que alcanza a la mayoría de los encuestados es la de escuchar música o la radio (el 59% afirma hacerlo). También es bastante habitual utilizar el teléfono para ver fotos o vídeos (44%), mientras que otras opciones son más minoritarias, como es el caso realizar descargas (24%), navegar por Internet (23%) y ver la televisión (13%).

–Creación: gracias a los continuos avances tecnológicos, los celulares son cada vez más sofisticados y es muy frecuente que hagan la función de cámara de fotos y vídeo, ofreciendo una alta calidad. La integración de la cámara en una herramienta como el celular, que el usuario suele llevar consigo, facilita que la Generación Interactiva sea propicia a crear sus propios contenidos, bien sea grabando vídeos (el 46% así lo afirma), bien sea haciendo fotografías (el 41% utiliza esta opción).

–Ocio: igualmente, la innovación tecnológica de la que hablamos permite utilizar el celular como herramienta lúdica, ofreciendo distintos juegos cada vez más sofisticados y que nada tienen que envidiar a los ofrecidos en otros dispositivos. Los datos hablan por sí solos: el 56% de los encuestados asegura emplear el celular para el juego, aunque los chicos manifiestan más interés por esta opción frente a las chicas (el 60% frente al 53%, respectivamente). Igualmente,





### 3 / El celular

260

la Generación Interactiva parece ir perdiendo interés en el juego conforme va avanzado en edad.

–Organización: por último, el teléfono celular también ofrece ventajas para la organización del día a día, integrando distintas herramientas en un sólo dispositivo. Esta faceta del celular es bien aprovechada por los jóvenes iberoamericanos: el 61% lo emplea como reloj o despertador, el 53% como calculadora, y a un 45% le es útil como agenda.

Como viene siendo habitual, las chicas y los chicos manifiestan un comportamiento desigual a la hora de utilizar las pantallas. En el caso concreto del celular, dichas desigualdades tienen que ver, especialmente, con la inclinación de ellas hacia la comunicación, en contraposición a la tendencia de ellos al ocio. Como se observa en el gráfico 3.21, la chicas superan a los varones por cuatro puntos porcentuales al hablar por el celular, horquilla que se duplica (8%) en el caso del envío de mensajes. Por contra, un 7% más de chicos asegura emplear el teléfono para jugar, el 4% para navegar, y la diferencia es del 6 por ciento en el caso de ver la televisión a través de esta pequeño dispositivo. Asimismo, las chicas aprovechan más el celular como herramienta para la organización (reloj/ despertador, calculadora, agenda).

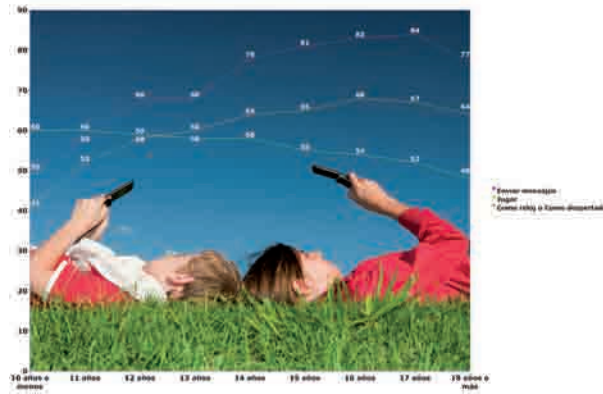
Gráfico 3.22. Usos del celular por importancia (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)”



Gráfico 3.23. Usos del celular con mayor incidencia de la edad (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)"

Por otra parte, la edad es un factor que tiene cierta incidencia en los usos que la Generación Interactiva da al celular. El gráfico 3.23 refleja las tres funcionalidades del teléfono que más condicionadas quedan por dicha variable: el envío de mensajes y el uso del dispositivo como reloj/despertador siguen una tendencia claramente ascendente, mientras que jugar con este aparato va perdiendo atractivo conforme los encuestados se hacen mayores.

Tabla 3.6. Usos del celular (por país, de 10 a 18 años)

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Perú	Total
<b>Comunicación</b>									
Hablar	84%	94%	95%	93%	87%	83%	87%	88%	90%
Enviar mensajes	93%	66%	78%	72%	74%	63%	82%	65%	74%
Chatear	16%	19%	18%	30%	42%	15%	26%	17%	27%
<b>Contenidos</b>									
Navegar por Internet	17%	21%	26%	25%	17%	16%	29%	15%	23%
Ver fotos y/o videos	44%	40%	59%	43%	44%	27%	51%	34%	44%
Escuchar música o la radio	66%	62%	67%	57%	59%	47%	61%	54%	59%
Ver la televisión	8%	20%	11%	13%	12%	15%	12%	15%	13%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	23%	20%	22%	26%	23%	7%	25%	24%	24%



### 3 / El celular

262

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Perú	Total
<b>Creación</b>									
Hacer fotos	45%	46%	49%	43%	34%	33%	41%	33%	41%
Grabar vídeos	45%	41%	54%	47%	43%	35%	49%	39%	46%
<b>Ocio</b>									
Jugar	54%	45%	60%	61%	54%	43%	55%	50%	56%
<b>Organización</b>									
Como reloj o como despertador	68%	58%	67%	67%	53%	43%	61%	54%	61%
Como agenda	54%	41%	52%	49%	39%	35%	45%	41%	45%
Como calculadora	57%	50%	66%	60%	44%	39%	49%	43%	53%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)"

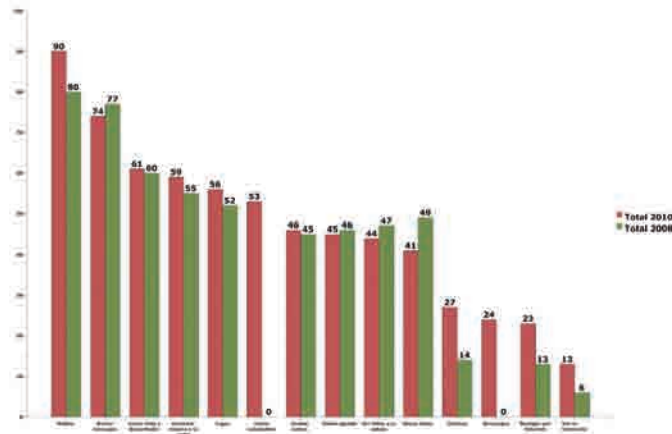
No podemos pasar por alto la existencia de algunas diferencias significativas en función del ámbito geográfico en el que nos situemos. Aunque respecto a algunas cuestiones se sigue una tendencia bastante similar, en lo relativo a otros aspectos algunos países destacan por tener valores muy altos, o muy bajos en comparación con el resto (Tabla 3.6).

El uso del chat, por ejemplo, es una cuestión relativamente polarizada: Ecuador presenta el valor más alto (42%), mientras que Argentina (16%) queda a la cola, habiendo una diferencia porcentual de 26 puntos. También hay una diferencia notable respecto al hecho de ver fotos o vídeos en el celular: el valor más alto corresponde a Chile (59%) y el más bajo a Guatemala (27%), lo que se traduce en una diferencia de 32 puntos. Asimismo, más del doble de brasileños (20%) ve la televisión a través del celular en comparación con los argentinos (8%). Por último, cabe destacar que Ecuador es, con gran diferencia, el país en el que menos descargas se realizan a través de este dispositivo (7%).

Por otro lado, las diferencias en función del sexo no se dan por igual en todos los países, habiendo cuestiones especialmente polarizadas en determinadas regiones. Caben destacar los usos del celular en los que chicos y chicas difieren más atendiendo a los datos globales: la comunicación (hablar y enviar mensajes) y el ocio (uso del teléfono para jugar). Las chicas tienden a hablar más por teléfono en comparación con los chicos, aunque la diferencia es especialmente llamativa en los casos de Argentina, Ecuador y Guatemala. También sobresale de forma particular su envío de mensajes en Brasil, Chile y Guatemala. Por el contrario, los varones juegan más con el celular, siendo esto más habitual en los casos de Argentina, Ecuador y Perú.



Gráfico 3.24. Usos del celular: evolución de 2008 a 2010 (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)" y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)"

Antes de pasar al siguiente apartado, conviene echar la vista atrás y ver cómo ha evolucionado el uso del celular entre la Generación Interactiva desde 2008 a 2010. Como se aprecia en el gráfico 3.24, se han producido cambios significativos en relación a unas pocas cuestiones. Así, el porcentaje de personas que afirma hablar a través del celular se ha incrementado en 10 puntos (pasando del 80 al 90 por ciento). También resulta muy significativo el aumento de usuarios del chat, que ha pasado del 14% al 27%. El éxito de esta última herramienta puede explicar el descenso de personas que envían mensajes (del 77% al 74%), ya que pueden haber encontrado en la primera un sustitutivo de la segunda. Por último, destaca el aumento de personas que navegan a través del celular (de 13 al 23 por ciento), y también que el número de usuarios de televisión en el teléfono se haya duplicado (del 6 al 13 por ciento).

La proliferación de todas estas funciones puede explicar el descenso de otras tantas, fundamentalmente el uso del celular como cámara de fotos, y como soporte para ver fotos y vídeos. Finalmente, diversas utilidades del celular no parecen presentar cambios reseñables en los últimos dos años, especialmente aquellas relacionadas con la organización personal (reloj/despertador, agenda).

### 3.3. MOMENTOS DE USO

Hemos comprobado, a partir de los datos de la encuesta, que el celular es una pantalla ampliamente extendida entre la Generación Interactiva en Iberoaméri-



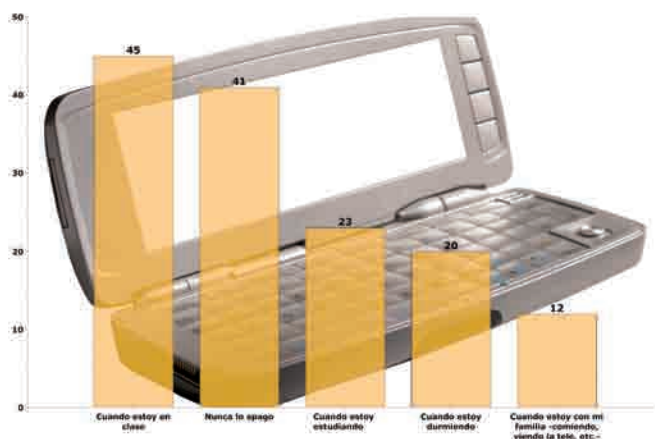
### 3 / El celular

264

ca. Son muchos los escolares que disponen de celular propio o los que emplean algún otro, y el uso que se da a este dispositivo es muy rico y abarca diferentes ámbitos de la vida diaria (comunicación, organización personal, ocio, etc.). Por todo ello, resulta comprensible que nos encontremos ante una pantalla difícilmente prescindible, que se apaga en contadas ocasiones.

Si preguntamos a los menores en qué situaciones son más propensos a desconectar el teléfono (gráfico 3.25), sin duda es el ámbito escolar el más común para hacerlo, pues el 45% afirma apagar el celular cuando está en clase. Notablemente por detrás quedan situaciones como el estudio (23%), estar durmiendo (20%) o compartir tiempo en familia (12%). En cualquier caso, un gran número de personas (41%) asegura tener el celular siempre encendido, lo que supone que una proporción muy considerable de jóvenes manifiesta una dependencia tecnológica evidente.

**Gráfico 3.25. Momentos en los que el celular está apagado (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)”

Si profundizamos en las diferencias en función del sexo para cada una de las opciones posibles, se extrae una conclusión relevante: las chicas manifiestan en todos los casos una dependencia del celular mayor que la de los chicos. Como se observa en el gráfico 3.26, ellas declaran no apagar nunca el teléfono en el 45% de los casos, frente al 37% en el caso de ellos. En cuanto a las situaciones de apagado del dispositivo, cabe destacar que es estando en clase cuando se da una mayor diferencia entre sexos: el 43% de chicas lo hace, frente al 48% de los chicos.



Gráfico 3.26. Momentos en los que el celular está apagado (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)"

Por otro lado, la procedencia geográfica también es un factor que delimita diferencias interesantes. Como se puede apreciar en la tabla 3.7, los jóvenes más dependientes del celular los encontramos en Chile (el 56% no apaga nunca el celular), mientras que los que más pueden prescindir de esta pantalla en distintas situaciones son los peruanos (solo el 26% no lo apaga nunca). Si nos centramos en los distintos contextos de apagado, vemos que donde más frecuentemente se apaga el celular estando en clase es en Brasil (51%), Guatemala (50%) y Ecuador (50%), mientras que Argentina (35%) y Chile (32%) son los países donde más impopular resulta esta medida. Asimismo, en Perú el 38% de los encuestados apaga el celular mientras estudia, cifra que se reduce al 17% en los casos de Argentina y Chile.



### 3 / El celular

266

**Tabla 3.7. Momentos en los que el celular está apagado (por país, de 10 a 18 años)**

	Argen- tina	Brasil	Chile	Colom- bia	Ecu- dor	Guate- mala	México	Perú
Cuando estoy en clase	35%	51%	32%	42%	50%	50%	45%	57%
Nunca lo apago	49%	38%	56%	47%	34%	35%	40%	26%
Cuando estoy estudiando	17%	22%	17%	20%	29%	21%	21%	38%
Cuando estoy durmiendo	23%	21%	12%	20%	16%	12%	20%	27%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	12%	8%	8%	9%	16%	12%	14%	17%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)"

Otro indicador interesante respecto a los momentos de uso del celular tiene que ver con el hecho de recibir llamadas y mensajes cuando se está durmiendo. Al preguntarles por esta cuestión (ver tabla 3.8), la mayoría de los encuestados afirma recibir llamadas o mensajes por la noche algunos días (55%), mientras que el 24% dice que esto nunca sucede. Además, el 13% afirma recibir llamadas y mensajes casi todos los días, y tan sólo el 8% asegura que esto pasa a diario.

**Tabla 3.8. "Recibo llamadas y mensajes cuando ya estoy en la cama" (por país, de 10 a 18 años)**

	Argen- tina	Brasil	Chile	Colom- bia	Ecu- dor	Guate- mala	México	Perú	Total
Algunos días	56%	50%	58%	57%	54%	50%	57%	56%	55%
Nunca	22%	29%	21%	24%	19%	28%	26%	26%	24%
Casi todos los días	15%	13%	13%	12%	16%	10%	10%	12%	13%
Todos los días	7%	8%	7%	7%	11%	11%	7%	6%	8%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Sueles recibir mensajes o llamadas de noche cuando ya estás en la cama?"

Si atendemos a las cifras de cada país, vemos que las diferencias no son tan pronunciadas como sucede con otras cuestiones. En Brasil encontramos la mayor cantidad de personas que nunca recibe llamadas cuando está en la cama (29%), mientras que el índice más bajo corresponde a Ecuador (19%). Si se



trata de recibir llamadas algunas días, las cifras oscilan entre el 50% de Brasil y Guatemala y el 58% de Chile. Las opciones “todos los días” o “casi todos” son más minoritarias y, tal y como se puede apreciar en la tabla, están menos polarizadas.

Finalmente, si echamos la vista atrás se aprecia que los momentos de apagado del celular entre 2008 y 2010 no han variado significativamente y, en términos generales, se mantienen bastante estables, tal y como queda plasmado en la tabla 3.9.

**Tabla 3.9. Momentos en los que el celular está apagado. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**

	2008	2010
Cuando estoy en clase	46%	45%
Cuando estoy estudiando	22%	23%
Cuando estoy durmiendo	20%	20%
Cuando estoy en familia	9%	12%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta “¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)”. Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)”

### 3.4. EL GASTO EN CELULAR

El celular es una pantalla cuyo uso requiere una inversión económica continua si se emplea para su fin original (llamar y enviar mensajes), a diferencia de otras tecnologías como la televisión o los videojuegos. En este sentido, cobra especial relevancia la manera en que la Generación Interactiva hace frente a dicho gasto, así como la modalidad de pago o la cantidad de dinero que invierten en telefonía.

En términos globales, la tarjeta se define como la forma de pago más habitual entre los menores iberoamericanos, pues así lo asegura el 52% de los menores (ver gráfico 3.27). Asimismo, 1 de cada 5 encuestados tiene un teléfono con contrato, mientras que el 28% restante no conoce con seguridad su modalidad de pago. Estos datos varían muy ligeramente en función del sexo, y se traducen en una mayor cantidad de chicas que no saben bien la modalidad de pago elegida para su celular.



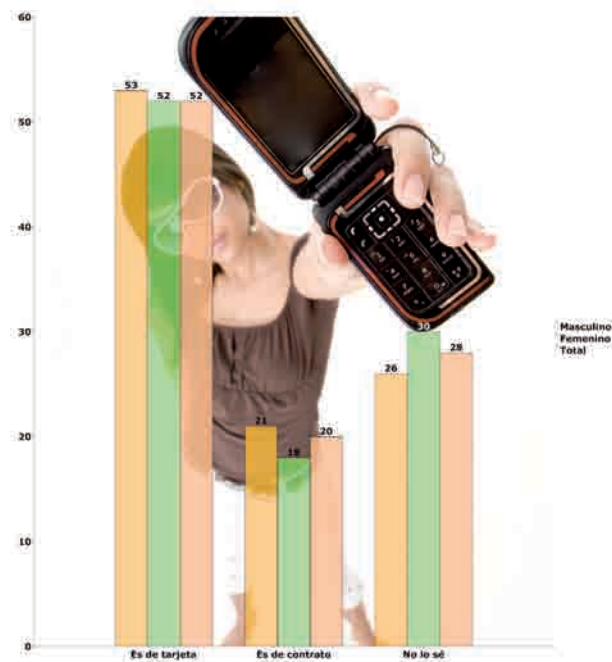


### 3 / El celular

268

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.27. Forma de pago del celular (por sexo y global, de 10 a 18 años)

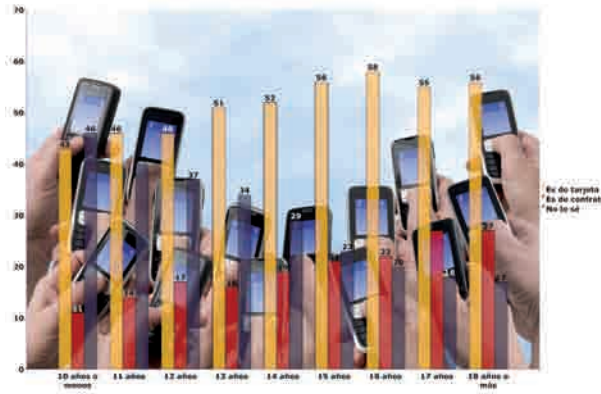


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de medio de pago tienes para el celular?”

Por otro lado, la edad sí que parece incidir de manera más significativa en el formato de pago elegido. El gráfico 3.28 refleja el progresivo aumento de los teléfonos con contrato conforme mayor es la edad de los encuestados. Si a los 10 años tan sólo el 11 por ciento dispone de este modelo de financiación, a los 17 años la cifra alcanza el valor del 27 por ciento. Una pauta bastante similar siguen los teléfonos con tarjeta, aunque el aumento proporcional es menor y, además, se produce un ligero descenso a los 17 años, aunque a los 18 la tendencia vuelve a ser ascendente. Lo que sí parece evidente es la disminución progresiva, conforme aumenta la edad, del número de personas que no sabe con seguridad la forma de pago asociada a su teléfono celular.



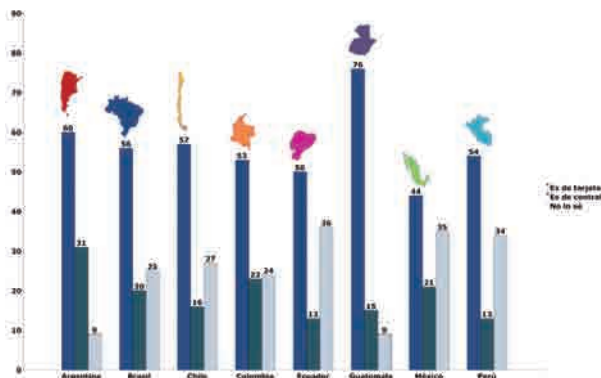
Gráfico 3.28. Forma de pago del celular (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de medio de pago tienes para el celular?”

Si atendemos a la procedencia geográfica de los encuestados, se perciben algunas diferencias notables en cuanto a la modalidad de pago más extendida (ver gráfico 3.29). En Guatemala encontramos la mayor propagación de los celulares de tarjeta (3 de cada 4 escolares así lo afirma), mientras que en Argentina encontramos la mayor popularidad de los teléfonos de contrato (31%). Ambos países destacan, además, por tener el menor número de personas que no sabe con certeza su modalidad de pago. Este dato contrasta con los de otros países donde es bastante común no saber bien qué modalidad de pago se tiene, como es el caso de Ecuador (36%), México (35%) y Perú (34%).

Gráfico 3.29. Forma de pago del celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de medio de pago tienes para el celular?”

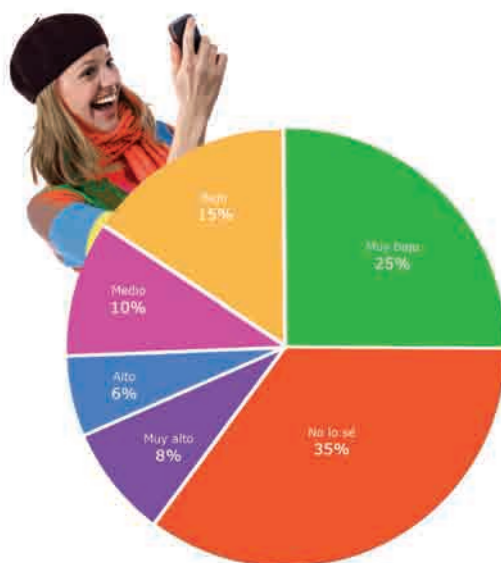


### 3 / El celular

270

Aparte de la forma de pago disponible, resulta conveniente detenerse en el nivel de gasto mensual que supone el uso del celular para la Generación Interactiva en Iberoamérica. En el gráfico 3.30 se observan los niveles de gasto más comunes: 1 de cada 4 encuestados asegura realizar un consumo muy bajo, y el 15% un consumo bajo. Asimismo, 1 de cada 10 menores hace un consumo medio, y el 15% un consumo alto o muy alto. Llama la atención la gran cantidad de encuestados que no sabría cuantificar este aspecto: el 35% así lo asegura.

Gráfico 3.30. Gasto en celular (de 10 a 18 años)

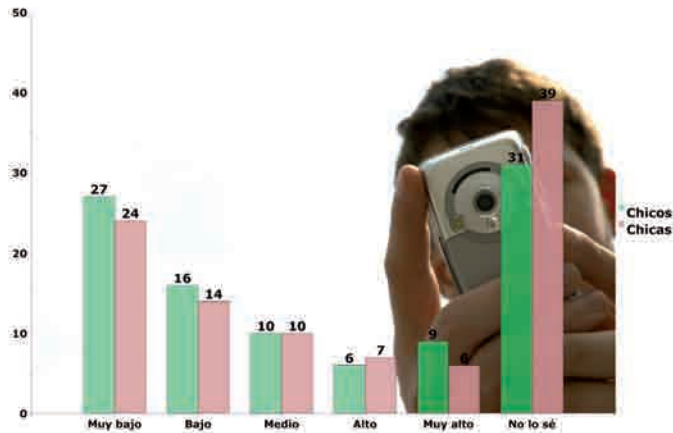


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sabes cuánto gastas mensualmente en el teléfono celular?”

Si analizamos estos datos deteniéndonos en el sexo de los encuestados, se perciben algunas diferencias que conviene señalar, tal y como recoge el gráfico 3.31. La más llamativa hace referencia a la cantidad de personas que no sabe cuantificar el desembolso económico que supone su uso del celular: el 39% de las chicas, frente al 31% de los varones. Las diferencias también son significativas en el caso del consumo extremo (muy alto o muy bajo), pues los varones siempre sobrepasan a las chicas.



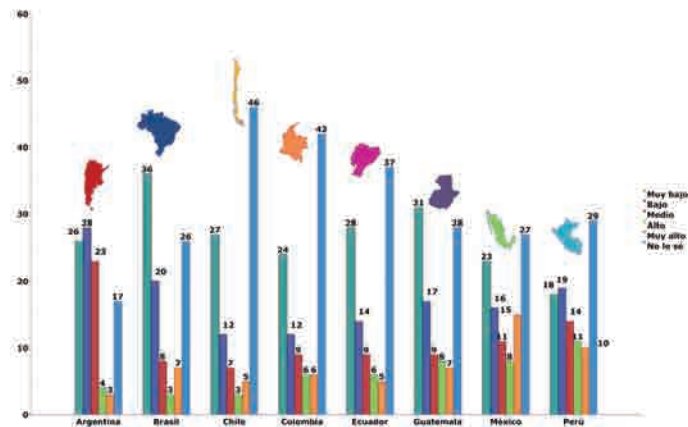
Gráfico 3.31. Gasto en celular (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sabes cuánto gastas mensualmente en el teléfono celular?”

El nivel de gasto mensual en el celular también varía de país a país. En Argentina y Brasil, más de la mitad de los encuestados asegura realizar un consumo bajo o muy bajo (el 54% y el 56%, respectivamente), mientras que en México y Perú encontramos la mayor cantidad de personas que hace un gasto alto o muy alto (23% y 21%, respectivamente). Chile destaca por ser el país en el que hay un mayor número de personas (el 46 por ciento) que no saben cuantificar su gasto mensual en telefonía.

Gráfico 3.32. Gasto en celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sabes cuánto gastas mensualmente en el teléfono celular?”

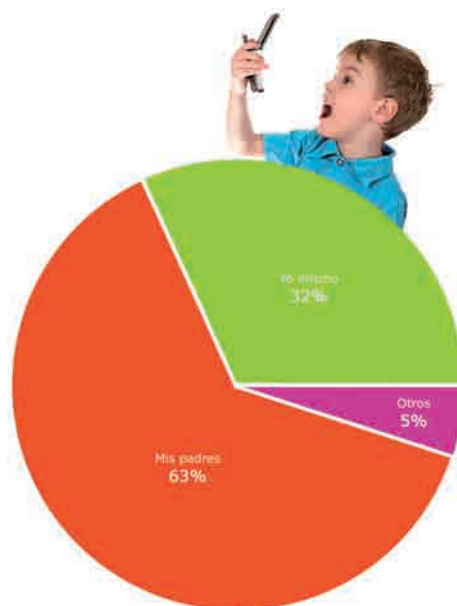


### 3 / El celular

272

Como es lógico, el gasto que los menores iberoamericanos hacen en el celular viene influido, en buena medida, por las fuentes de ingresos de las que disponen para financiarlo. En este sentido cabe esperar que, debido a su edad, la Generación Interactiva acuda con frecuencia a otras personas (fundamentalmente sus padres) como recurso para pagar su teléfono. Los datos de la encuesta así lo confirman, tal y como refleja el gráfico 3.33: los progenitores son fuente de financiación en el 63% de los casos, mientras que el 32% de los encuestados se autofinancia. En cualquier caso, estas cifras varían de forma significativa en función de las variables sexo y edad.

**Gráfico 3.33. Fuente de financiación del celular (de 10 a 18 años)**

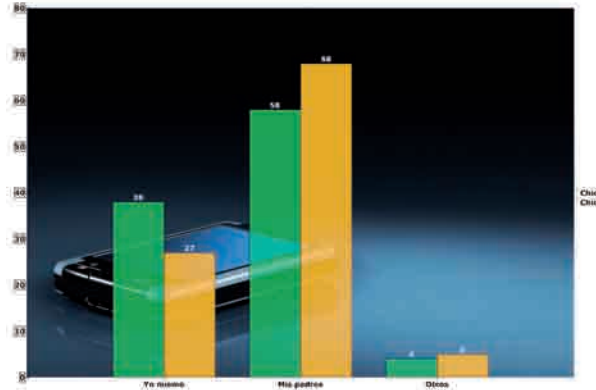


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?”

En general, los varones son más propensos a pagarse por medio de sus propios recursos el gasto en celular: el 38% así lo asegura, en contraste con un 27% de las chicas. Este dato se traduce en un mayor número de chicas que recurren a los padres (68%) en comparación con los chicos (58%), tal y como queda reflejado en el gráfico 3.34.



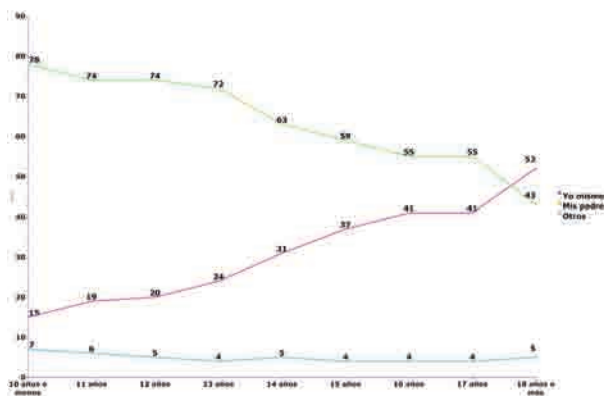
Gráfico 3.34. Fuente de financiación del celular (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?”

Respecto a la edad, se aprecia una tendencia clara (ver gráfico 3.35): conforme mayores son los encuestados, más frecuente resulta el hecho de autofinanciarse el gasto en celular. Como contrapartida, recurrir a los padres se hace cada vez menos habitual, de manera que al llegar a los 18 años se cruzan ambas líneas y son más los que recurren a sus propios medios que los que acuden a sus progenitores.

Gráfico 3.35. Fuente de financiación del celular (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?”

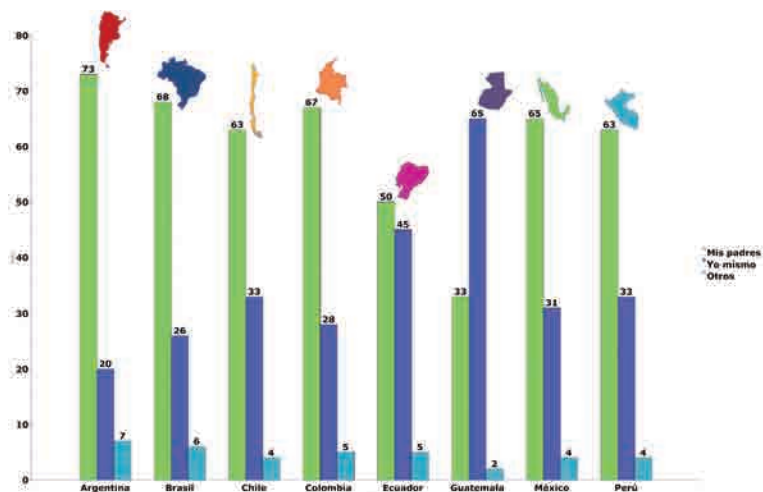


### 3 / El celular

274

También el ámbito geográfico delimita algunos contrastes interesantes (ver gráfico 3.36). El dato más llamativo de todos hace referencia al caso de Guatemala: cuando en todas las demás regiones lo más frecuente es que los padres paguen el gasto en celular, en este país lo más común es que los propios miembros de la Generación Interactiva se lo paguen con sus recursos, pues así lo asegura el 65 por ciento, mientras que solo el 33% de sus padres hace frente a dicho gasto. Asimismo, en Ecuador los datos están bastante igualados: el 50% acude a los padres, y el 45% a la autofinanciación. Quitando estos dos países, en los restantes se siguen una tendencia bastante parecida, en la que lo mayoritario es, con una amplia diferencia, acudir a los padres para pagar el celular.

Gráfico 3.36. Fuente de financiación del celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?”

Finalmente, si comparamos los datos obtenidos en 2010 con los de la encuesta de 2008, es posible apreciar algunas diferencias en cuanto a la fuente de financiación del celular más habitual en cada país (ver tabla 3.10). En algunos países ha disminuido el número de padres que pagan el gasto en celular a favor de los propios hijos, como es el caso de Argentina, Chile y Perú. En Brasil, Colombia y México sucede lo contrario: la autofinanciación ha disminuido, y sin embargo un mayor número de progenitores paga el celular a su hijo o hija. En cualquier caso, los datos globales de toda la región iberoamericana se mantienen prácticamente iguales.



**Tabla 3.10. Fuente de financiación del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (por país, de 10 a 18 años)**

	Argentina		Brasil		Chile		Colombia		México		Perú		Total	
	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010	2008	2010
Mis padres	80	73	58	68	65	63	62	67	57	65	68	63	63	63
Yo mismo	16	20	38	26	28	33	30	28	41	31	28	33	33	32
Otros	4	7	4	6	7	4	8	5	2	4	4	4	4	5

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta "¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?". Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta "¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?"

### 3.5. MEDIACIÓN FAMILIAR

Como ponen de manifiesto los datos recogidos en este estudio, el teléfono celular es una pantalla que ejerce un papel importante en el día a día de la Generación Interactiva. Se trata de una herramienta ampliamente utilizada por los niños y adolescentes iberoamericanos, a la que viene asociado un desembolso económico constante, así como la posibilidad de darle ciertos usos (ligados al momento, el tipo de actividad realizada, etc.) que pueden suscitar preocupación en los padres. En este sentido, resulta conveniente detenerse en algunas cuestiones relacionadas con la mediación parental ejercida en el hogar respecto a esta pequeña pantalla. Dichas cuestiones hacen referencia al grado de control que ejercen los padres sobre sus hijos, así como a la repercusión que puede tener el uso del celular sobre la armonía familiar.

Un primer aspecto en el que detenerse son las discusiones entre padres e hijos por culpa del celular. En términos globales (gráfico 3.33), parece que las discusiones son algo minoritario: el 18% afirma tenerlas, frente a un 82% que responde negativamente. Este último dato contrasta con el recogido en la encuesta de 2008, cuando el 57% de los encuestados aseguraba no discutir nunca con sus padres por culpa del celular, lo que implica que las discusiones han ido disminuyendo en los últimos dos años.

Aunque no sean excesivamente grandes, sí que se aprecian algunas diferencias en función del sexo, tal y como recoge el gráfico 3.37. Concretamente, las chicas parecen discutir más con sus padres en comparación con los chicos: el 20% así lo afirma, frente al 16% en el caso de los varones.

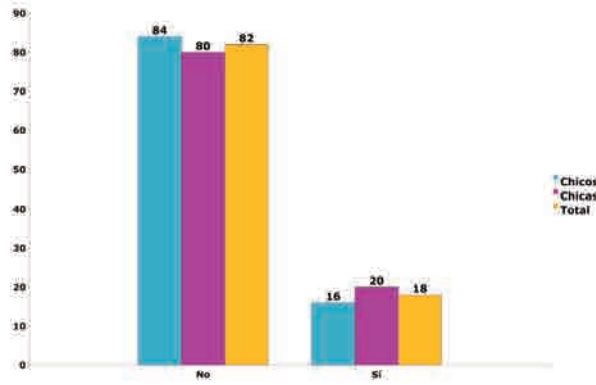




### 3 / El celular

276

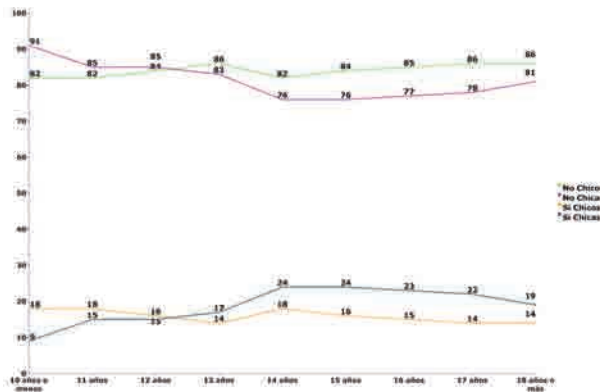
**Gráfico 3.37. Discusión con los padres por culpa del celular (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?”

Por otro lado, el grado de discusión con los padres parece ir evolucionando en función de la edad, y además de manera distinta para cada sexo. Como queda descrito en el gráfico 3.38, en el caso de las chicas las discusiones aumentan progresivamente hasta los 15 años, momento a partir del cual comienzan a disminuir. En el caso de los varones, la tendencia es a disminuir desde los 10 a los 14 años, edad a la que se produce un ligero repunte, para nuevamente decrecer hasta los 18 años.

**Gráfico 3.38. Discusión con los padres por culpa del celular (por edad y sexo, de 10 a 18 años)**



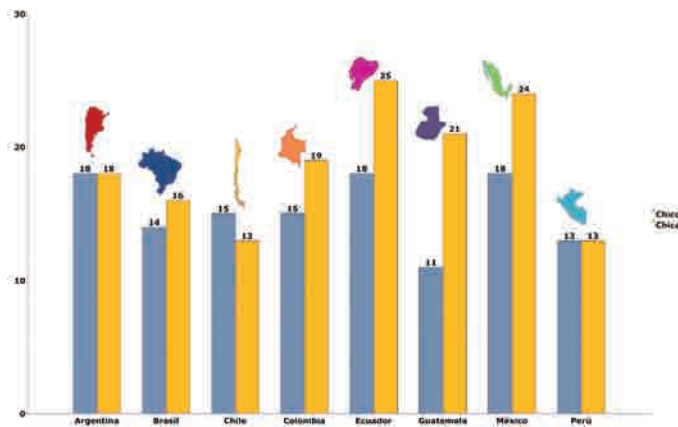
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?”



Por otra parte, en los distintos países incluidos en la encuesta son muchísimos más quienes afirman no discutir con sus padres que quienes sí lo hacen, tal y como queda recogido en el gráfico 3.39. En términos globales, los países en los que se produce un mayor número de discusiones por culpa del celular son Ecuador (22%) y México (21%), mientras que donde menos se discute es en Perú (13%) y Chile (14%). En un término medio estarían situados Argentina (18%), Colombia (17%), Guatemala (16%) y Brasil (15%).

Se observa asimismo la existencia de diferencias significativas en función del sexo, especialmente en algunos países en los que discuten muchas más chicas que chicos: Ecuador, Guatemala y México. Los únicos países en los que discuten más los varones que las chicas son Argentina y Chile, aunque con un margen de diferencia muy estrecho.

**Gráfico 3.39. Discusión con los padres por culpa del celular (por sexo y país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?"

En el caso de aquellas personas que sí discuten con sus padres, resulta interesante conocer cuáles son las razones que conducen a dicha situación. En términos globales, parece que el principal motivo tiene que ver con la cantidad de tiempo que se pasa utilizando el celular, pues el 62% de los encuestados así lo asegura. Bastante menos importancia tienen, aunque con un peso similar, el momento concreto en el que se utiliza el teléfono (36%), o el gasto económico que éste supone (34%). Llama especialmente la atención la diferencia entre sexos en lo que concierne a las discusiones por culpa del tiempo de uso, tal y como refleja el gráfico 3.40. Así, el 66% de las chicas asegura discutir con sus

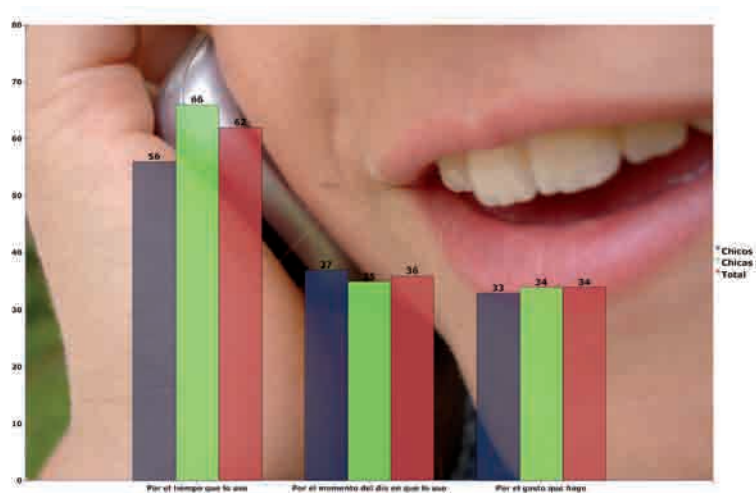


### 3 / El celular

278

padres por culpa de este motivo, frente al 56% en el caso de los varones. Este dato puede venir explicado por otro visto anteriormente, que tiene que ver con un mayor número de chicas que no apagan nunca el teléfono.

**Gráfico 3.40. Motivos de discusión con los padres por culpa del celular (por sexo, de 10 a 18 años)**

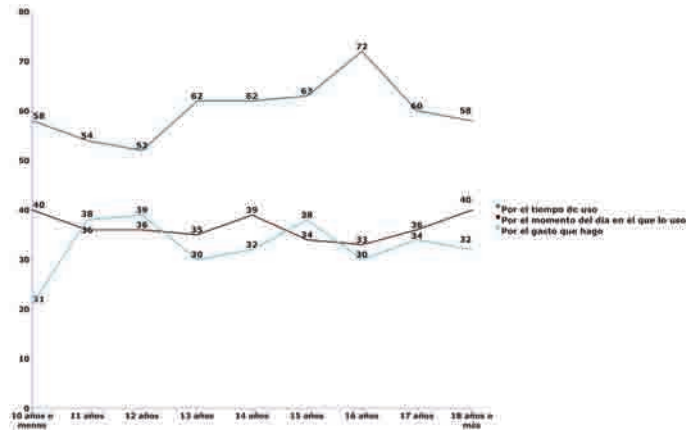


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber hecho la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?”

Asimismo, mientras que en algunas cuestiones la edad marca una tendencia clara, en el caso de los motivos de discusión con los padres no se aprecia un comportamiento que se ajuste a un patrón estable. Como queda representado en el gráfico 3.41, la discusión por el momento en que se usa el celular es la que se mantiene más constante para cada tramo de edad. La discusión por el tiempo de uso desciende hasta los 12 años, para después crecer hasta los 16 años y volver a bajar a partir de ese momento. Respecto a las discusiones en torno al gasto, el comportamiento es bastante irregular para cada tramo de edad, ya que atraviesa por continuas subidas y bajadas desde los 10 hasta los 18 años.



Gráfico 3.41. Motivos de discusión con los padres por culpa del celular (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber hecho la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?”

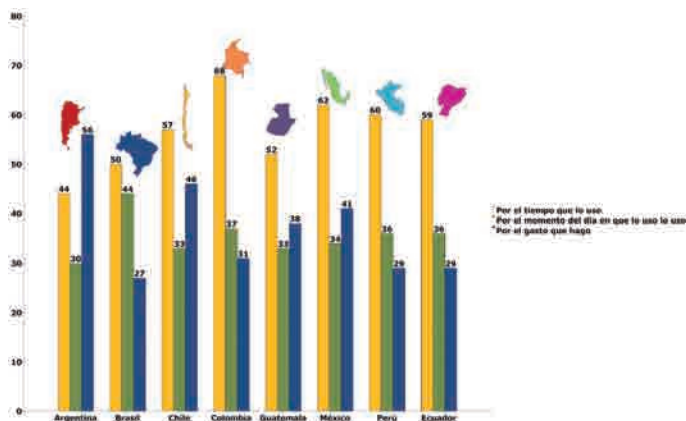
En lo que atañe al origen geográfico de los encuestados, éste sí que delimita diferencias palpables en determinados aspectos (ver gráfico 3.42). Las discusiones por culpa de la cantidad de tiempo que se utiliza el celular son una cuestión que adquiere una relevancia diferente en cada país. Así, en lugares como Colombia (68%) o México (62%) encontramos los valores más altos, mientras que en el lado opuesto se sitúan Argentina (44%) o Brasil (50%). El gasto en telefonía es un asunto aún más polarizado, pues valores tan altos como los de Argentina (56%) o Chile (46%), contrastan con cifras mucho más moderadas como las de Brasil (27%), Perú (29%) y Ecuador (29%). Por último, las discusiones a causa del momento de uso se dan en una proporción bastante similar en la mayoría de países, a excepción de Brasil, que sobresale con un índice del 44 por ciento.



### 3 / El celular

280

3.42. Motivos de discusión con los padres por culpa del celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber hecho la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?”

Un último aspecto que destacar sobre la mediación familiar del celular tiene que ver con el hecho de si los padres utilizan esta pantalla como premio o castigo con sus hijos. En términos generales, lo más común es no emplearla como tal: así lo afirma el 87% de los encuestados, frente a un 13% que responden positivamente. Además, no hay ninguna diferencia entre chicos y chicas, tal y como se puede comprobar en el gráfico 3.43.

No ocurre lo mismo en el caso de la edad, que en este caso sí que parece marcar un patrón claro (gráfico 3.44). Así, conforme se hacen mayores los miembros de la Generación Interactiva, tiende a disminuir el uso del teléfono como premio o castigo. Existen ligeros repuntes en determinadas edades (12, 14 y 18 años), pero en términos globales, se puede afirmar que la tendencia es decreciente.



Gráfico 3.43. Uso del celular como premio o castigo (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te premian o castigan con el uso del celular?”

Gráfico 3.44. Uso del celular como premio o castigo (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te premian o castigan con el uso del celular?”

Finalmente, si ponemos la mirada en los datos relativos a cada país, encontramos distintas pautas de control entre los padres de la Generación Interactiva (gráfico 3.45). En términos globales, los brasileños (20%) y mexicanos (16%) son los más propicios a usar el celular como premio o castigo, mientras que las cifras se reducen a la mitad en regiones como Guatemala (8%) y Chile (9%). Asimismo, si contrastamos el uso del celular como premio o castigo entre las

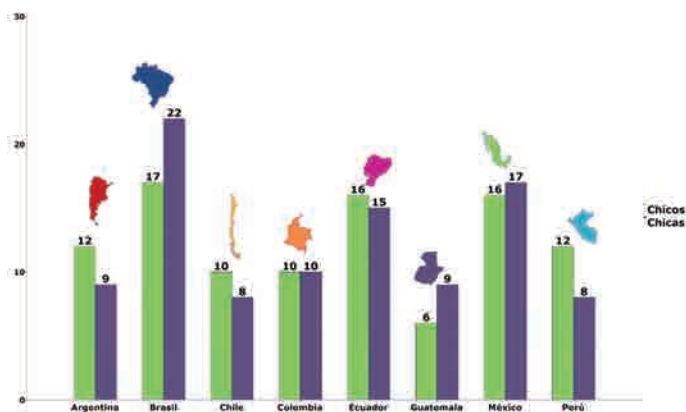


### 3 / El celular

282

chicas y los chicos, se aprecian diferencias destacables en algunos países: en Brasil y Guatemala es bastante más frecuente emplear esta medida de control con las hijas, mientras que en Argentina, Chile y Perú es más habitual hacerlo con los hijos varones.

Gráfico 3.45. Uso del celular como premio o castigo (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Te premian o castigan con el uso del celular?"

### 3.6. VALORACIONES

#### Celular e Internet

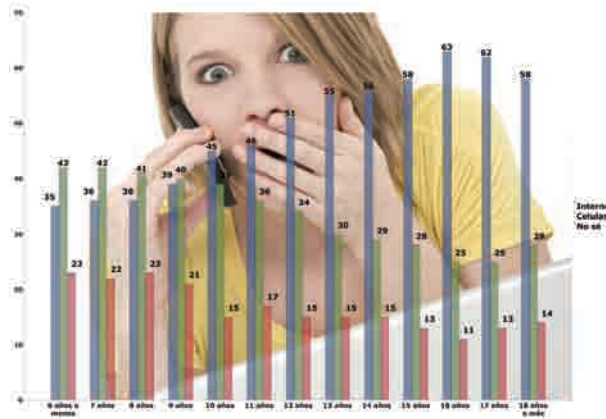
En el caso de tener que elegir entre el celular e Internet, los miembros de la Generación Interactiva muestra unas preferencias bastante cambiantes en función del sexo y la edad, lo que implica que van adaptándose a las necesidades que buscan satisfacer cuando utilizan una determinada pantalla.

En términos generales, los pequeños de 6 a 9 años prefieren el celular (40%) ligeramente por encima de Internet (38%), mientras que los mayores se decantan por la Red (55%) ante el teléfono (31%). En cualquier caso, estos datos van variando considerablemente en función de las variables sexo y edad, tal y como hemos apuntado anteriormente.

Respecto a la edad, se aprecia una tendencia bastante clara (gráfico 3.46): cuanto mayor es su edad, mayor lo es también la preferencia por Internet, que pasa del 35% en el caso de los 9 años, hasta llegar al 63% en el caso de los 16 años. Aunque se aprecia un ligero descenso entre los 16 y los 18 años, la preferencia por Internet sigue siendo muy superior.



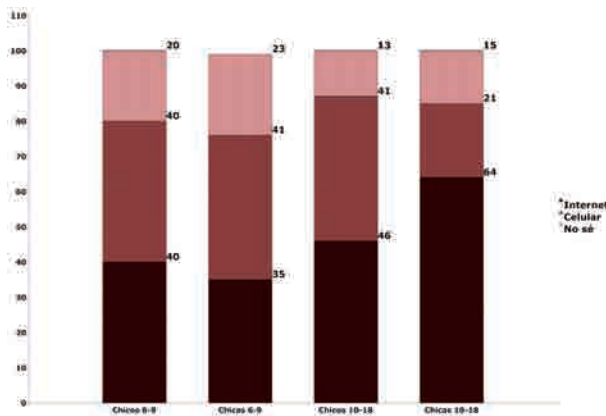
Gráfico 3.46. El celular frente a Internet (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?" (6-9 años) y "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?" (10-18 años)

Respecto a las diferencias originadas por el sexo de los encuestados, encontramos resultados opuestos en función del grupo de edad, tal y como se aprecia en el gráfico 3.47. Así, dentro del grupo de pequeños (6 a 9 años) los varones manifiestan una mayor preferencia por Internet ante el celular en comparación con las chicas, aunque realmente la balanza en este grupo está igualmente repartida entre las dos pantallas. Esta tendencia se invierte en el caso de los mayores (10 a 18 años), ya que las chicas muestran una preferencia mucho más rotunda por Internet ante el celular en comparación con los varones.

Gráfico 3.47. El celular frente a Internet (por sexo, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?" (6-9 años) y "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?" (10-18 años)





### 3 / El celular

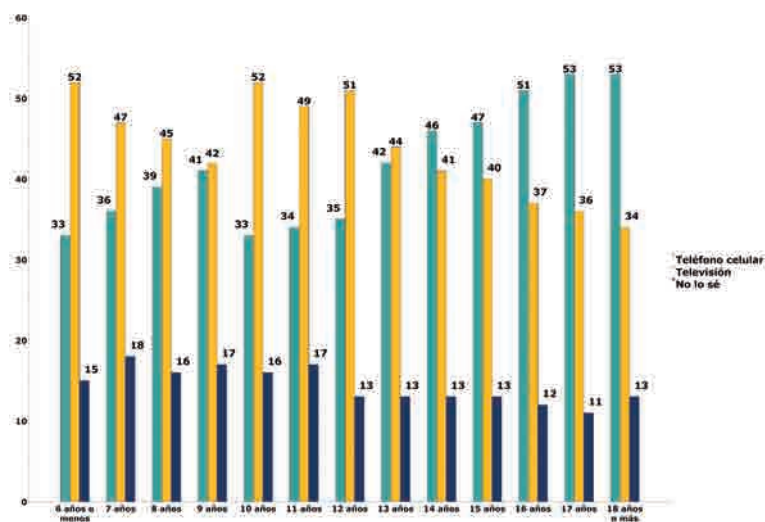
284

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

## Celular y televisión

Si nos fijamos en la preferencia del celular ante la pantalla reina, se observa que las diferencias no son tan pronunciadas como en el caso de Internet (gráfico 3.48). La tendencia es a preferir la televisión en los tramos de edad más pequeña, para después invertirse la tendencia y ganar el celular a partir de los 14 años de edad. Dicho comportamiento puede ser síntoma de que, ya entrados en la adolescencia, los miembros de la Generación Interactiva se decantan por aquellas pantallas que tienen que ver más con la sociabilidad y la comunicación con otras personas, pues esta dimensión adquiere una especial relevancia en sus vidas.

Gráfico 3.48. El celular frente a la televisión (por edad, de 6 a 18 años)

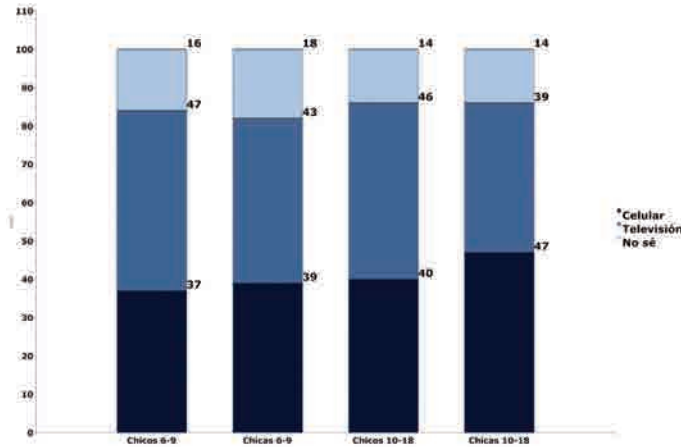


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?" (6-9 años) y "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?" (10-18 años)

En cuanto a las diferencias atribuidas al sexo, el celular se perfila siempre como una pantalla más importante para las chicas que para los varones (ver gráfico 3.49). No obstante, sólo en el caso de las chicas mayores (10-18 años), el celular queda por encima de la televisión (el 47% frente al 39%, respectivamente). En el resto de casos, los encuestados muestran una mayor preferencia por la televisión.



Gráfico 3.49. El celular frente a la televisión (por sexo, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?" (6-9 años) y "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?" (10-18 años)

### Celular y videojuegos

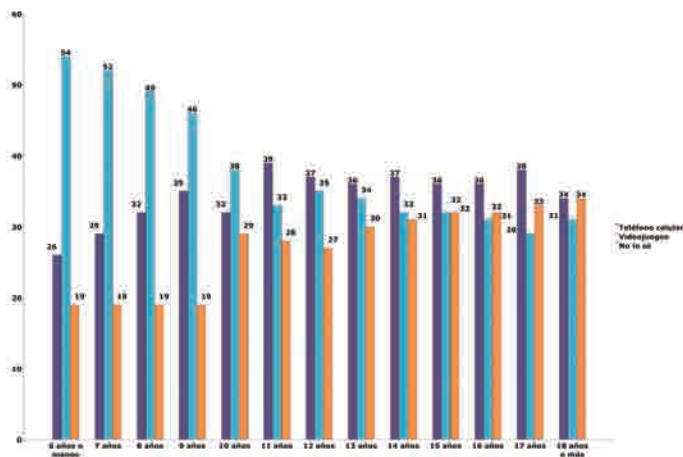
Cuando la Generación Interactiva tiene que decantarse por los videojuegos o por el celular, su comportamiento podría resumirse de la siguiente manera: el videojuego es una pantalla más preferida entre los chicos y los más pequeños.

Si nos fijamos en los resultados de la encuesta atendiendo a la edad (ver gráfico 3.50), observamos que en el grupo de pequeños (6 a 9 años), la preferencia está mucho más clara y pesa a favor de los videojuegos. Los datos nos confirman que en los primeros años, los menores están mucho más orientados hacia al ocio y no tanto hacia la relación. A partir de los 11 años, la preferencia por cada una de las pantallas está bastante repartida, aunque siempre el celular queda ligeramente por encima de los videojuegos.



### 3 / El celular

Gráfico 3.50. El celular frente a los videojuegos (por edad, de 6 a 18 años)

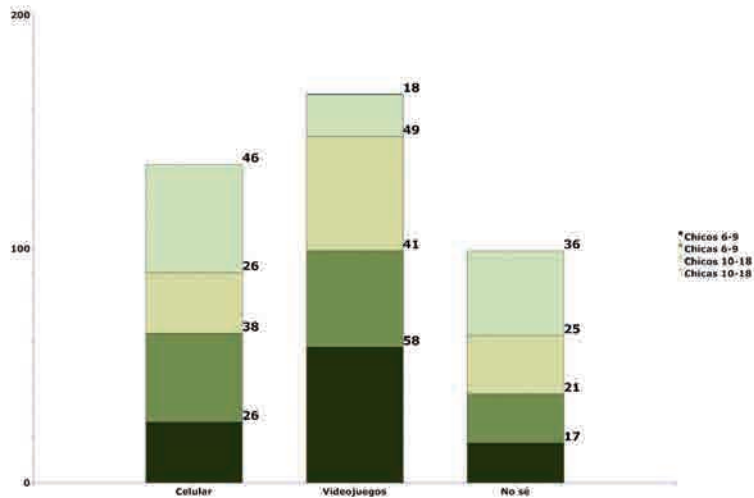


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?” (6-9 años) y “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?” (10-18 años)

Asimismo, el videojuego se perfila como una pantalla mucho más popular entre el sexo masculino, tal y como se desprende de los datos recogidos por la encuesta. En el gráfico 3.51 podemos comprobar dicha tendencia: los varones pequeños (6-9 años) y mayores (10-18 años) se decantan por los videojuegos por un margen muy superior respecto al teléfono celular. El caso de las chicas es diferente, ya que cuando son pequeñas (6-9 años), la preferencia entre las dos pantallas queda bastante repartida (38% celular, 41% videojuegos), mientras que entre el grupo de las mayores (10-18 años), cobra muchísima más relevancia el celular (el 46% lo prefiere, frente a un 18% que se decanta por el videojuego), además de haber también un buen número de chicas indecisas (36%).



Gráfico 3.51. El celular frente a los videojuegos (por sexo, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Si tuvieras que elegir, ¿con qué te quedarías?" (6-9 años) y "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?" (10-18 años)

### Celular y Mp3/Mp4/iPod

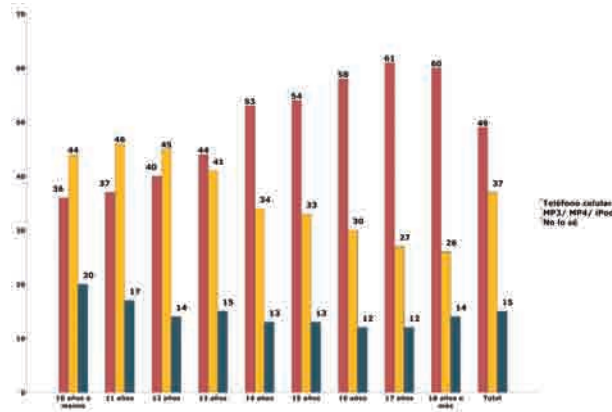
Otro dispositivo comúnmente empleado por la Generación Interactiva son los reproductores de música (Mp3, Mp4, iPod, etc.), por lo que resulta acertado preguntarse si los menores prefieren este tipo de tecnología a otra como el celular. Los datos recogidos por la encuesta nos indican que, en términos globales, la pantalla preferida es el teléfono celular. Así lo asegura el 49% de los encuestados, frente al 37% que prefiere un reproductor musical, y un 15% que no sabría por qué dispositivo decantarse.

La edad en este caso es un factor que delimita una tendencia clara: cuanto mayores son los encuestados, mayor es también la preferencia por el celular ante los reproductores de música (ver gráfico 3.52). Si a los 10 años el 36% elige el teléfono, la cifra alcanza el valor del 60% a los 18 años de edad, siempre en detrimento de la otra tecnología (Mp3/Mp4/iPod).



### 3 / El celular

Gráfico 3.52. El celular frente al Mp3/Mp4/iPod (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

La progresiva preferencia por el celular conforme aumenta la edad de los encuestados se da de manera desigual entre chicos y chicas. En términos generales, los chicos prefieren los reproductores de música, mientras que las chicas se decantan por el teléfono (ver gráfico 3.53). Sin embargo, al observar con más detalle los datos incluidos en la tabla 3.11, lo que se aprecia es una progresiva preferencia por el celular conforme avanza la edad de ambos sexos, solo que las chicas parten desde un principio de una preferencia por el celular muy superior a la de los varones.

Gráfico 3.53. El celular frente al Mp3/Mp4/iPod (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

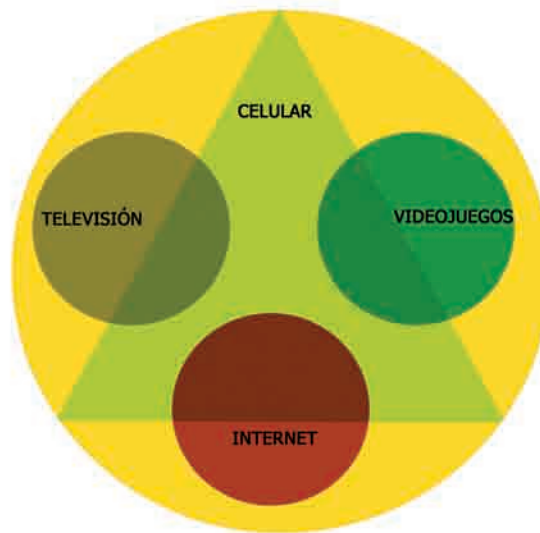


**Tabla 3.11. El celular frente al Mp3/Mp4/iPod (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Chicos			Chicas		
	Teléfono celular	MP3/MP4/ iPod	No lo sé	Teléfono celular	MP3/MP4/ iPod	No lo sé
10 años o menos	26%	58%	16%	45%	32%	23%
11 años	25%	58%	16%	48%	34%	19%
12 años	25%	63%	11%	54%	29%	17%
13 años	30%	57%	13%	57%	26%	17%
14 años	37%	48%	14%	67%	20%	13%
15 años	38%	47%	15%	68%	19%	12%
16 años	41%	44%	15%	73%	17%	10%
17 años	45%	42%	14%	75%	14%	11%
18 años o más	48%	35%	17%	72%	17%	10%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

**Gráfico 3.54. Convergencia de las pantallas**



Fuente: Elaboración propia



### 3 / El celular

290

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

#### Dependencia

El celular es una pantalla ampliamente extendida entre la Generación Interactiva en Iberoamérica, cuyo uso es más bien personal y, como hemos visto, que alcanza distintos ámbitos de la vida cotidiana (la comunicación con los demás, el ocio, la organización personal, etc.). Por eso mismo, al hablar de esta pequeña pantalla resulta especialmente interesante estudiar si dicho dispositivo genera algún tipo de dependencia en quien lo utiliza, pues dada su naturaleza, cabe esperar que sea una tecnología de las que más difícil resulte prescindir.

Si preguntamos a los menores iberoamericanos la consecuencia que tendría en sus vidas el hecho de quedarse sin celular durante dos semanas, la gran mayoría (72%) asegura que no pasaría nada. Entre los que sí que intuyen algún tipo de consecuencia, el 21% afirma que su vida empeoraría, mientras que tan sólo el 7% afirma que su vida iría a mejor. La evolución de esta percepción respecto a 2008 se traduce en lo siguiente: disminuye un 7 por ciento el número de personas que no perciben un cambio en su vida, para aumentar la proporción de personas que intuyen un cambio positivo o negativo (ver gráfico 3.54).

Gráfico 3.55. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (comparativa entre 2010 y 2008, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a las preguntas “Si me quedara dos semanas sin celular...”. Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “Si me quedara dos semanas sin celular...”



Cabe destacar que, fijándonos en las diferencias en función del sexo, se intuye una mayor dependencia del celular por parte de las chicas. Así, el 23% de las encuestadas afirma que su vida cambiaría a peor si se quedaran sin teléfono, frente a un 19% en el caso de los varones. Este dato implica que son menos las chicas que piensan que su vida mejoraría sin un teléfono: el 6 por ciento lo afirma, frente al 7 por ciento en el caso de ellos. Igualmente, el 70% de las chicas asegura que no pasaría nada, frente al 74% de los chicos.

**Gráfico 3.56. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Si me quedara dos semanas sin celular.”

La edad no marca ninguna tendencia constante. En términos generales, sí que parece que al aumentar la edad de los encuestados, disminuye la idea de que su vida mejoraría sin un celular: a los 9 años lo afirma un 15%, para bajar la cifra hasta el 5% en el caso de los jóvenes de 18 años. Del dato se puede concluir que para los mayores el celular es una herramienta más necesaria que para los pequeños.

La dependencia del celular varía también en función del país del que proceden los encuestados. Como se puede apreciar en el gráfico 3.56, es en Brasil donde encontramos una mayor proporción de personas con síntomas de dependencia, pues en este país el 36% de los mayores (10-18 años) asegura que su vida sin el celular iría a peor. Le siguen, con una horquilla de diez puntos de diferencia, Argentina (26%) y Chile (25%). Por el contrario, los países donde existe



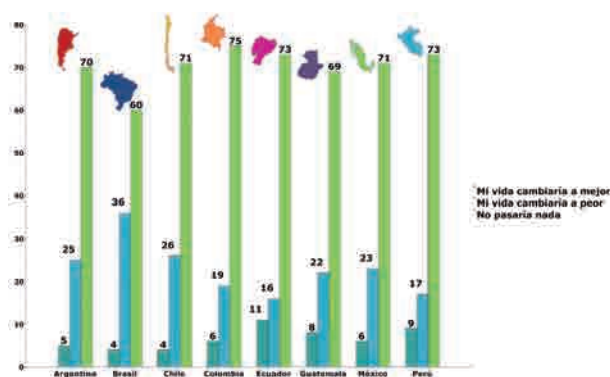


### 3 / El celular

292

una mayor percepción de que la vida mejoraría con la ausencia del celular son Ecuador (11%) y Perú (9%). Finalmente, Colombia destaca porque 3 de cada 4 menores asegura que su vida no experimentaría ningún cambio en el caso de carecer de un teléfono durante dos semanas.

Gráfico 3.57. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Si me quedara dos semanas sin celular...”

#### Riesgos

El uso del celular, al igual que el del resto de pantallas, puede suponer una serie de peligros para quien lo utiliza y para las personas de su entorno. En definitiva, el celular trae consigo una serie de riesgos que podemos clasificar en “pasivos” y “activos”. A continuación pasamos a detallar cuáles de estos riesgos son los más habituales entre la Generación Interactiva en Iberoamérica.

#### Riesgos pasivos:

Con este término nos referimos al peligro al que están expuestos los miembros de la Generación Interactiva al existir la posibilidad de que otras personas, fundamentalmente amigos o compañeros de clase, les perjudiquen a través de tecnologías como el celular. Cada vez es más frecuente oír hablar en los medios de comunicación de cuestiones como el cyberbullying. Dicha práctica no supone, de fondo, una cuestión nueva, pues el acoso escolar ha existido siempre. Se trata más bien de una cuestión de forma, pues las nuevas tecnologías posibilitan nuevos modos de perpetrarlo.

–Ser acosado: cuando preguntamos al grupo de mayores (10-18 años) si “alguna vez han sido perjudicados con un mensaje, foto o vídeo a través del celular”, el 6% responde afirmativamente, existiendo un mínima diferencia entre los



chicos (6%) y las chicas (5%). Respecto a la edad, se trata de un factor que determina una tendencia al alza: si a los 10 años la tasa es del 4 por ciento, el dato va aumentando progresivamente hasta duplicarse al 8 por ciento en el caso de las personas de 18 años o más. La tendencia, no obstante, varía ligeramente en función del sexo y edad de los encuestados, tal y como queda recogido en la tabla 3.12.

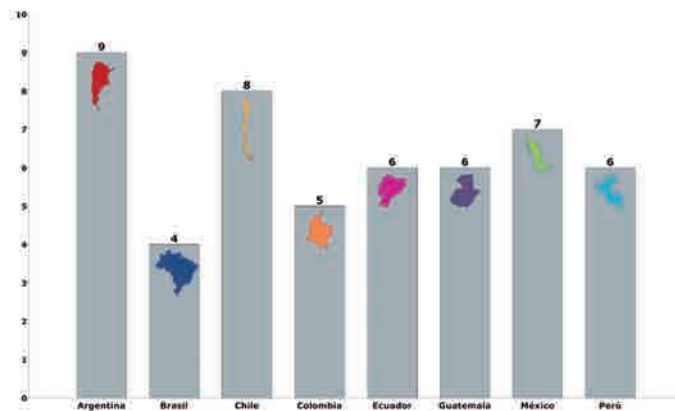
**Tabla 3.12. “Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	10 años o menos	11 años	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 años o más
Chicos	5%	7%	5%	6%	7%	6%	6%	6%	8%
Chicas	4%	4%	5%	5%	5%	4%	6%	8%	7%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Si prestamos atención a las diferencias originadas por la procedencia geográfica de los encuestados (gráfico 3.57), se observa que los países en los que con mayor frecuencia se sufre este tipo de riesgo son Argentina (9%) y Chile (8%), mientras que a la cola quedarían Brasil (4%) y Colombia (5%).

**Gráfico 3.58. “Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del celular” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”



### 3 / El celular

–Contactos no deseados: otro tipo de riesgo al que los menores pueden verse enfrentados tiene que ver con el hecho de “ recibir mensajes obscenos o de personas desconocidas” a través del celular. En total, el 7% de la Generación Interactiva responde positivamente a esta pregunta, habiendo una ligera diferencia en función del sexo: el 7% de los varones, frente al 6% en el caso de las chicas.

La edad no parece marcar una tendencia clara (al alza o a la baja) y, tal y como queda recogido en la tabla 3.13, los valores van subiendo y bajando de manera irregular entre los 10 y los 18 años.

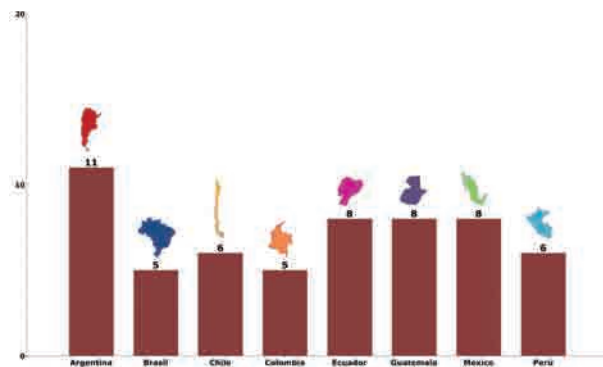
Sin embargo, el ámbito geográfico del que hablemos sí que marca diferencias sustanciales. Como se aprecia en el gráfico 3.58, Argentina despunta respecto al resto de países, pues el 11% de los encuestados en esta región asegura haber recibido mensajes de este tipo en el celular. Esta cifra se reduce a la mitad en el caso de los países con el valor más pequeño: Brasil y Colombia, ambos con un valor del 5 por ciento.

**Tabla 3.13. “He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	10 años o menos	11 años	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 años o más
Chicos	7%	4%	5%	6%	8%	9%	7%	8%	8%
Chicas	5%	5%	5%	5%	7%	8%	9%	7%	10%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

**Gráfico 3.59. “He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”



### Riesgos activos

Además de sufrir por culpa de los demás, los menores iberoamericanos también pueden hacer un uso irresponsable del teléfono celular, cuya consecuencia será el perjuicio para otras personas o para ellos mismos.

–Acosar: en total, el 12% de los encuestados reconoce haber empleado alguna vez el celular para perjudicar a otras personas a través de mensajes, fotos o vídeos, siendo más los chicos proclives a esta práctica (15%) en comparación con las chicas (9%). La tabla 3.14 nos permite comprobar que no se da una tendencia estable en cuanto a la edad de los encuestados, ya que los índices suben y bajan de manera irregular. Lo único que resulta evidente es la superioridad, en todos los casos, de los varones frente a las chicas.

**Tabla 3.14. “He utilizado el celular para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	10 años o menos	11 años	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 años o más
Chicos	17%	14%	15%	15%	16%	17%	10%	12%	16%
Chicas	12%	9%	8%	9%	9%	9%	6%	9%	9%

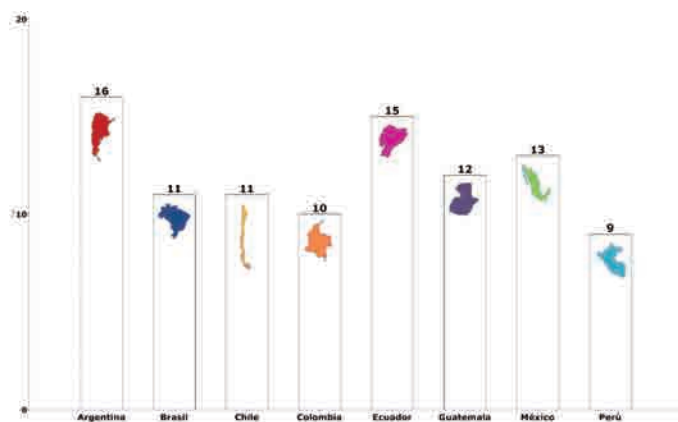
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Por países, el mayor número de personas que perpetran este tipo de acción con el celular lo encontramos en Argentina (16%) y Ecuador (15%), mientras que Perú (9%) y Colombia (10%) son las regiones donde menos común es esta práctica.



### 3 / El celular

**Gráfico 3.60. “He utilizado el celular para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

–Dependencia: otro riesgo ligado al uso del celular es la dependencia excesiva de esta pantalla. Cuando a los miembros de la Generación Interactiva se les pregunta por el hecho de si “conocen a alguna persona que esté enviada con el celular”, casi 1 de cada 5 encuestados responde afirmativamente, no existiendo diferencias significativas entre chicas y chicos (ambos rondan el 19%).

En este caso, la edad sí que parece ser un factor relevante a la hora de determinar la relevancia de este riesgo. Tal y como queda representado en la tabla 3.15, existe una correlación positiva entre la edad y la probabilidad de conocer a alguien enviada al celular, de manera que los valores son mucho más altos cuando se alcanzan los 18 años.

**Tabla 3.15. “Conozco a alguna persona que está enviada con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

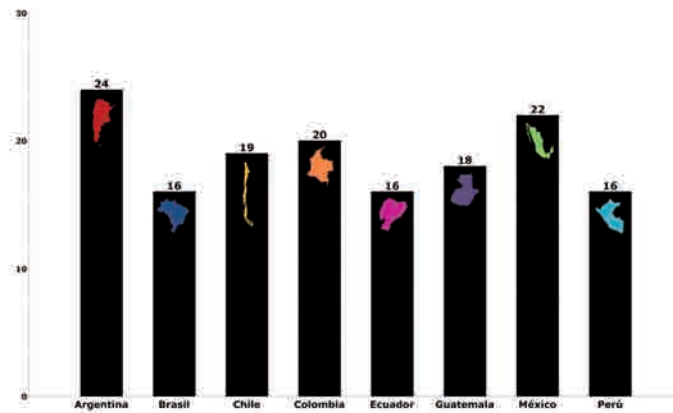
	10 años o menos	11 años	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 años o más
Chicos	14%	13%	15%	16%	18%	20%	23%	26%	27%
Chicas	10%	11%	17%	16%	19%	22%	24%	28%	29%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”



Nuevamente en Argentina encontramos la mayor cantidad de riesgo, pues prácticamente 1 de cada 4 jóvenes conoce a alguien enviado al teléfono (ver gráfico 3.60). También es bastante frecuente en México (22%) y Colombia (20%), mientras que las regiones que están a la cola son Brasil, Ecuador y Perú (todas ellas con un 16 por ciento).

**Gráfico 3.61. “Conozco a alguna persona que está enviada con el celular” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

### Ausencia de percepción de riesgo

Como se ha podido comprobar, una cantidad significativa de menores reconoce enfrentarse a ciertos riesgos cuando utiliza el teléfono celular. Sin embargo, llama la atención que, con diferencia respecto a las demás opciones, lo más frecuente entre la Generación Interactiva sea “no percibir ningún tipo de riesgo”, pues así lo afirma el 42% de los encuestados. Las chicas perciben todavía menos riesgo que los chicos: así lo asegura el 46% de ellas, frente al 38% de los varones. Por otra parte, parece que al hacerse mayores aumenta la percepción de que el celular no conlleva riesgos, pues las cifras crecen paulatinamente entre los 10 y los 17 años, tal y como refleja la tabla 3.16.



### 3 / El celular

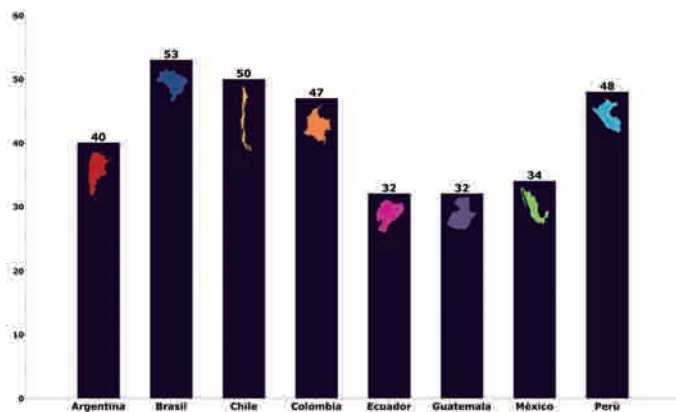
**Tabla 3.16. “No estoy de acuerdo con ninguno de los riesgos del celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	10 años o menos	11 años	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 años o más
Chicos	25%	32%	33%	36%	40%	41%	45%	47%	39%
Chicas	31%	43%	42%	45%	49%	49%	54%	52%	49%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Si vemos los datos por zona, Brasil (53%) y Chile (50%) son los países en los que existe una mayor ausencia de percepción de riesgo, mientras que en Ecuador y Guatemala (32% ambos) se es más sensible ante los peligros que puede suponer el uso del celular.

**Gráfico 3.62. “No estoy de acuerdo con ninguno de los riesgos del celular” (por país, de 10 a 18 años)**

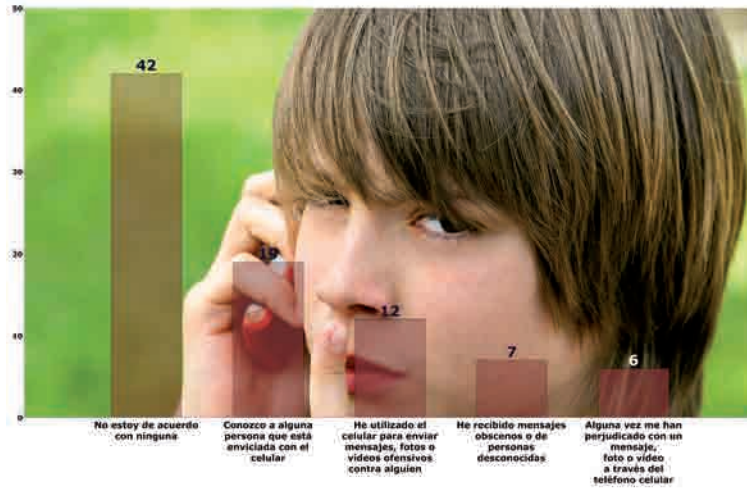


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Para concluir, en los gráficos 3.62 y 3.63 podemos ver las diferencias en relación con esta pregunta entre la encuesta de 2008 y la de 2010. Tal y como se aprecia, ha disminuido la proporción de personas que conocen a alguien que esté eniciado con el celular (del 30% al 19%). También ha disminuido ligeramente el número de personas que ha empleado el teléfono celular para ofender a alguien (del 15% al 13%), mientras que el número de personas que ha recibido mensajes obscenos o de desconocidos se mantiene en torno al 7%, sin que exista variación alguna.

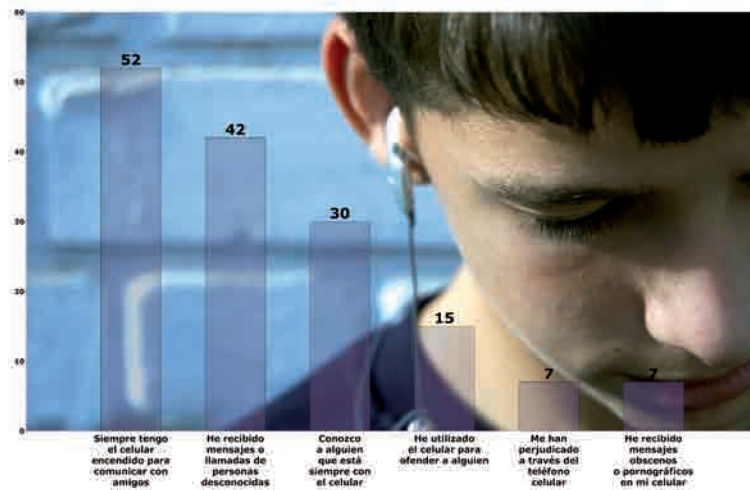


**Gráfico 3.63. ¿Con cuál de estás afirmaciones estás de acuerdo? (datos relativos a 2010, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

**Gráfico 3.64. ¿Con cuál de estás afirmaciones estás de acuerdo? (datos relativos a 2008, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”





### 3 / El celular

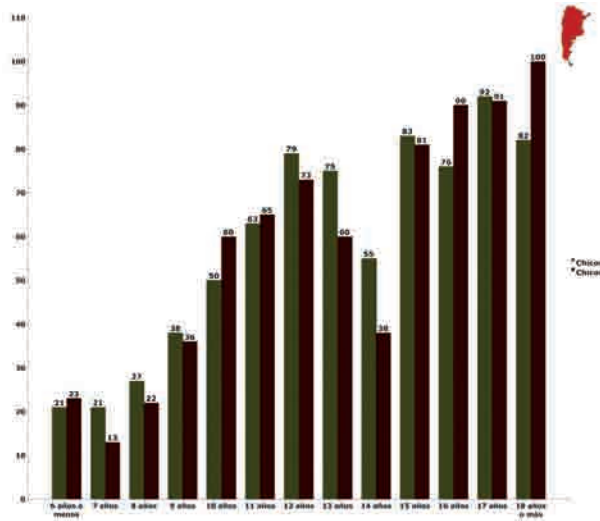
300

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

## 3.7. RESUMEN GENERAL POR PAÍSES

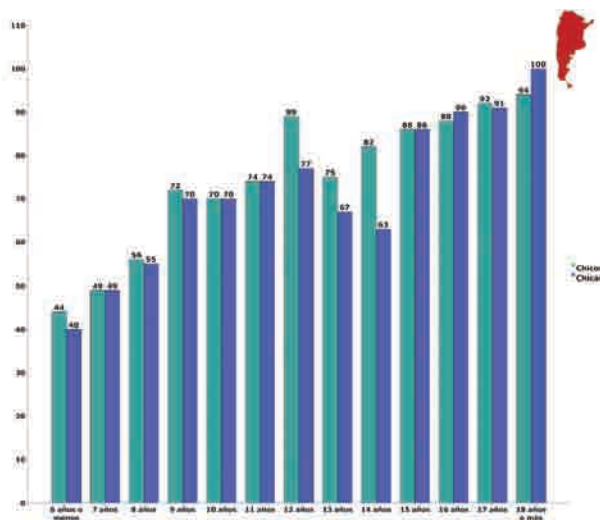
### 3.7.1. Argentina

Gráfico 3.65. Argentina: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes celular propio?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

Gráfico 3.66. Argentina: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes celular propio?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



**Tabla 3.17. Argentina: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	57%	58%
Enviar mensajes	49%	50%
Jugar	81%	71%
Navegar en Internet	14%	10%
Otras cosas	18%	18%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	80%	89%
Enviar mensajes	93%	93%
Chatear	19%	13%
Navegar por Internet	19%	14%
Jugar	61%	46%
Como reloj o Como despertador	62%	75%
Ver fotos y/o videos	43%	45%
Hacer fotos	47%	43%
Grabar videos	44%	46%
Como agenda	47%	61%
Como calculadora	52%	62%
Escuchar música o la radio	60%	72%
Ver la televisión	11%	6%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	24%	23%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

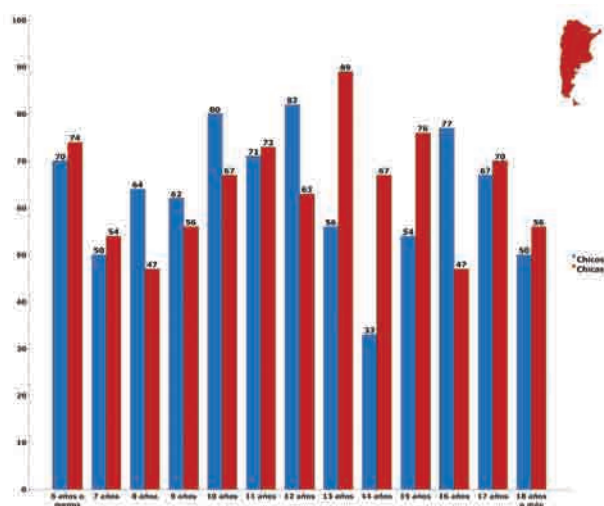


### 3 / El celular

302

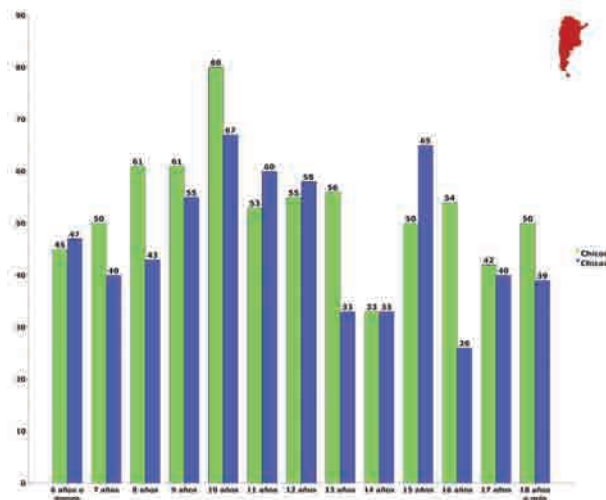
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.67. Argentina: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

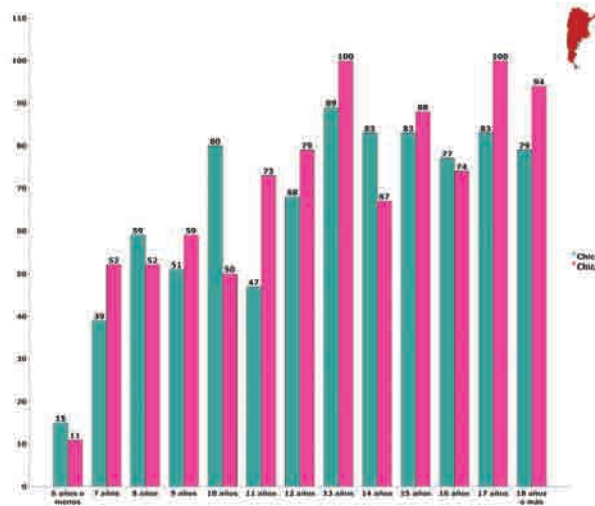
Gráfico 3.68. Argentina: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

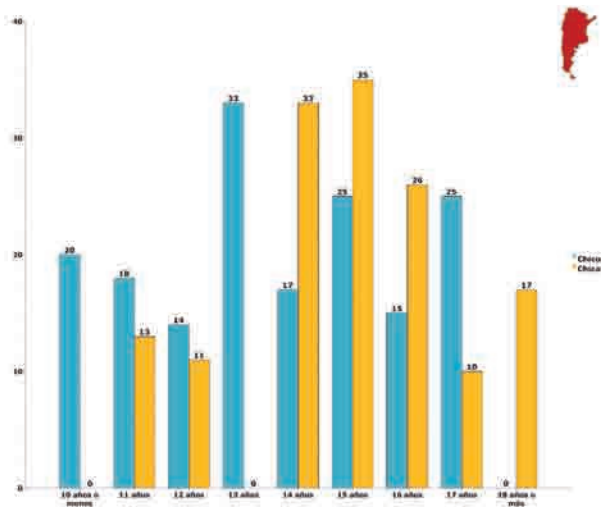


**Gráfico 3.69. Argentina: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Gráfico 3.70. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



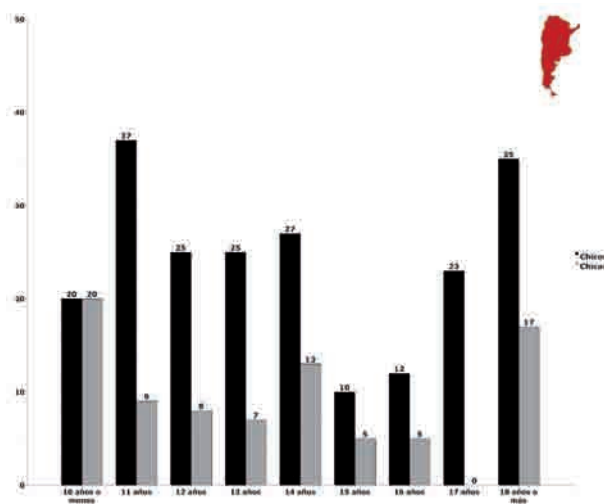
### 3 / El celular

**Tabla 3.18. Argentina: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	37%	34%
Cuando estoy estudiando	20%	13%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	15%	8%
Cuando estoy durmiendo	28%	18%
Nunca lo apago	44%	53%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

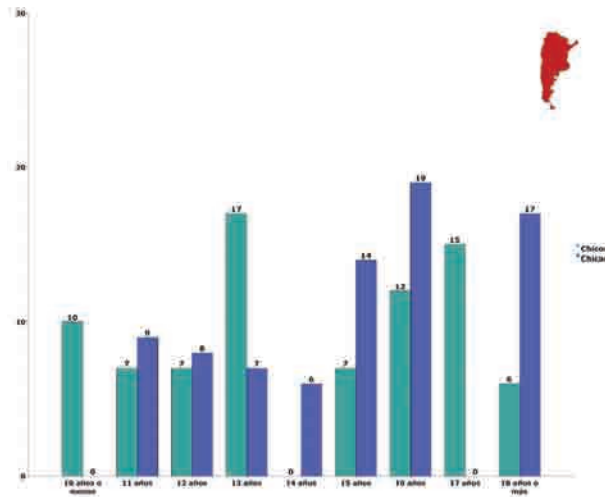
**Gráfico 3.71. Argentina: Riesgos activos: "he utilizado el celular para perjudicar a alguien" (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



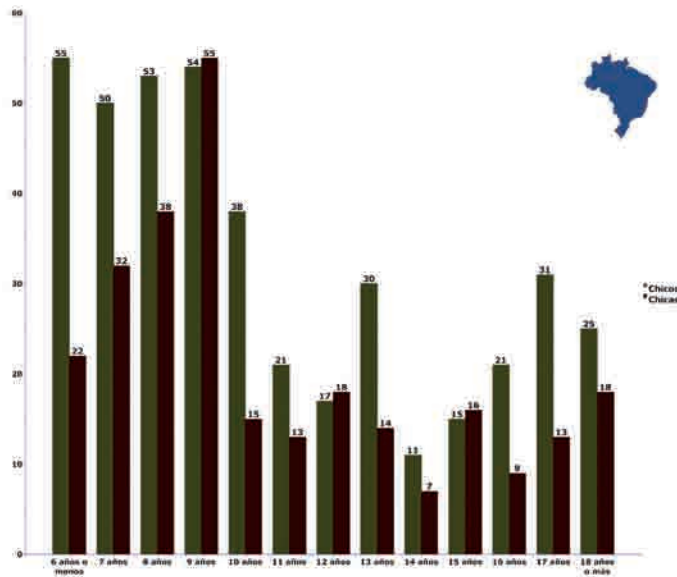
Gráfico 3.72. Argentina: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

### 3.7.2. Brasil

Gráfico 3.73. Brasil: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

306

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.74. Brasil: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

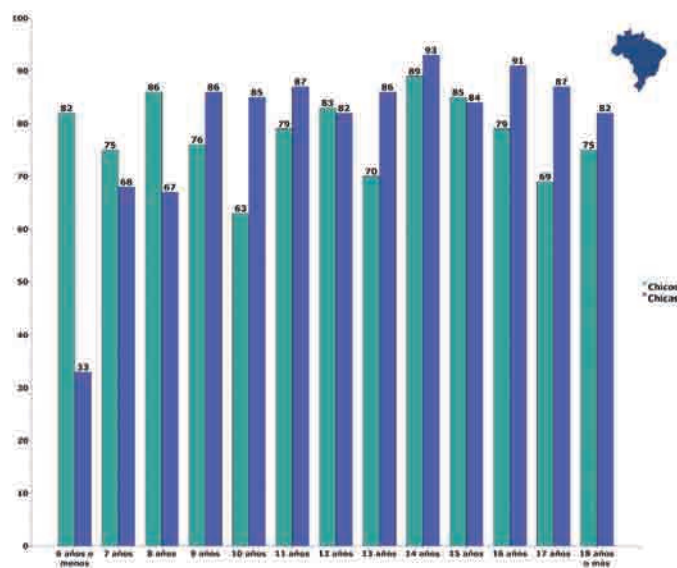


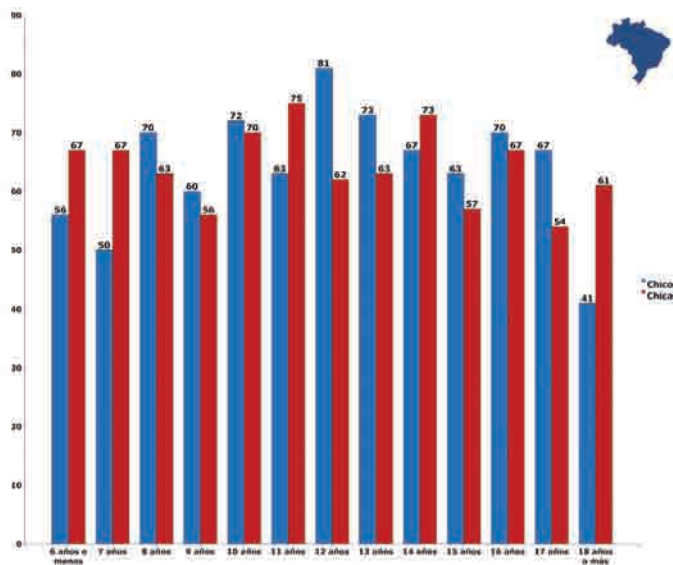
Tabla 3.19. Brasil: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	49%	55%
Enviar mensajes	25%	36%
Jugar	68%	66%
Navegar en Internet	13%	13%
Otras cosas	20%	30%



	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	94%	94%
Enviar mensajes	59%	71%
Chatear	20%	18%
Navegar por Internet	23%	20%
Jugar	48%	42%
Como reloj o Como despertador	54%	62%
Ver fotos y/o videos	37%	43%
Hacer fotos	41%	49%
Grabar videos	40%	42%
Como agenda	35%	45%
Como calculadora	45%	54%
Escuchar música o la radio	60%	64%
Ver la televisión	21%	20%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	19%	21%

Gráfico 3.75. Brasil: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)







### 3 / El celular

308

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.76. Brasil: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

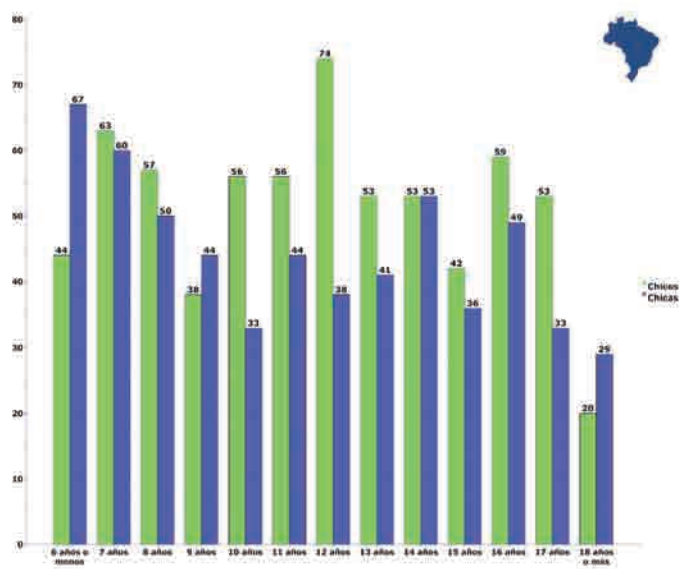


Gráfico 3.77. Brasil: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

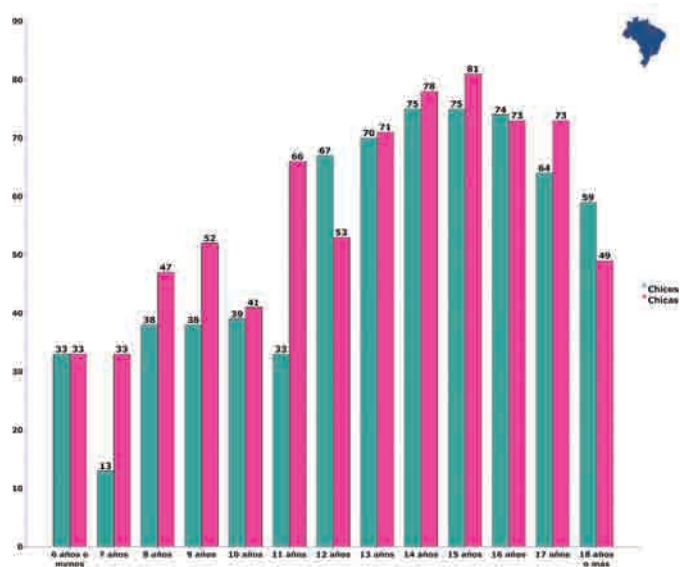




Gráfico 3.78. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

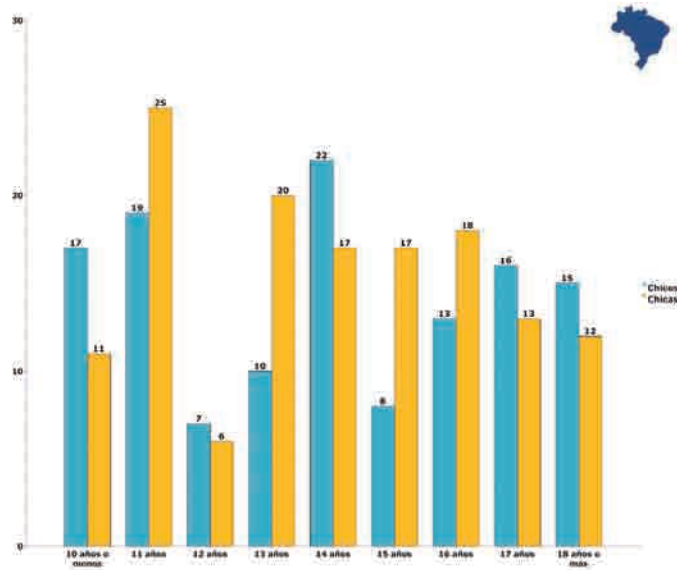


Tabla 3.20. Brasil: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	53%	50%
Cuando estoy estudiando	24%	20%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	10%	6%
Cuando estoy durmiendo	23%	20%
Nunca lo apago	34%	40%



### 3 / El celular

310

Gráfico 3.79. Brasil: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

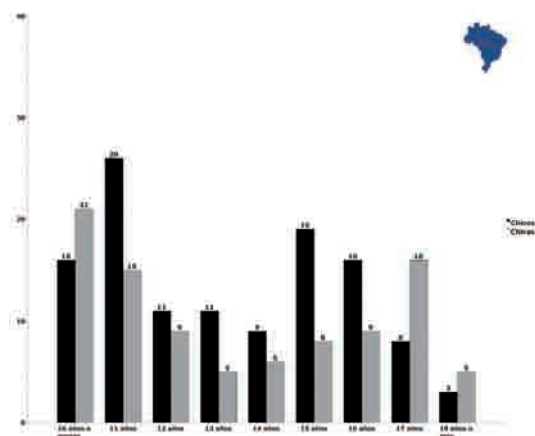
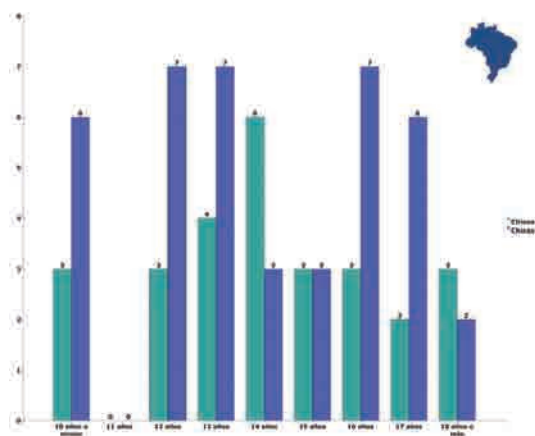


Gráfico 3.80. Brasil: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





3.7.3. Chile

Gráfico 3.81. Chile: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

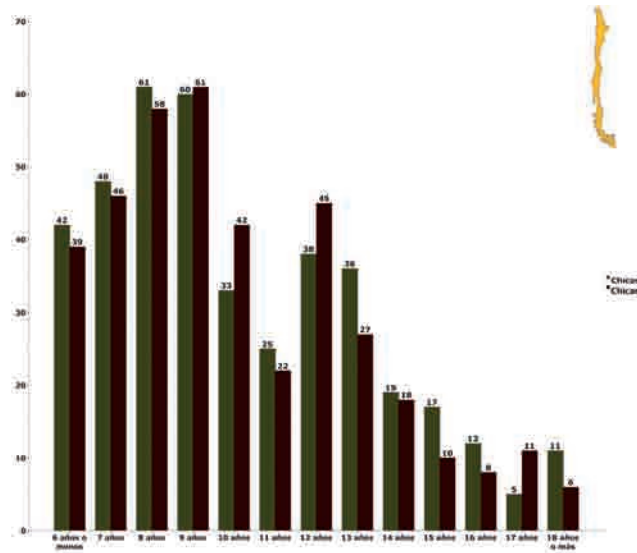
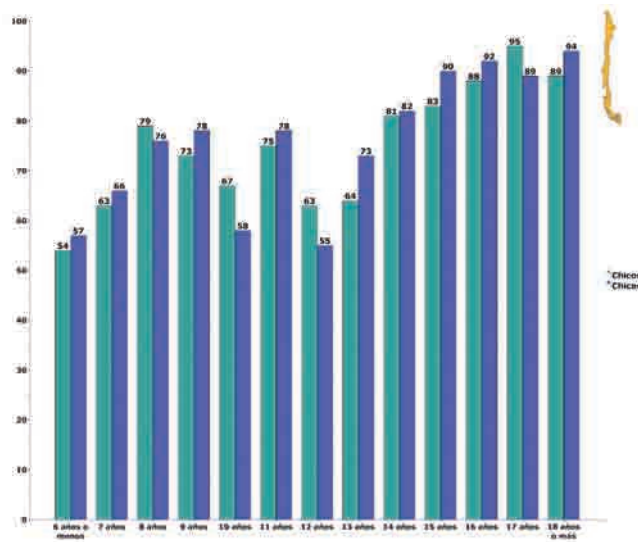


Gráfico 3.82. Chile: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

312

Tabla 3.21. Chile: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	55%	63%
Enviar mensajes	27%	32%
Jugar	65%	62%
Navegar en Internet	17%	16%
Otras cosas	26%	24%

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	94%	96%
Enviar mensajes	71%	84%
Chatear	18%	18%
Navegar por Internet	29%	24%
Jugar	60%	60%
Como reloj o Como despertador	61%	74%
Ver fotos y/o videos	55%	64%
Hacer fotos	43%	55%
Grabar videos	51%	58%
Como agenda	42%	62%
Como calculadora	59%	73%
Escuchar música o la radio	62%	72%
Ver la televisión	16%	7%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	25%	19%



Gráfico 3.83. Chile: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

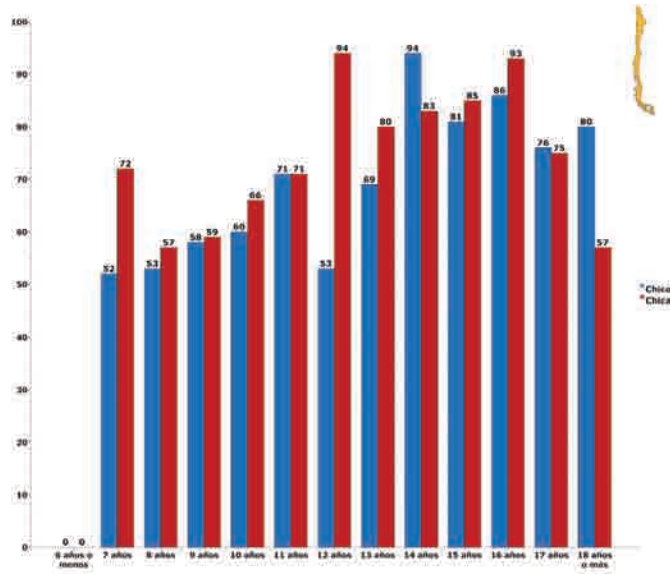
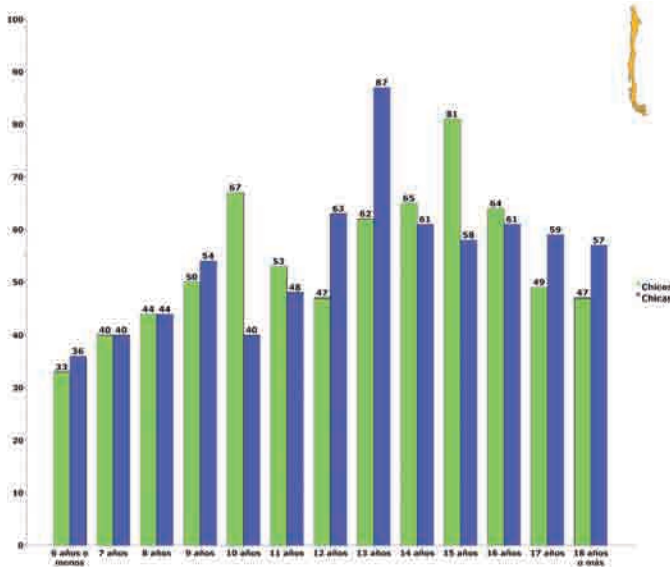


Gráfico 3.84. Chile: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

Gráfico 3.85. Chile: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

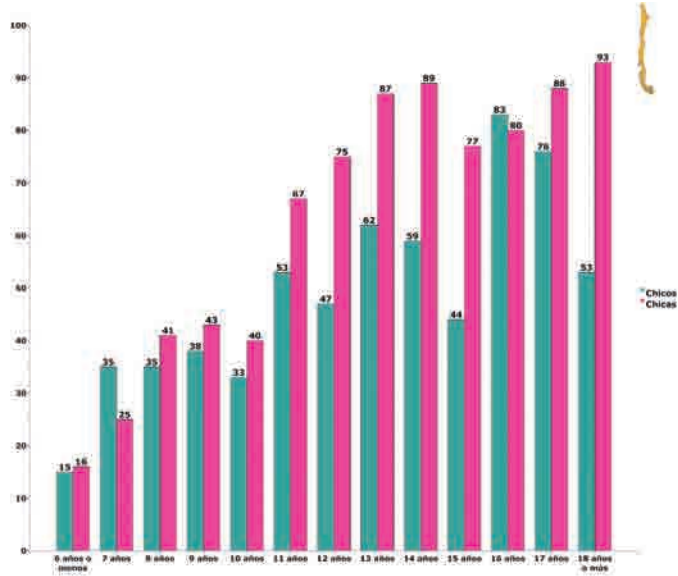
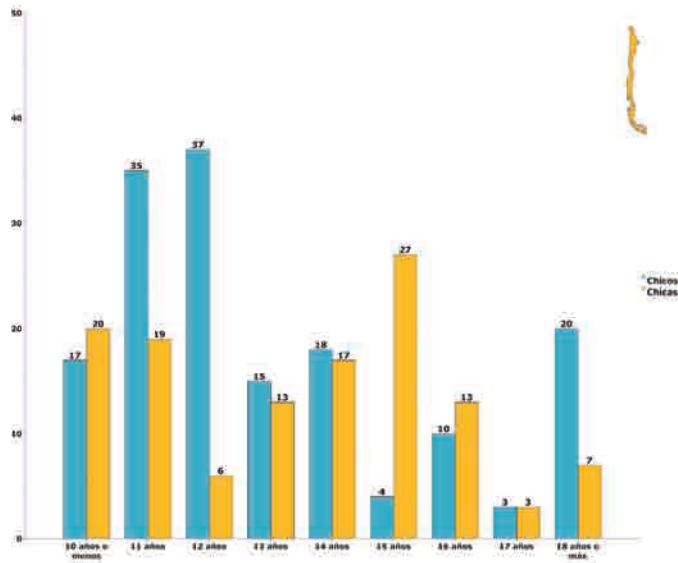


Gráfico 3.86. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

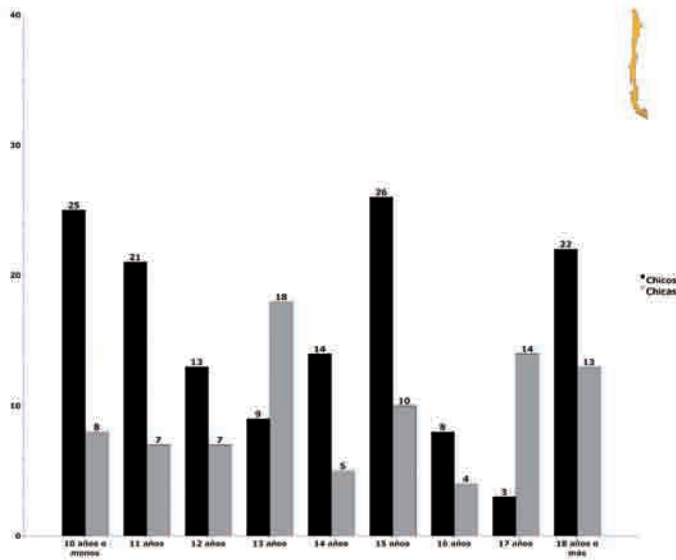




**Tabla 3.22. Chile: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	35%	29%
Cuando estoy estudiando	18%	16%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	6%	10%
Cuando estoy durmiendo	11%	12%
Nunca lo apago	53%	59%

**Gráfico 3.87. Chile: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**





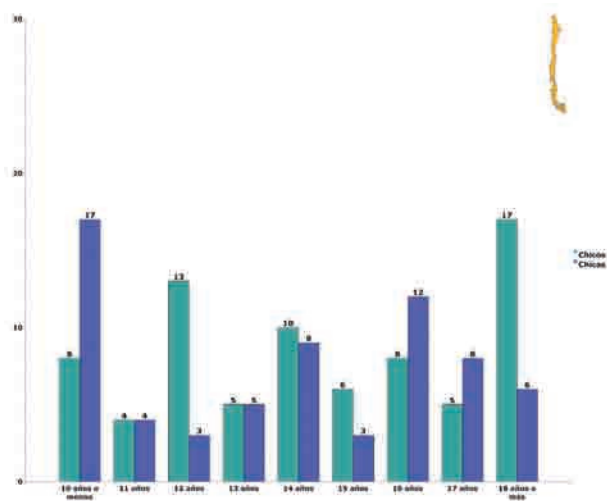


### 3 / El celular

316

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.88. Chile: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



#### 3.7.4. Colombia

Gráfico 3.89. Colombia: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

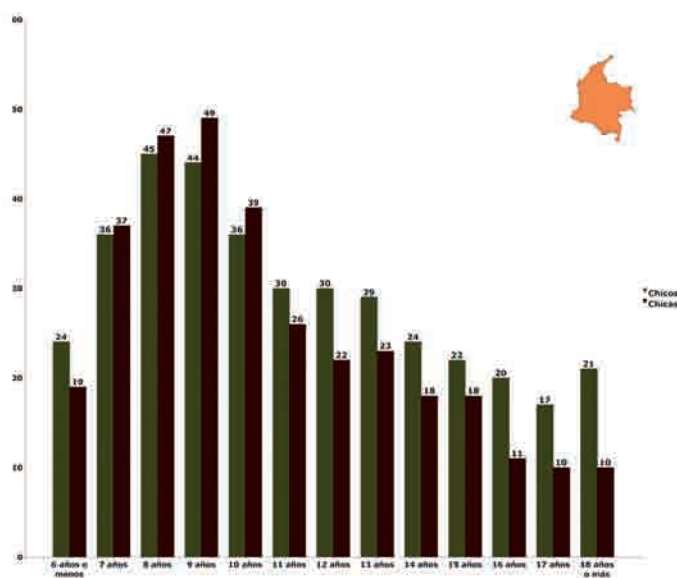




Gráfico 3.90. Colombia: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

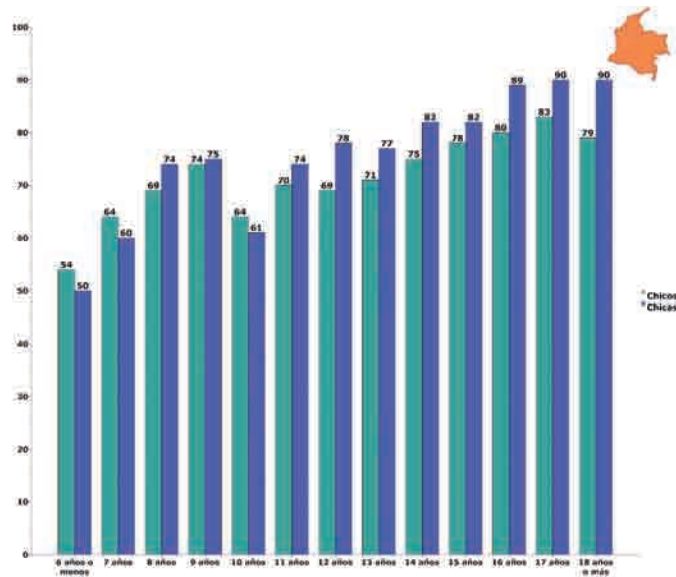


Tabla 3.23. Colombia: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	56%	66%
Enviar mensajes	25%	29%
Jugar	69%	67%
Navegar en Internet	11%	13%
Otras cosas	22%	24%



### 3 / El celular

318

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	91%	95%
Enviar mensajes	67%	77%
Chatear	30%	29%
Navegar por Internet	26%	24%
Jugar	64%	59%
Como reloj o Como despertador	64%	69%
Ver fotos y/o videos	43%	43%
Hacer fotos	41%	45%
Grabar videos	48%	47%
Como agenda	45%	53%
Como calculadora	57%	63%
Escuchar música o la radio	55%	58%
Ver la televisión	15%	11%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	27%	25%

Gráfico 3.91. Colombia: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

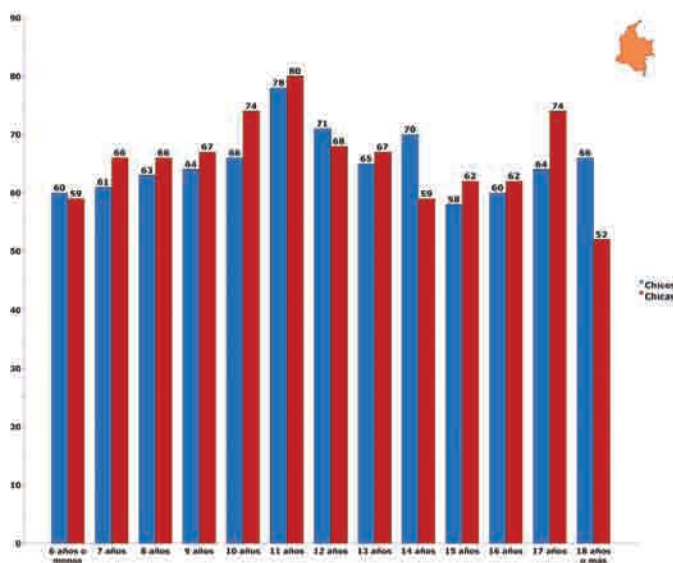




Gráfico 3.92. Colombia: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

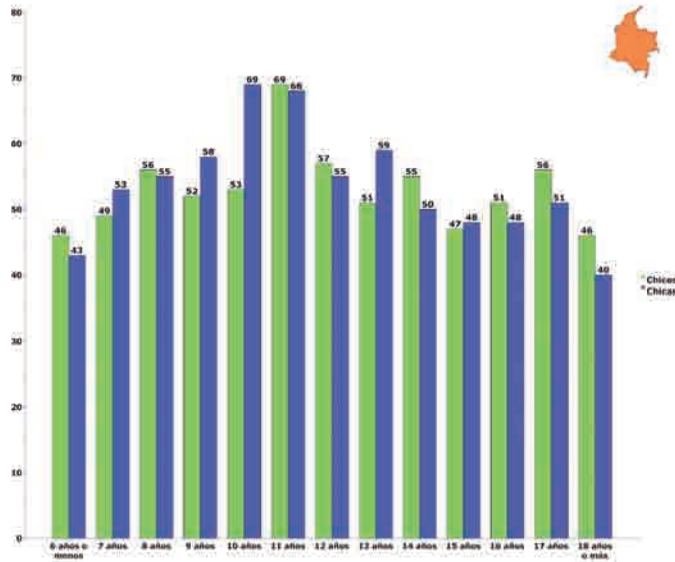
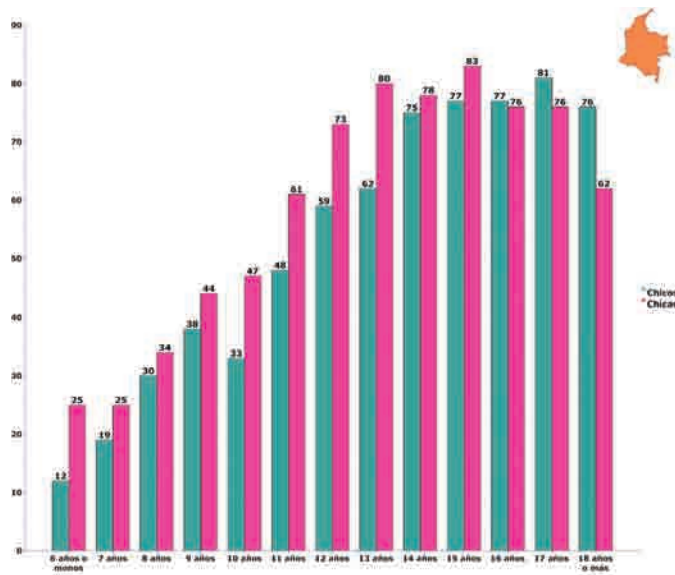


Gráfico 3.93. Colombia: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

320

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.94. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

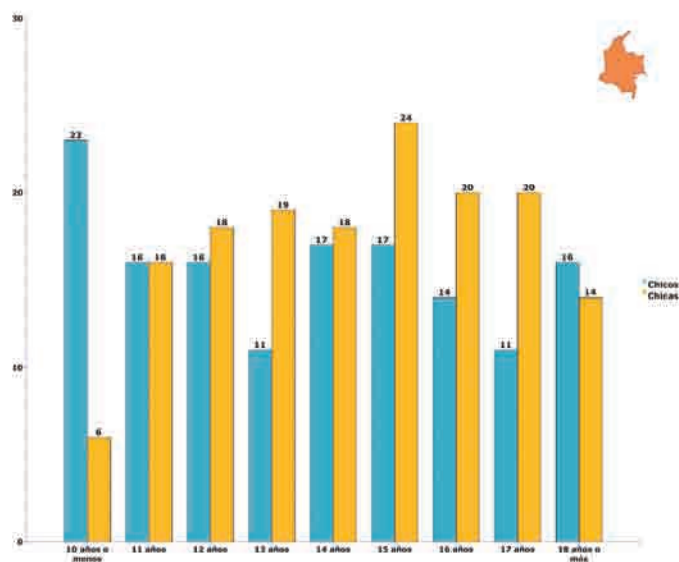


Tabla 3.24. Colombia: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	45%	40%
Cuando estoy estudiando	22%	19%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	11%	8%
Cuando estoy durmiendo	20%	20%
Nunca lo apago	42%	50%



Gráfico 3.95. Colombia: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

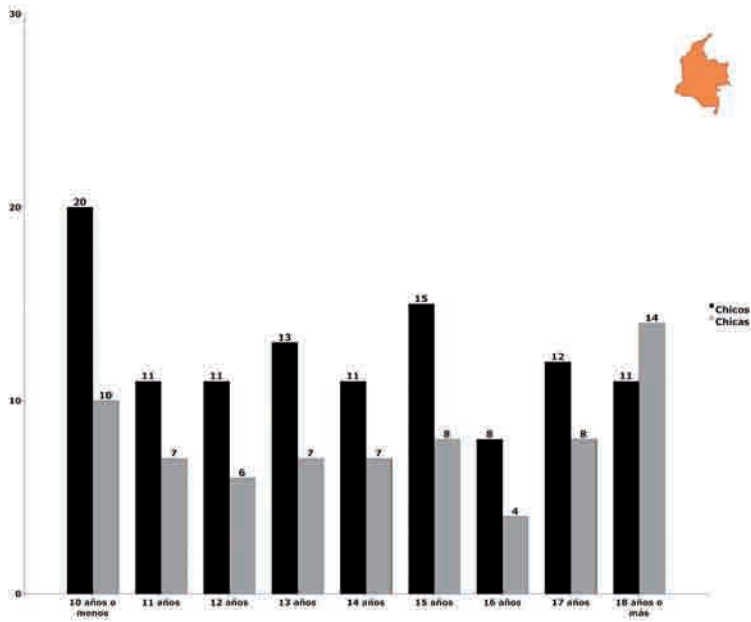
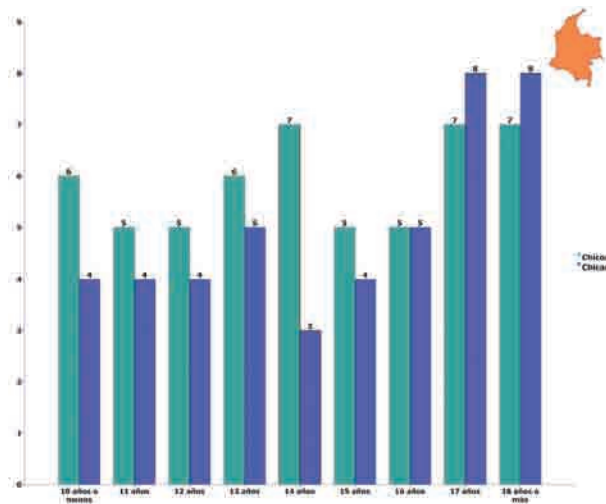


Gráfico 3.96. Colombia: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





### 3 / El celular

322

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

#### 3.7.5. Ecuador

Gráfico 3.97. Ecuador: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

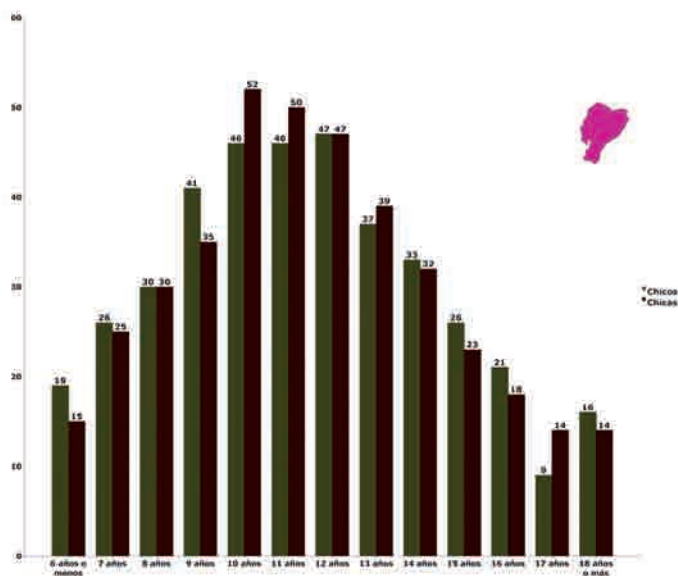
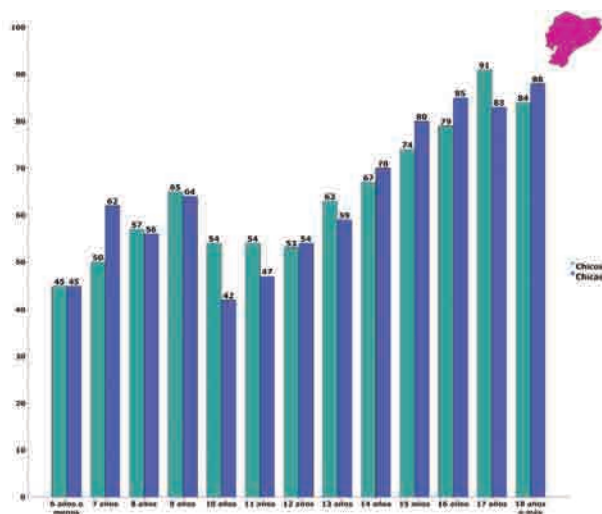


Gráfico 3.98. Ecuador: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





**Tabla 3.25. Ecuador: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	44%	48%
Enviar mensajes	24%	27%
Jugar	69%	65%
Navegar en Internet	10%	9%
Otras cosas	13%	11%

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	83%	90%
Enviar mensajes	72%	77%
Chatear	41%	43%
Navegar por Internet	23%	11%
Jugar	60%	49%
Como reloj o Como despertador	52%	53%
Ver fotos y/o videos	49%	40%
Hacer fotos	34%	33%
Grabar videos	47%	39%
Como agenda	40%	37%
Como calculadora	46%	41%
Escuchar música o la radio	60%	58%
Ver la televisión	16%	8%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	29%	17%





### 3 / El celular

324

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.99. Ecuador: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

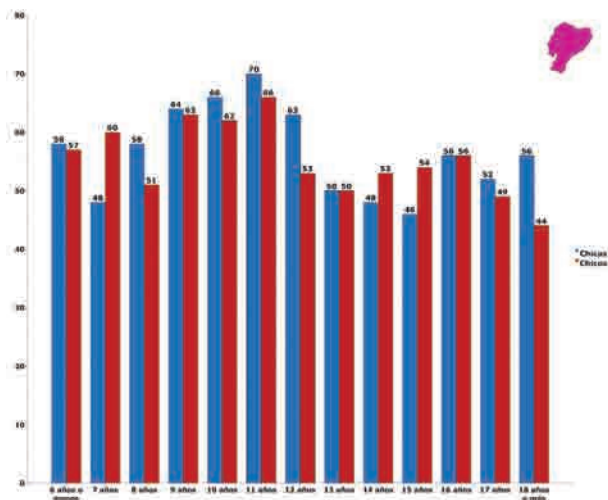


Gráfico 3.100. Ecuador: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

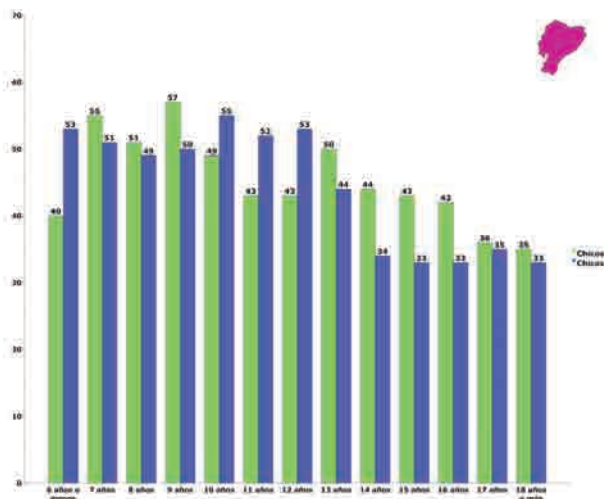




Gráfico 3.101. Ecuador: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

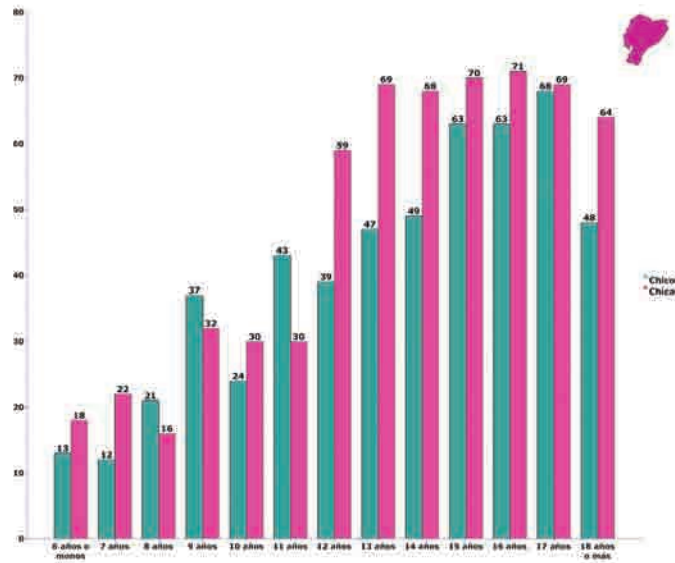
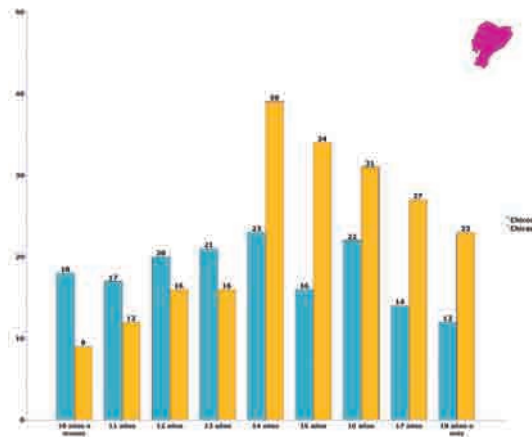


Gráfico 3.102. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





### 3 / El celular

326

Tabla 3.26. Ecuador: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	54%	46%
Cuando estoy estudiando	26%	31%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	16%	16%
Cuando estoy durmiendo	16%	16%
Nunca lo apago	30%	38%

Gráfico 3.103. Ecuador: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

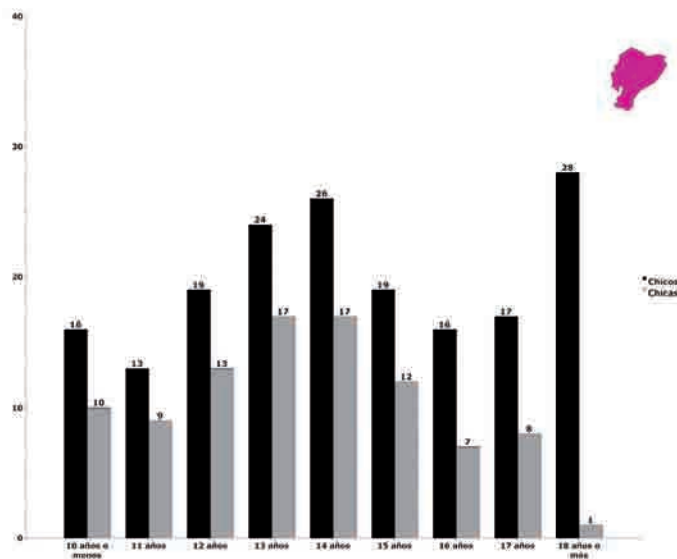
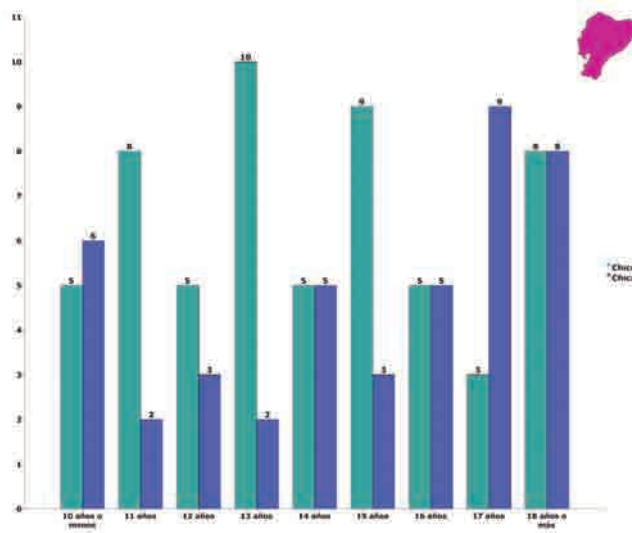




Gráfico 3.104. Ecuador: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

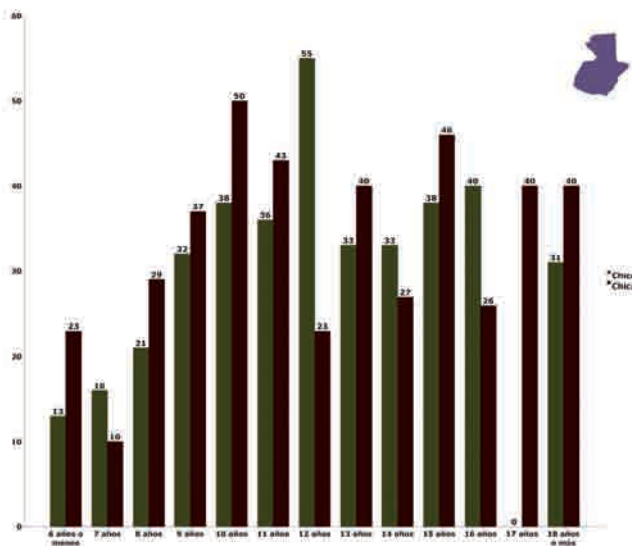
327

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010



### 3.7.6. Guatemala

Gráfico 3.105. Guatemala: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

328

Gráfico 3.106. Guatemala: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

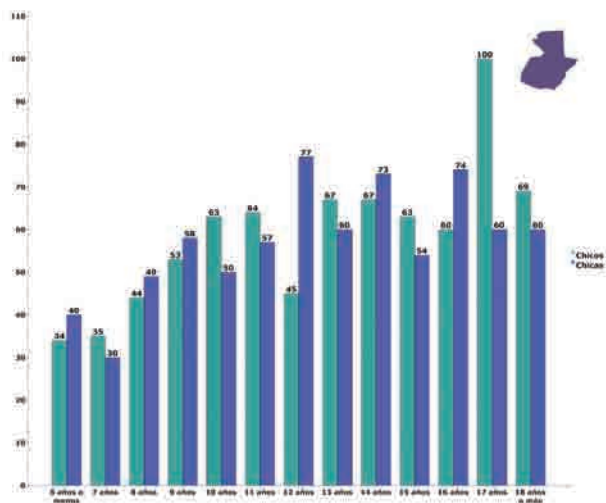


Tabla 3.27. Guatemala: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	33%	36%
Enviar mensajes	16%	25%
Jugar	67%	60%
Navegar en Internet	9%	11%
Otras cosas	14%	17%

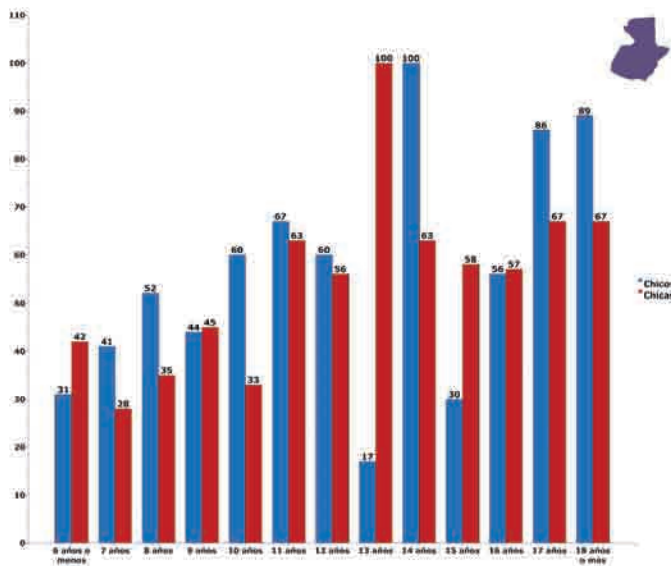
  

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	77%	89%
Enviar mensajes	52%	74%
Chatear	18%	12%
Navegar por Internet	23%	9%
Jugar	42%	44%
Como reloj o Como despertador	40%	45%
Ver fotos y/o videos	25%	29%
Hacer fotos	26%	39%



	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Grabar vídeos	42%	29%
Como agenda	31%	39%
Como calculadora	40%	38%
Escuchar música o la radio	52%	42%
Ver la televisión	20%	9%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	8%	6%

**Gráfico 3.107. Guatemala: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**





### 3 / El celular

330

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.108. Guatemala: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

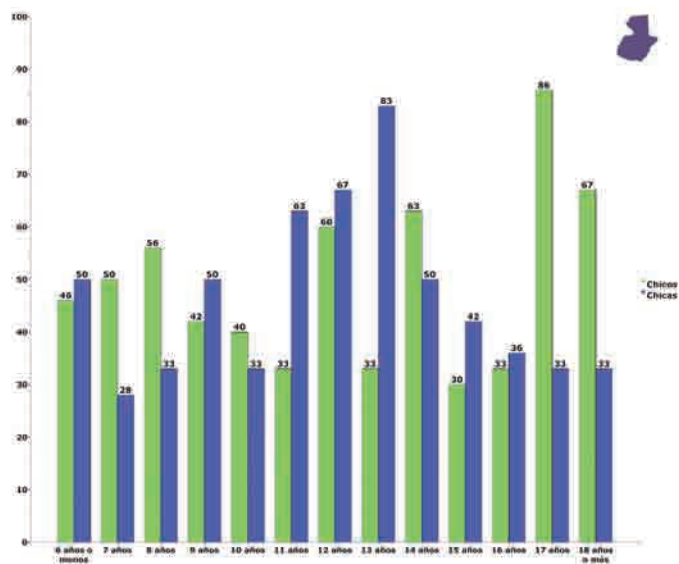


Gráfico 3.109. Guatemala: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

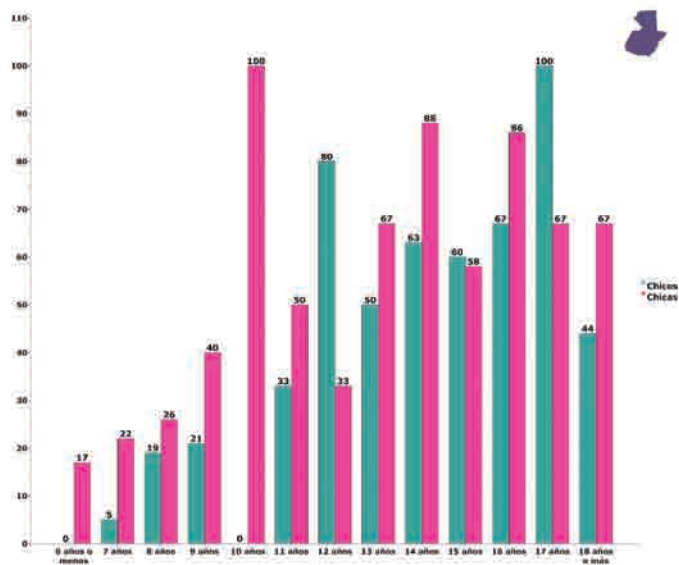




Gráfico 3.110. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

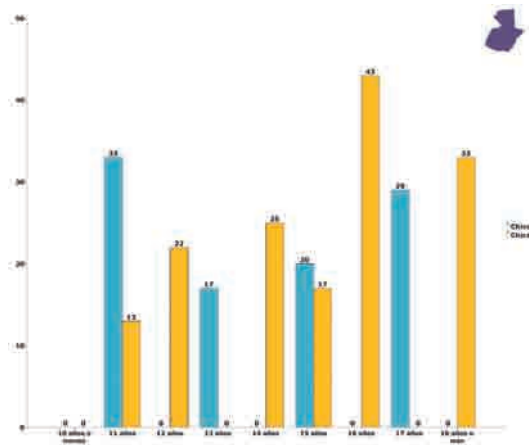


Tabla 3.28. Guatemala: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	54%	47%
Cuando estoy estudiando	22%	20%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	15%	9%
Cuando estoy durmiendo	11%	14%
Nunca lo apago	31%	39%





### 3 / El celular

332

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.111. Guatemala: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

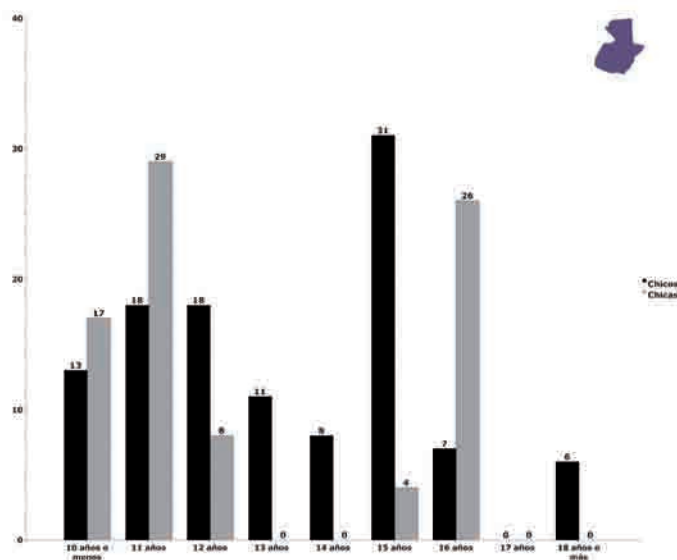
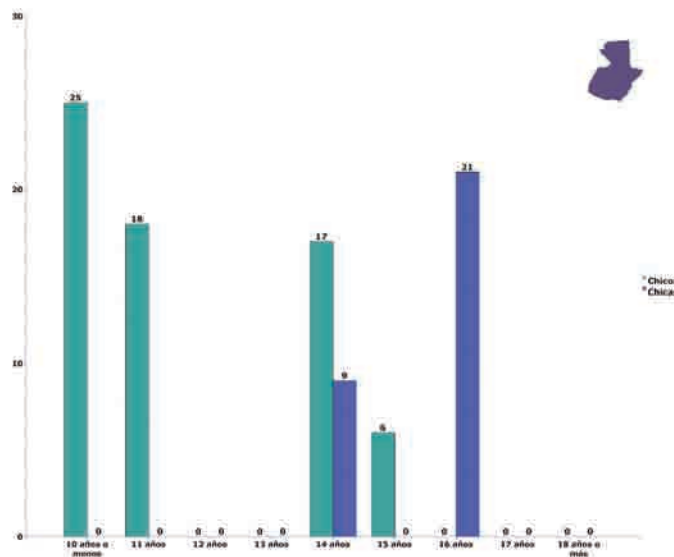


Gráfico 3.112. Guatemala: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





3.7.7. México

Gráfico 3.113. México: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

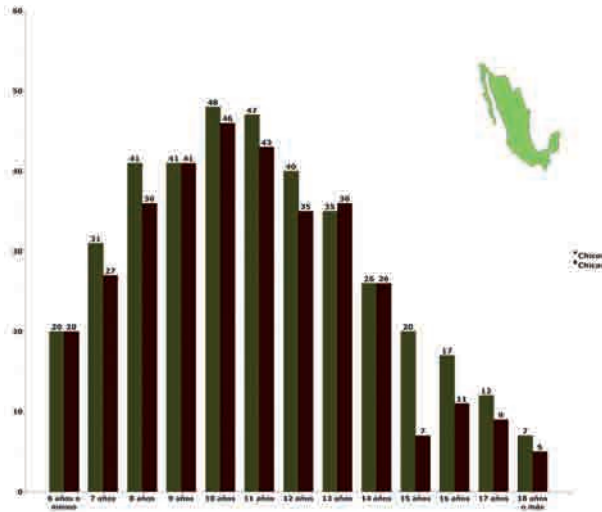
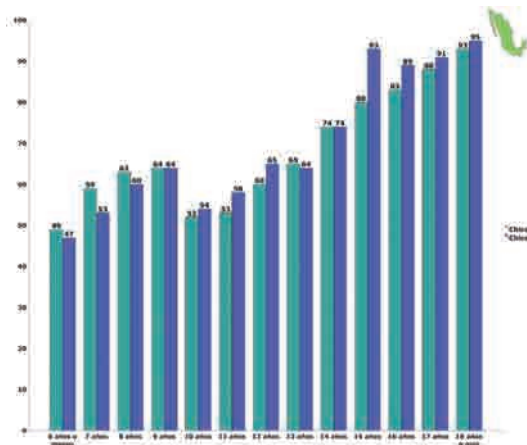


Gráfico 3.114. México: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

334

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Tabla 3.29. México: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	42%	45%
Enviar mensajes	26%	31%
Jugar	64%	60%
Navegar en Internet	14%	11%
Otras cosas	18%	19%
	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	85%	88%
Enviar mensajes	78%	86%
Chatear	28%	23%
Navegar por Internet	31%	27%
Jugar	59%	52%
Como reloj o Como despertador	59%	63%
Ver fotos y/o videos	51%	50%
Hacer fotos	40%	41%
Grabar videos	50%	47%
Como agenda	41%	48%
Como calculadora	48%	51%
Escuchar música o la radio	61%	60%
Ver la televisión	17%	7%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	29%	22%



Gráfico 3.115. México: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

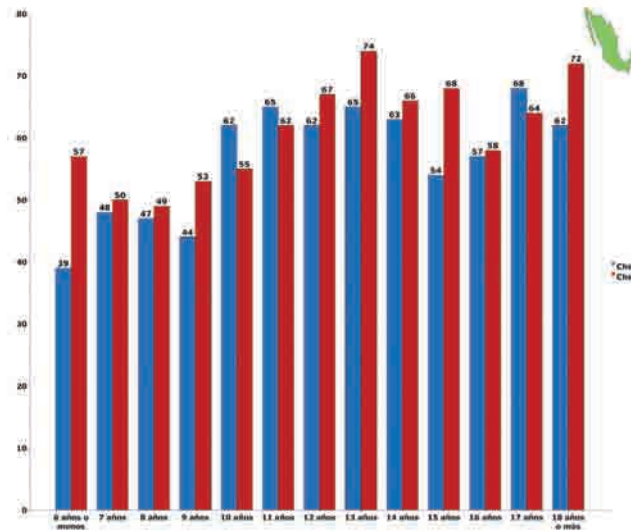
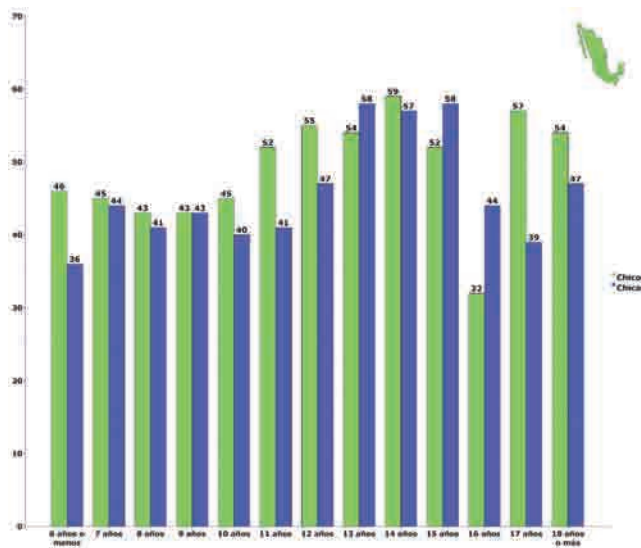


Gráfico 3.116. México: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





### 3 / El celular

Gráfico 3.117. México: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

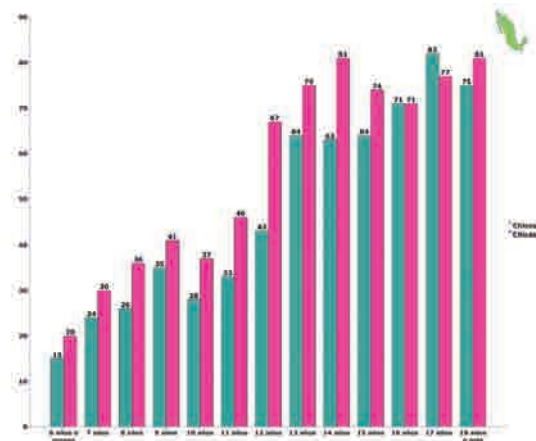


Gráfico 3.118. México: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

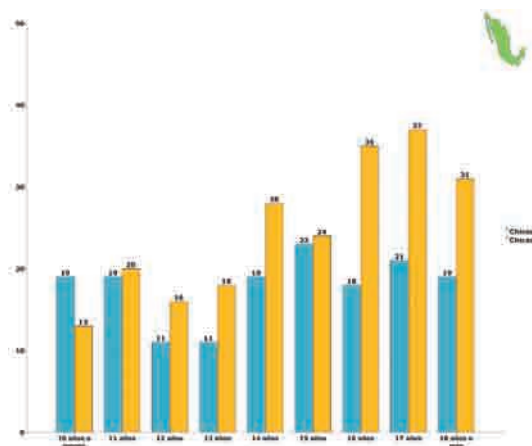


Tabla 3.30. México: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	46%	44%
Cuando estoy estudiando	21%	21%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	15%	13%
Cuando estoy durmiendo	21%	20%
Nunca lo apago	37%	43%



Gráfico 3.119. México: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

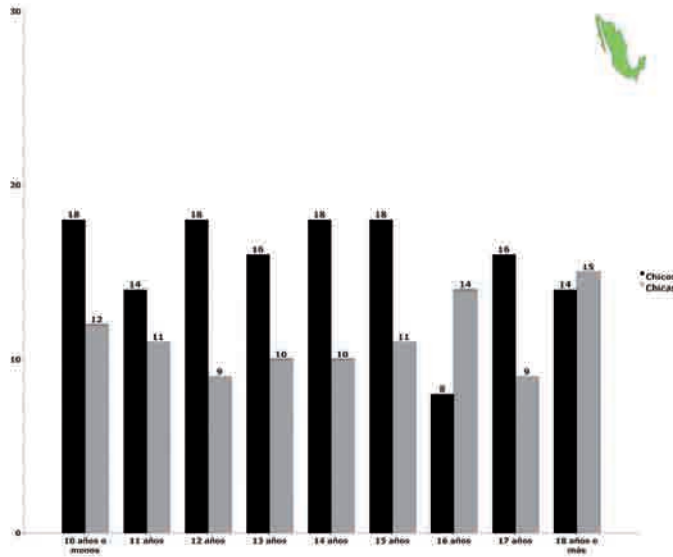
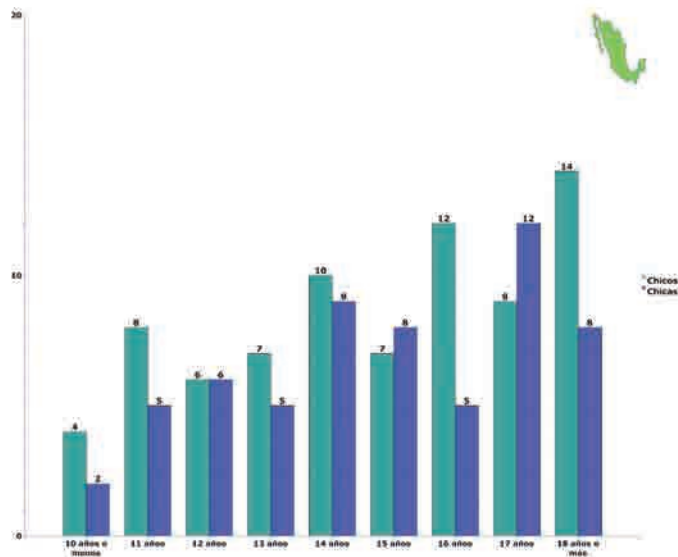


Gráfico 3.120. México: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





### 3 / El celular

338

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

#### 3.7.8. Perú

Gráfico 3.121. Perú: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

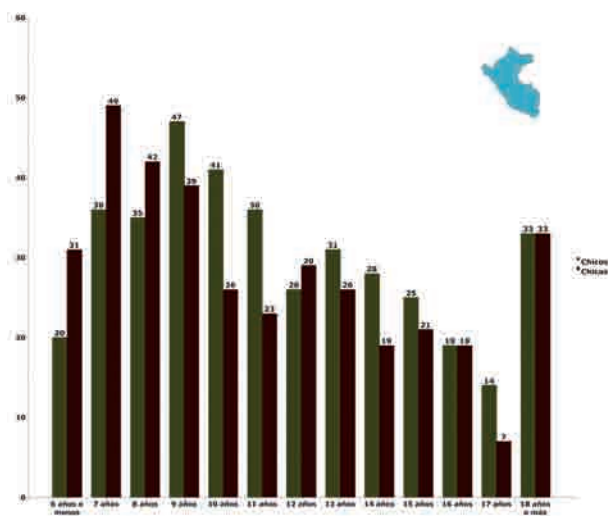
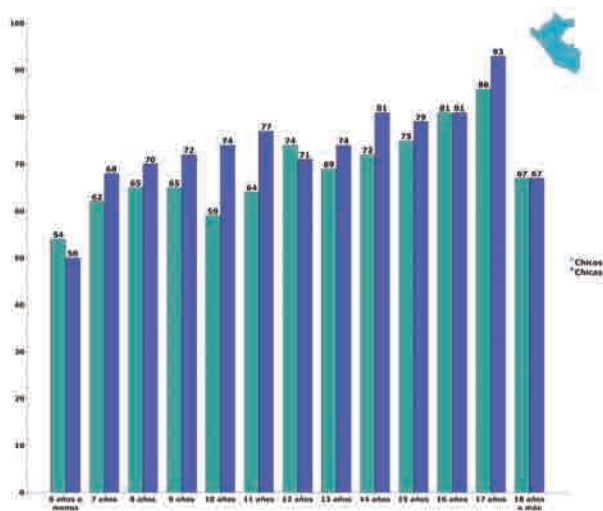


Gráfico 3.122. Perú: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





**Tabla 3.31. Perú: Usos del celular (por sexo y tramo de edad)**

	6-9 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	61%	57%
Enviar mensajes	28%	27%
Jugar	66%	58%
Navegar en Internet	14%	10%
Otras cosas	23%	16%

	10-18 años	
	Chicos	Chicas
Hablar	87%	90%
Enviar mensajes	65%	65%
Chatear	19%	15%
Navegar por Internet	19%	12%
Jugar	57%	43%
Como reloj o Como despertador	56%	52%
Ver fotos y/o videos	39%	30%
Hacer fotos	33%	33%
Grabar videos	44%	34%
Como agenda	42%	40%
Como calculadora	44%	43%
Escuchar música o la radio	57%	51%
Ver la televisión	17%	12%
Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...)	30%	18%





### 3 / El celular

340

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 3.123. Perú: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

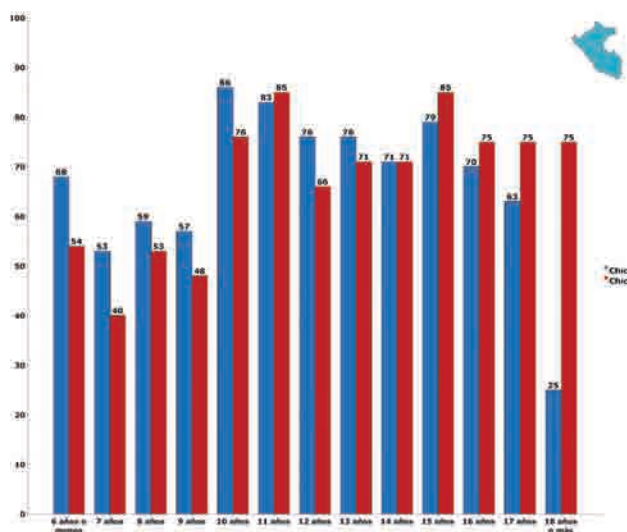


Gráfico 3.124. Perú: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

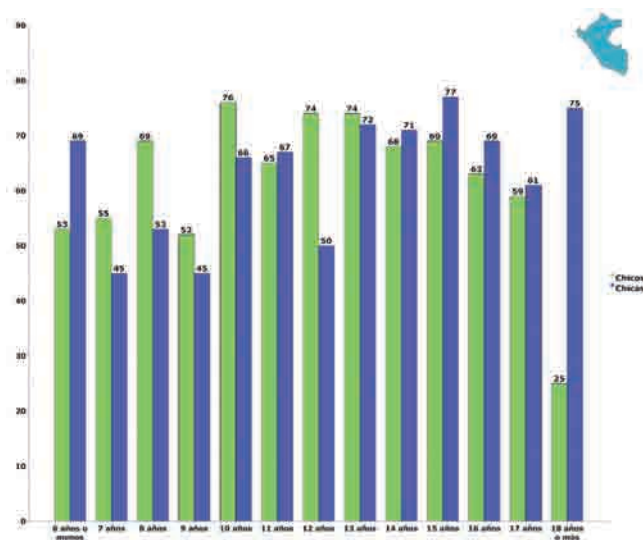




Gráfico 3.125. Perú: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

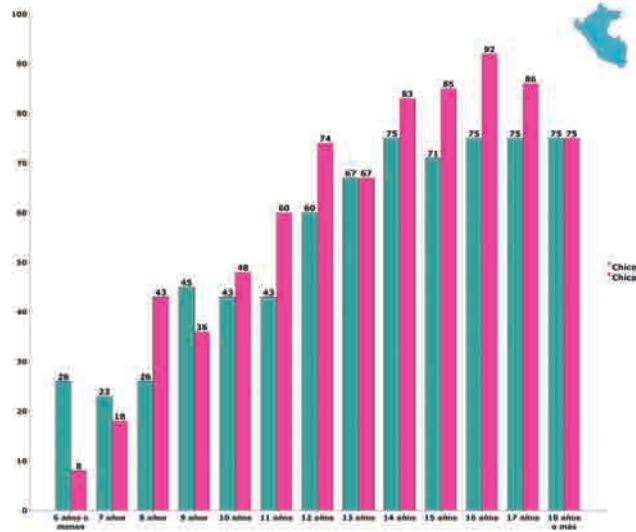
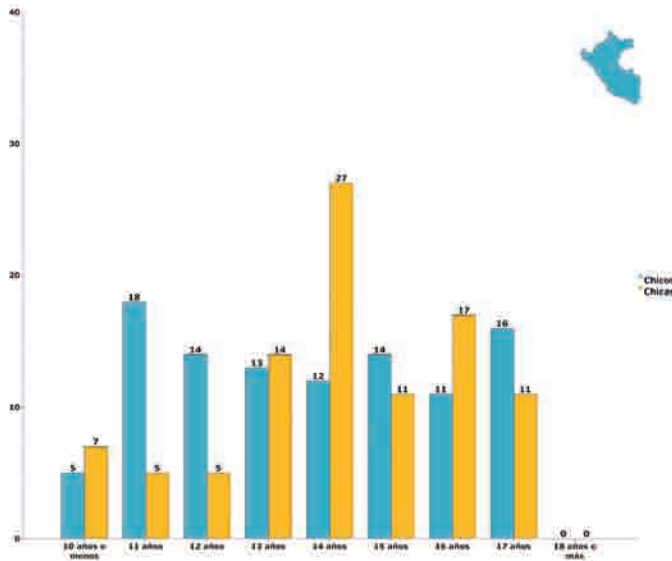


Gráfico 3.126. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





### 3 / El celular

342

Tabla 3.32. Perú: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Cuando estoy en clase	59%	54%
Cuando estoy estudiando	40%	36%
Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-	18%	16%
Cuando estoy durmiendo	29%	25%
Nunca lo apago	23%	29%

Gráfico 3.127. Perú: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

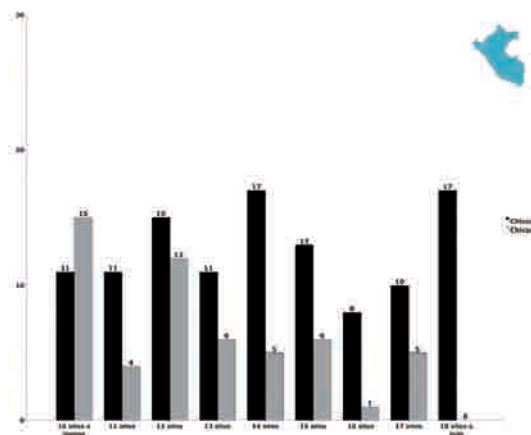
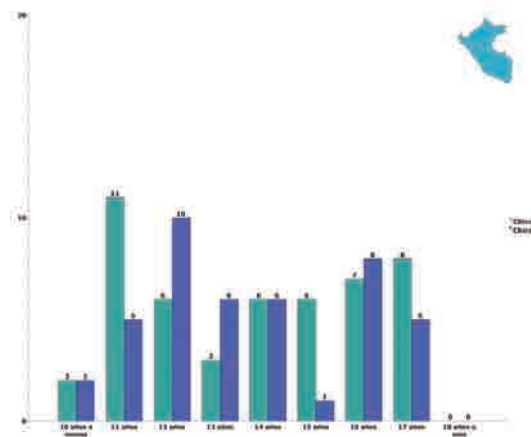


Gráfico 3.128. Perú: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4 / Videojuegos

El tiempo de ocio y entretenimiento ha adquirido en los últimos años una gran importancia, de modo especial para los menores. La oposición de tiempo de trabajo, o de escolarización, estudio y tareas, y tiempo libre se ha consagrado de tal manera en nuestra sociedad que se ha convertido en objeto de estudio. La Generación Interactiva, como dice Prensky (2001) juega de un modo distinto y su concepción del juego evoluciona: ya no solo tiene un carácter lúdico, sino también eminentemente social. Este carácter social, sin embargo, tiene particularidades que lo hacen diferente al concepto de juego social que manejan los adultos: los menores del siglo XXI crecen, en la mayor parte de los casos, en entornos urbanos donde el juego en la calle puede ser una actividad poco recomendable. El tiempo de ocio entre semana suele estar circunscrito al hogar, donde en muchas ocasiones los menores están solos mientras sus padres trabajan. Por ello las pantallas, celulares, videoconsolas e Internet, se convierten en un modo particular de estar con otros estando solo: la conexión permanente asegura el aspecto social que puede tener una finalidad relacional o, la mayor parte de las veces, lúdica.

En este escenario, la emergencia de los videojuegos en diversas plataformas, las dedicadas como las videoconsolas, pero también el juego en el celular, en la computadora y también en red, constituyen un sustituto a los juegos tradicionales de hace unas décadas.

La generalización de las videoconsolas y del juego en red y a través de la computadora, ha alcanzado altas cotas de desarrollo y dibuja un perfil de aficionado

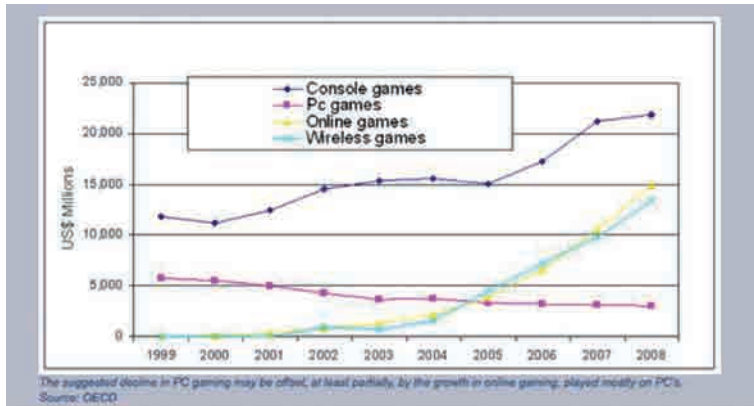


## 4 / Videojuegos

344

no mayoritariamente infantil, sino más bien adulto. De acuerdo con los datos de la OECD, los juegos en videoconsola están creciendo al igual que los juegos en red y los juegos en dispositivos inalámbricos. La propia OECD explica que con el auge del juego on-line, se puede reactivar, de alguna manera también, el mercado de los juegos de computadora.

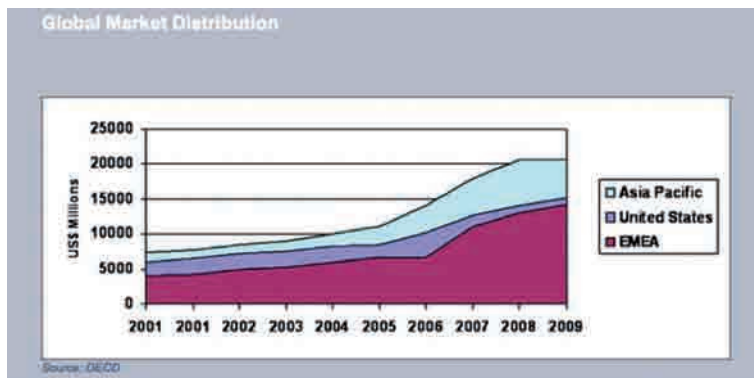
Gráfico 4.1. Evolución de videojuegos según plataforma



Fuente: OECD

La distribución del mercado por países señala a Europa, Oriente Medio y África (EMEA) como los mayores mercados productores y consumidores de este tipo de juegos, seguidos por la región de Asia y Pacífico, y de Estados Unidos.

Gráfico 4.2. Distribución mundial del mercado de videojuegos



Fuente: OECD



Existen en el mercado diversos dispositivos para el entretenimiento digital: los específicos, liderados por las videoconsolas (Xbox, Playstation, Wii) y las consolas portátiles (Gameboy, PSP, Nintendo DS). Además de estas plataformas, el celular, la computadora e Internet, a través de los juegos en red, emergen como escenarios cada vez más habituales para desarrollar esta actividad.

## 4.1. POSESIÓN Y USO

### 4.1.1 ¿Videojuegos?

Los videojuegos se han consolidado como una opción de entretenimiento para los menores. El 71% de los niños entre 6 y 9 años y el 62% de los de 10 a 18 manifiestan jugar habitualmente con videojuegos o juegos de computadora.

La edad marca una diferencia clara: los más mayores juegan menos: entre los 7 y los 12 años más del 70% declara jugar, porcentaje que baja al 50% a los 18.

**Gráfico 4.3. Jugadores de videojuegos o juegos de computadora (por edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las pregunta "¿Juegas con videojuegos o juegos de computador?"

Si la edad era determinante en el perfil del usuario de videojuegos, el sexo es definitivo: son los chicos quienes lideran, en todas las edades, esta actividad. Mientras que entre los más pequeños, de 6 a 9 años, las diferencias son casi imperceptibles, a partir de los 10 comienza, por parte de las chicas, a mostrar-



## 4 / Videojuegos

346

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

se un claro desinterés por esta actividad. A los 18 años, mientras el 62% de los chicos declara jugar, menos del 40% de las chicas lo hace.

**Gráfico 4.4. Jugadores de videojuegos o juegos de computadora (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las pregunta “¿Juegas con videojuegos o juegos de computadora?”

Comparando los datos obtenidos en la encuesta de 2010 con los publicados en 2008 (Bringué, Sádaba, 2008), puede apreciarse que la tendencia es muy similar, aunque en el caso de los datos más recientes la diferencia entre chicos y chicas usuarios de videojuegos no es tan grande y el interés de las chicas por esta opción de ocio no decae tan drásticamente ahora como hace dos años.

**Gráfico 4.5. Videojugadores en Iberoamérica en 2008 (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**

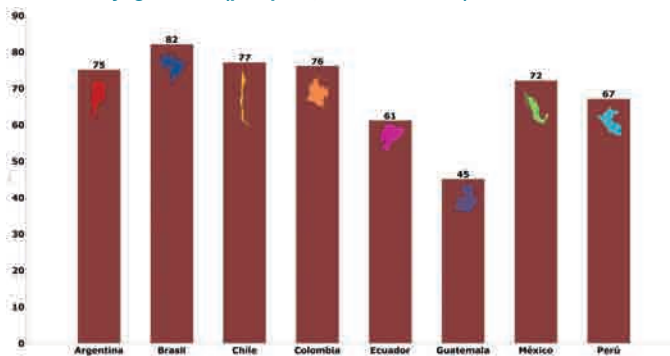


Fuente: “La Generación Interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas”, 2008.



Entre los más pequeños, el grupo de 6 a 9 años, hay diferencias claras también en función del país de procedencia: son los menores de Guatemala quienes menos declaran videojugar: tan solo un 43% de ellos así lo afirma. Por el contrario, son los menores de Brasil los que se sitúan por encima de la media: más del 80% afirma realizar esta actividad. Argentina, Chile y Colombia están también por encima de la media. Los pequeños de México están en la media y por debajo de ella, además de Guatemala, también Ecuador y Perú.

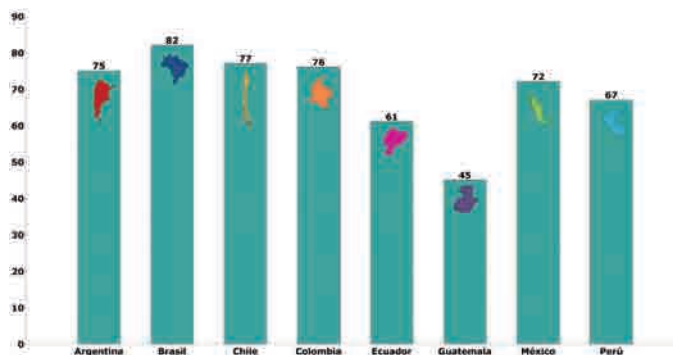
**Gráfico 4.6. Videojugadores (por país, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Juegas con videojuegos o juegos de computador?"

Algo similar sucede en el caso de los mayores, de 10 a 18 años: los guatemaltecos son los menos aficionados a esta actividad, tan solo el 37% declara practicarla. En este grupo de edad son los menores de Colombia los que lideran la práctica, seguidos por los mexicanos y argentinos.

**Gráfico 4.7. Videojugadores (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Juegas con videojuegos o juegos de computador?"



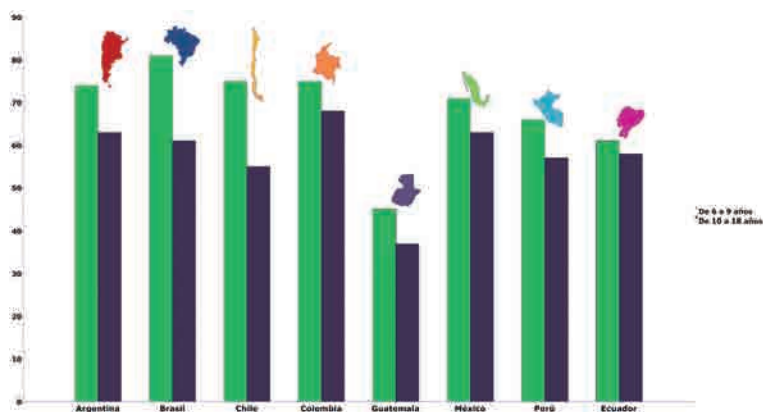


## 4 / Videojuegos

348

Los dos gráficos anteriores unidos permiten hacernos una idea de cuánto difieren mayores y pequeños en esta práctica por país. Ecuador, Guatemala, Colombia, Perú y México muestran menores diferencias entre tramos de edad. En Brasil, Chile y Argentina, sin embargo, los pequeños aventajan de modo más significativo a los adolescentes en el uso de los videojuegos.

Gráfico 4.8. Videojugadores (por tramo de edad y país)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Juegas con videojuegos o juegos de computador?"

En resumen: se puede afirmar que entre la Generación Interactiva hay claras diferencias en el uso de los videojuegos marcadas sobre todo por el sexo, la edad y la procedencia geográfica. Son los chicos, más jóvenes y de Brasil, Chile, Colombia y México quienes más juegan.

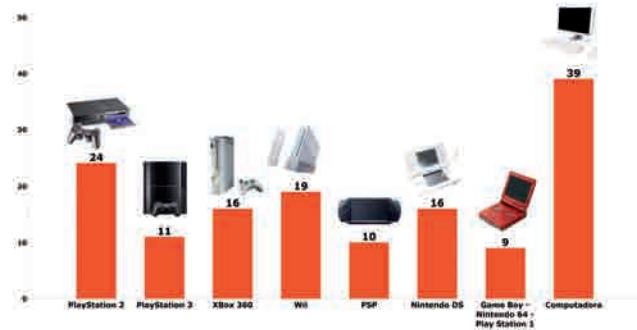
### 4.1.2. ¿Con qué juegas?

En el caso de la pregunta anterior, ¿usas videojuegos? y en esta ¿con qué juegas? no era preciso declarar la posesión de una plataforma de juego concreta. La razón es que en muchas ocasiones los videojugadores utilizan las consolas, o los celulares de amigos y familiares para entretenerse y se consideran jugadores sin necesidad de poseer materialmente el dispositivo de juego. Esto tiene que ver también con la posibilidad de jugar con otros que, como se comentará más adelante, es muy importante para este grupo de edad.

Entre el grupo de los más pequeños, la computadora es la opción más habitual para jugar: así lo declara el 39%. Le siguen la PlayStation 2, con el 24% de las respuestas, y luego hay una gran dispersión en el resto de opciones que reflejan la diversidad existente en el propio mercado de los videojuegos.



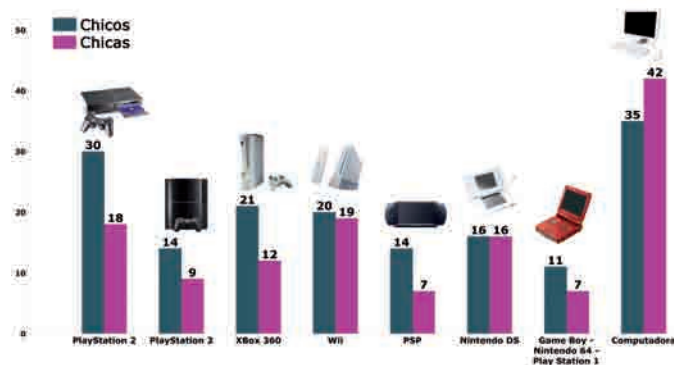
Gráfico 4.9. ¿Con qué juegas? (6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Con qué aparatos juegas?”

El análisis por sexo entre los pequeños de 6 a 9 años ya revela algunos matices interesantes: la computadora es la plataforma de juego más habitual entre las niñas, con siete puntos de diferencia frente a los niños (42% vs. 35%). Por su parte, los chicos doblan prácticamente a las niñas en el uso de la PlayStation2, y en general en todas las demás plataformas específicas, con la única excepción de la Nintendo DS, donde empatan con las niñas y la Wii, donde la diferencia es tan solo de un punto. Esto puede apuntar a un perfil de jugador infantil masculino más profesional y, por tanto, usuario de las plataformas específicas. Las niñas, por su parte, serían más partidarias de dispositivos genéricos (como la computadora), pero con una clara inclinación por una marca en concreto: tanto en el caso de la Wii (20%) como en el de Nintendo DS las niñas plantan cara a los niños y se definen por las plataformas de Nintendo como sus favoritas.

Gráfico 4.10. ¿Con qué juegas? (por sexo, 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Con qué aparatos juegas?”



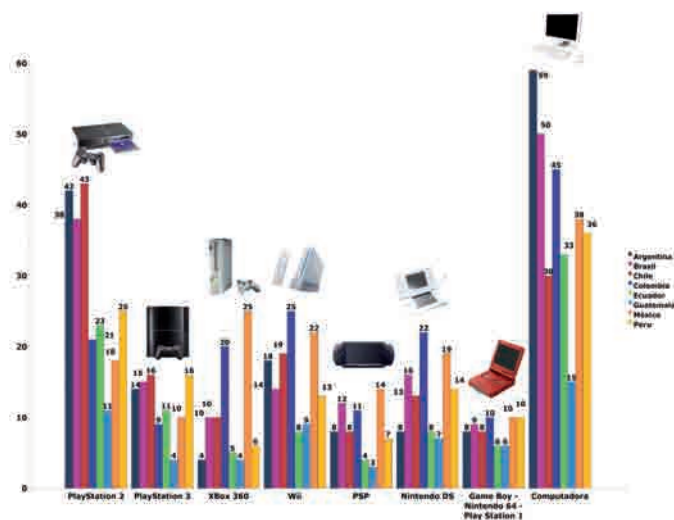
#### 4 / Videojuegos

350

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

En el caso de las diferencias por países, queda claro que la computadora sigue siendo la plataforma de juego más frecuente entre los menores de 6 a 9 años en todos los países participantes en el estudio. Destaca especialmente Argentina, donde casi seis de cada diez menores así lo declara y Brasil, donde lo hacen uno de cada dos. En estos dos países, además, junto a Chile, la PlayStation alcanza su mayor porcentaje de uso: en los tres casos alrededor del 40%. Esto puede indicar un perfil de jugador más profesional, más interesado por una plataforma especializada en juegos de gran potencial gráfico. En Colombia y México, por su parte, destacan las plataformas de Nintendo, la consola y la portátil, por ser los países donde más menores declaran usarlas para jugar. En México también hay un porcentaje relevante de menores que usa la Xbox 360.

Gráfico 4.11. ¿Con qué juegas? (por país, de 6 a 9 años)

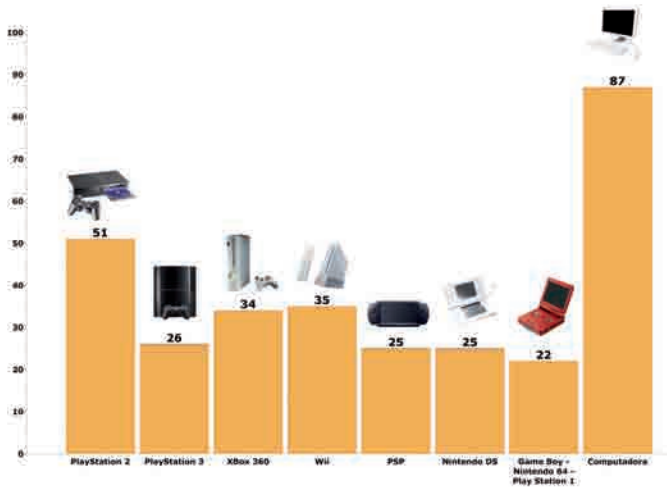


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Con qué aparatos juegas?”

A los más mayores la pregunta de la plataforma habitual de juego era de respuesta múltiple (cosa que no se hizo con los más pequeños para simplificar el cuestionario). En este caso se observa como la tendencia es la misma que entre los pequeños: la computadora es la plataforma más frecuente para el juego digital (87% de los casos), seguida por la PlayStation2, con el 51% de respuestas. Las consolas fijas siguen siendo más usadas que las portátiles, que alcanzan, en términos generales, a uno de cada cuatro menores de 10 a 18 años.



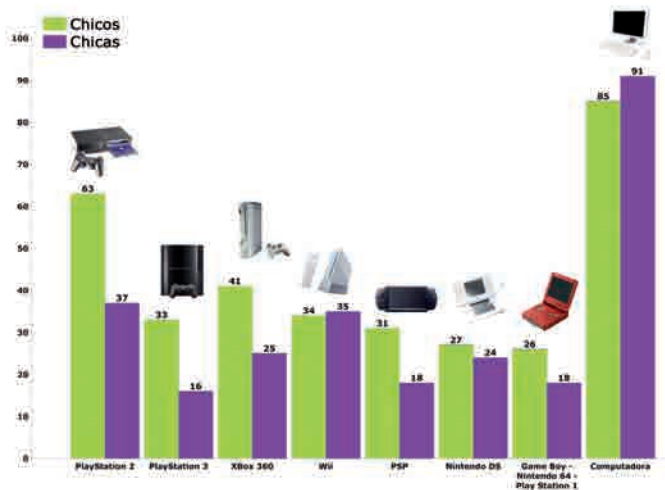
Gráfico 4.12. ¿Con qué juegas? (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "¿Juegas con...?"

La variable sexo añade matices similares al grupo de los más pequeños: ellas juegan en mayor medida con la computadora (91% de los casos) mientras que ellos prácticamente les doblan en la PlayStation 2 (63% vs. 37%). Además, los chicos toman la delantera claramente en casi todas las plataformas específicas, con la excepción de las portátiles (con menores diferencias) y de la Wii, donde las chicas están ligeramente por encima (35% vs. 34%).

Gráfico 4.13. ¿Con qué juegas? (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "¿Juegas con...?"



## 4 / Videojuegos

352

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

La computadora es la opción más habitual de juego entre los adolescentes de 10 a 18 años en todos los países, aunque destaca que en Argentina esto suceda en más de 9 de cada 10 casos. En Argentina, Brasil y Chile, al igual que en el grupo de 6 a 9 años, también se juega por encima de la media con la PlayStation 2: en los tres casos por encima del 60%. De nuevo México lidera el uso de la Xbox 360 y la consola portátil de Sony PSP, y son los menores de Guatemala los que en mayor medida usan la Wii (casi uno de cada dos), seguidos por Colombia y México. También en Guatemala la Gameboy destaca entre este grupo de edad.

Gráfico 4.14. ¿Con qué juegas? (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Juegas con...?”

La computadora es la plataforma de juego digital más común para la Generación Interactiva en Iberoamérica, tanto en el caso de los más pequeños como entre los mayores. La PlayStation 2 destaca como la consola más conocida y usada entre estos menores. En todos los casos, llama la atención la escasa penetración de las consolas portátiles, y también sorprende que las chicas opten por las consolas de una determinada marca, Nintendo, mientras que los chicos son más diversos en sus opciones.

### 4.1.3. Plataformas más populares: posesión

Mientras que a la pregunta anterior se podía responder sin necesidad de tener en propiedad un dispositivo de juego, en este caso se solicita a los menores in-

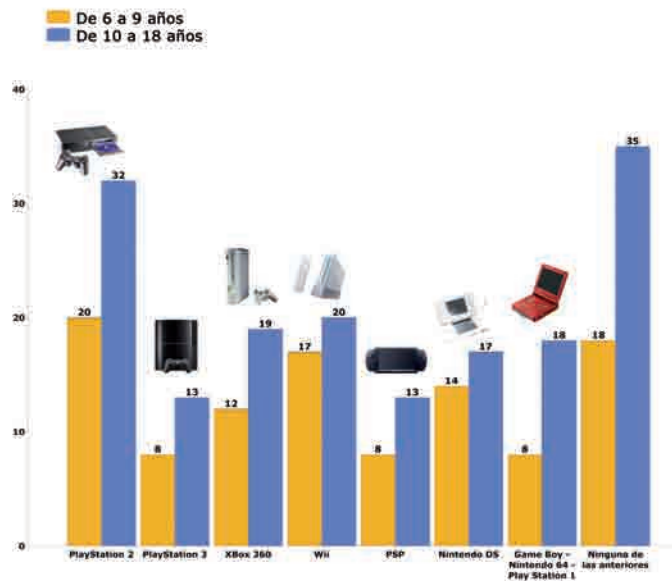


formación sobre qué tienen en su casa. Los datos, como se puede apreciar, son significativamente menores.

La Playstation 2 es la plataforma más popular entre los menores iberoamericanos. Sin embargo, tan solo el 20% de los de 6 a 9 años y el 31% de los de 10 a 18 declara tener una propia. El resto de plataformas no alcanza, en ningún caso, el 20% de penetración salvo la Wii entre el grupo de mayor edad. En todos los dispositivos la posesión es más elevada entre los más mayores. Hay, no obstante, un 17% de menores de 6 a 9 años y un 35% de 10 a 18 años que no disponen de ninguna plataforma de juego.

Optar por una u otra plataforma de juego no es una cuestión menor: cada dispositivo ofrece sus propias funcionalidades y también un catálogo de juegos que en algunos casos son exclusivos.

**Gráfico 4.15. Posesión de plataformas de juego (por tramo de edad)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "¿Y cuál de ellas tienes?"

Las diferencias por sexo son muy interesantes y replican los resultados de preferencia de plataforma de juego: a la hora de elegir una consola, los chicos pequeños y mayores optan por la PlayStation 2 de modo preferente. Las chicas tan solo adelantan a los chicos en la posesión de Wii, en ambas franjas de edad, y en la Nintendo DS.

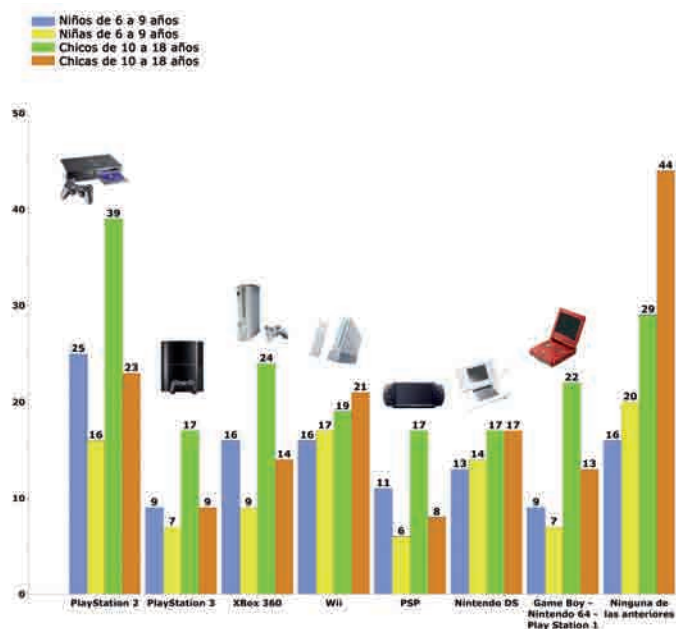


## 4 / Videojuegos

354

En el caso de las portátiles, la Gameboy se presenta como la videoconsola portátil más popular entre los chicos de 10 a 18 años. No deja de llamar la atención también que las chicas están por delante de los chicos en no posesión de ninguno de estos dispositivos.

Gráfico 4.16. Posesión de plataformas de juego (por sexo y tramo de edad)

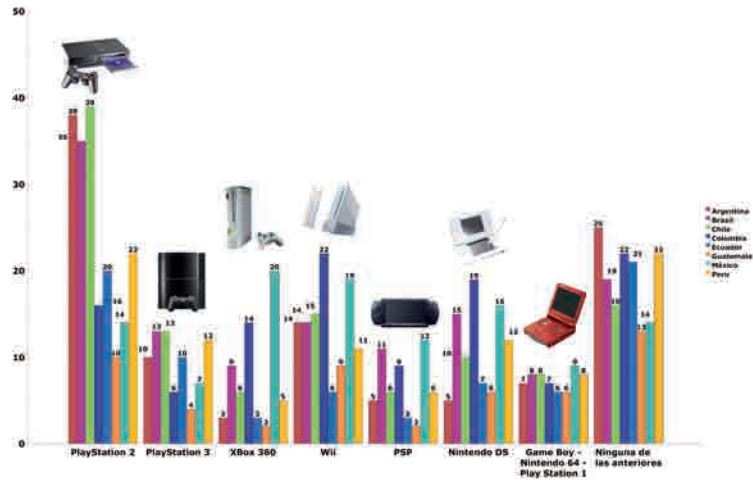


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Y cuál de ellas tienes?” y “De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas”

Los más pequeños, 6 a 9 años, de Argentina, Brasil y Chile, que en mayor medida se declaraban usuarios de PlayStation 2, son también quienes más poseen esta plataforma con diferencia respecto al resto de países. México lidera la posesión de la Xbox 360 también de modo significativo. Ecuador y Guatemala destacan por la escasa penetración de consolas portátiles, muy por debajo de la media en este grupo de edad. Los pequeños de Colombia están a la cabeza en posesión de la Wii, seguidos por los niños de México. La Nintendo DS es especialmente popular en Colombia, México y Brasil, aunque apenas supera el 15% de posesión.



Gráfico 4.17. Posesión de plataformas de juego (por país, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica en Ecuador. Respuestas a las preguntas “¿Y cuál de ellas tienes?” y “De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas”

En el caso de los mayores, de 10 a 18 años, los porcentajes de posesión son más altos que entre los pequeños, como ya se ha comentado. Chile es el país donde la PlayStation es más popular: más de uno de cada dos adolescentes declara poseer una. Le siguen Argentina y Brasil con un 40%. Los adolescentes de México lideran de nuevo la posesión de la Xbox 360, con un 38% y de la PSP con un 22%. La Wii es especialmente popular en Guatemala, México y Colombia, aunque apenas alcanza el 25%. Es interesante que son los menores de México y de Guatemala los que en menor medida carecen de alguna plataforma de juego específica, mientras que en Argentina el 45% de los adolescentes así lo afirma.



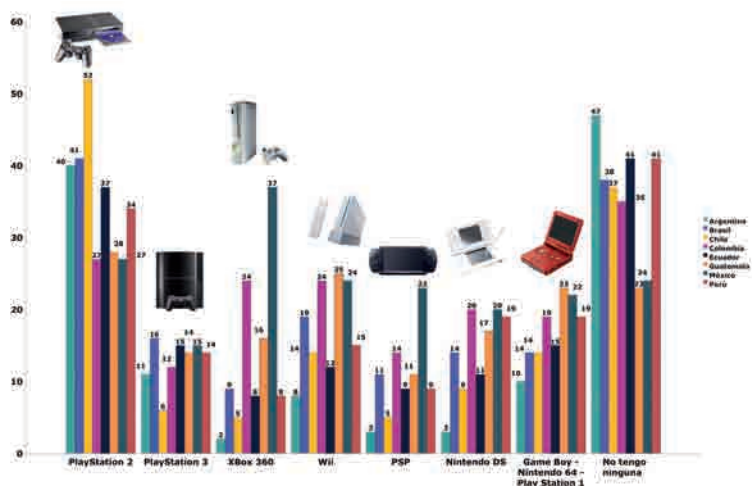


## 4 / Videojuegos

356

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.18. Posesión de plataformas de juego (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “¿Y cuál de ellas tienes?” y “De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas”

Como es lógico, uso y posesión van de la mano en tendencia: la PlayStation 2 es la plataforma más poseída por los menores de la Generación Interactiva en Iberoamérica. Destacan, por sus altos niveles de penetración, los menores de Argentina, Chile y Brasil, y los de México por su especialización en algunas plataformas concretas.

### 4.2. COMPAÑÍA FRENTE AL JUEGO DIGITAL

Es innegable el atractivo del juego, como una actividad que les define por naturaleza, entre los menores que conforman el objeto de esta investigación. El componente lúdico invade todas las pantallas y, en el caso de los videojuegos, lo hace forma especial. Y uno de los elementos esenciales del juego es que sea una actividad compartida con otros. En este sentido, el cuestionario interroga acerca de con quién suelen compartir los momentos de uso de los videojuegos.

En el caso de los más pequeños, un tercio de los menores se reconocen en situaciones de juego individual, rasgo que afecta ligeramente más a los chicos. Por otro lado, los momentos de ocio compartido definen a los iguales como principales acompañantes: los hermanos constituyen el principal grupo de jugadores acompañantes, seguidos de los amigos. Por último, la experiencia de uso de los videojuegos como un momento familiar compartido con el padre o con la madre es reconocida por algo menos del 20% de los menores.

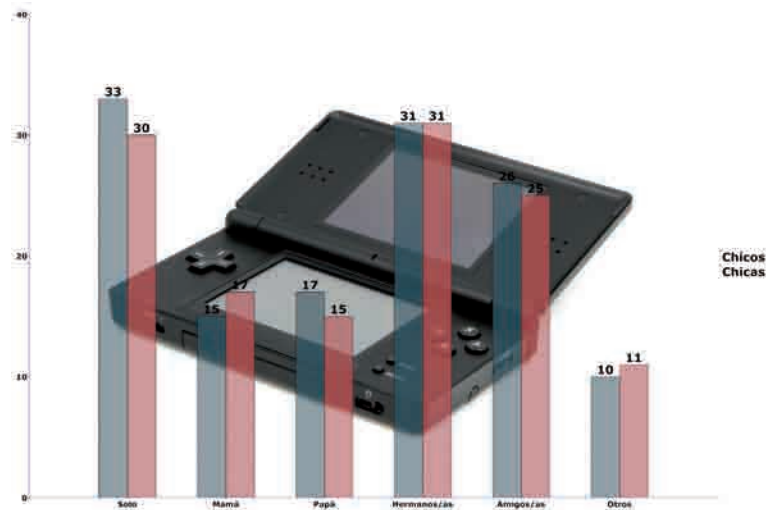


El sexo añade matices al tipo de compañía en el uso de videojuegos. Como hemos dicho, el juego individual es una característica que se muestra masculina. Sin embargo, el uso de videojuegos como experiencia social se muestra más paritaria, incluso es ligeramente superior para las chicas, sobre todo en el caso de jugar con su madre..

En definitiva, podemos concluir que entre los 6 y los 9 años jugar con videojuegos supone una experiencia individual que se combina con momentos compartidos con iguales y, en menor medida, con los progenitores. Entre los chicos existe una ligera mayor intensidad en el uso de esta pantalla y un menor grado de juego compartido. Las chicas juegan ligeramente menos y lo hacen de forma más social.

En comparación con el grupo de menores de edad similar investigados en 2008, podemos afirmar un descenso acusado en el juego en solitario, al tiempo que también se descenden el resto de opciones: salvo en el caso del padre o la madre, parece que en este intervalo de tiempo los hermanos o los amigos pierden fuerza como acompañantes en los momentos de ocio digital.

**Gráfico 4.19. Compañía en el juego (por sexo, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Con quién sueles jugar?"

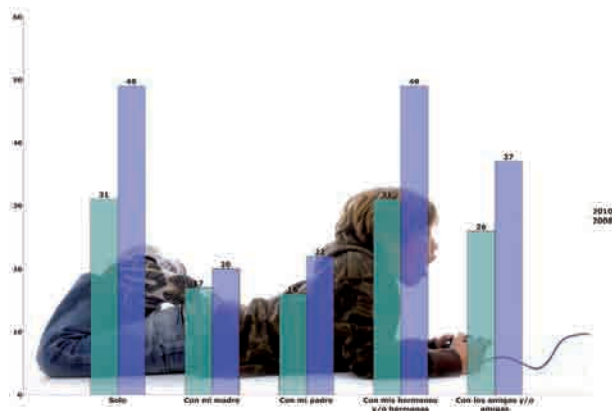


#### 4 / Videojuegos

358

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

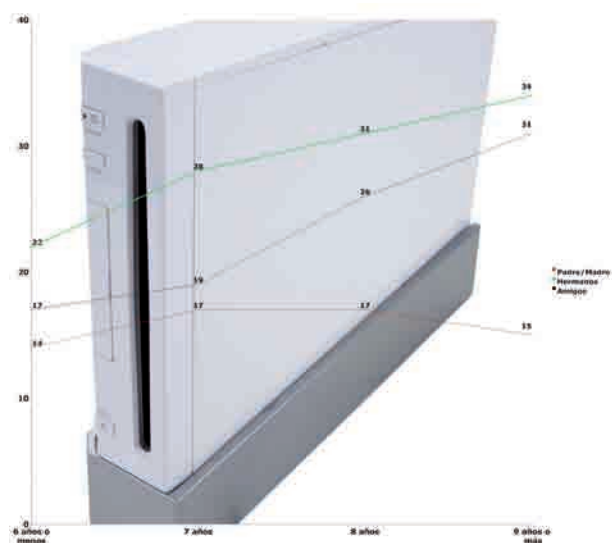
Gráfico 4.20. Compañía en el juego. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”

El tipo de compañía en el juego muestra algunas pautas cambiantes en función de la edad. El juego en solitario tiende a crecer según lo hacen los precoces jugadores –a excepción de los 6 años-. También de forma simultánea crece la presencia de amigos como acompañantes, al tiempo que desciende la compañía de los progenitores en el uso de videojuegos. Por países, los menores brasileños se muestran como los más solitarios y Argentina lidera los valores máximos en el resto de opciones; Guatemala obtiene el valor más bajo también para todas las opciones planteadas a los escolares más pequeños a través del cuestionario.

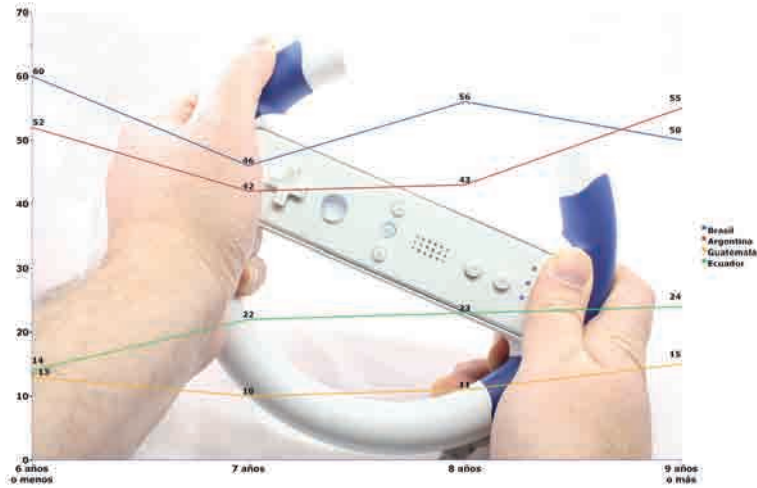
Gráfico 4.21. Compañía en el juego (por edad, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”



Gráfico 4.22. Juego solitario (por país, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”

Gráfico 4.23. Juego con amigos (por país, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”



## 4 / Videojuegos

360

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

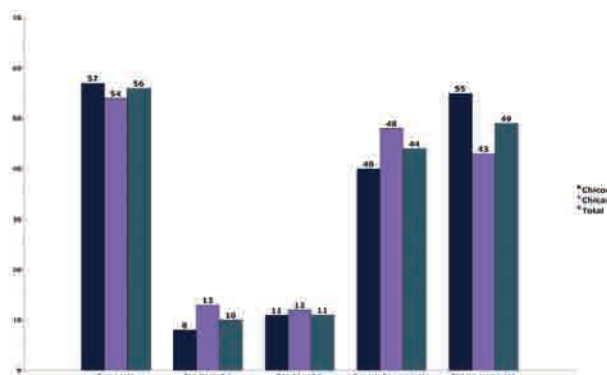
Tabla 4.1. Compañía en el juego (por país, de 6 a 9 años)

	Solo	Mamá	Papá	Hermanos/as	Amigos/as	Otros
Argentina	49%	15%	20%	36%	42%	14%
Brasil	52%	14%	17%	34%	27%	17%
Chile	36%	15%	14%	27%	29%	12%
Colombia	34%	18%	16%	33%	30%	13%
Guatemala	13%	8%	10%	20%	13%	8%
México	29%	18%	19%	33%	23%	10%
Peru	27%	13%	12%	30%	25%	8%
Ecuador	21%	12%	10%	26%	14%	6%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Con quién sueles jugar?"

A partir de los 10 años, se producen algunos cambios en el uso de videojuegos como actividad individual y social. En primer lugar, el juego solitario adquiere una fuerza mayor y es bastante más frecuente entre los chicos. Como experiencia social, crece el protagonismo de los iguales –hermanos y amigos- y disminuye el recurso a los progenitores. Los chicos se muestran más dispuestos a compartir momentos de ocio con amigos; las chicas se apoyan más en sus hermanos. Por último, los progenitores pierden opciones y el 90% no los tiene como compañeros habituales en el uso de los videojuegos. En definitiva, sobre estas edades se consolida el juego individual de forma creciente, aumenta la posibilidad de juego compartido con iguales –ya sean amigos o hermanos- y los progenitores van perdiendo protagonismo según sus hijos avanzan hacia la adolescencia.

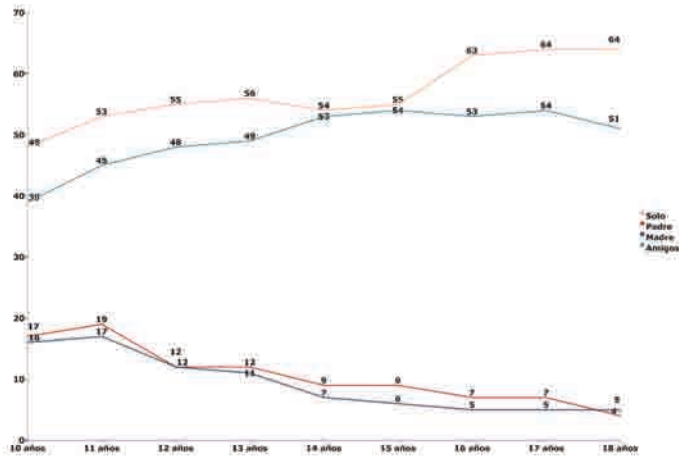
Gráfico 4.24. Compañía en el juego (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Con quién sueles jugar?"

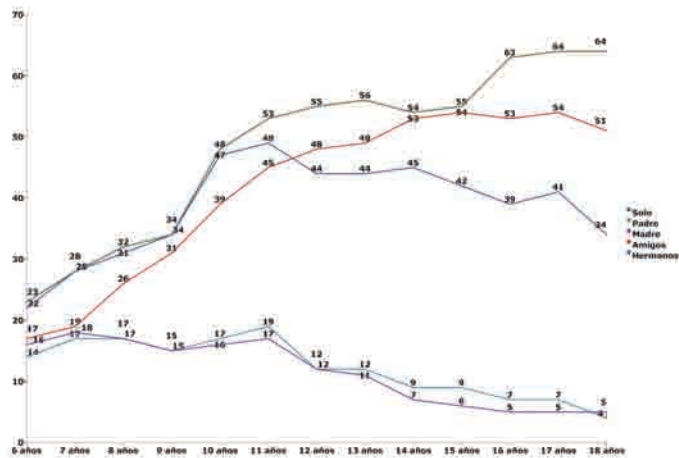


Gráfico 4.25. Evolución del juego individual, social y familiar (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”

Gráfico 4.26. Compañía en el juego (por edad, de 6 a 9 años y de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”

Una vez más, la comparación con los datos obtenidos en 2008 permite ver algunas diferencias. En el caso de la presente investigación, se da una menor intensidad en la opción: “juego solo”, “con mi madre” o “con mis hermanos”. Por otro lado, la presencia de amigos o del padre aparece ligeramente más intensa en los resultados obtenidos más recientemente en la investigación de 2010.

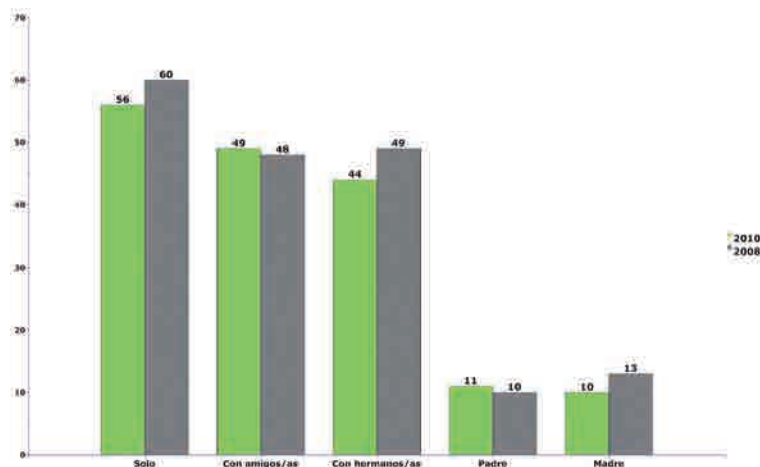


#### 4 / Videojuegos

362

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.27. Compañía en el juego. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”

La citada evolución también tiene su reflejo en los resultados obtenidos según los diversos países estudiados. La incidencia del juego individual supera o iguala el 60% de los casos en Argentina, Brasil y Colombia y los hermanos son compañía frecuente en el caso de Ecuador y Chile. Por último, los videojuegos como experiencia compartida con amigos es una característica peculiar de los menores que residen en Argentina, siendo los datos bastante homogéneos entre los demás países.

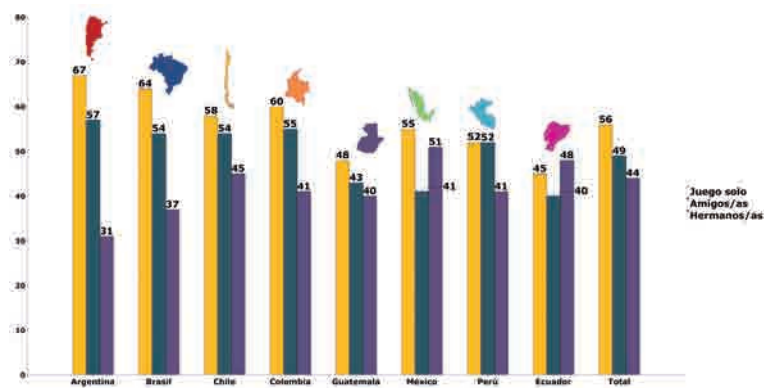
Tabla 4.2. Compañía en el juego (por país, de 10 a 18 años)

	Juego solo	Madre	Padre	Hermanos/as	Amigos/as
Argentina	67%	4%	8%	31%	57%
Brasil	64%	6%	11%	37%	54%
Chile	58%	12%	10%	45%	54%
Colombia	60%	11%	12%	41%	55%
Guatemala	48%	12%	13%	40%	43%
México	55%	12%	14%	51%	41%
Perú	52%	8%	11%	41%	52%
Ecuador	45%	10%	9%	48%	40%
TOTAL	56%	10%	11%	44%	49%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”



Gráfico 4.28. Compañía en el juego: juego en solitario, hermanos y amigos (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Con quién sueles jugar?”

### 4.3. TIEMPO DE JUEGO

Lógicamente, el interés de esta pantalla entre los menores se traduce en tiempo invertido para jugar a diversos juegos en las plataformas que estén a su alcance. Tal como se hizo ya en 2008, en este apartado se reflejan los resultados obtenidos ahora para esta cuestión.

De lunes a viernes tan solo el 18% de los menores declara no utilizar en ningún momento videojuegos, bien sea con la computadora o la videoconsola. Un 33% declara una dedicación diaria inferior a una hora; superando ese límite se encuentra un 21% con un consumo de entre una y dos horas, y el grupo de heavy users lo configura el 14% con más de dos horas de dedicación. Por último, uno de cada diez se declara incapaz de cuantificar este dato.

El fin de semana, aumenta el dato de menores que no juegan y disminuye el porcentaje de los que juegan menos de una hora. Aumentan los casos de consumo medio, definido en el intervalo “entre una y dos horas”; también se produce un crecimiento de heavy users con consumos diarios superiores a las dos horas.

Chicos y chicas se comportan de forma desigual en el momento de invertir su tiempo en el ocio digital. Como ejemplo, podemos tomar los datos referidos al tiempo de uso entre semana en función del sexo de los jugadores: definitivamente, las chicas no juegan o juegan menos tiempo mientras que en los chicos es frecuente cruzar la frontera de los sesenta minutos diarios de dedicación. Durante el fin de semana estas pautas se hacen todavía más fuertes: una cuar-





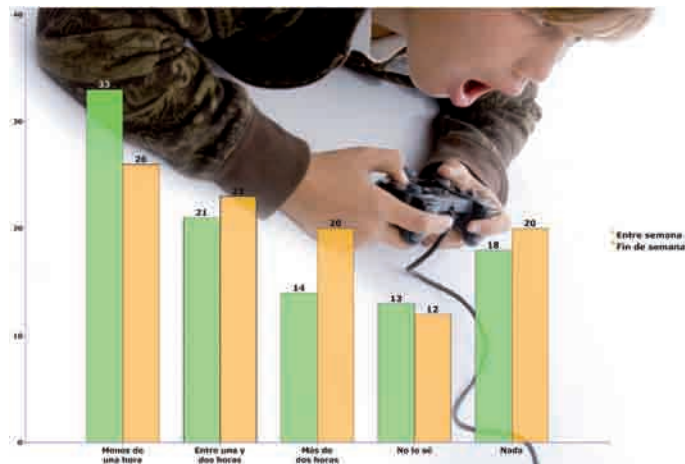
## 4 / Videojuegos

364

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

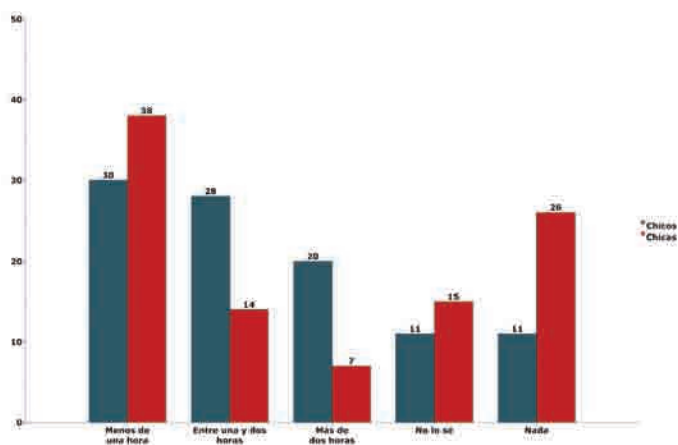
ta parte de las chicas afirman no jugar nada, frente al 11% de los chicos; en el caso de los consumos más extremos por encima de las dos horas diarias, las chicas lo reconocen en un 7% mientras que los chicos casi triplican esa cifra.

Gráfico 4.29. Tiempo diario de juego. Entre semana vs. fin de semana (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas “De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?” y “El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?”

Gráfico 4.30. Tiempo de juego diario entre semana (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?”

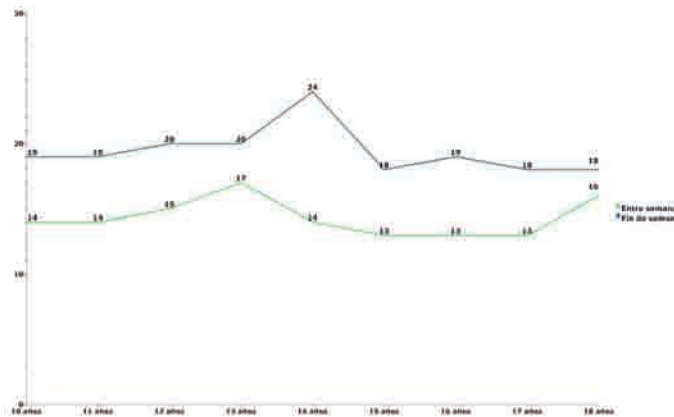


Gráfico 4.31. Tiempo de juego diario el fin de semana (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?"

Gráfico 4.32. heavy users durante días laborables y el fin de semana (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?"

Por edad, tanto en los días laborables como en sábado o domingo, no hay grandes diferencias de consumo entre los menores; la única excepción a esta pauta la encontramos en el caso del fin de semana y para los intervalos de tiempo medio y pesado que se intensifica entre los 11 y los 13 años. Sin embargo, atendiendo a los resultados por los distintos países sí que encontramos algunas peculiaridades:



## 4 / Videojuegos

366

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

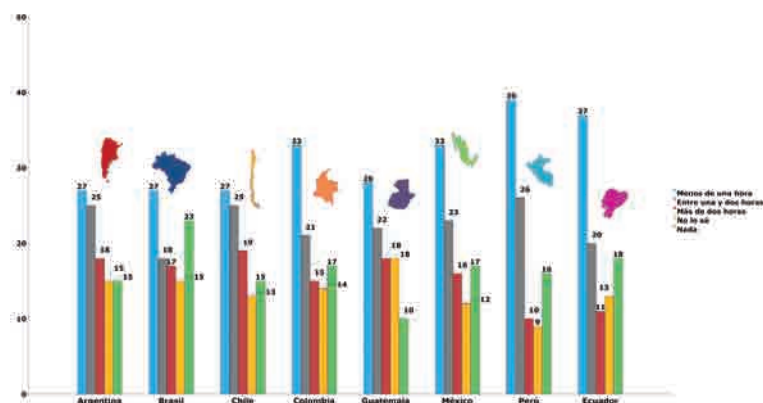
La ausencia de tiempo dedicado a los videojuegos entre semana es liderada por los menores de Brasil, Ecuador, Colombia y México; en sentido contrario encontramos a aquellos que residen en Argentina, Chile y Guatemala. El fin de semana, la opción “no juego nada” es liderada por menores de Brasil, seguidos de aquellos que viven en Ecuador.

El consumo ligero está por encima de la media y alcanza sus valores máximos en Perú, tanto en días laborables como durante los festivos. El extremo opuesto lo representan menores de Brasil, Argentina o Chile, con un 27% para esta opción durante los días laborables y valores también bajos en relación a los demás países en sábado o domingo.

El 26% de los escolares de Perú afirma dedicar entre una y dos horas a los videojuegos en días laborables, seguidos muy de cerca en valores máximo por sus colegas de Argentina y Chile. En este sentido, la menor incidencia de consumo medio de lunes a viernes y también los sábados o los domingos la encontramos en Brasil.

Por último, el consumo intenso de videojuegos durante los días laborables se concentra en menores que residen en Chile, Guatemala o Argentina; el fin de semana esta pauta sigue liderada por escolares de Argentina. En el extremo opuesto se sitúan Perú y Ecuador, tanto en fin de semana como en días laborables.

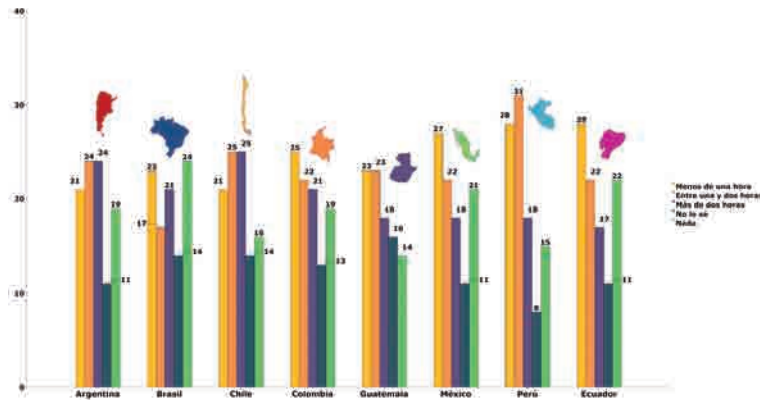
Gráfico 4.33. Tiempo de uso de videojuegos entre semana (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “De lunes a viernes ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?”



Gráfico 4.34. Tiempo de uso de videojuegos en fin de semana (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?”

#### 4.4. EL FENÓMENO DEL “PIRATEO”

La descripción realizada hasta aquí nos define a la Generación Interactiva como un grupo situado en vanguardia de uso y aprovechamiento de “nuevas y viejas” pantallas. Lógicamente, los menores interactivos son un grupo heterogéneo y, en sí mismo, contiene otros subgrupos con mayor o menor grado en el conocimiento y uso de los medios de comunicación y las tecnologías. Asimismo, hemos destacado como tendencias presentes y de futuro el aprovechamiento multifuncional de medios, contenidos y soportes en sus muy variadas manifestaciones: descarga de vídeos, fotos y software, capacidad para generar contenidos propios, etc. Dicha capacidad, combinada con el fuerte componente de relación social y búsqueda de ocio en el uso de las pantallas, explica que el 37% de los menores reconozca tener juegos no originales y, dentro de este colectivo, un 13% declare que casi todos sus juegos tiene esa procedencia.

En términos generales, la posesión de algún videojuego no original es una pauta creciente según aumenta la edad de los usuarios. Para la opción “casi todos” esta pauta también es constante en función de la edad y se intensifica ligeramente a partir de los 12 años. Por sexo, la preferencia hacia la copia no original es más frecuente entre los chicos, sobre todo en el caso más agudo recogido bajo la posibilidad “casi todos mis videojuegos son pirateados”.

Frente a la misma cuestión ya investigada en el año 2008, los menores no parecen haber intensificado la preferencia por las copias no originales de sus juegos. Como puede observarse en el gráfico sobre esta cuestión, el grupo que



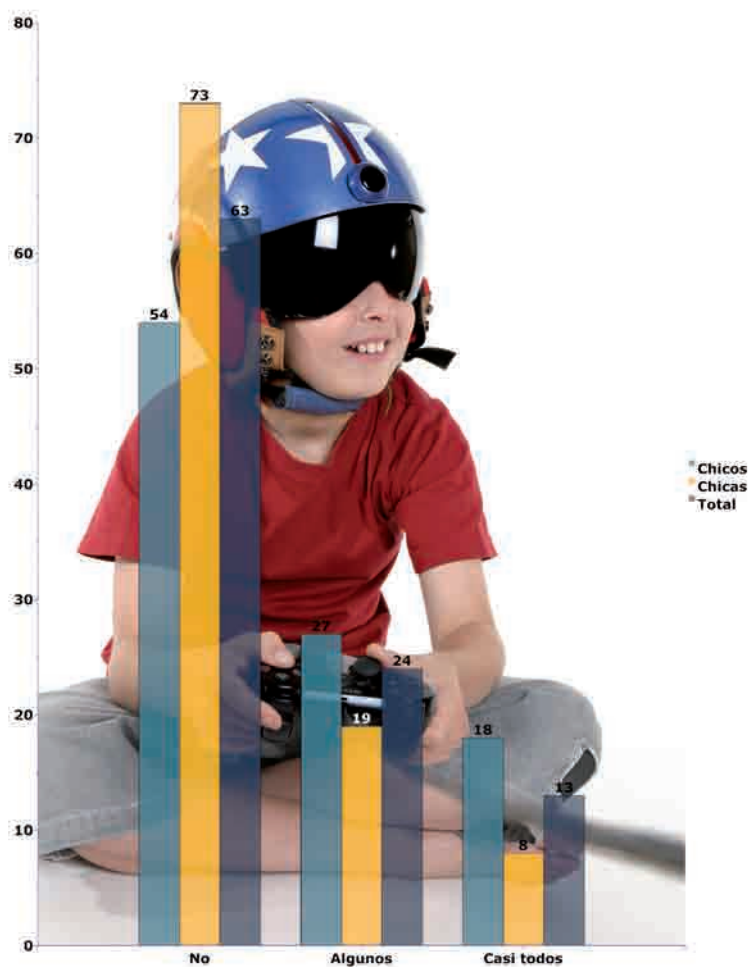
#### 4 / Videojuegos

368

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

reconoce no poseer copias ilegales ha aumentado frente a la investigación anterior y, lógicamente, las otras dos posibilidades incluidas en el cuestionario han disminuido.

Gráfico 4.35. Posesión de juegos pirateados (por sexo, de 10 a 18 años)

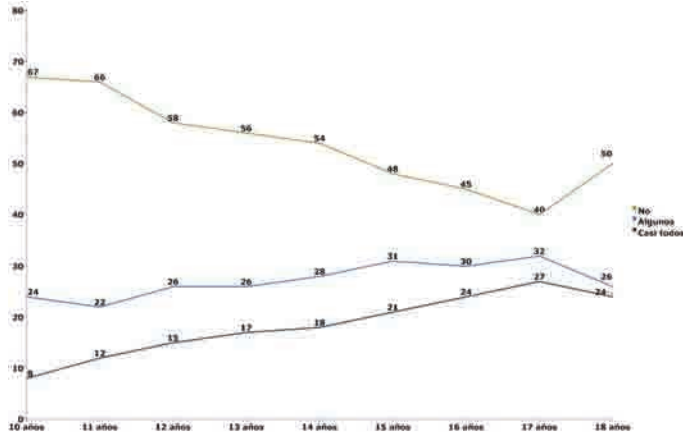


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Tienes juegos pirateados?"

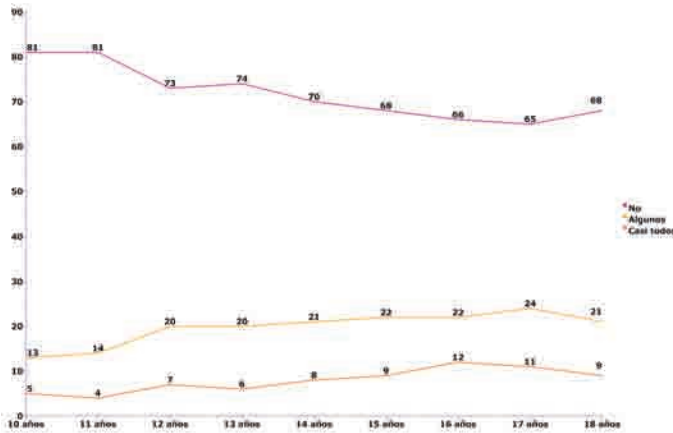


Gráfico 4.36. Posesión de juegos pirateados (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

CHICOS



CHICAS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Tienes juegos pirateados?”

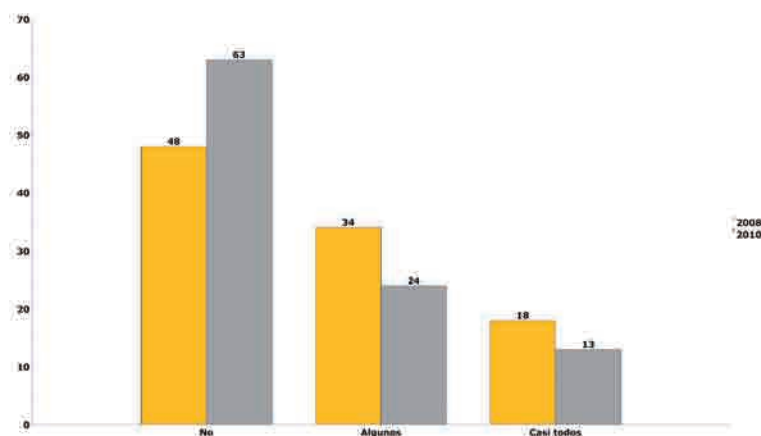


#### 4 / Videojuegos

370

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

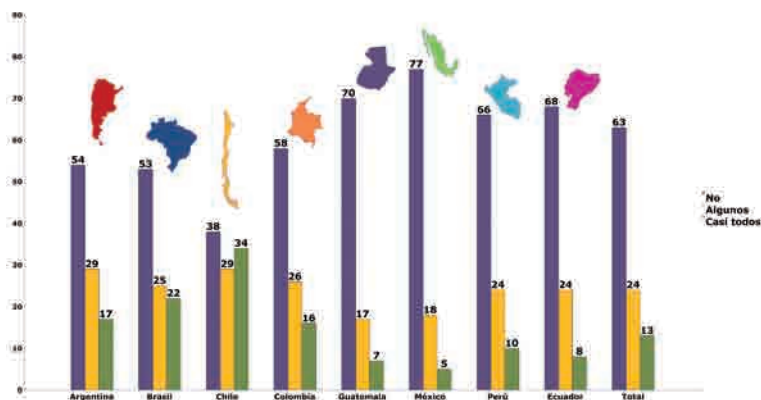
Gráfico 4.37. Posesión de juegos pirateados. Comparación 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuesta a la pregunta “¿Tienes juegos pirateados?”

Los menores de Chile son los que más destacan en la posesión de juegos no originales; en sentido contrario se posicionan los menores México y Guatemala. En el intervalo: “alguno de mis videojuegos no es original” se sitúan en cabeza los escolares de Argentina y Chile. Por último, también en Chile, junto con Brasil, es mayor la incidencia del escenario “casi todos mis videojuegos no son originales”.

Gráfico 4.38. Posesión de juegos pirateados (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Tienes juegos pirateados?”

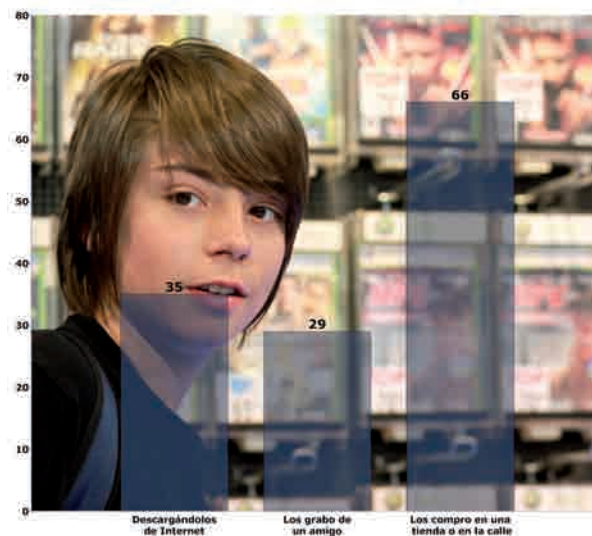


Las fuentes de procedencia de copias ilegales pueden ser muy variadas. En nuestro caso, se ha interrogado sobre ellas reduciendo la posibilidad a tres variantes: el espacio digital de Internet, la interacción social con sus iguales y el comercio tradicional. Según los resultados obtenidos, el comercio tradicional constituye el principal medio para la obtención de copias no originales: así lo afirma el 66% de jugadores que afirman poseer alguna copia “pirata” de videojuegos; como segunda opción aparece la posibilidad de obtener copias no originales mediante las descargas en Internet, algo frecuente en el 35% de los casos; por último, con una cifra algo inferior aparece el recurso a los amigos

En relación al sexo, los chicos manifiestan una mayor tendencia a obtener copias ilegales en todas las opciones plantadas. Según la edad, la única opción que mantiene una pauta creciente se da en el caso de las descargas realizadas directamente desde Internet.

Por último, en el caso de los países estudiados, se da una mayor utilización de las descargas vía Internet de copias ilegales en Chile y Argentina –47% y 42% respectivamente–; los amigos constituyen una fuente importante para cuatro de cada diez menores en Guatemala. La mayor preferencia frente a la media por la compra en tiendas o en la calle la encontramos en menores de Argentina, Brasil y Colombia.

**Gráfico 4.39. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Cómo los consigues?”



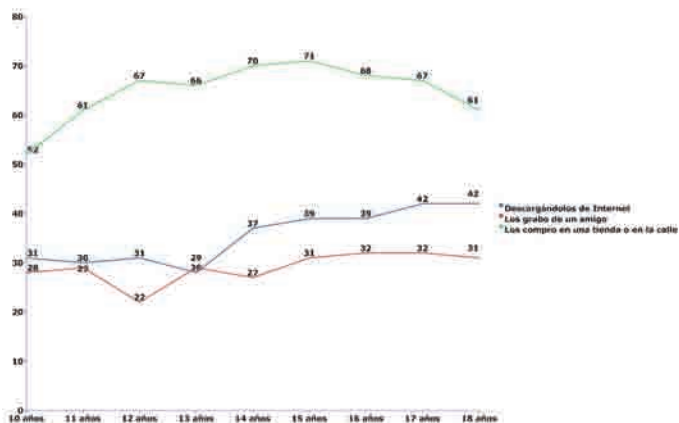


## 4 / Videojuegos

372

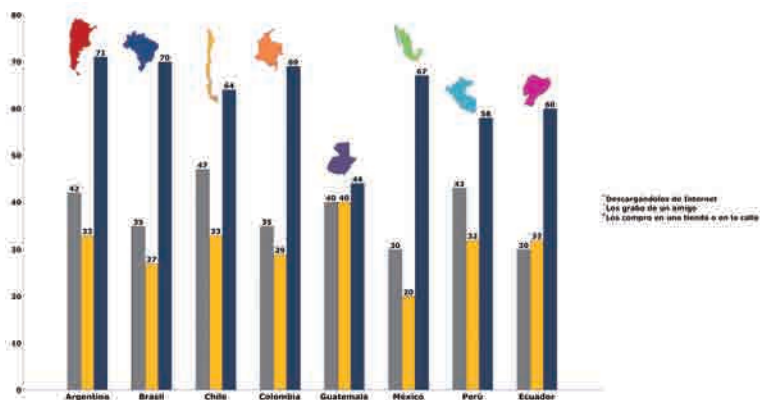
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.40. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Cómo los consigues?”

Gráfico 4.41. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Cómo los consigues?”

### 4.5. MEDIACIÓN FAMILIAR

Cualquier actividad realizada por los menores en sus hogares suele estar guiada por unas normas o unos criterios, más o menos explícitos, establecidos por los progenitores. De forma radical, incluso la ausencia de dichos parámetros indica la existencia de una determinada posición educativa de los padres hacia las acciones de sus hijos.

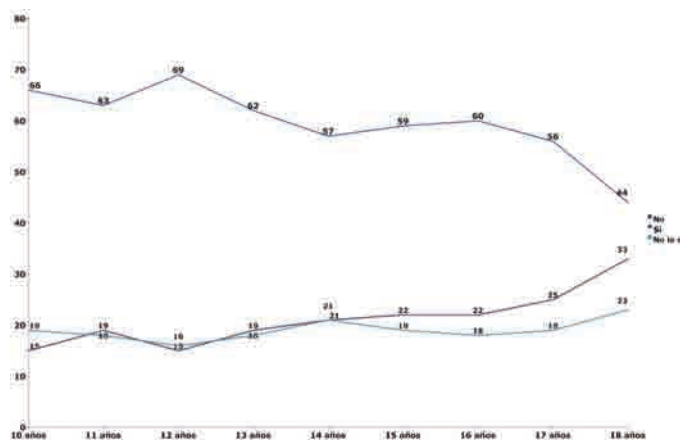


En el caso de los videojuegos, varias preguntas del cuestionario “Generaciones Interactivas en Iberoamérica” exploran la existencia de esa referencia educativa. En primer lugar, se trata de averiguar el grado de conocimiento de los padres sobre el tipo de juegos preferidos por sus hijos; en segundo, se dibujan las consecuencias de la actividad lúdica de los pequeños en forma de discusiones o conflictos familiares; por último, se describe la posibilidad de que el acceso a los videojuegos pueda convertirse en un premio o un castigo por parte de los padres.

El grado de conocimiento de los progenitores sobre los videojuegos que utilizan los menores puede verse en el gráfico 4.42. Según los datos obtenidos, el 60% de los menores jugadores afirma que sus padres son conocedores de esta cuestión, opinión algo más arraigada entre los chicos. Es significativo, por tanto, que casi se produzca una paridad entre los que opinan desconocer si sus padres están al tanto de esta cuestión como aquellos que afirman que claramente no lo están. Y también resulta interesante que un 20% afirme no saber si existe algún tipo de conocimiento sobre esta cuestión por parte de sus padres, ya sea positivo o negativo. Por edad y según la opinión de sus hijos, el conocimiento de los padres tiende a decrecer con alguna excepción aislada. Por último, el conocimiento de los padres por países supera la media en Ecuador y Chile; los padres más conscientes de los juegos que utilizan sus hijos se encuentran en México, Argentina y Guatemala, y casi una cuarta parte de los menores en Ecuador se sitúa bajo la opción “no lo sé”.

**Gráfico 4.42. Conocimiento de los videojuegos que usan los escolares por parte de los padres (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

CHICOS



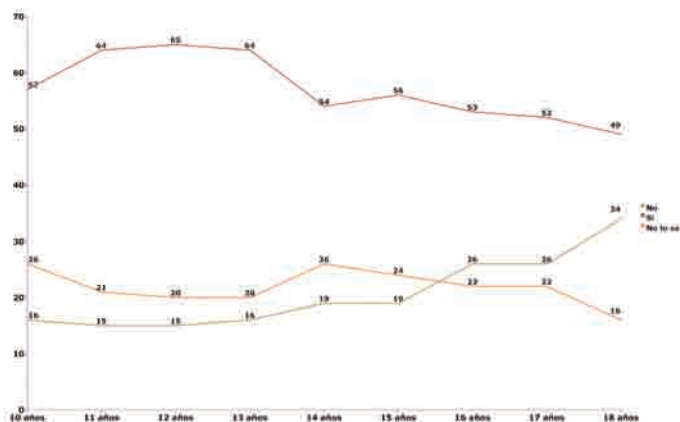


## 4 / Videojuegos

374

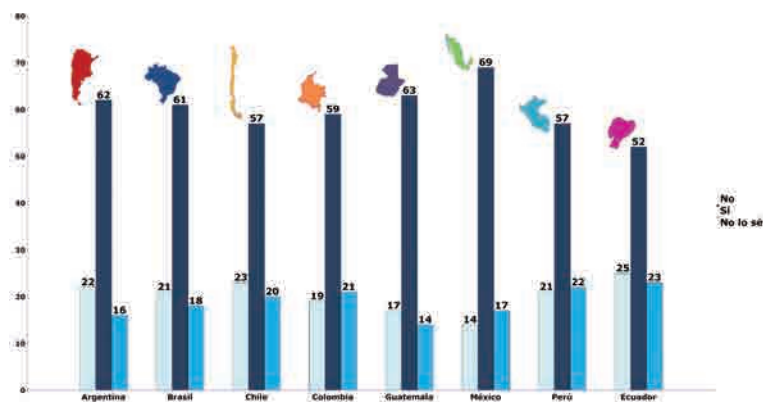
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

CHICAS



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?”

**Gráfico 4.43. Conocimiento de los videojuegos que usan los escolares por parte de los padres (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?”

Exista o no conocimiento paterno también se ha interrogado a los menores sobre la hipótesis de qué ocurriría si verdaderamente los padres conocieran a fondo el contenido de los videojuegos que utilizan sus hijos. La pregunta aparece formulada en el cuestionario del siguiente modo: “Si tus padres supieran de que van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?”, y las opciones de respuesta han sido. “Sí, con todos”, “Con algunos sí, con otros no”,

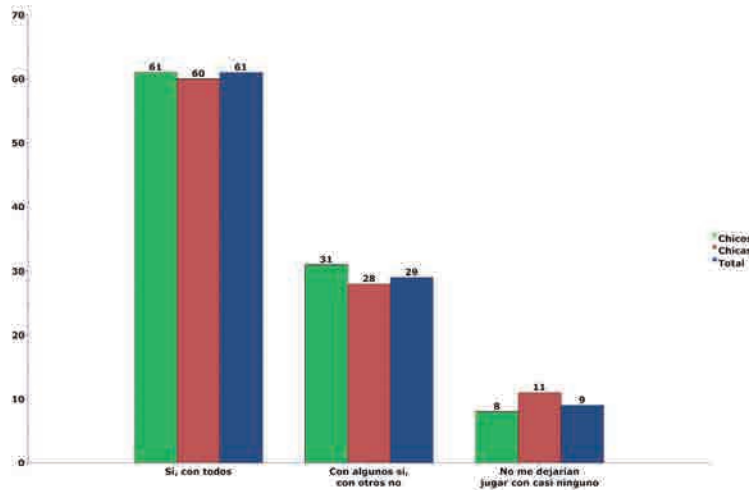


“No me dejarían jugar con casi ninguno”. La primera opción es la mayoritaria y casi la mitad de los menores creen que no habría problema ante un escenario de completo conocimiento de los padres. Un 29% afirma que, en caso de darse este conocimiento paterno, sufrirían restricciones en algunos casos, y un 9% se sitúa en la situación más radical.

El análisis de las distintas opciones en función del sexo permite concluir que existe paridad entre chicos y chicas en el nivel de confianza sobre los efectos positivos o negativos del conocimiento por parte de sus padres de los videojuegos que utilizan con mayor frecuencia.

En función de la edad, encontramos algunas diferencias significativas: los chicos adelantan muy ligeramente a las chicas al admitir esta posibilidad, siendo los mayores –a partir de los 15 años- los más convencidos de que el conocimiento de los padres sobre los videojuegos no tendría restricciones en su uso. Lógicamente, por debajo de esta edad se produce el efecto contrario y crecen las respuestas afirmativas a la cuestión: “Me dejarían jugar con algunos sí y con otros no” y “no me dejarían jugar con ninguno”.

**Gráfico 4.44.** “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?”

Los menores de Colombia, Argentina y Brasil son los que se muestran más confiados hacia la ausencia de consecuencias en el caso de un mayor conocimiento



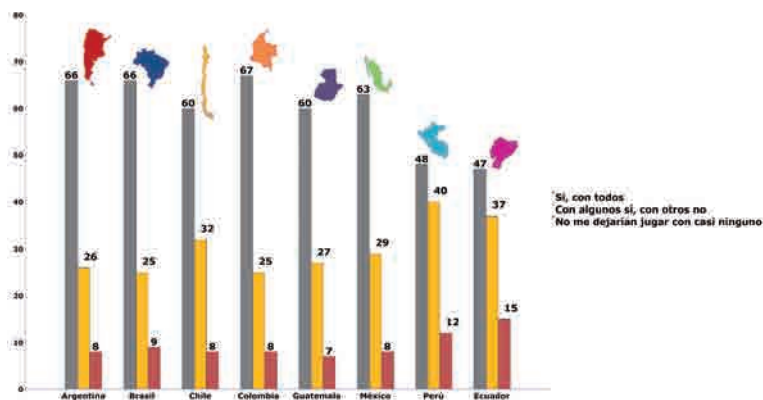
## 4 / Videojuegos

376

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

sobre los videojuegos por parte de sus padres; los escolares de Chile, Perú y Ecuador obtienen la mayor puntuación hacia una restricción media y la consecuencia más negativa –no me dejarían jugar con casi ninguno– es una hipótesis con mayor aceptación también entre menores de Ecuador y Perú.

**Gráfico 4.45. “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?” (por país, de 10 a 18 años)**

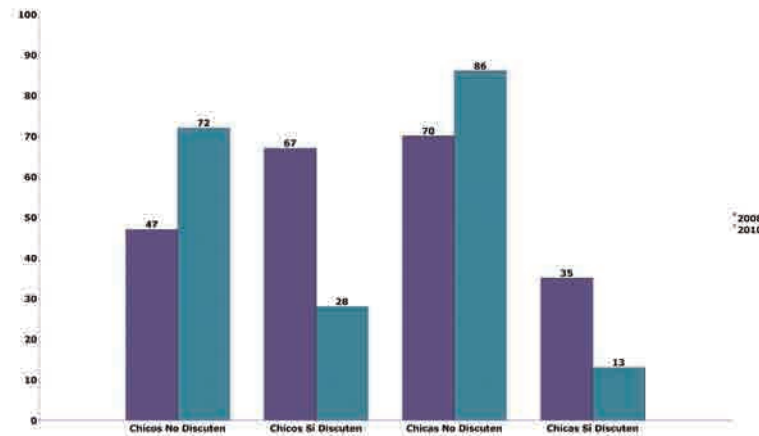


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los juegos, ¿te dejarían jugar con ellos?”

Una segunda cuestión es conocer si el uso de videojuegos entre los menores genera algún tipo de alteración en las normas establecidas por los padres para el desarrollo de tal actividad. De forma global, ese supuesto es afirmativo para el 21% de los jugadores; superando esa media se sitúan los chicos en consonancia con su mayor uso de esta tecnología –28% frente al 13% de las chicas–. Comparando esta cuestión con los resultados obtenidos en 2008 podemos apreciar un descenso en la existencia de conflictos familiares derivados del uso de los videojuegos por parte de los menores; dicho descenso se refleja en ambos sexos y es más acusado en el caso de las chicas.



**Gráfico 4.46. Discusión por el uso de los videojuegos. Comparativa entre 2008 vs. 2010 (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuesta a la pregunta "¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?"

Como hemos visto, jugar a videojuegos es motivo de conflicto entre padres e hijos en algo más del 20% de los casos. Según la edad y el sexo, se aprecian algunas diferencias interesantes. En el caso de los chicos, la existencia de conflictos con sus padres se intensifica a partir de los 11 años hasta alcanzar el valor máximo a los 13 años, edad en la que se inicia una tendencia descendente, salvo un repunte final que se produce en los 18 años. Las chicas, sin embargo, muestran una pauta con cierta tónica descendente desde los 10 hasta los 16 años; a partir de esta edad los conflictos se intensifican pero siempre con valores mucho más bajos que entre los chicos.

En cuanto los países de residencia de los menores investigados, Argentina, Brasil y Colombia lideran la opción de ausencia de conflictos, con valores medios que alcanzan o superan el 80% de los casos. En sentido contrario, admiten por encima de la media la existencia de estos conflictos escolares de Ecuador, Perú y Guatemala.

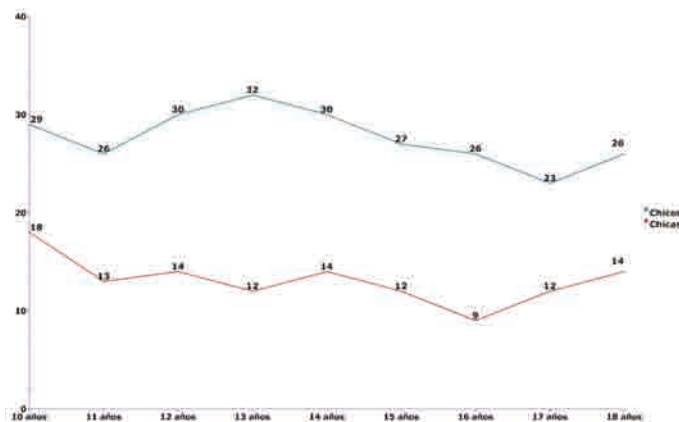


## 4 / Videojuegos

378

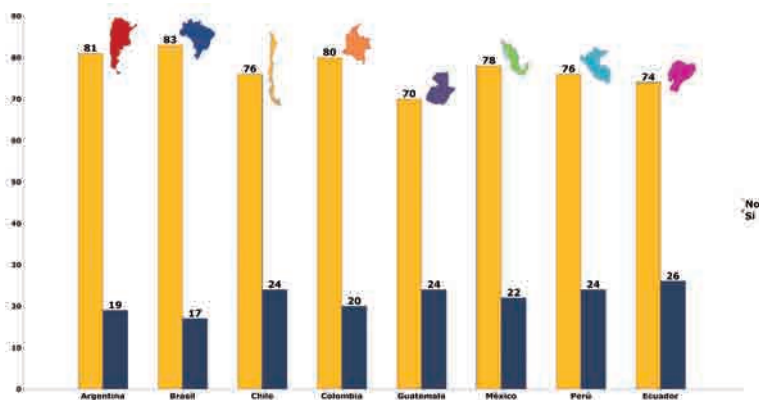
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.47. Discusión por el uso de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?"

Gráfico 4.48. Discusión por el uso de los videojuegos (por país, de 10 a 18 años)



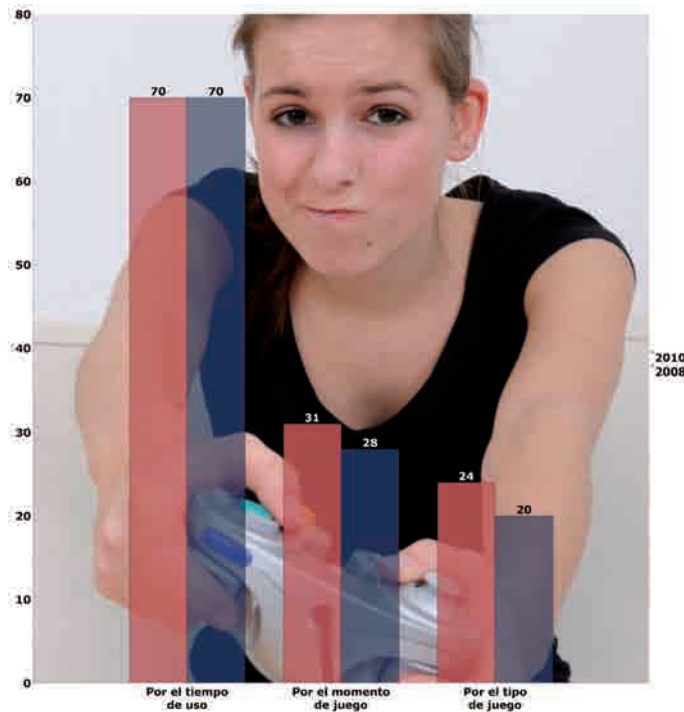
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?"

Descrita la probabilidad de que surjan discusiones familiares, queda por ver alguno de los motivos que las suscitan. El tiempo de juego es, en términos generales, la principal causa de conflicto; así lo reconoce el 70% de los menores. En segundo lugar, , padres e hijos entran en desacuerdo a causa de los momentos de juego escogidos; dicha situación es reconocida por el 31% de los escolares. Por último, el contenido de algunos de los juegos populares entre los menores es motivo de discrepancia entre padres e hijos en el 24% de los casos. En esta



cuestión, frente a la investigación de 2008 podemos afirmar que la discusión por el tiempo permanece estable y se da cierta intensificación en las dos otras posibilidades: discutir por el momento de juego o por la naturaleza de los juegos que se utilizan.

**Gráfico 4.49. Motivos de discusión por el uso de videojuegos. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2018 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuesta a la pregunta "¿Por qué motivos?"

Las diferencias por edad y sexo sobre los motivos de discusión en el caso del tiempo dedicado al juego son las siguientes: en el caso de los chicos muestra una tendencia creciente a partir de los 11 años, a excepción de algunos tramos de edad como los 14 o los 16 años. En el caso de las chicas, el patrón en función de la edad es más errático aunque, en términos generales, se puede apreciar una tendencia decreciente a discutir por este motivo a partir de los 16 años. En el caso de discutir por el momento de juego, la pauta es distinta a la descrita en el motivo anterior: tanto chicos como chicas, según crecen, parecen tener más problemas con sus padres por la elección de los momentos de juego. Por





## 4 / Videojuegos

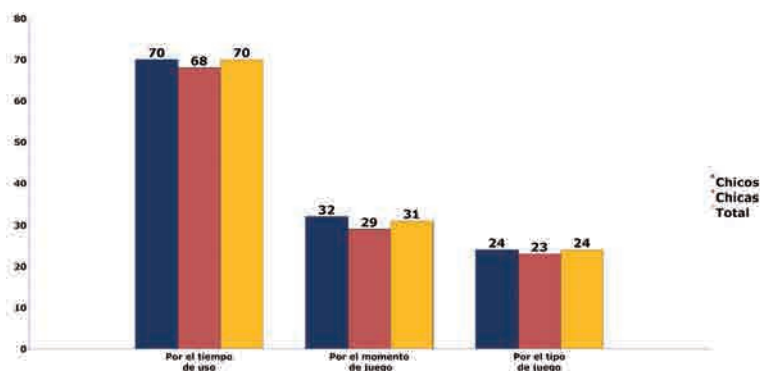
380

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

último, la discusión por el tipo de juegos muestra una pauta descendente en el caso de los chicos; para las chicas es bastante irregular según las edades con cierta tendencia a crecer a partir de los 15 años.

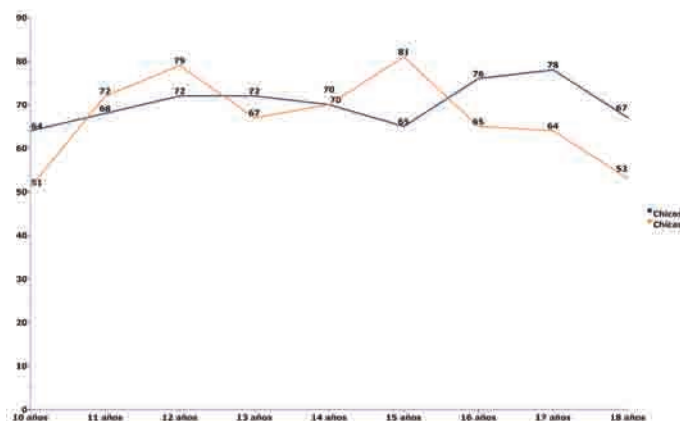
Argentina y Guatemala destacan por una mayor incidencia de discusiones con los progenitores a raíz del tiempo que pasan jugando; los conflictos por los momentos de juego suelen ser más acusados en menores que residen en Brasil y México y, por último, en Chile, Ecuador y Guatemala se dan más casos de discusiones sobre el tipo de juegos que se utilizan.

**Gráfico 4.50. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Por qué motivos?”

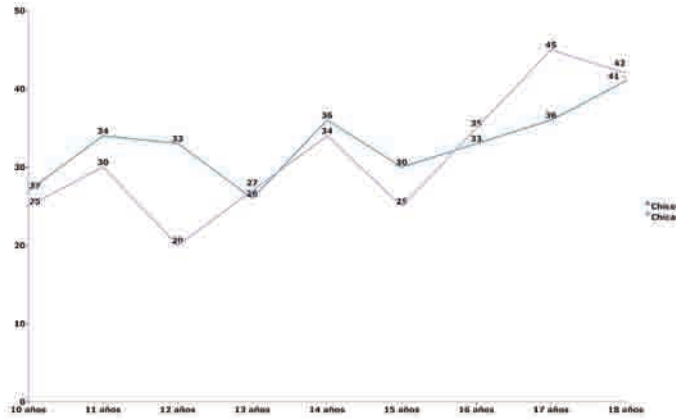
**Gráfico 4.51. “Discuto con mis padres por el tiempo que paso jugando” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Por qué motivos?”

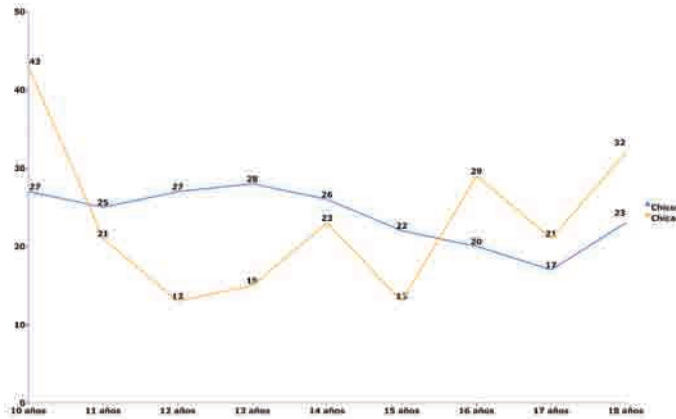


Gráfico 4.52. “Discuto con mis padres por el momento de juego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Por qué motivos?”

Gráfico 4.53. “Discuto con mis padres por el tipo de juegos” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Por qué motivos?”

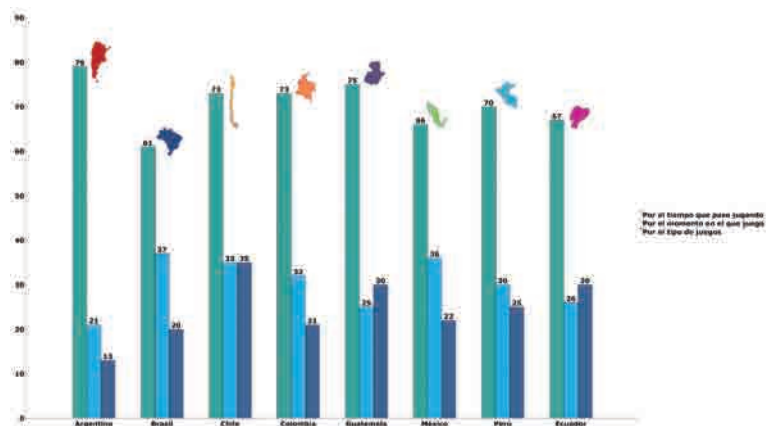


## 4 / Videojuegos

382

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

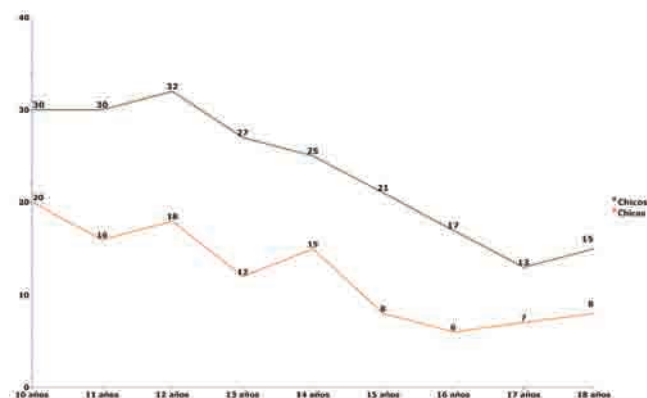
Gráfico 4.54. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Por qué motivos?”

Como hemos visto en el caso de otras pantallas, los videojuegos también pueden convertirse en moneda de cambio como premio o recompensa de otros comportamientos. Dicha posibilidad es reconocida entre un 19% de menores usuarios de videojuegos; los chicos son más proclives a ser premiados o castigados: 24% frente al 14% de las chicas. Para ambos sexos, las edades de mayor frecuencia en esta estrategia educativa paterna se encuentran entre los 10 y los 12 años. Por último, los menores de México y Ecuador son más proclives a recibir premios o castigos relacionados con los videojuegos por parte de sus padres.

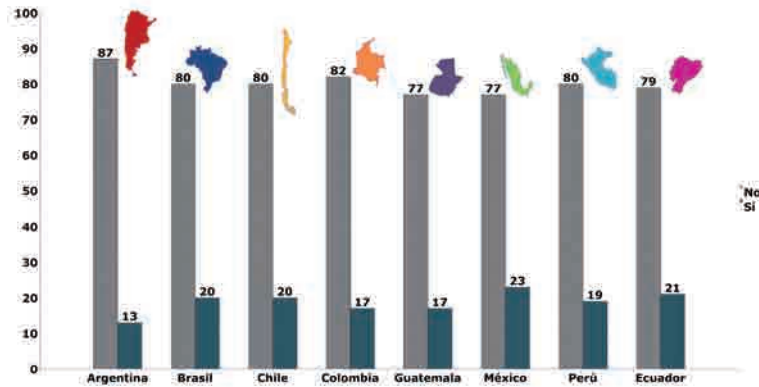
Gráfico 4.55. Uso de los videojuegos como premio o castigo (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Te premian o castigan con los videojuegos?”



Gráfico 4.56. Uso de los videojuegos como premio o castigo (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Te premian o castigan con los videojuegos?”

#### 4.6. VALORACIONES

Para valorar la importancia que algo, en este caso una pantalla, tiene para un grupo determinado, es interesante saber cuánto de prescindible o imprescindible resulta para sus usuarios. El grado de interés que suscitan los videojuegos entre la Generación Interactiva provoca, sin ninguna duda, que se desplacen otras actividades cotidianas. La investigación realizada ahonda sobre esta cuestión e interroga por ámbitos de desplazamiento como la familia, los amigos, el estudio o la lectura, el deporte, la televisión, etc. siempre entre el grupo de 10 a 18 años, aquellos que más fácilmente podían entender el concepto y la pregunta.

Además, se plantearon a los menores diversas afirmaciones sobre los videojuegos y cómo estos pueden afectar a su conducta, con el fin de averiguar su grado de acuerdo o desacuerdo con ellas.

##### 4.6.1 Desplazamiento de actividades

La realidad es que las actividades desplazadas son muy dispersas y variadas. A la cabeza está el estudio: un 23% afirma que es el tiempo dedicado a las tareas escolares es el principal perjudicado por el uso de los videojuegos. El 19% de menores de 10-18 años reconoce que lee menos. Un 18% ha dejado de ver televisión, el 17% de pasar rato con su familia o el 16% ha visto afectada su actividad deportiva. Las actividades que sufren menos este efecto desplazamiento son hablar por teléfono o estar con los amigos.

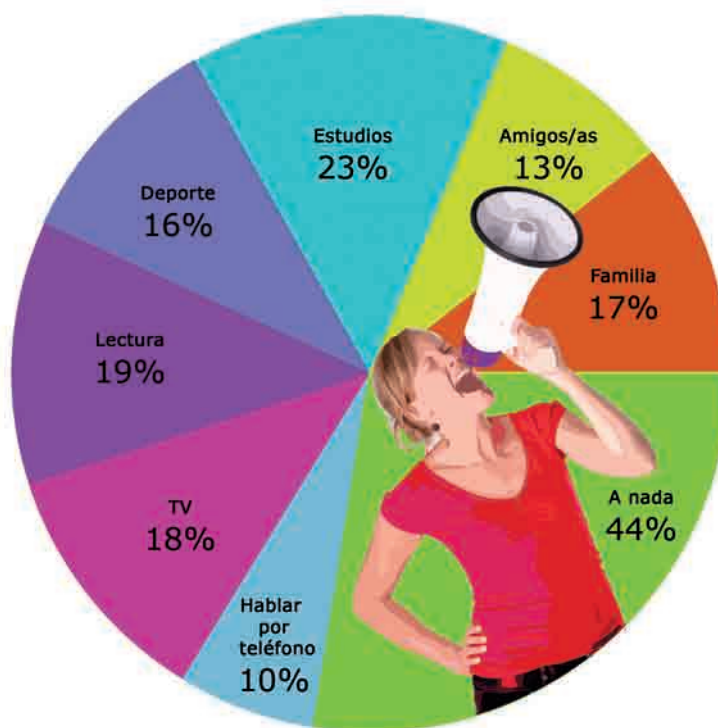


#### 4 / Videojuegos

384

Llama la atención, sin embargo, que la respuesta más importante sea “nada”: el 44% no es consciente de haber dejado de hacer ninguna actividad para dedicar tiempo a esta nueva pantalla. Esto obliga a reflexionar sobre el grado de familiaridad que han desarrollado respecto a los videojuegos, y en general todas las pantallas, que les lleva a no recordar haber sustituido su uso por otra cosa.

Gráfico 4.57. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos?”

De modo lógico con las respuestas previas, como heavy users de videojuegos, los chicos ven afectadas sus actividades en mayor medida que las chicas: el 55% de ellas declara no haber dejado de hacer nada por esta actividad, frente al 32% de chicos. Ellos, por su parte, ven afectado sobre todo el estudio (28%), seguido de la lectura (23%) y la televisión (22%). En todos los casos, los chicos declaran porcentajes mayores que ellas.



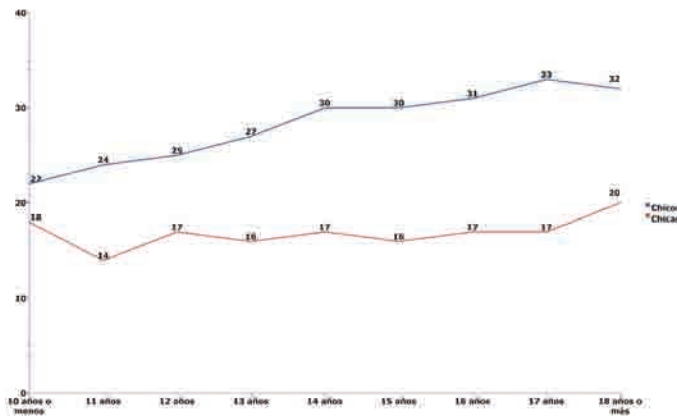
**Gráfico 4.58. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos?”

En el caso concreto del estudio, se puede apreciar como la distinción por sexo y edad permite vislumbrar que los chicos, conforme crecen, ven como el uso de los videojuegos afecta más a su tiempo de estudio: frente al 22% que lo declara a los 10 años, el 32% lo hace a los 18.

**Gráfico 4.59. Desplazamiento de estudio por el uso de videojuegos (por sexo y edad)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos?”

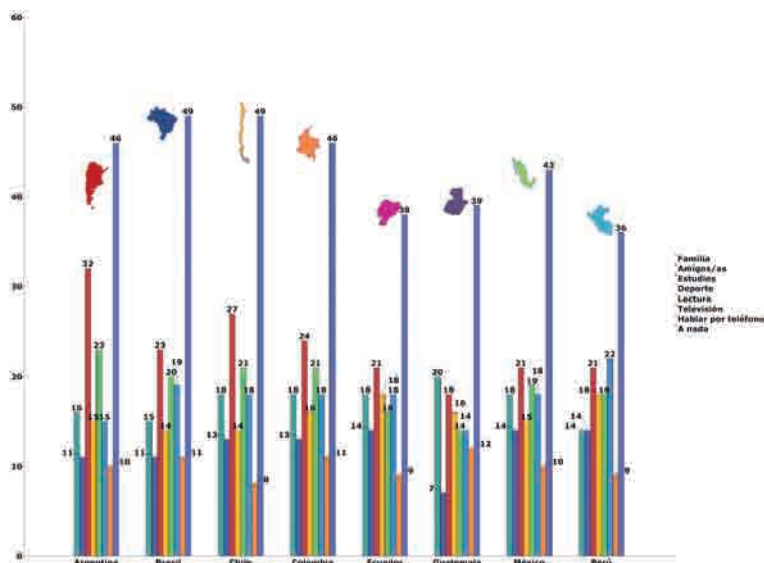


## 4 / Videojuegos

386

En todos los países los menores declaran masivamente no haber visto afectada ninguna actividad por el uso de los videojuegos. El estudio se ve afectado particularmente en el caso de los menores de Argentina (que por otra parte lideraba la tabla en porcentaje de usuarios de esta pantalla). Guatemala es donde en menor medida los menores declaran ver afectado su tiempo de trabajo escolar. La lectura también sufre las consecuencias del uso de los videojuegos en Argentina, Chile y Colombia, mientras que los menores de Guatemala y Ecuador se ven menos afectados en esta actividad. En Perú los adolescentes declaran haber dejado sobre todo de ver la televisión.

Gráfico 4.60. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta "¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos?"

El estudio y la lectura son, sin tener en cuenta edad, sexo y procedencia, las actividades más perjudicadas por el uso y la competencia que representan los videojuegos en el caso de los adolescentes de 10 a 18 años.

### 4.6.2. Riesgos y oportunidades

Los videojuegos exigen una capacidad de concentración de sus usuarios que, en algunos casos, puede hacerles perder el sentido de la realidad que les rodea. Esto les convierte en una herramienta de entretenimiento muy poderosa, una

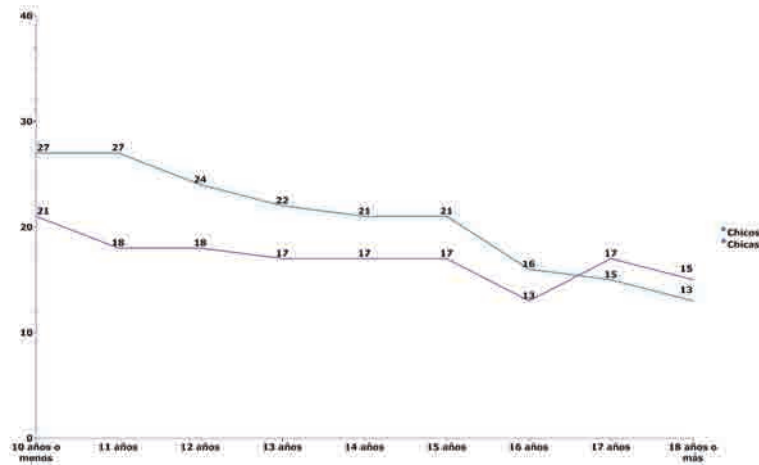


opción de ocio asequible en determinados contextos urbanos, pero también pone de manifiesto algunos riesgos que puede suponer un uso desmedido. Veamos cuál es el grado de acuerdo de los menores iberoamericanos, de 10 a 18 años, sobre algunas de estas cuestiones.

### Violencia

El 19% de los menores de los países encuestados reconoce que los videojuegos pueden volverle violento. Este porcentaje es mayor entre los chicos, 21%, que entre las chicas, 17%. Y son los chicos de 10 y 13 años quienes más perciben esta posibilidad. Tan solo las chicas más pequeñas, las que más usaban videojuegos, se salen de la tónica y citan esta posibilidad en el 20% de los casos. A partir de los 17 años son las chicas las que en mayor medida atribuyen a los videojuegos la capacidad de volver violentos a sus usuarios.

**Gráfico 4.61. “Sí, los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”

Los menores de Ecuador son los que más críticos se muestran sobre los videojuegos y su capacidad de influir en una posible conducta violenta: más de uno de cada cuatro así lo afirma. Le siguen los menores de Perú, con un 23% de acuerdo. Son los adolescentes de Brasil, con el 11%, los que en menor medida están de acuerdo con esta posibilidad.



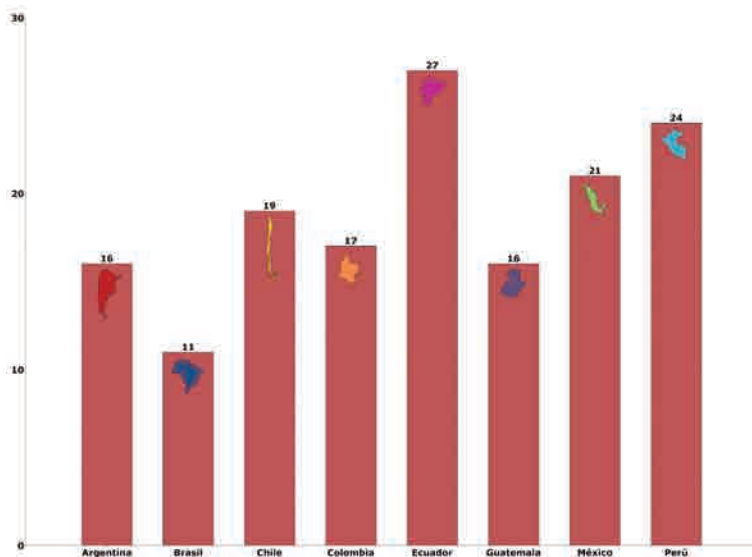


#### 4 / Videojuegos

388

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.62. “Sí, los videojuegos pueden volverme violento” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”

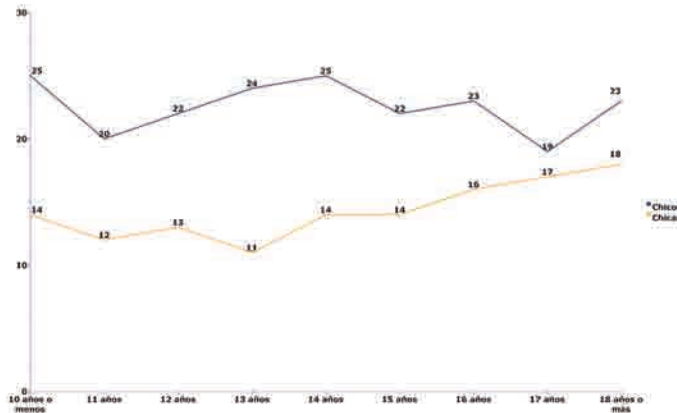
#### Adicción y dependencia

El riesgo de engancharse a los videojuegos es también un riesgo real para los menores iberoamericanos. El 19% lo destaca como algo con lo que está de acuerdo: “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar”. De nuevo son los chicos, principales usuarios de esta pantalla, los que elevan la media: el 23% se reconoce esta situación mientras que las chicas se quedan en el 14%.

Los chicos de 13 y 14 años, con el 25% de los casos, son los arrojan los valores más elevados, mientras que son las chicas a partir de los 17, con el 17%, las que más sobresalen de los valores medios a la hora de estar enganchadas a esta pantalla o identificar personas o amigos que lo están.



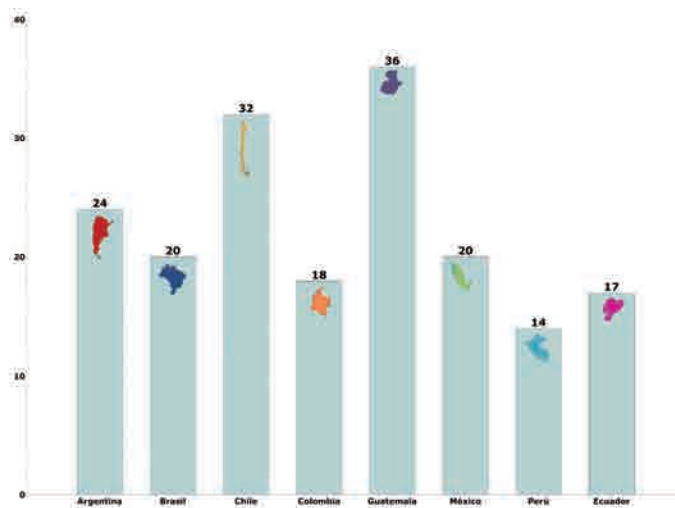
Gráfico 4.63. “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”

Los menores de Guatemala y Chile son los que en mayor medida muestran su acuerdo con esta frase y reconocen estar enganchado a algún juego o conocer a alguien que lo está. Esto sucede con mucha menos frecuencia entre los menores de Perú (14%), Ecuador y Colombia (17%). El resto de países se mueven en torno a los valores medios.

Gráfico 4.64. “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”



## 4 / Videojuegos

390

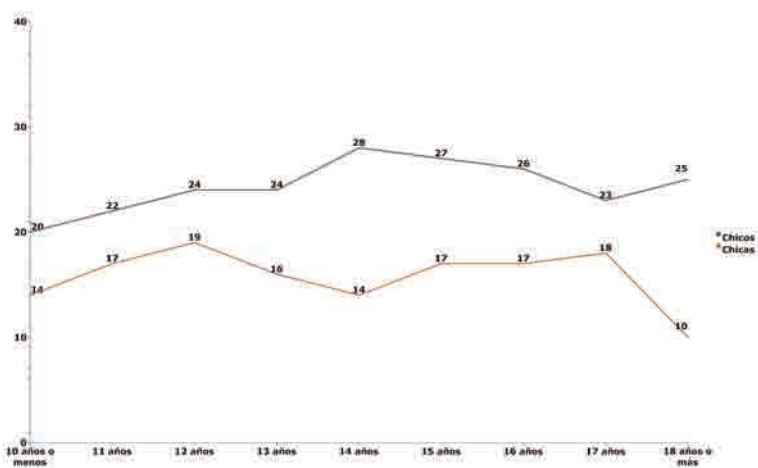
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### Acceso a un mundo virtual

Uno de los grandes atractivos de los videojuegos, también para los adultos, es la posibilidad que nos ofrecen de recrear el mundo que nos rodea, desafiar las leyes de la física, e incluso las convenciones sociales y culturales de la sociedad donde vivimos. Que “los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” es, por tanto, un gran atractivo para estos menores. El 21% manifiesta su acuerdo con esta frase. De nuevo más los chicos que las chicas, con casi 10 puntos de diferencia: 25% vs. 16%.

Este atractivo se enfatiza entre los chicos al final de la adolescencia: a partir de los 14 años el 27% lo piensa. Entre las chicas, es a los 12 cuando lo piensan en mayor medida, 20%, aunque su interés por esta posibilidad decae claramente conforme avanza la edad: tan solo el 10% de chicas de 18 años lo ve como algo positivo.

**Gráfico 4.65. “Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

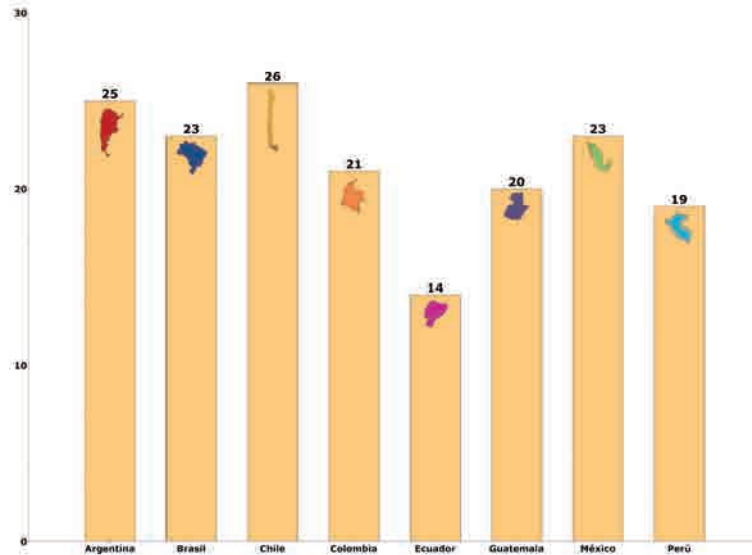


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”

Los menores de Chile, con el 26%, son los que lideran la apreciación de esta capacidad de los videojuegos de simular y crear realidades paralelas o alternativas. Los adolescentes de Argentina y Brasil también lo aprecian sobre la media. Por el contrario, los menores ecuatorianos parecen menos sensibles a esta posibilidad y tan solo el 14% está de acuerdo con ella. El resto de países se mueven en valores medios.



Gráfico 4.66. “Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”

### Compañía en el juego

Ya se ha mencionado antes que la posibilidad de videojugar con otros es altamente valorada por los menores: un 37% dice que es mucho más divertido jugar con otros que solo. Sin embargo esta posibilidad parece especialmente apreciada por los chicos: en su caso el acuerdo existe entre cuatro de cada diez (39%).

A partir de los 13 años los chicos valoran especialmente el aspecto social de los videojuegos que alcanza su valor más alto a los 16 años, con el 50% de las adhesiones a esta afirmación. Entre las chicas esto es relevante sobre todo a los 13 y los 15 años y luego pasa a serlo en valores medios: aproximadamente una de cada tres chicas manifiesta su apoyo a esta frase.

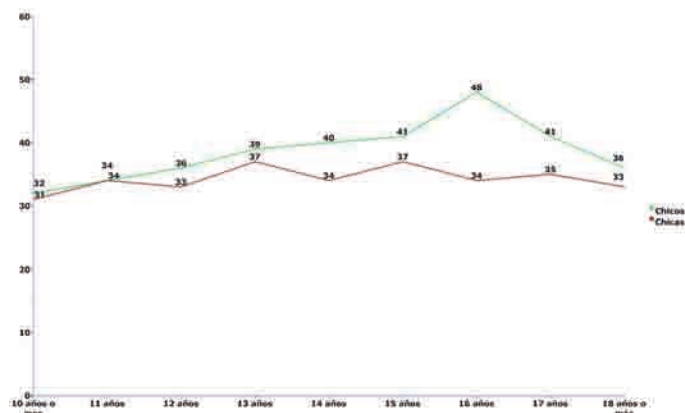


#### 4 / Videojuegos

392

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.67. “Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

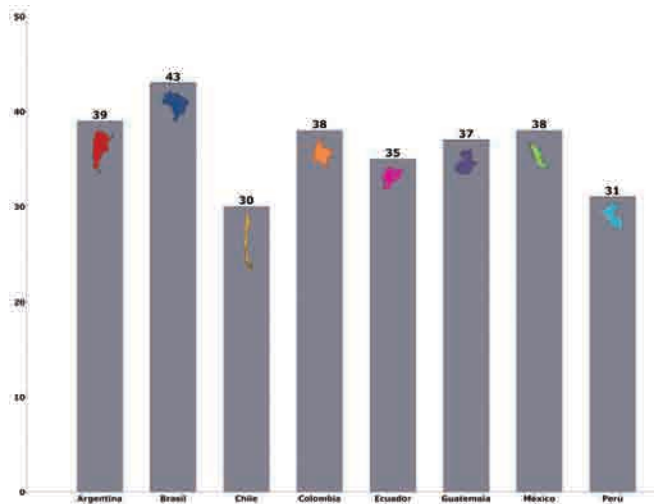


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”

Los menores de Brasil son los que en mayor medida aprecian esta posibilidad de juego social: el 43% está de acuerdo con ella. Le siguen los adolescentes de Argentina, Colombia y México, todos ellos grandes usuarios de videojuegos.

Son los menores de Chile y Perú los que parecen no valorar tanto la posibilidad de juego con otros: en este caso la media baja al 30%. El resto de países se mueve en valores similares a la media.

Gráfico 4.68. “Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases?”



Se puede apreciar que los menores muestran cierto espíritu crítico sobre los riesgos y las oportunidades que los videojuegos representan, con algunos matices en función de la edad y el sexo, así como del país de procedencia.

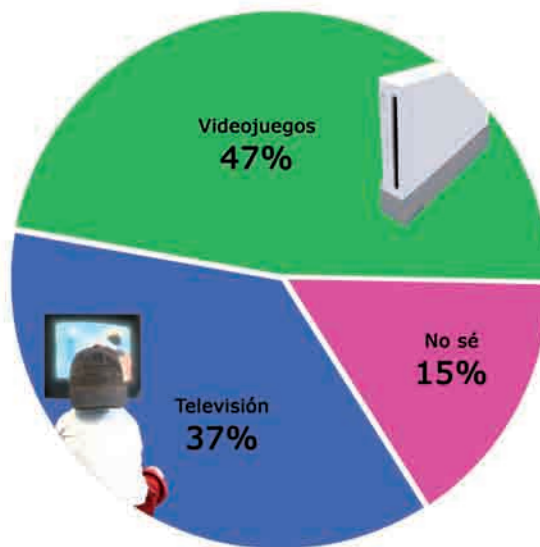
#### 4.6.3. Competencia entre pantallas: preferencias

La afinidad de los menores, especialmente los chicos, por los videojuegos marca algunas tendencias peculiares en el caso de las preferencias entre pantallas.

#### Videojuegos vs. televisión

En la competición entre videojuegos y televisión, en el caso de los menores de 6 a 9 años, los primeros ganan claramente, con diez puntos de diferencia. También es interesante reseñar el 16% de pequeños dubitativos sobre una u otra pantalla.

Gráfico 4.69. Videojuegos vs. televisión (6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"

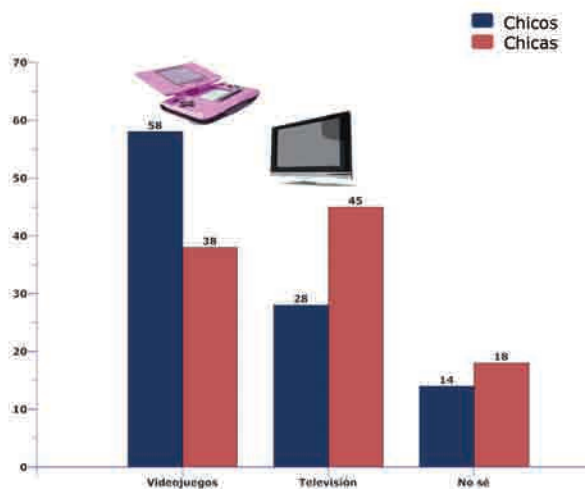
Entre estos pequeños de 6 a 9 años el sexo también marca la preferencia: los chicos prefieren claramente los videojuegos frente a la televisión, mientras que las chicas optan al contrario: la televisión frente a los videojuegos.



#### 4 / Videojuegos

394

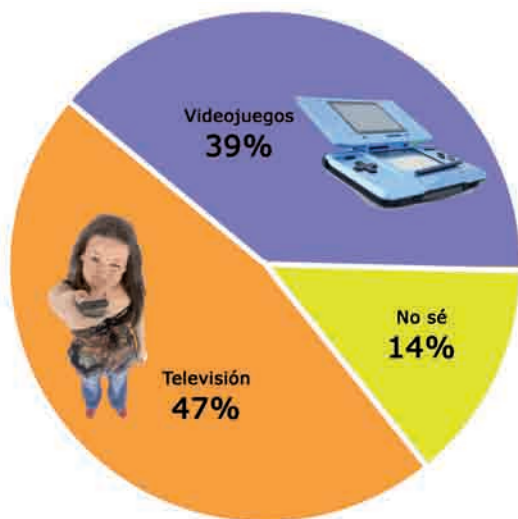
Gráfico 4.70. Videojuegos vs. televisión, (por sexo, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

En el caso de los mayores, 10 a 18 años, la televisión gana a los videojuegos en afinidad, por casi diez puntos de diferencia. La duda es también menor que entre los más pequeños.

Gráfico 4.71. Videojuegos vs. televisión (10 a 18 años)



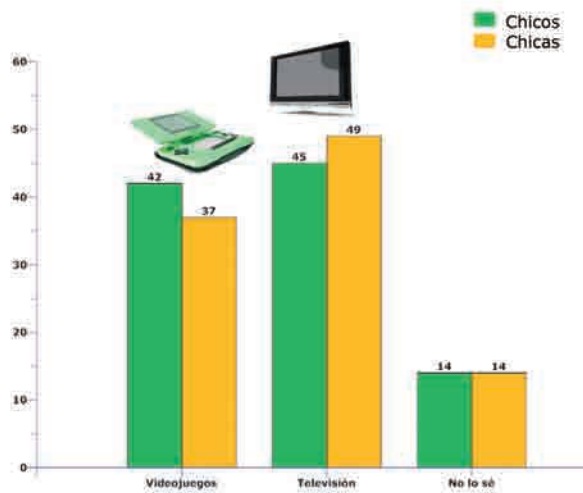
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”



En este caso, la televisión gana tanto entre chicos como entre chicas la batalla de la preferencia, aunque entre ellas con una mayor claridad y diferencia que los chicos.

395

Gráfico 4.72. Videojuegos vs. televisión, (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"

Entre los pequeños, de 6 a 9 años, Argentina y Guatemala son los únicos países donde la televisión vence a los videojuegos, en ambos casos con claridad. En el resto de países, de modo más marcado en Brasil, Chile y México, los juegos digitales baten a la televisión en preferencias infantiles.



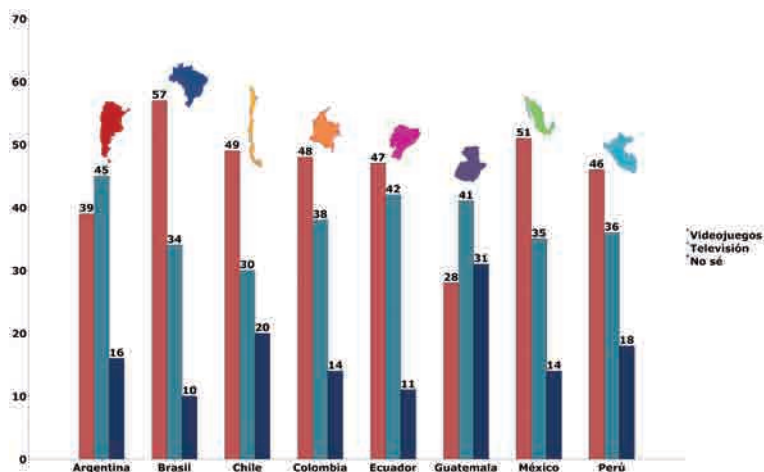


#### 4 / Videojuegos

396

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

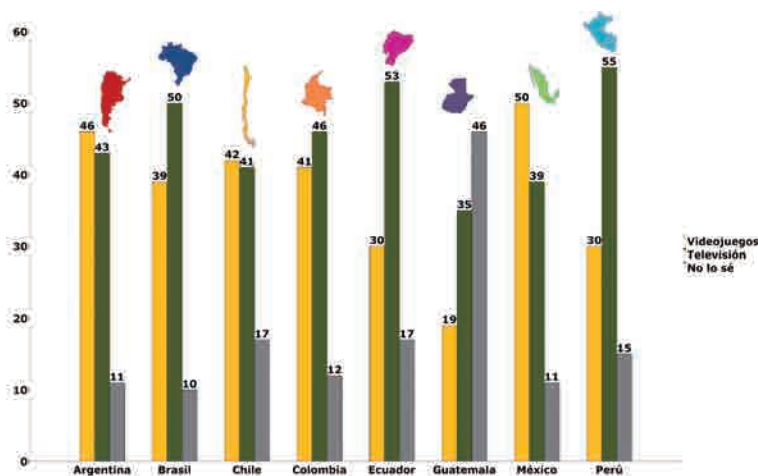
Gráfico 4.73. Videojuegos vs. televisión, (por país, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

Entre los adolescentes, tan solo en México y Argentina los videojuegos ganan a la televisión, y en Guatemala gana la duda frente a las dos pantallas. En el resto de países, especialmente en Ecuador y Perú, la televisión, la pantalla tradicional, gana la preferencia de los menores de 10 a 18 años frente a los videojuegos.

Gráfico 4.74. Videojuegos vs. televisión (por país, de 10 a 18 años)



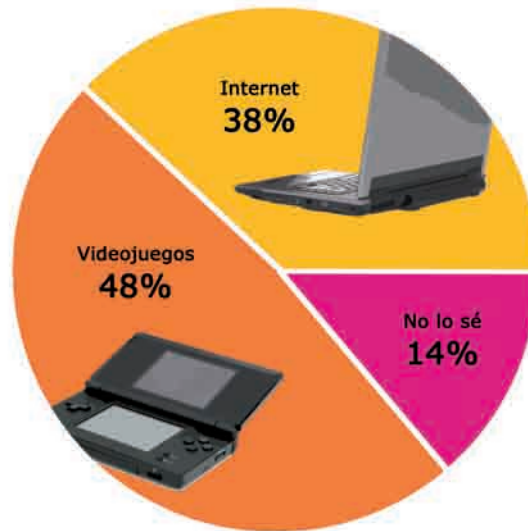
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”



### Videojuegos vs. Internet

Entre los mayores, de 10 a 18 años, los videojuegos superan en preferencia a la Internet con diez puntos de diferencia.

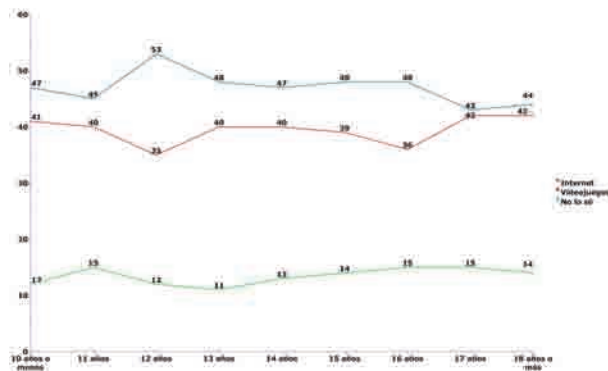
Gráfico 4.75. Videojuegos vs. Internet (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

En el caso de los chicos, Internet gana en preferencia en todas las edades salvo a los 17 y 18 años, cuando empata con videojuegos como pantalla favorita.

Gráfico 4.76. Videojuegos vs. Internet (chicos, por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”



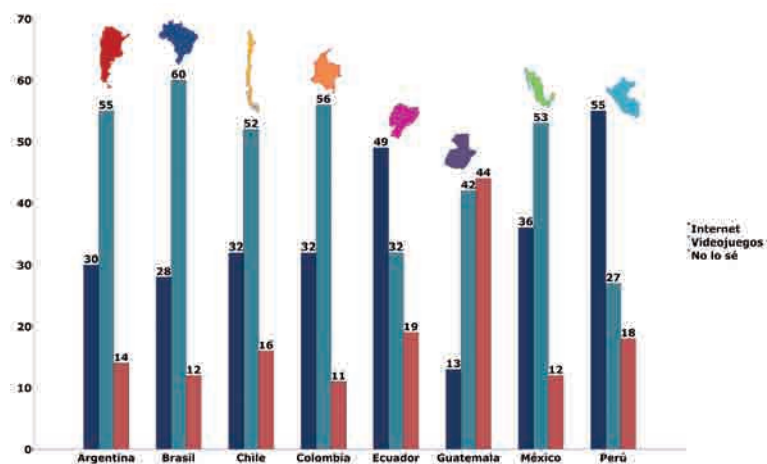
## 4 / Videojuegos

398

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Los videojuegos son la pantalla favorita de los adolescentes en todos los países salvo en Ecuador y Perú, donde gana Internet, y en Guatemala donde de nuevo gana la duda por las dos pantallas. Las diferencias más marcadas a favor de los videojuegos se dan entre los menores de Brasil y Argentina.

Gráfico 4.77. Videojuegos vs. Internet (por país, de 10 a 18 años)



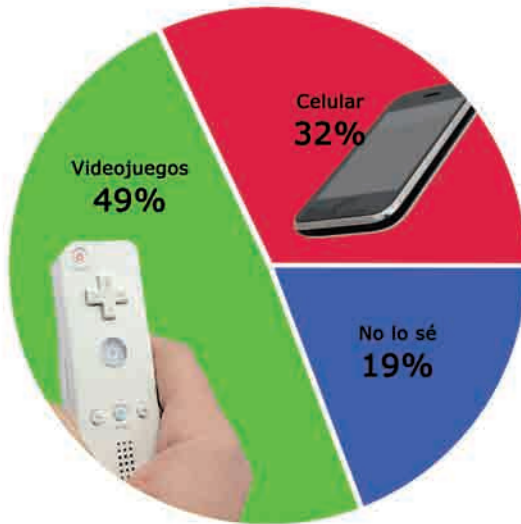
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

### Videojuegos vs. Celular

El celular es una pantalla que también puede presentar competencia a los videojuegos. En el caso de los más pequeños, de 6 a 9 años, sin embargo, parece no ser un rival: el 49% prefiere los videojuegos frente al 32% que opta por el celular. La importancia del aspecto lúdico en estas edades puede tener algo que ver en las respuestas.



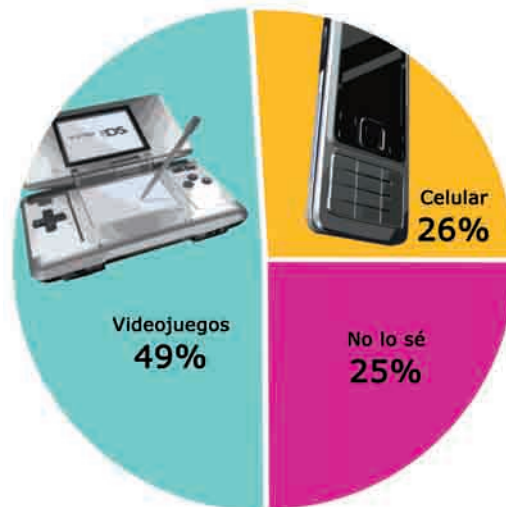
Gráfico 4.78. Videojuegos vs. Celular (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"

También entre los adolescentes los videojuegos destacan sobre el celular como opción favorita: 49% vs. 26%. Sin embargo, uno de cada cuatro adolescente no sabría con qué pantalla quedarse.

Gráfico 4.79. Videojuegos vs. celular (10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"



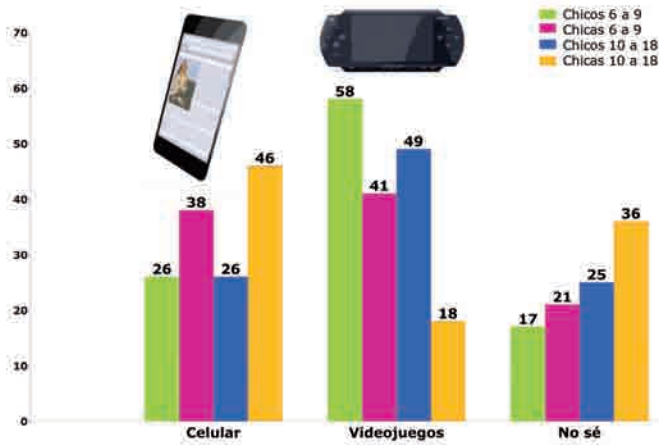
## 4 / Videojuegos

400

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Es interesante ver la diferencia por tramo de edad y sexo: son las chicas de 10 a 18 años, más interesadas por las cuestiones de socialización y relación, quienes optan masivamente por el celular frente a los videojuegos. En el caso de las más pequeñas, los videojuegos están amenazados por la preferencia por el celular. Sin embargo, entre los chicos el celular es claramente la segunda opción.

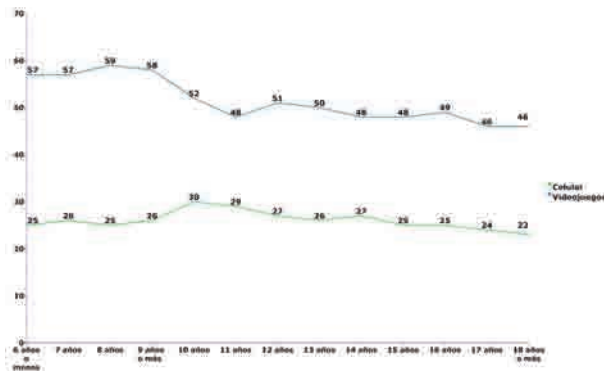
**Gráfico 4.80. Videojuegos vs. celular (por sexo y tramo de edad)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"

En el caso de los chicos, se puede apreciar en el análisis por edad que esta preferencia es clara y se mantiene a lo largo de toda la franja etaria, aunque un tanto moderada a partir de los 11 años.

**Gráfico 4.81. Videojuegos vs. celular (chicos, por edad, de 10 a 18 años)**

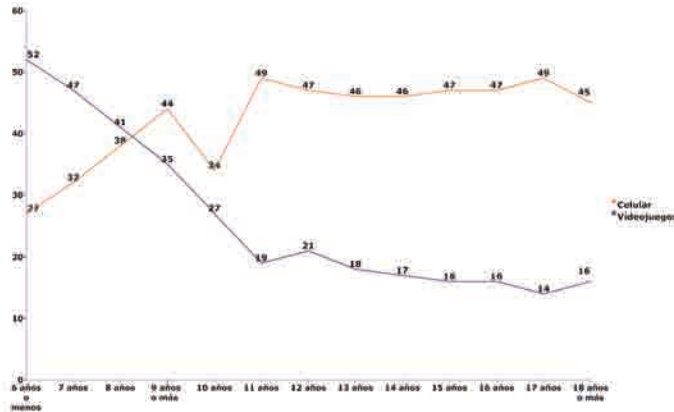


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"



Sin embargo, entre las chicas los videojuegos son la pantalla favorita hasta los 8 años, cuando más juegan, y a partir de esa edad, la preferencia por el celular sube hasta rozar el 50%.

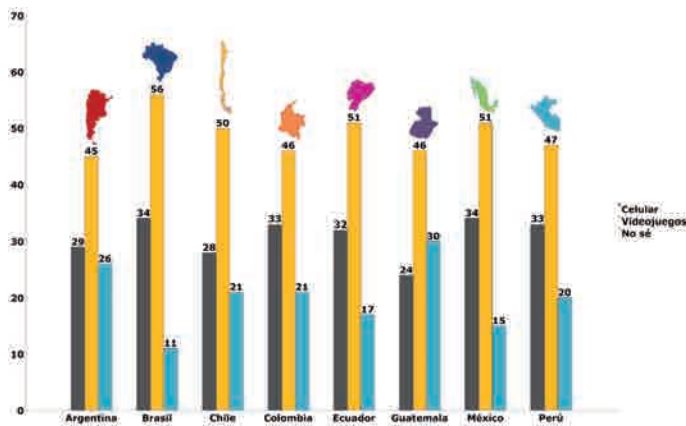
**Gráfico 4.82. Videojuegos vs. celular (chicas, por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

Entre los más pequeños, la preferencia por los videojuegos es clara en todos los países, especialmente en Brasil y Chile. En Colombia, Argentina y Guatemala, los niños y niñas de 6 a 9 años parecen más moderados en su decisión.

**Gráfico 4.83. Videojuegos vs. celular, (por país, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”



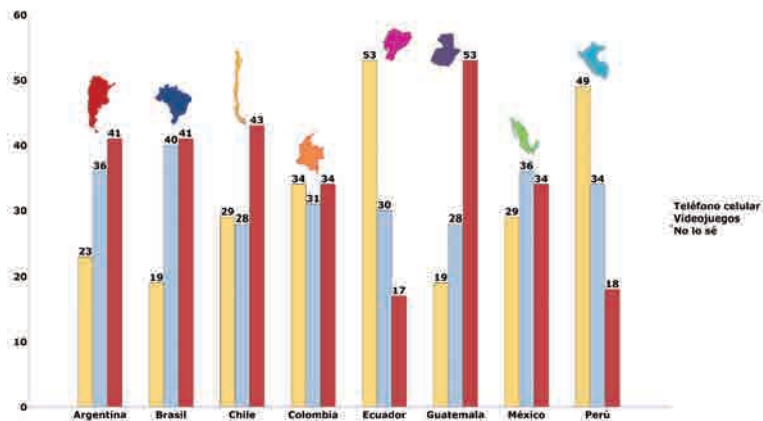
## 4 / Videojuegos

402

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Entre el grupo de 10 a 18 años, el celular gana a los videojuegos en Ecuador y en Perú, con claridad y en Colombia en menor medida. De nuevo en Guatemala los menores optan por la indecisión, que también es la respuesta mayoritaria en Argentina, Brasil y Chile. Por su parte, los adolescentes en México apuestan por los videojuegos como pantalla favorita.

Gráfico 4.84. Videojuegos vs. celular (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

### Preferencias entre consolas

Ya se ha podido apreciar que los videojuegos guardan una especial relación con los más pequeños, niños y niñas, y con los chicos.

Los dispositivos para jugar son múltiples, y existen en el mercado numerosas marcas que ofrecen el suyo propio. Como ya se ha comentado, la elección de una u otra determinará el tipo de juego, más personal o más social y también en muchos casos el juego en concreto, ya que cada oferta viene acompañada de un catálogo más o menos exclusivo.

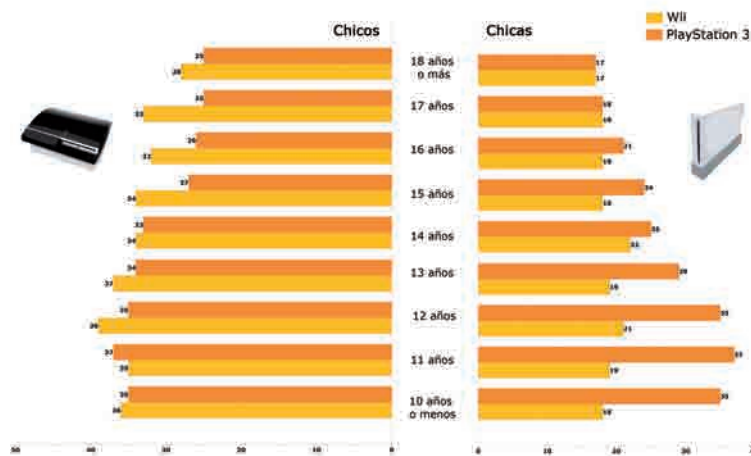
Conocer la preferencia entre las consolas que existen en el mercado también ha parecido relevante para profundizar en cómo es esta Generación Interactiva. En este caso solo se ha preguntado a los mayores, 10-18 años, y con dos parejas de consolas: una de salón y otra portátil. Las cuatro opciones aunque no siempre coinciden con las más utilizadas por los menores, Play Station 2 y Play Station 3 en el caso de las fijas, y Nintendo DS y GameBoy en el caso de las portátiles, sí tienen el valor simbólico de identificar experiencias de juego diferentes. Como se está pidiendo preferencia, además, no es preciso que guarde relación con la posesión y ni siquiera con el uso.



La Play Station tiene una gran trayectoria y tradición en el mercado de las consolas, y ha marcado una etapa clave en el desarrollo de los videojuegos. Parece ir más dirigida a un jugador muy profesional, que valora la calidad de la imagen y por tanto la experiencia del propio juego, y que está dispuesto a pagar el doble por esta consola que por otras. La Wii, producto de Nintendo, apareció en el mercado en las navidades de 2006 y fue una auténtica revolución. Ahora mismo lidera las ventas de consolas por encima de la Play Station 3 y la Xbox en los mercados occidentales. Apunta a un público que busca una experiencia de juego más social y familiar, involucrando a toda la familia, y dando gran importancia a la participación en la experiencia.

En la preferencia de los menores iberoamericanos juega un papel importante la variable sexo y, en menor medida, también la edad. Los chicos prefieren más, y a todas las edades, la Wii (35% vs 31%), aunque entre los 10 y los 13 años la distancia respecto a la Play es mínima. Entre las chicas la PlayStation 3 gana a la consola de Nintendo (27% vs. 19%) con más claridad, aunque es a partir de los 16 años cuando pierde adeptos a favor de la Wii.

**Gráfico 4.85. Nintendo Wii vs. PlayStation 3 (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?"

En el caso de la pareja de consolas portátiles, la preferencia por la Nintendo DS es clara tanto entre chicos como entre chicas. Son, de nuevo, los pequeños los que más optan por la consola portátil de Sony.



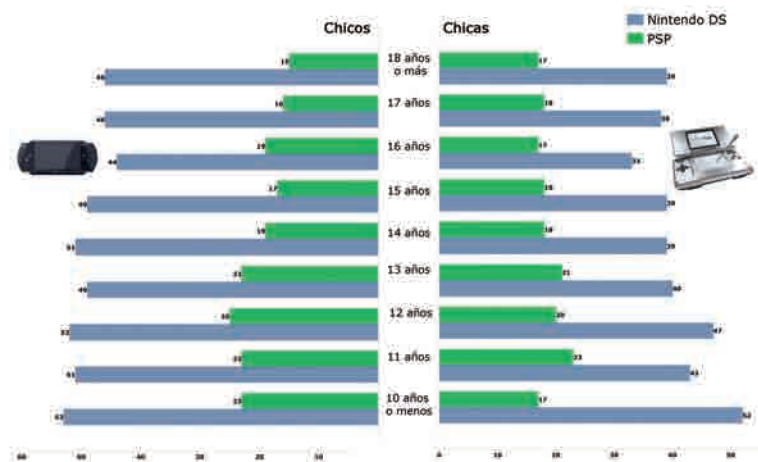


## 4 / Videojuegos

404

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.86. PSP vs. Nintendo DS (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuesta a las preguntas “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?”

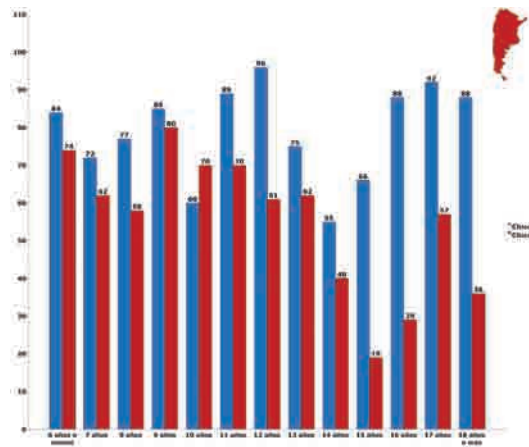
Es interesante ver como en un mercado que todavía tiene un potencial de crecimiento importante, como es el de los videojuegos en Iberoamérica, las preferencias no necesariamente acompañan al uso.



## 4.7. RESUMEN GENERAL POR PAÍSES

### 4.7.1. Argentina

Gráfico 4.87. Argentina: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

Tabla 4.3. Argentina: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	48%	31%	44%	31%
PlayStation 3	11%	9%	11%	13%
XBox 360	4%	2%	3%	1%
Wii	18%	10%	11%	4%
PSP	8%	2%	5%	1%
Nintendo DS	7%	4%	4%	3%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	10%	4%	11%	8%
Ninguna de las anteriores	20%	28%	41%	56%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



## 4 / Videojuegos

406

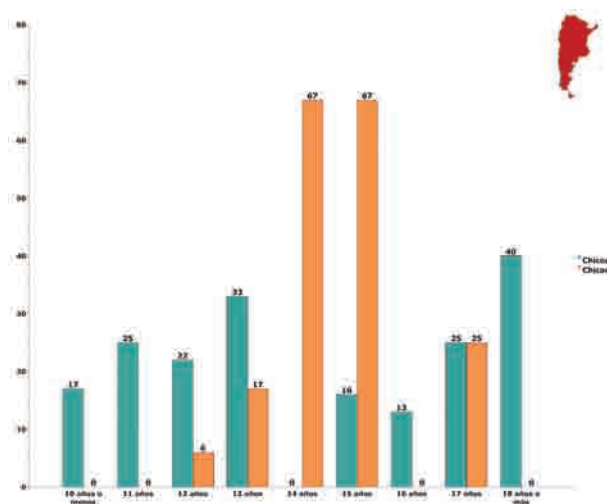
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Tabla 4.4. Argentina: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	57%	43%	70%	62%
Mamá	17%	13%	3%	5%
Papá	26%	14%	9%	6%
Con mis hermanos y/o hermanas	35%	36%	31%	32%
Con los amigos y/o amigas	44%	39%	62%	48%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

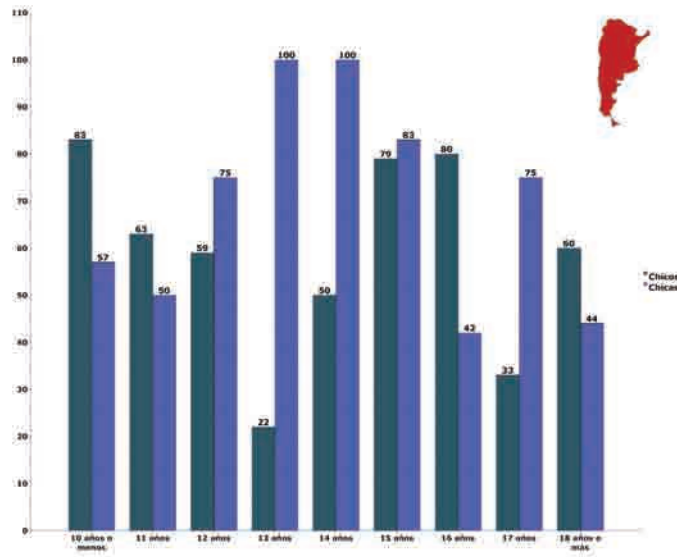
Gráfico 4.88. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por culpa de los videojuegos?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



**Gráfico 4.89. Argentina: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Tabla 4.5. Argentina: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	83%	86%	17%	14%	0%	0%
11 años	67%	57%	25%	29%	8%	14%
12 años	67%	31%	26%	50%	7%	19%
13 años	44%	67%	33%	33%	22%	0%
14 años	100%	33%	0%	0%	0%	67%
15 años	68%	83%	32%	17%	0%	0%
16 años	80%	58%	13%	33%	7%	8%
17 años	67%	75%	33%	25%	0%	0%
18 años o más	87%	56%	13%	33%	0%	11%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

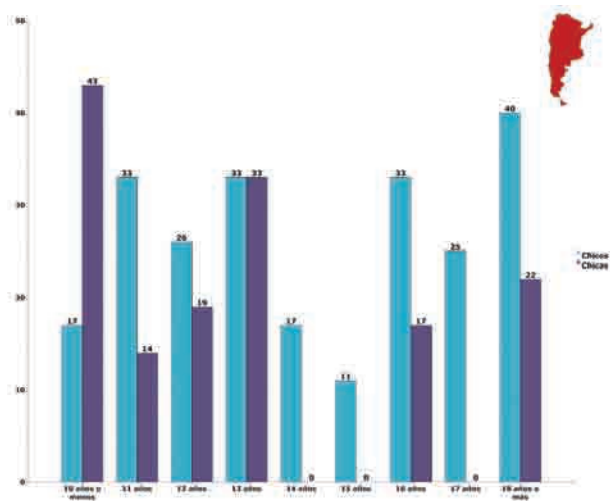


#### 4 / Videojuegos

408

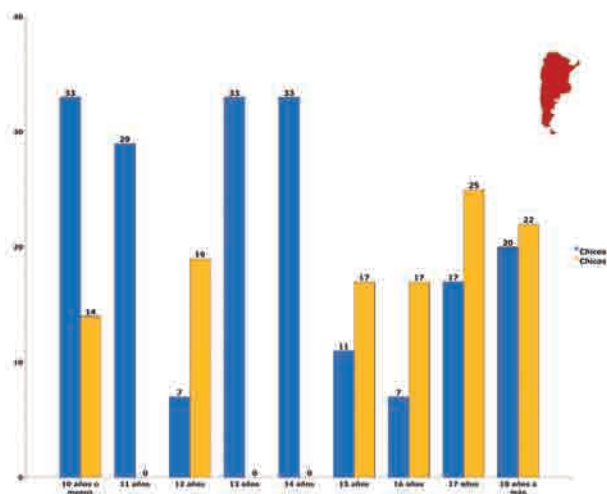
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.90. Argentina: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

Gráfico 4.91. Argentina: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



## 4.7.2. Brasil

409

Gráfico 4.92. Brasil: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

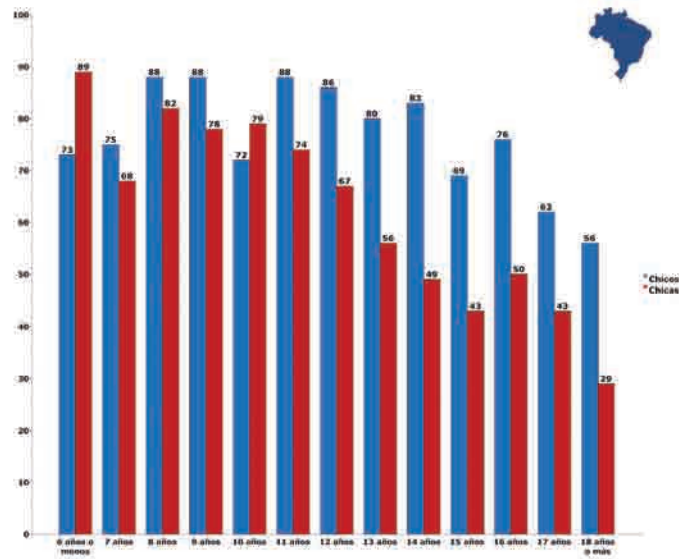


Tabla 4.6. Brasil: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	46%	23%	49%	32%
PlayStation 3	13%	13%	20%	11%
XBox 360	13%	5%	11%	6%
Wii	15%	14%	24%	14%
PSP	12%	10%	15%	7%
Nintendo DS	15%	15%	18%	10%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	9%	6%	18%	10%
Ninguna de las anteriores	11%	27%	30%	47%



## 4 / Videojuegos

410

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Tabla 4.7. Brasil: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	52%	52%	65%	63%
Mamá	13%	15%	6%	7%
Papá	21%	13%	13%	10%
Con mis hermanos y/o hermanas	34%	35%	35%	38%
Con los amigos y/o amigas	26%	27%	62%	44%

Gráfico 4.93. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

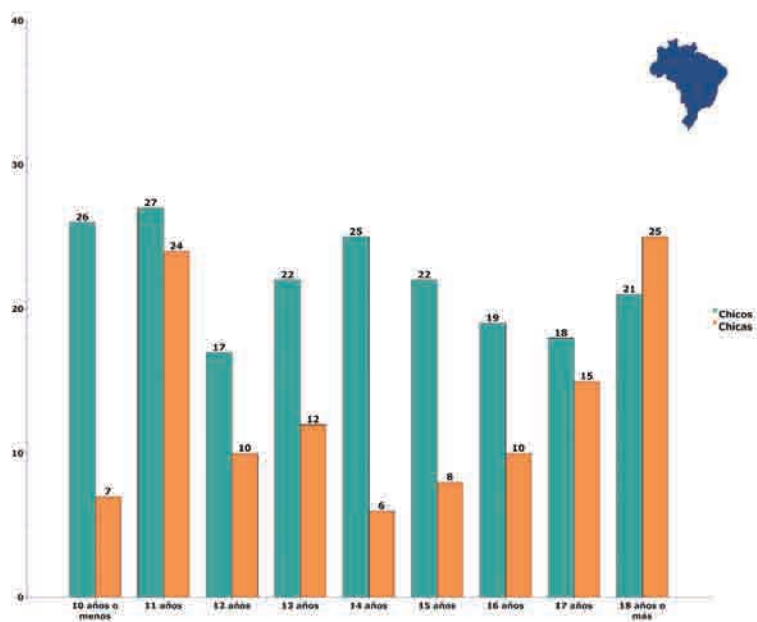




Gráfico 4.94. Brasil: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

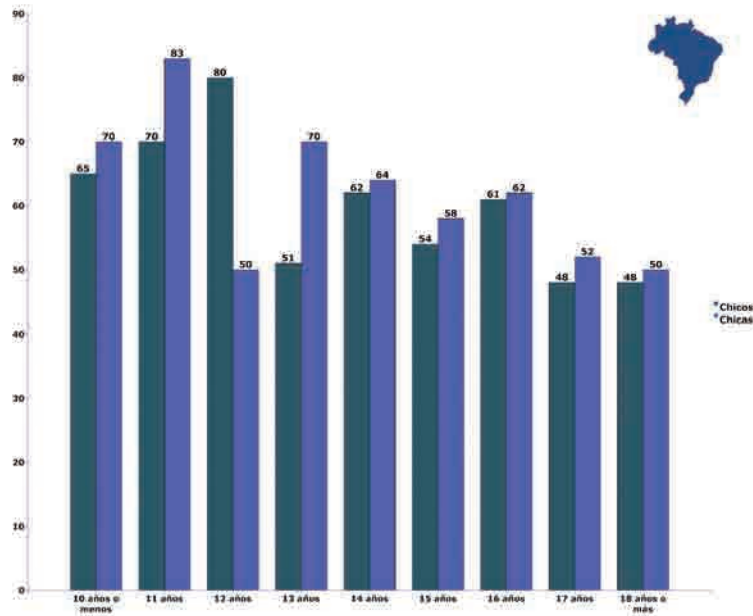


Tabla 4.8. Brasil: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	48%	56%	39%	30%	13%	15%
11 años	67%	69%	23%	28%	10%	3%
12 años	80%	40%	20%	53%	0%	7%
13 años	59%	61%	24%	24%	16%	15%
14 años	76%	72%	13%	17%	11%	8%
15 años	73%	73%	22%	19%	5%	8%
16 años	68%	74%	26%	22%	5%	4%
17 años	65%	63%	23%	19%	13%	19%
18 años o más	67%	50%	27%	38%	6%	13%





#### 4 / Videojuegos

412

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.95. Brasil: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

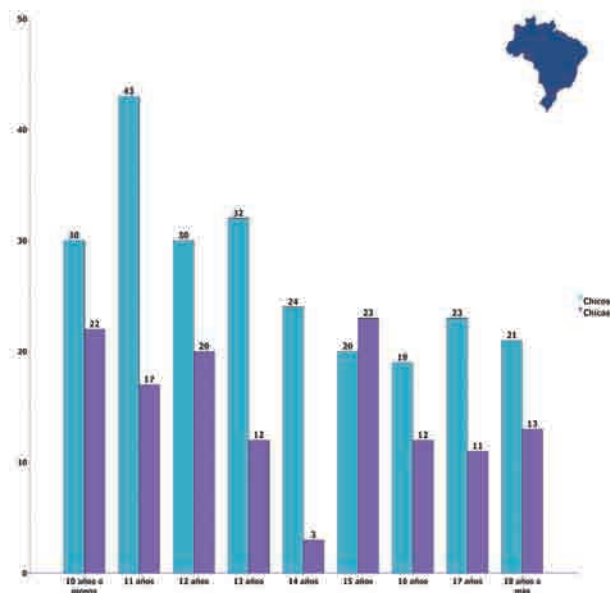
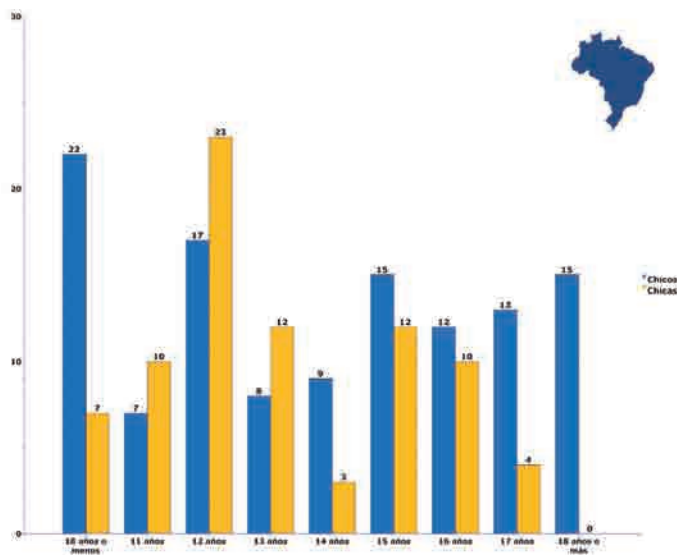


Gráfico 4.96. Brasil: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4.7.3. Chile

413

Gráfico 4.97. Chile: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

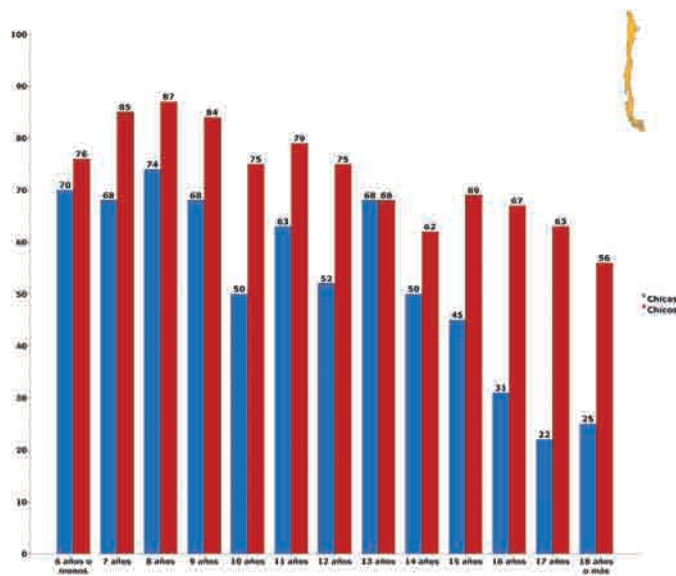


Tabla 4.9. Chile: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	48%	30%	58%	41%
PlayStation 3	14%	12%	9%	2%
XBox 360	8%	5%	8%	2%
Wii	15%	14%	15%	13%
PSP	8%	5%	6%	2%
Nintendo DS	11%	9%	9%	8%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	9%	8%	18%	7%
Ninguna de las anteriores	16%	16%	30%	50%



#### 4 / Videojuegos

414

Tabla 4.10. Chile: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	40%	32%	66%	47%
Mamá	16%	15%	8%	17%
Papá	16%	11%	10%	10%
Con mis hermanos y/o hermanas	28%	25%	41%	50%
Con los amigos y/o amigas	32%	26%	57%	50%

Gráfico 4.98. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

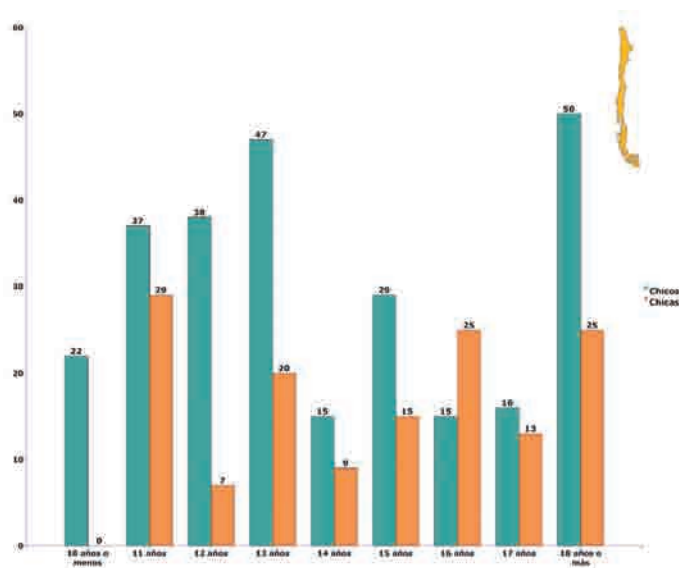




Gráfico 4.99. Chile: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

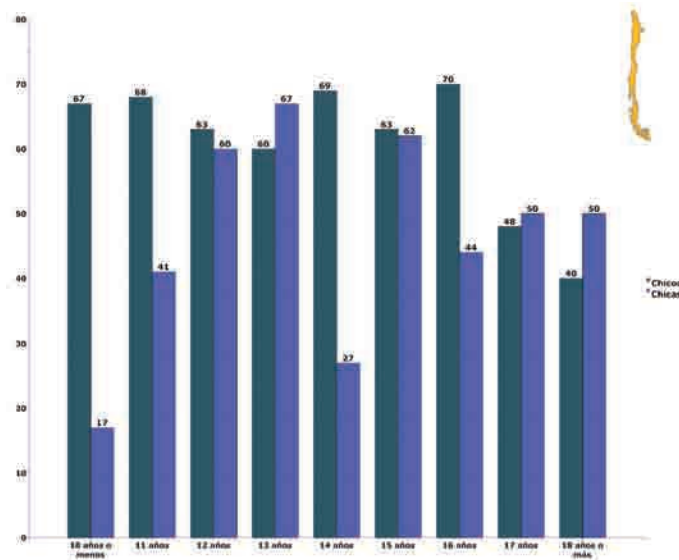


Tabla 4.11. Chile: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	89%	33%	11%	33%	0%	33%
11 años	74%	24%	21%	47%	5%	29%
12 años	54%	20%	42%	60%	4%	20%
13 años	67%	60%	33%	40%	0%	0%
14 años	62%	55%	38%	36%	0%	9%
15 años	75%	62%	17%	38%	8%	0%
16 años	64%	38%	33%	38%	3%	25%
17 años	84%	63%	12%	25%	4%	13%
18 años o más	70%	100%	30%	0%	0%	0%



#### 4 / Videojuegos

416

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.100. Chile: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

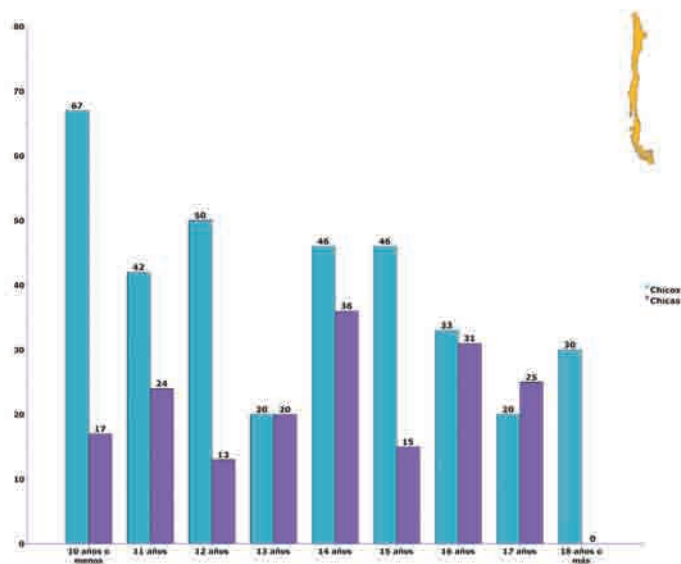
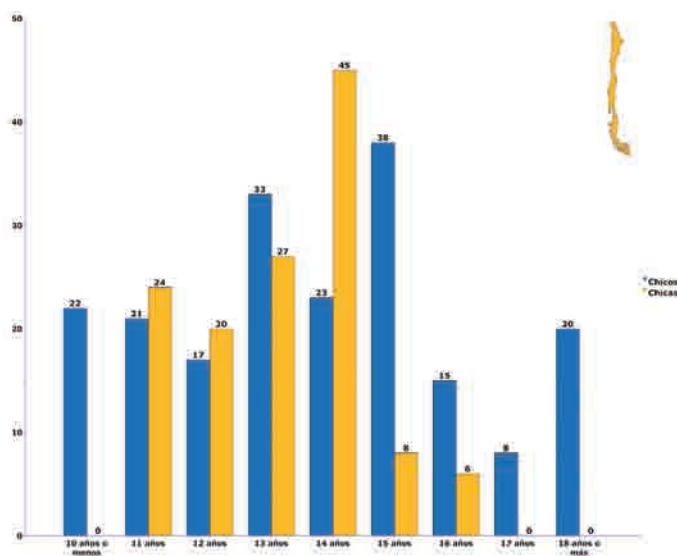


Gráfico 4.101. Chile: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4.7.4. Colombia

417

Gráfico 4.102. Colombia: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

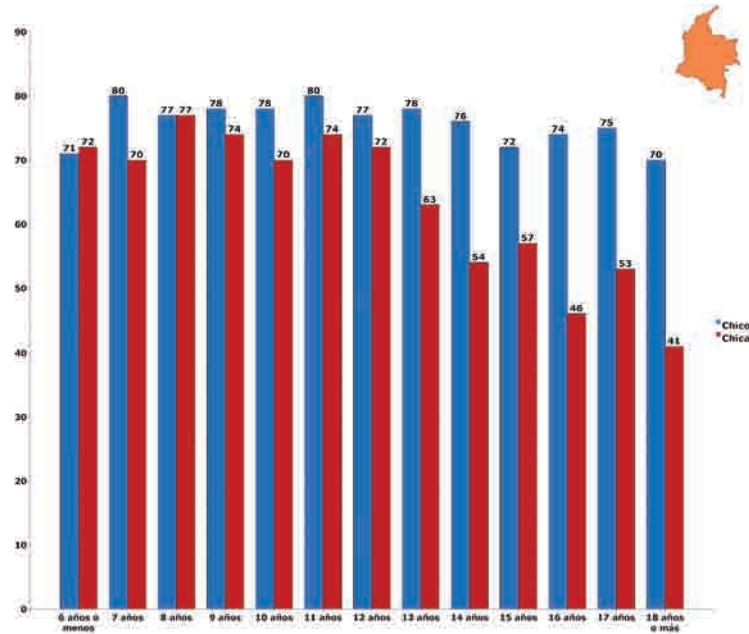


Tabla 4.12. Colombia: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	19%	13%	32%	19%
PlayStation 3	7%	5%	15%	8%
XBox 360	16%	12%	30%	17%
Wii	20%	23%	23%	26%
PSP	12%	7%	19%	8%
Nintendo DS	17%	21%	19%	21%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	8%	7%	23%	14%
Ninguna de las anteriores	20%	24%	30%	42%



#### 4 / Videojuegos

418

Tabla 4.13. Colombia: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	33%	35%	61%	58%
Mamá	16%	21%	8%	14%
Papá	14%	18%	11%	12%
Con mis hermanos y/o hermanas	33%	32%	38%	45%
Con los amigos y/o amigas	29%	32%	59%	49%

Gráfico 4.103. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

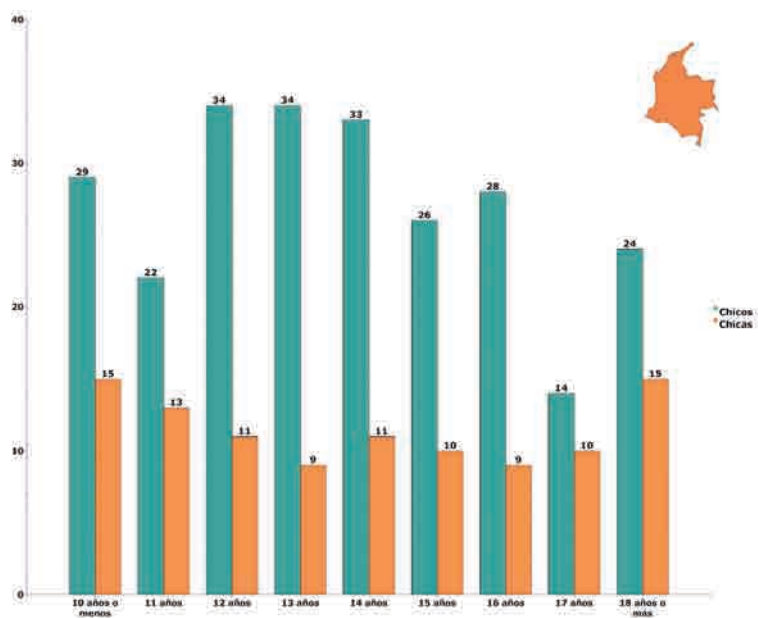




Gráfico 4.104. Colombia: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

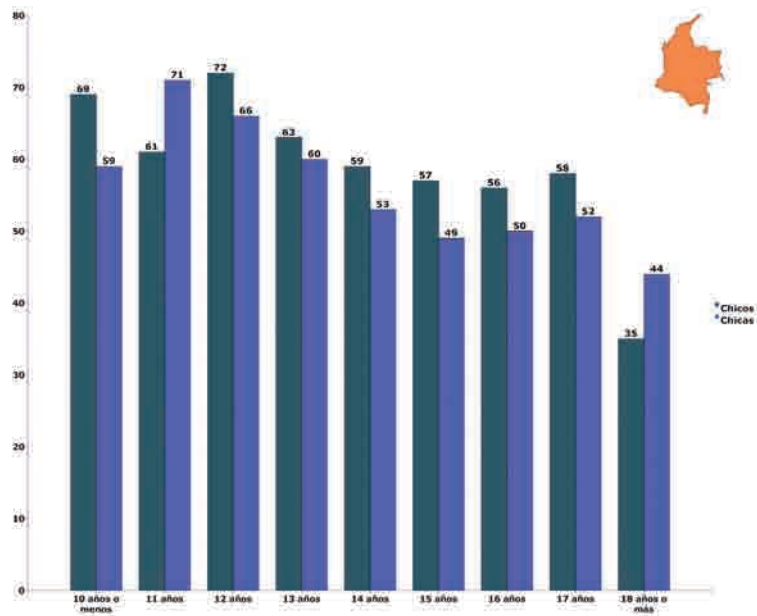


Tabla 4.14. Colombia: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	63%	51%	29%	29%	7%	19%
11 años	67%	64%	29%	28%	4%	7%
12 años	64%	64%	27%	26%	8%	10%
13 años	57%	66%	33%	23%	9%	11%
14 años	67%	66%	27%	25%	5%	7%
15 años	66%	76%	27%	17%	8%	6%
16 años	74%	74%	23%	19%	3%	7%
17 años	74%	75%	21%	18%	4%	6%
18 años o más	74%	68%	14%	15%	12%	12%





#### 4 / Videojuegos

420

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.105. Colombia: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

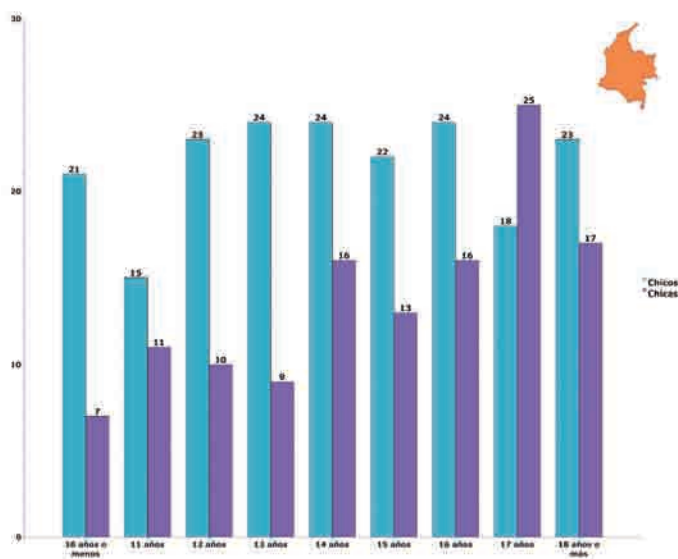
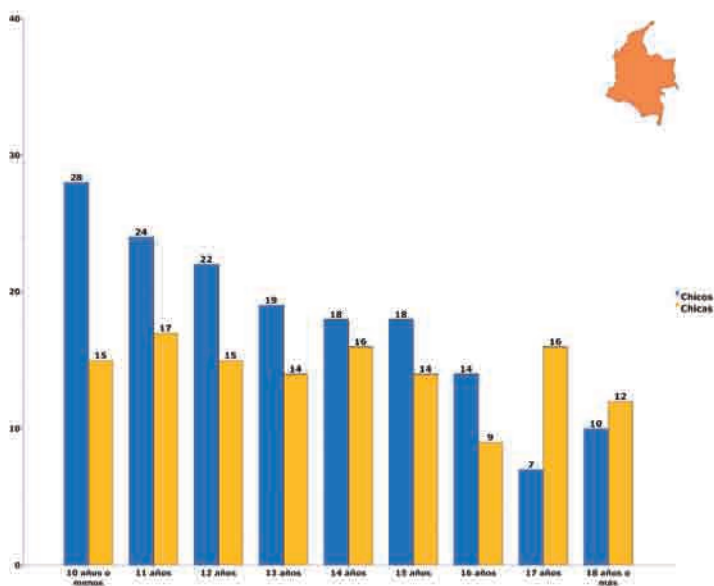


Gráfico 4.106. Colombia: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4.7.5. Ecuador

421

Gráfico 4.107. Ecuador: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

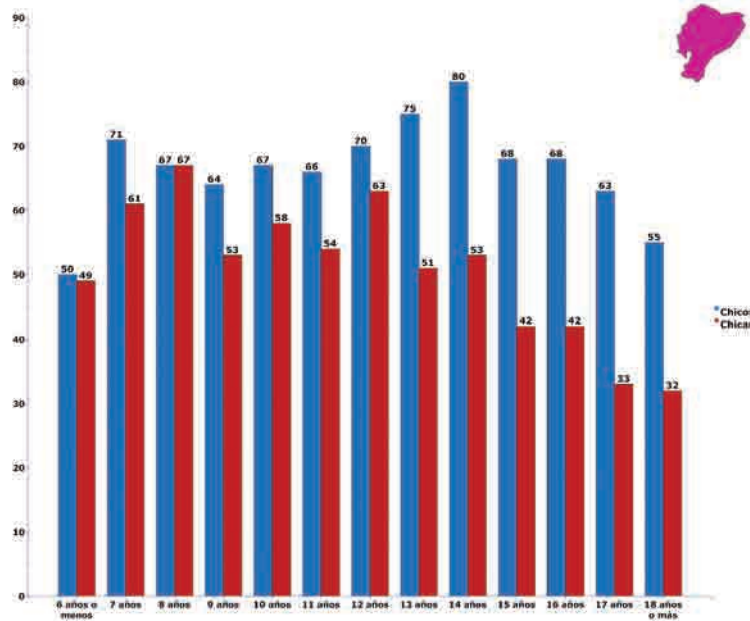


Tabla 4.15. Ecuador: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	24%	16%	45%	26%
PlayStation 3	11%	8%	19%	9%
XBox 360	3%	2%	11%	4%
Wii	7%	4%	13%	11%
PSP	4%	2%	11%	6%
Nintendo DS	6%	7%	12%	10%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	6%	6%	17%	11%
Ninguna de las anteriores	20%	24%	32%	53%



#### 4 / Videojuegos

422

Tabla 4.16. Ecuador: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	23%	19%	46%	43%
Mamá	11%	12%	9%	11%
Papá	11%	9%	9%	9%
Con mis hermanos y/o hermanas	26%	25%	45%	52%
Con los amigos y/o amigas	15%	13%	45%	33%

Gráfico 4.108. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

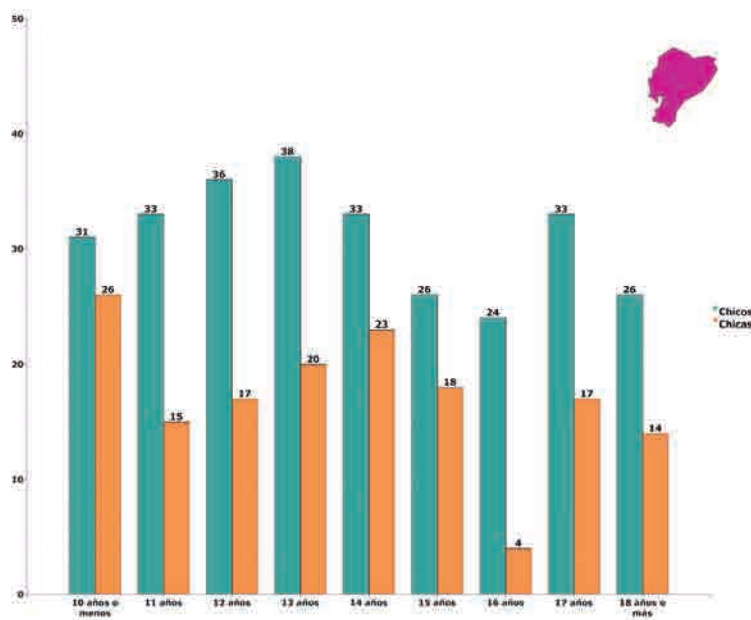




Gráfico 4.109. Ecuador: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

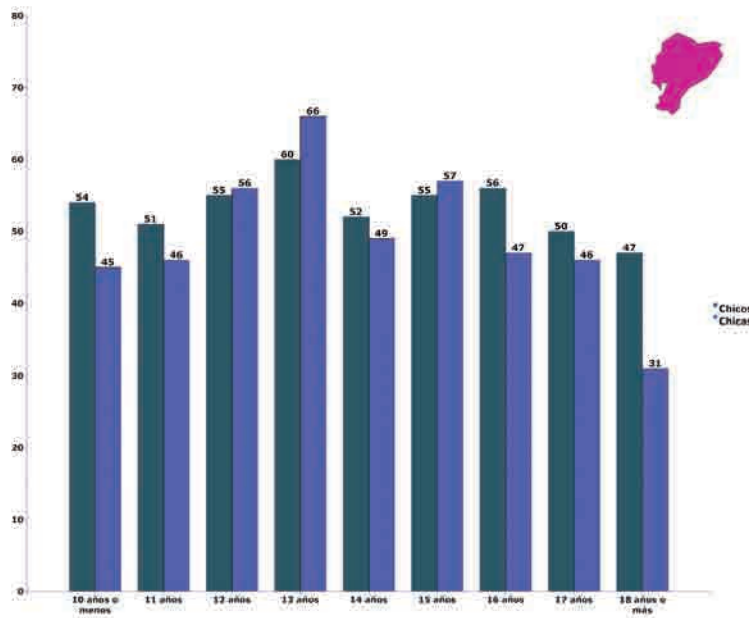


Tabla 4.17. Ecuador: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	47%	39%	32%	40%	20%	20%
11 años	48%	35%	35%	38%	17%	26%
12 años	38%	53%	46%	33%	15%	13%
13 años	40%	47%	45%	36%	15%	17%
14 años	51%	47%	38%	34%	11%	19%
15 años	46%	54%	38%	39%	16%	7%
16 años	69%	51%	25%	36%	5%	13%
17 años	50%	60%	36%	27%	14%	13%
18 años o más	43%	38%	49%	45%	9%	17%



#### 4 / Videojuegos

424

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.110. Ecuador: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

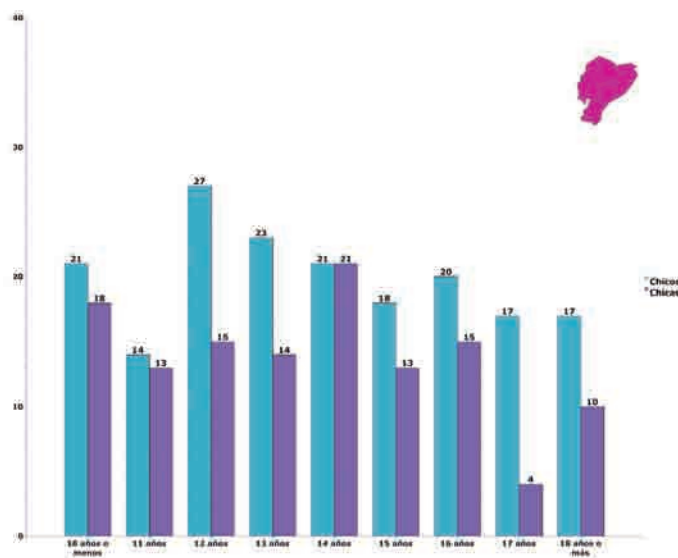
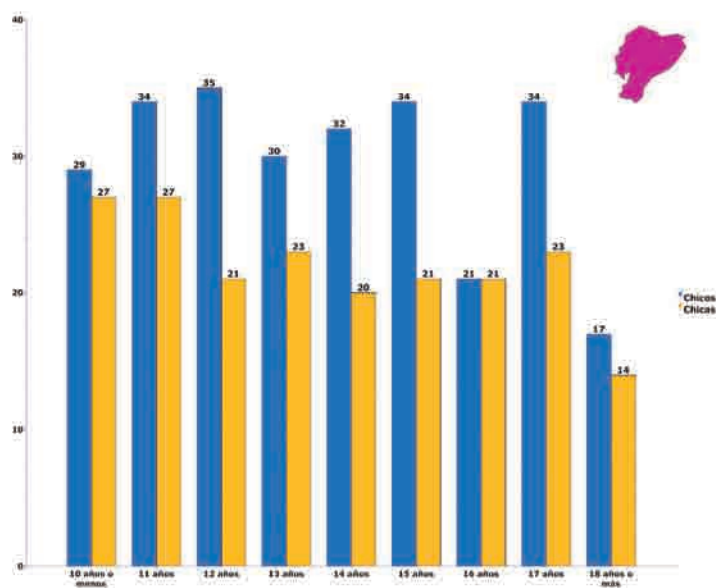


Gráfico 4.111. Ecuador: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4.7.6. Guatemala

425

Gráfico 4.112. Guatemala: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

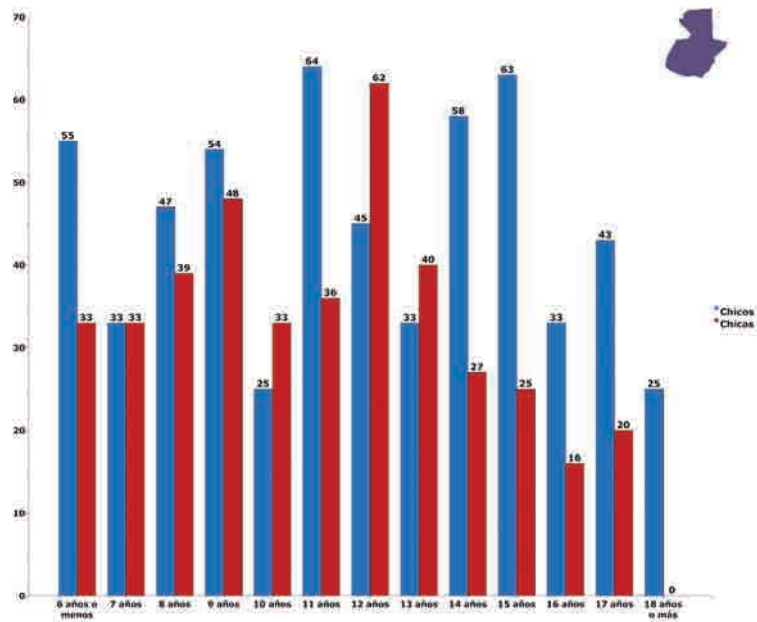


Tabla 4.18. Guatemala: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	12%	7%	29%	25%
PlayStation 3	4%	4%	18%	9%
XBox 360	4%	1%	14%	19%
Wii	11%	8%	20%	34%
PSP	3%	2%	14%	6%
Nintendo DS	7%	5%	4%	38%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	7%	5%	29%	13%
Ninguna de las anteriores	14%	13%	22%	25%



#### 4 / Videojuegos

426

Tabla 4.19. Guatemala: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	16%	10%	49%	47%
Mamá	9%	6%	12%	13%
Papá	12%	8%	12%	16%
Con mis hermanos y/o hermanas	21%	18%	29%	56%
Con los amigos y/o amigas	15%	12%	47%	38%

Gráfico 4.113. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

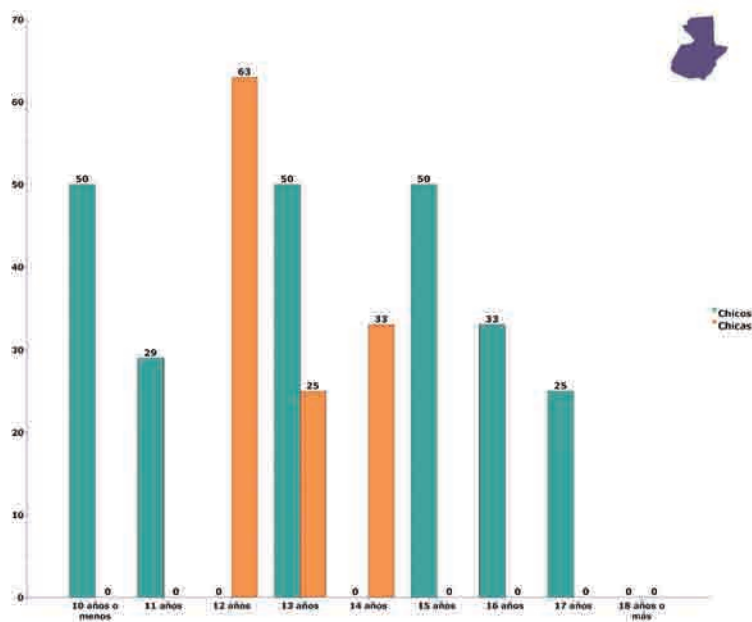




Gráfico 4.114. Guatemala: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

427

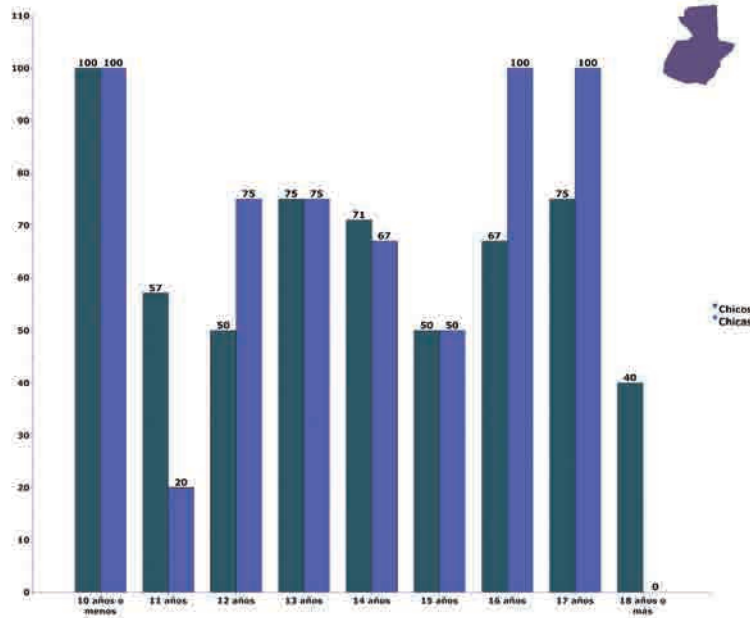


Tabla 4.20. Guatemala: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	100%	100%	0%	0%	0%	0%
11 años	57%	40%	43%	20%	0%	40%
12 años	17%	38%	50%	38%	17%	25%
13 años	25%	100%	50%	0%	0%	0%
14 años	57%	67%	43%	33%	0%	0%
15 años	80%	67%	10%	33%	10%	0%
16 años	67%	100%	17%	0%	0%	0%
17 años	75%	100%	0%	0%	0%	0%
18 años o más	40%	0%	40%	0%	0%	0%





#### 4 / Videojuegos

428

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.115. Guatemala: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

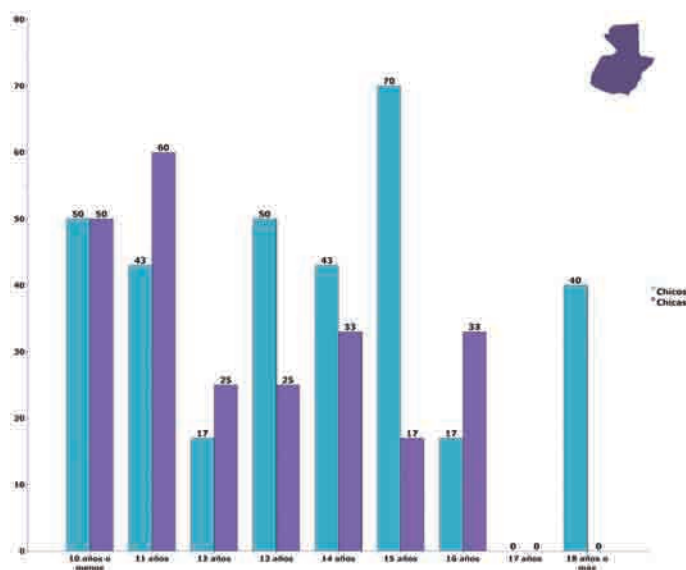
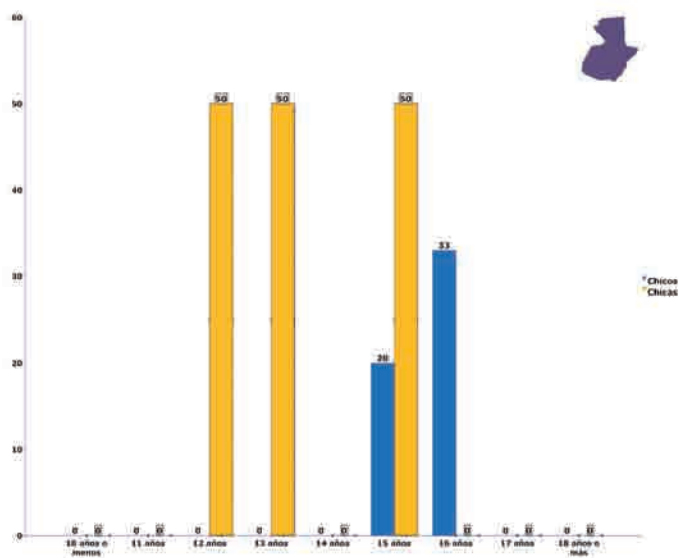


Gráfico 4.116. Guatemala: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4.7.7. México

429

Gráfico 4.117. México: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

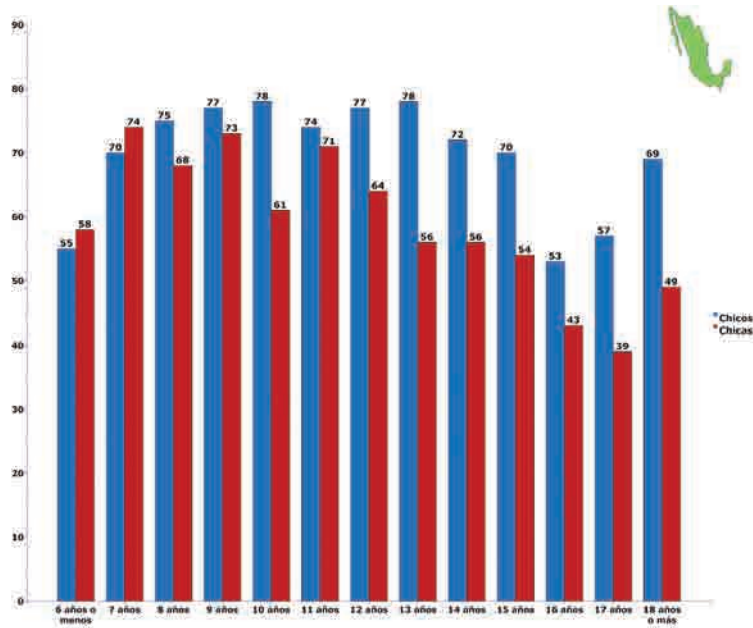


Tabla 4.21. México: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	19%	11%	34%	19%
PlayStation 3	9%	6%	19%	10%
XBox 360	27%	15%	45%	28%
Wii	16%	22%	22%	25%
PSP	15%	9%	29%	16%
Nintendo DS	13%	18%	19%	20%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	10%	8%	26%	18%
Ninguna de las anteriores	11%	17%	16%	34%



#### 4 / Videojuegos

430

Tabla 4.22. México: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	29%	29%	57%	54%
Mamá	15%	21%	9%	15%
Papá	19%	18%	13%	14%
Con mis hermanos y/o hermanas	31%	34%	45%	58%
Con los amigos y/o amigas	23%	23%	46%	35%

Gráfico 4.118. México: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

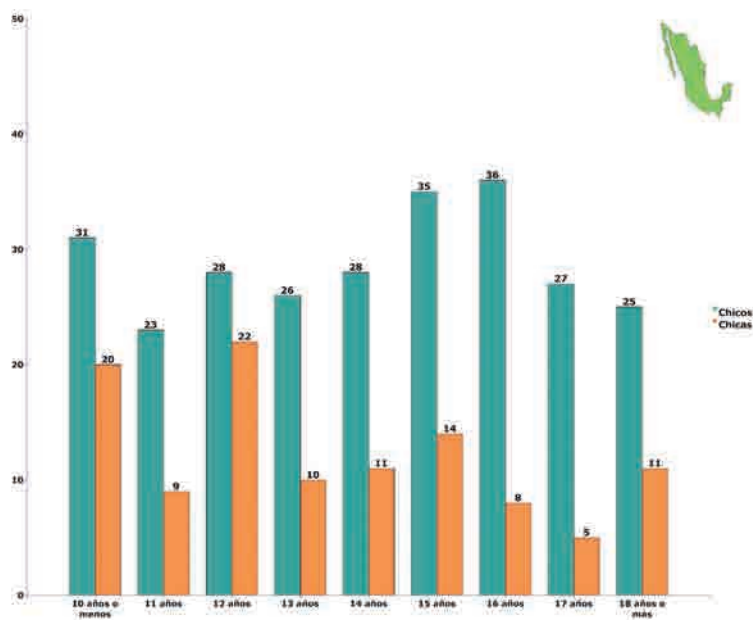




Gráfico 4.119. México: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

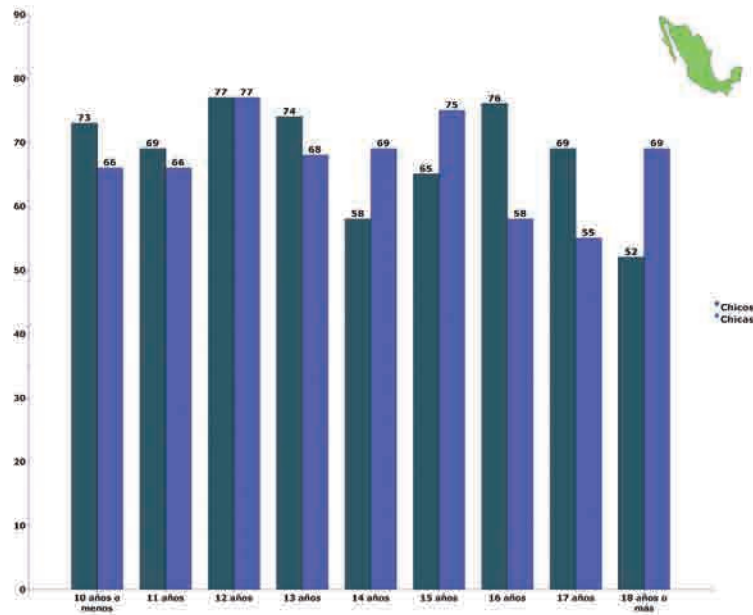


Tabla 4.23. México: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	58%	46%	33%	39%	9%	15%
11 años	56%	64%	35%	28%	9%	8%
12 años	55%	66%	38%	28%	5%	7%
13 años	72%	56%	24%	33%	4%	11%
14 años	68%	71%	24%	19%	8%	10%
15 años	67%	76%	26%	16%	8%	8%
16 años	66%	68%	30%	24%	4%	8%
17 años	76%	74%	22%	21%	2%	5%
18 años o más	56%	69%	38%	28%	6%	3%



#### 4 / Videojuegos

432

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.120. México: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

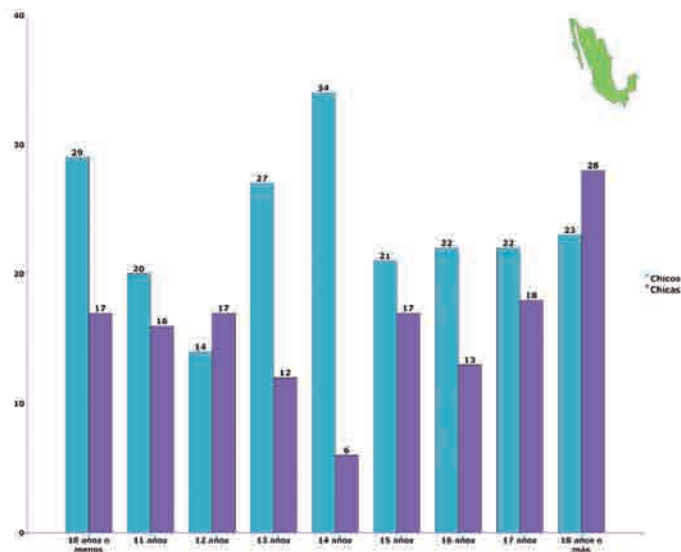
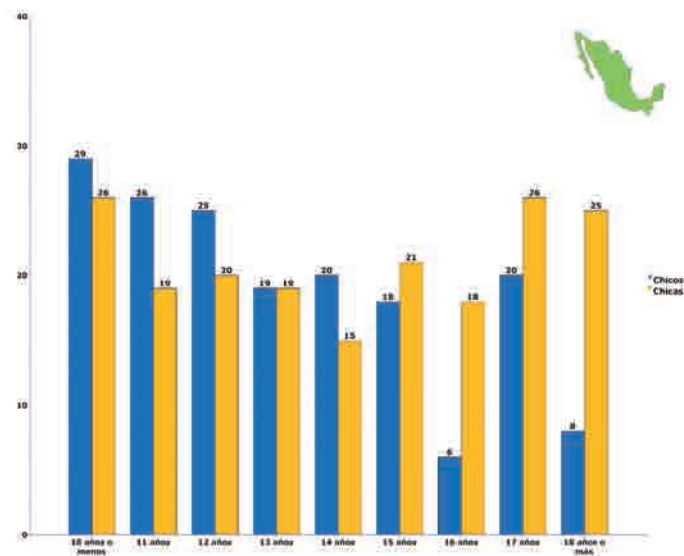


Gráfico 4.121. México: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 4.7.8. Perú

433

Gráfico 4.122. Perú: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

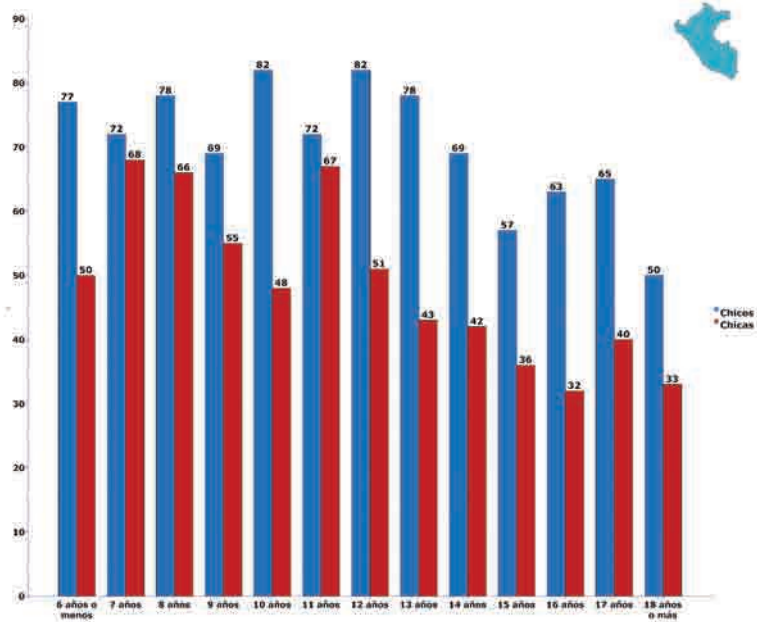


Tabla 4.24. Perú: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
PlayStation 2	27%	18%	43%	21%
PlayStation 3	12%	11%	15%	13%
XBox 360	6%	3%	10%	4%
Wii	15%	7%	15%	14%
PSP	8%	3%	13%	4%
Nintendo DS	16%	8%	20%	18%
Game Boy - Nintendo 64 - Play Station 1	11%	5%	24%	11%
Ninguna de las anteriores	20%	23%	35%	52%



#### 4 / Videojuegos

434

Tabla 4.25. Perú: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad)

	6-9 años		10-18 años	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Solo	33%	22%	53%	51%
Mamá	15%	12%	6%	11%
Papá	14%	10%	10%	11%
Con mis hermanos y/o hermanas	33%	28%	40%	44%
Con los amigos y/o amigas	26%	23%	59%	39%

Gráfico 4.123. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

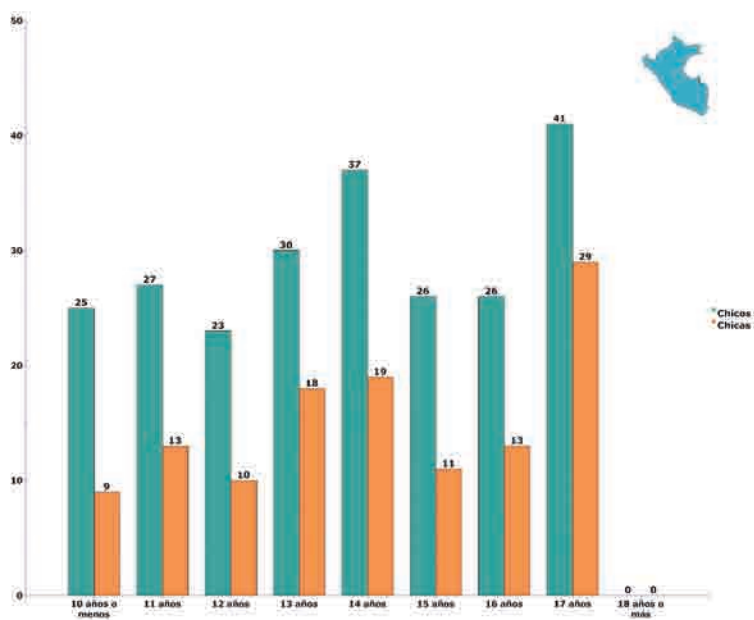




Gráfico 4.124. Perú: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

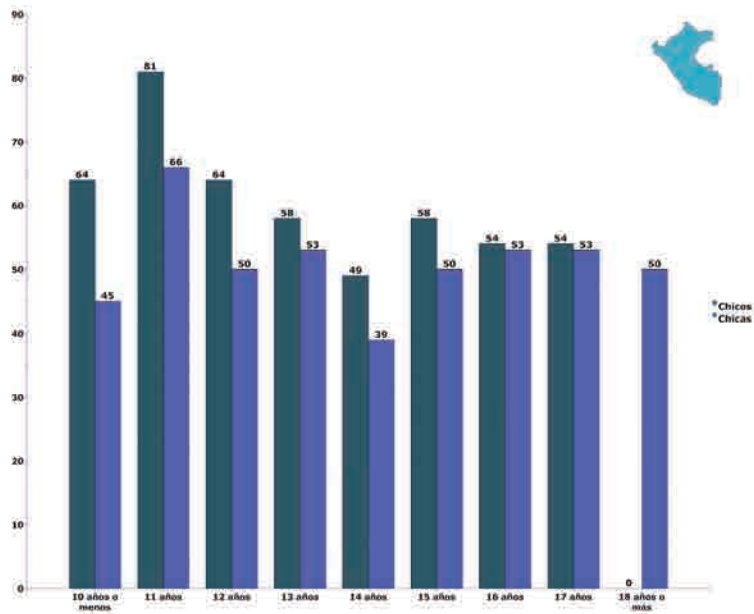


Tabla 4.26. Perú: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

	Sí, con todos		Con algunos sí, con otros no		No me dejarían jugar con casi ninguno	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
10 años o menos	56%	50%	33%	32%	11%	18%
11 años	42%	51%	48%	38%	10%	11%
12 años	47%	43%	43%	40%	9%	17%
13 años	45%	53%	51%	21%	4%	26%
14 años	51%	39%	39%	36%	11%	22%
15 años	52%	50%	36%	36%	12%	14%
16 años	40%	57%	50%	37%	10%	7%
17 años	61%	35%	34%	47%	5%	18%
18 años o más	33%	100%	33%	0%	33%	0%





#### 4 / Videojuegos

436

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.125. Perú: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

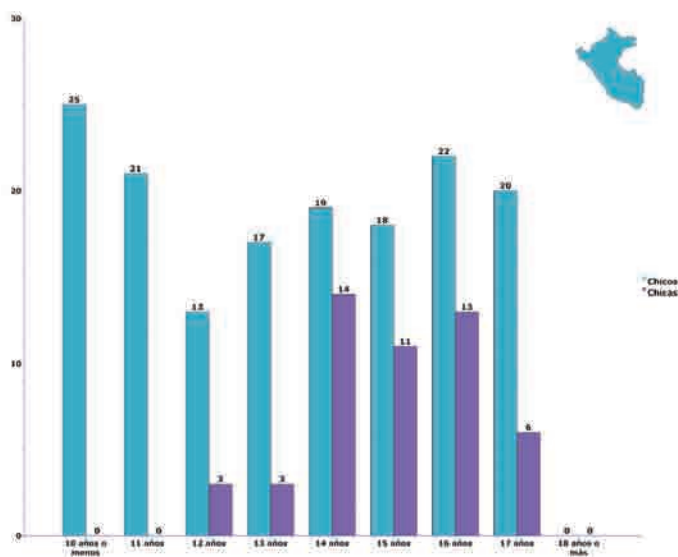
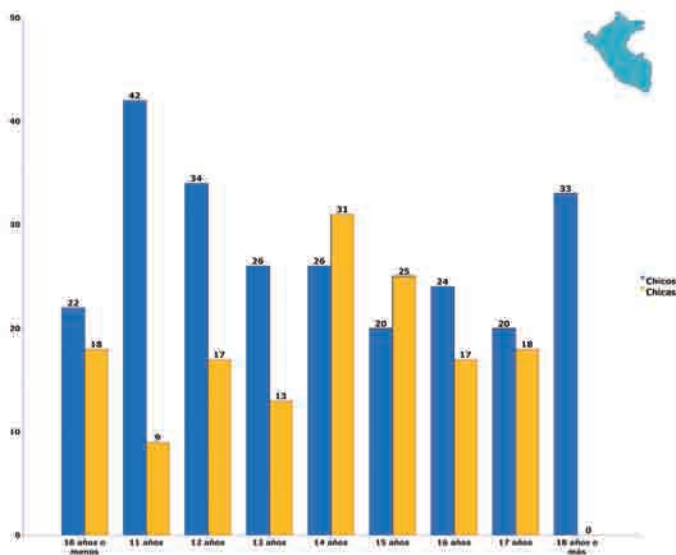


Gráfico 4.126. Perú: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5 / Televisión

### 5.1 POSESIÓN

La televisión es la pantalla más antigua de todas, lo cual explica que esté ampliamente extendida entre los hogares iberoamericanos y que, a día de hoy, todavía se la pueda calificar como el “medio rey” por excelencia, al menos si hablamos en términos de posesión. Prácticamente la totalidad de los hogares iberoamericanos disponen de televisor, siendo muy habitual que haya varios de estos dispositivos repartidos por las diferentes estancias de la casa.

Al preguntarles a los miembros de la Generación Interactiva a este respecto (ver gráfico 5.1), vemos que la mayoría cuenta con al menos dos televisores, tal y como asegura el 67% de los pequeños y el 73% de los mayores. Tan sólo el 4% de los pequeños (6-9 años) y el 3% de los mayores (10-18 años) afirma vivir en una casa en la que la televisión no esté presente. Este último dato es ligeramente superior al de 2008, cuando el 2% de los pequeños y el 1% de los mayores decía no tener televisión (Bringué & Sádaba, 2008: 169), y puede venir explicado por el hecho de que en la pasada encuesta sólo se tuviera en cuenta a la población urbana, mientras que en la realizada en 2010 se considera también a la población rural. Además, en el presente estudio incluimos nuevos países como Guatemala, donde el número de hogares sin televisión es muy superior a la media.

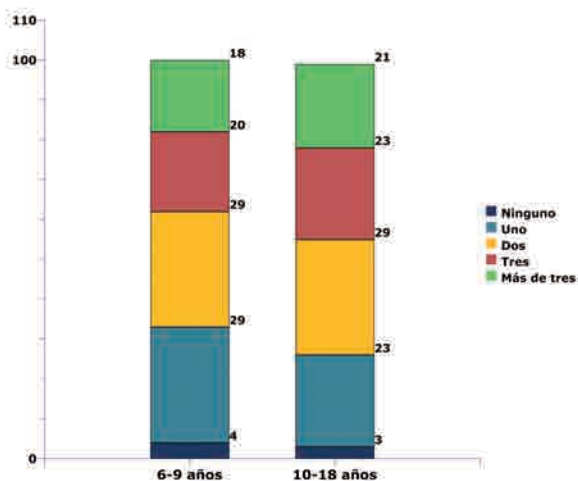


## 5 / Televisión

438

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.1. Posesión de televisores en el hogar (de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?" (6-9 años) y respuestas a la pregunta "¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?" (10-18 años).

De hecho, tal y como queda descrito en las tablas 5.1 y 5.2, es en Guatemala donde encontramos la mayor cantidad de hogares que no tienen televisión, con una cifra del 11% en el caso de los pequeños, y del 9% en el de los mayores. Por el contrario, si nos fijamos en los hogares mejor equipados (que cuenten con tres o más televisiones), destaca Chile, con un 56% de pequeños y el 55% de mayores que responde afirmativamente a esta pregunta.

Tabla 5.1. Posesión de televisores en el hogar (por país, de 6 a 9 años)

	Ninguno	Uno	Dos	Tres	Más de tres
Argentina	2%	26%	34%	21%	18%
Brasil	6%	24%	28%	20%	22%
Chile	3%	12%	28%	31%	25%
Colombia	3%	32%	31%	19%	16%
Ecuador	5%	40%	30%	14%	11%
Guatemala	11%	50%	21%	8%	10%
México	4%	25%	28%	22%	20%
Peru	4%	37%	26%	19%	14%



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?" (6-9 años).

439

**Tabla 5.2. Posesión de televisores en el hogar (por país, de 10 a 18 años)**

	Ninguno	Uno	Dos	Tres	Más de tres
Argentina	2%	28%	33%	21%	18%
Brasil	4%	27%	29%	19%	21%
Chile	1%	13%	32%	27%	28%
Colombia	3%	23%	28%	24%	22%
Ecuador	4%	28%	32%	22%	14%
Guatemala	9%	21%	28%	20%	22%
México	3%	18%	26%	25%	27%
Perú	5%	24%	31%	22%	18%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?" (10-18 años).

## 5.2. UBICACIÓN HABITUAL DEL TELEVISOR

### 5.2.1. Localización

La televisión es, a diferencia del celular o los videojuegos, una pantalla más estática, que no puede trasladarse tan fácilmente de una a otra estancia del hogar. Por eso mismo, resulta interesante saber el lugar escogido para ubicar este aparato en los hogares iberoamericanos, ya que no tendrá las mismas consecuencias la instalación en una sala de uso compartido que en un cuarto para el uso más bien privado.

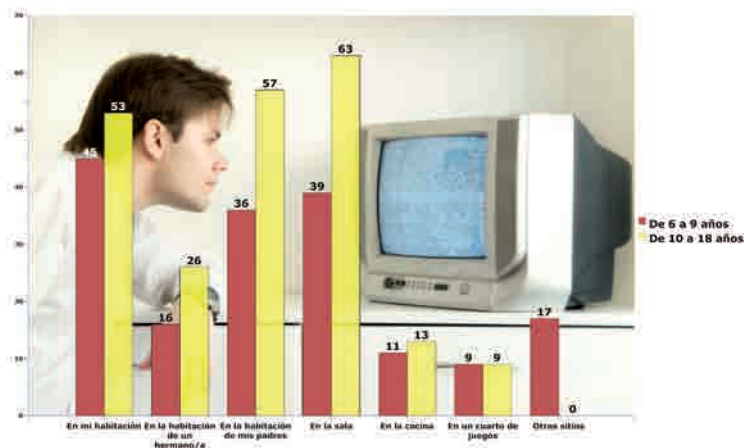
Según los datos recogidos con la encuesta, hay tres lugares concretos que se perfilan como los más habituales para instalar el televisor dentro de los hogares iberoamericanos: la sala de estar, la habitación de los padres o la propia habitación de los miembros de la Generación Interactiva. Otras opciones como el cuarto de un hermano, la cocina o un cuarto de juegos son menos populares, tal y como queda descrito en el siguiente gráfico.



## 5 / Televisión

440

Gráfico 5.2. Ubicación del televisor en el hogar (de 6 a 18 años)

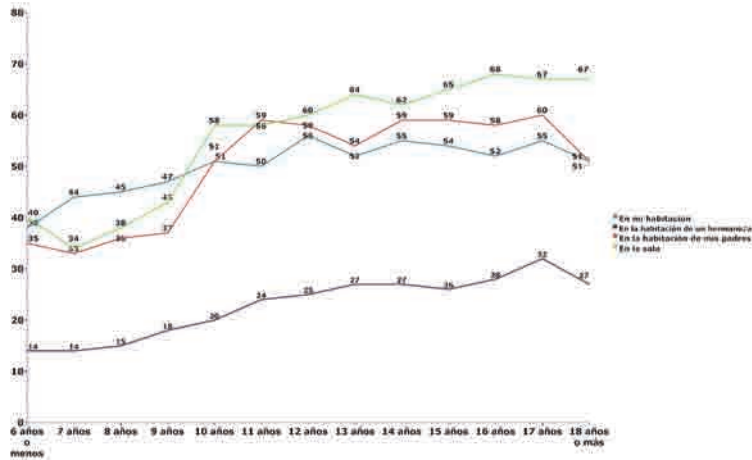


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)”

La edad marca algunas tendencias significativas respecto a la ubicación de la televisión dentro de los hogares iberoamericanos. La mayor diferencia la encontramos, curiosamente, en el caso de la sala, pues si a los 6 años la pantalla está ubicada en este lugar en el 40% de los casos, a los 18 años la cifra alcanza el 67 por ciento. Sin embargo, la tendencia no es tan pronunciada en el caso de tener un televisor en el propio cuarto, aunque también sea ascendente: a los 6 años el 38% tiene televisión en su habitación, para alcanzarse la cifra del 51% a los 18 años. Además, los resultados de la encuesta nos indican que tener televisión en el propio cuarto es una opción más habitual entre los chicos para casi todas las edades, a excepción de los primeros años, durante los cuales la cuestión está mucho más igualada.

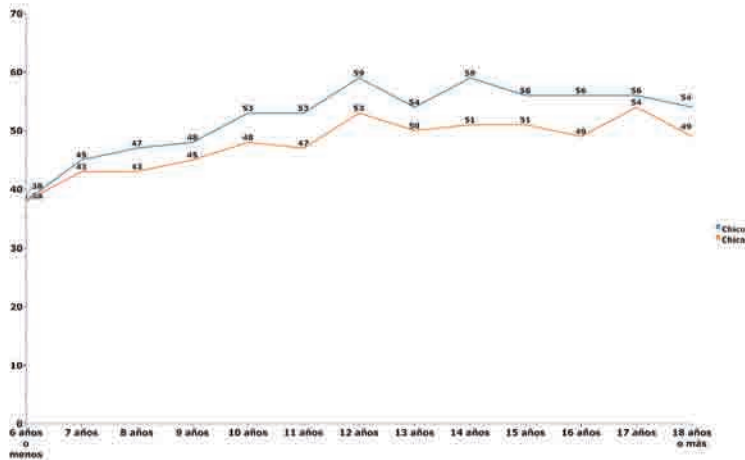


Gráfico 5.3. Ubicación del televisor en el hogar (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)”

Gráfico 5.4. Ubicación del televisor en la propia habitación (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)”

Si exploramos esta cuestión atendiendo a la procedencia geográfica de los encuestados de 6 a 9 años, vemos que es en Chile (56%) donde más frecuentemente se dispone de televisor en el cuarto, mientras que esta opción se da en



## 5 / Televisión

442

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

mucha menor medida en Guatemala, país que obtiene la puntuación más baja (32%). En Brasil encontramos la mayor proporción de televisores situadas en la sala (48%), en contraposición con Guatemala, que nuevamente obtiene el mínimo valor (27%). Asimismo, destaca el hecho de tener televisión en la cocina por lo polarizados que están los resultados: mientras que en Argentina esta situación se da en el 41% de los casos, en Guatemala el número de hogares que tienen una televisión en esta habitación no llega al 4 por ciento.

**Tabla 5.3. Ubicación del televisor en el hogar (por país, de 6 a 9 años)**

	Mi habitación	La habitación de un hermano/a	En la sala	La habitación de mis padres	En la cocina	En un cuarto de juegos	Otros sitios
Argentina	48%	15%	42%	43%	41%	8%	17%
Brasil	48%	17%	48%	30%	8%	6%	16%
Chile	56%	20%	32%	40%	13%	8%	20%
Colombia	46%	17%	35%	41%	6%	9%	22%
Guatemala	32%	16%	27%	31%	4%	5%	5%
México	43%	15%	47%	32%	12%	11%	16%
Peru	46%	15%	33%	31%	8%	9%	12%
Ecuador	39%	15%	37%	34%	5%	5%	9%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)"

En el caso del grupo de mayores (10 a 18 años), la situación se mantiene bastante estable en cuanto a la popularidad de los distintos lugares para ubicar la televisión dentro del hogar. Chile lidera nuevamente en cuanto a la penetración de esta pantalla en la propia habitación (63%), la habitación de los padres (69%) o la de un hermano (37%). La televisión situada en la cocina es especialmente popular en Argentina (40%) y mucho menos frecuente en Ecuador y Guatemala (ambos con el 8%). Asimismo, en México resulta más común disponer de un televisor en el cuarto de juegos (15%) en comparación con la media global.



**Tabla 5.4. Ubicación del televisor en el hogar (por país, de 10 a 18 años)**

	En mi habitación	En la habitación de un hermano/a	En la habitación de mis padres	En la sala	En la cocina	En un cuarto de juegos
Argentina	50%	19%	47%	63%	40%	3%
Brasil	44%	18%	43%	85%	15%	9%
Chile	63%	37%	69%	65%	19%	5%
Colombia	55%	29%	62%	59%	9%	10%
Ecuador	52%	26%	52%	55%	8%	5%
Guatemala	47%	25%	55%	59%	8%	9%
México	54%	27%	60%	69%	19%	15%
Perú	50%	21%	52%	63%	11%	9%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)"

### 5.2.2. Lugares de visionado

De todas las pantallas incluidas en este estudio, la televisión se perfila como la más propensa a emplearse en el hogar, en buena medida debido a su carácter más estático. Así, mientras Internet, los videojuegos o el teléfono celular son una pantalla de naturaleza portátil, no ocurre lo mismo en el caso de la televisión, que sigue consumiéndose de forma mayoritaria desde casa. En este sentido, preguntarse acerca del lugar preferido por la Generación Interactiva iberoamericana para ver la televisión supone barajar las distintas estancias dentro de su casa.

Tal y como arrojan los datos obtenidos a partir de esta encuesta, hay dos lugares que destacan como los favoritos para ver la televisión: la sala (50%) y la propia habitación (48%). Como tercera opción se sitúa, en un término medio, ver la televisión en el cuarto de los padres (32%), mientras que el consumo de esta pantalla en otras estancias de la casa es mucho menos frecuente: la habitación de un hermano (10%), la cocina (7%) o el cuarto de juegos (5%). Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, las diferencias atribuidas al sexo son especialmente significativas en los casos de ver la televisión en la propia habitación (a favor de los varones en todas las edades) o en la habitación de los pares (a favor de las chicas). También existen diferencias entre chicos y chicas a la hora de ver al televisión en la sala o el cuarto de juegos, aunque en estos casos el margen de diferencia no supera el 3 por ciento.





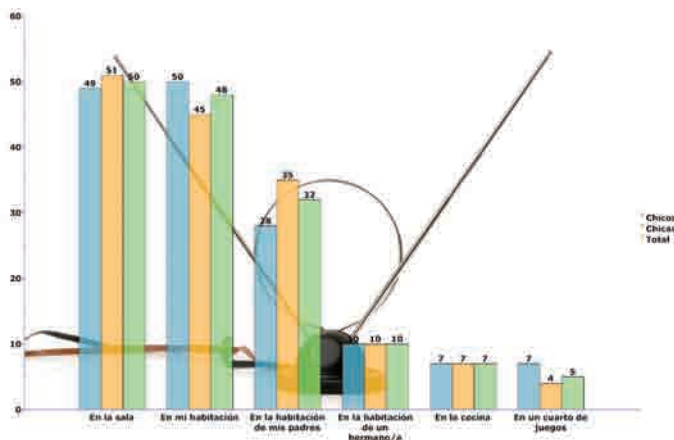
## 5 / Televisión

444

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

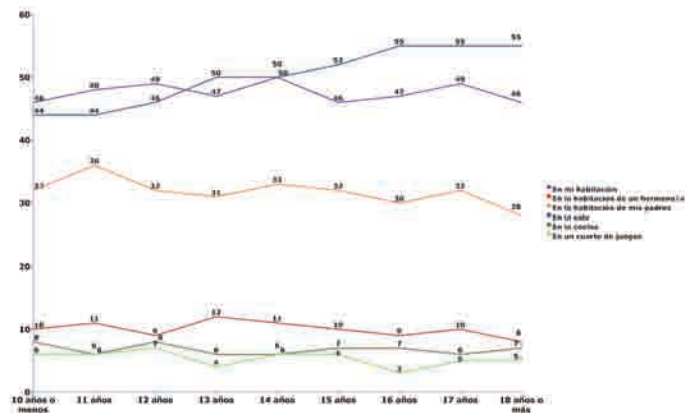
Tampoco la edad parece delimitar una tendencia clara respecto al lugar de visionado habitual. La única excepción la encontramos en el caso de ver la tele en la sala, ya que esta opción sí que parece hacerse más popular conforme aumenta la edad de los encuestados (a los 10 años la elige el 44%, hasta alcanzar el 55% a los 18 años). Por el contrario, ver la televisión en el cuarto de los padres sigue una ligera tendencia descendente, y en el resto de los casos los índices se mantienen bastante estables.

**Gráfico 5.5. Lugares donde ven la televisión (por sexo y total, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)"

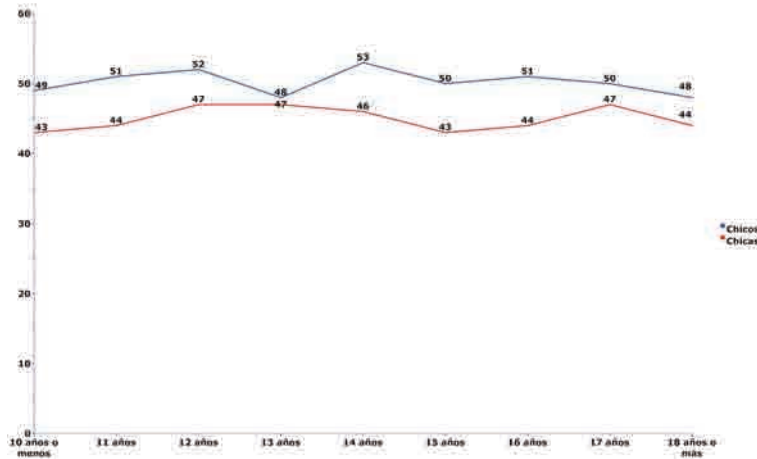
**Gráfico 5.6. Lugares donde ven la televisión (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)"



Gráfico 5.7. “Veo la televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)”

El hecho de que prácticamente la mitad de la Generación Interactiva iberoamericana vea la televisión en su habitación resulta especialmente llamativo. En primer lugar, porque el dato prácticamente iguala al número de personas que ve la televisión en la sala. En segundo lugar, porque esto supone que nos encontramos ante una Generación con cuartos bien equipados tecnológicamente y a los que se dota de autonomía, ya que el visionado de la televisión en la propia habitación es, lógicamente, más solitario e implica una menor capacidad de mediación por parte de los padres.

Si observamos con detalle esta cuestión, atendiendo al sexo, la edad y la procedencia geográfica de los encuestados, se aprecian algunos segmentos de personas especialmente proclives a ver la televisión en su cuarto. En líneas generales (viendo el sexo y el origen), despuntan tanto los chilenos (59%) como las chilenas (57%), así como los chicos de Colombia (54%) y México (51%). Si atendemos también a la edad, los índices más altos los encontramos en los casos de los chicos chilenos de 11 años (74%) y 15 años (13%), así como en el de las chicas chilenas de 13 años (73%), de 17 años (61%) y de las guatemaltecas de 16 años (63%).



## 5 / Televisión

446

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Tabla 5.5. “Veo la televisión en mi cuarto” (por sexo, edad y país, de 10 a 18 años)

	Argen- tina	Brasil	Chile	Colom- bia	Ecu- dor	Guate- mala	México	Perú
<b>Chicos</b>								
10 años o menos	40%	45%	55%	54%	44%	60%	49%	56%
11 años	58%	63%	74%	57%	44%	18%	49%	52%
12 años	43%	59%	61%	53%	37%	22%	60%	53%
13 años	25%	51%	55%	49%	46%	63%	49%	42%
14 años	55%	42%	50%	59%	51%	45%	53%	48%
15 años	31%	32%	73%	50%	59%	67%	48%	45%
16 años	41%	37%	59%	54%	57%	50%	51%	43%
17 años	67%	29%	46%	60%	51%	50%	52%	38%
18 años o más	38%	29%	56%	48%	62%	29%	51%	40%
<b>Chicas</b>								
10 años o menos	60%	47%	58%	42%	47%	60%	37%	48%
11 años	39%	47%	59%	44%	45%	23%	40%	50%
12 años	48%	33%	59%	48%	42%	55%	47%	45%
13 años	40%	32%	73%	53%	50%	20%	46%	34%
14 años	20%	33%	55%	51%	42%	36%	49%	42%
15 años	57%	25%	52%	44%	47%	38%	40%	45%
16 años	43%	35%	46%	52%	43%	63%	35%	34%
17 años	45%	32%	61%	54%	45%	40%	39%	46%
18 años o más	44%	35%	50%	44%	52%	40%	42%	40%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)”

### 5.3. TIEMPO DE VISIONADO

Para la Generación Interactiva en Iberoamérica la televisión se presenta como un elemento común dentro de sus casas, al ser una pantalla muy ampliamente extendida entre todos los hogares y que se consume de forma cotidiana. En este sentido, cobra relevancia preguntarse no ya si se ve la televisión a diario, sino en qué cantidad.

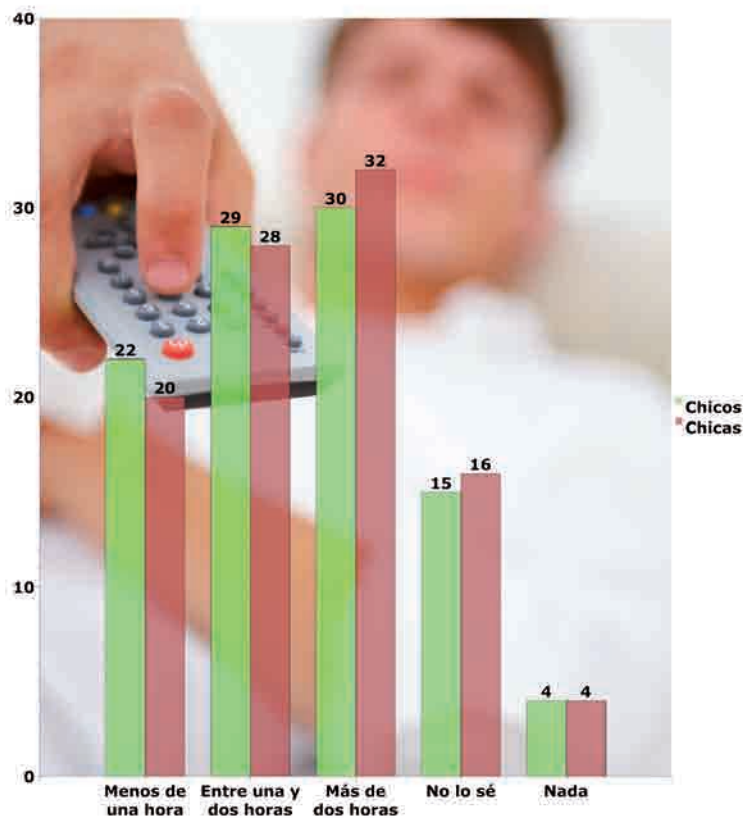
Los datos obtenidos con la encuesta nos indican que tan sólo el 4% de los miembros de la Generación Interactiva no ve nada la televisión de lunes a viernes, y un 16% no sabría calcular bien el tiempo que pasa delante del medio rey. Entre los que sí saben cuantificar el tiempo de visionado, la cuestión queda bastante



repartida: el 21% la ve menos de 1 hora diaria, un 29% asegura verla entre 1 y 2 horas al día, mientras que el 31% restante supera las 2 horas diarias de consumo.

Las diferencias en función del sexo en cuanto a esta cuestión no son especialmente llamativas, pues nunca superan los 2 puntos porcentuales. Tal y como se aprecia en el siguiente gráfico, los varones quedan por encima de las chicas en los tramos de consumo más moderados (menos de 2 horas diarias), mientras que las chicas van a la cabeza en el consumo superior a las 2 horas diarias o al no saber cuantificar bien su tiempo de consumo de tele.

**Gráfico 5.8. Tiempo de visionado de la televisión entre semana (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De lunes a viernes, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?"



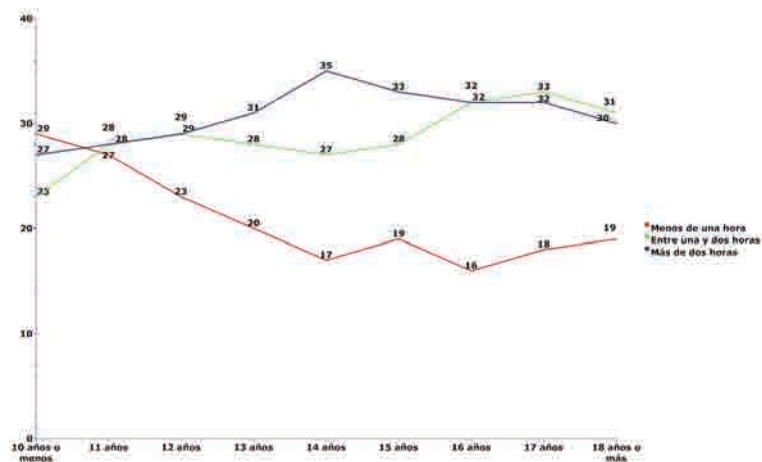
## 5 / Televisión

448

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

La edad marca algunas diferencias, especialmente en relación a determinadas cantidades de visionado. Así, parece que el consumo muy bajo de televisión (menos de 1 hora diaria) se va haciendo menos popular conforme aumenta la edad de los encuestados: a los 10 años el índice es del 29%, para disminuir hasta el 19% cuando se alcanzan los 18 años. Por el contrario, el consumo superior a 1 hora diaria parece seguir una tendencia ascendente conforme aumenta la edad de los encuestados, aunque en el caso del consumo más extremo (más de 2 horas al día) vuelve a disminuir a partir de los 14 años. Como se aprecia en el gráfico siguiente, el consumo entre 1 y 2 horas diarias pasa del 23% a los 10 años, hasta alcanzar al 31% a los 18 años. En cuanto al consumo superior a las 2 horas diarias, abarca al 27% de los menores a los 10 años de edad, llega a su pico a los 14 años (35%) para después descender nuevamente al 30% cuando se tienen 18 años.

**Gráfico 5.9. Tiempo de visionado de la televisión entre semana (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “De lunes a viernes, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”

El tiempo de consumo de televisión entre semana varía también en función de la procedencia geográfica de los encuestados. Uno de los consumos de televisión más bajo lo encontramos en Guatemala, donde el 5% asegura no ver nada la televisión (siendo éste el valor más alto de entre todos los países). Además, en este país encontramos la mayor cantidad de consumo bajo (menos de 1 hora al día), ya que se llega al máximo valor del 30 por ciento. Ecuador también destaca por ser un país con un consumo bajo de televisión: despunta en cuanto



al consumo inferior a 1 hora diaria (28%) y va a la cola en cuanto al consumo superior a las 2 horas al día (25%). Por el contrario, en Argentina y Brasil encontramos unos de los niveles más altos de consumo: el 39% y 36%, respectivamente, ve la tele más de 2 horas al día, muy pocos (1% y 3%, respectivamente) asegura no ver nada de televisión.

**Tabla 5.6. Tiempo de visionado de la televisión entre semana (por país, de 10 a 18 años)**

	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	No lo sé	Nada
Argentina	15%	32%	39%	13%	1%
Brasil	17%	24%	36%	20%	3%
Chile	19%	26%	30%	20%	4%
Colombia	17%	27%	34%	18%	4%
Ecuador	28%	28%	25%	15%	4%
Guatemala	30%	27%	27%	11%	5%
México	22%	32%	30%	13%	4%
Perú	24%	36%	26%	11%	4%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “De lunes a viernes, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”

Durante el fin de semana, el consumo de televisión varía ligeramente y va en aumento, pues crece el número de personas que ve la tele durante cantidades extremas (más de 2 horas) y disminuye el número de personas que la ve durante períodos de tiempo más moderados (menos de 2 horas diarias). Curiosamente, el número de personas que asegura “no ver nada” la televisión aumenta un punto durante el fin de semana, tendencia que puede estar ocasionada por la dedicación a otras actividades de ocio durante el sábado y el domingo, incluido el consumo de otras pantallas.

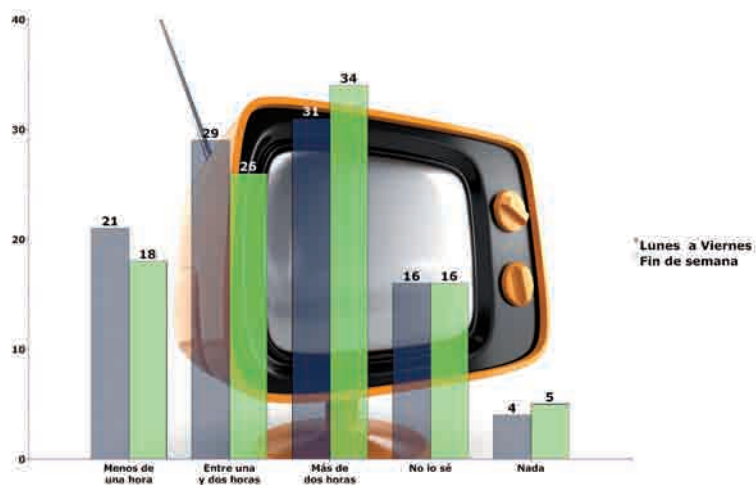


## 5 / Televisión

450

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.10. Tiempo de visionado de televisión. Comparativa entre semana y el fin de semana (de 10 a 18 años)



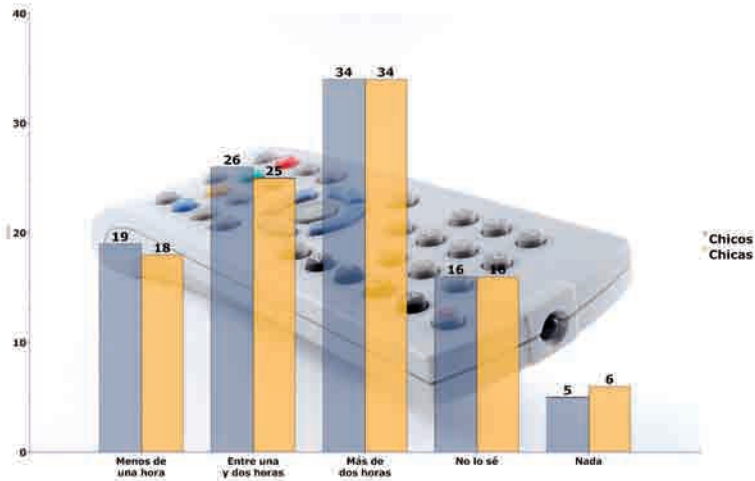
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “De lunes a viernes, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?” y “El sábado o el domingo, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”

Si de lunes a viernes las diferencias atribuidas al sexo de los encuestados llamaban poco la atención, durante el fin de semana son todavía mucho más pequeñas y, de hecho, se puede decir que apenas existen. Un ligerísimo número de varones hace un consumo más prudente de televisión (por debajo de las 2 horas diarias), pero también hay más chicas (por un margen muy pequeño de diferencia, el 1%) que asegura no ver “nada” la televisión el sábado y el domingo.

Asimismo, las diferencias marcadas por la edad vuelven a afectar sólo a determinadas cantidades de consumo. El visionado extremo (más de 2 horas diarias) va en aumento conforme mayor es la edad de los encuestados: se pasa del 30% a los 10 años, hasta un 38% a los 17 años. Esta tendencia repercute en el consumo bajo de televisión (inferior a 1 hora diaria), que disminuye progresivamente pasando del 22% a los 10 años, hasta alcanzar su mínimo a los 17 años con un índice del 14 por ciento.

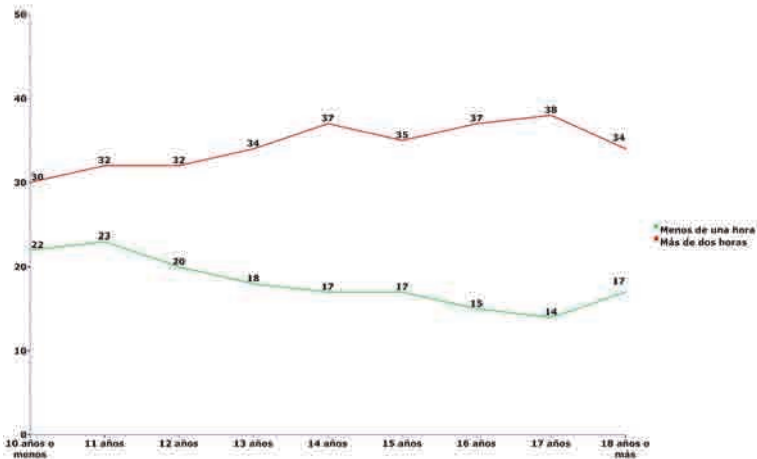


**Gráfico 5.11. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “El sábado o el domingo, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”

**Gráfico 5.12. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “El sábado o el domingo, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”

El panorama de consumo de tele durante el fin de semana atendiendo al país concreto del que hablemos varía en comparación con el consumo de lunes a





## 5 / Televisión

452

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

viernes. En este caso, nuevamente Argentina y Brasil destacan por presentar los índices más altos de consumo elevado de televisión (el 38% y 39%, respectivamente, asegura verla más de 2 horas diarias). Les sigue muy de cerca Colombia, con un índice del 37%. Por el contrario, el consumo de televisión más bajo lo encontramos en Ecuador (el 23% ve la tele menos de 1 hora al día, y el 7% no la ve nada) y Guatemala (el 21% la ve menos de 1 hora diaria, un 33% entre 1 y 2 horas, y un 5% nada). Cabe destacar el caso de Chile, donde encontramos la mayor cantidad de personas que asegura no ver nada de televisión durante el fin de semana (el 8%), cuestión que puede venir motivada por la elección de otras pantallas u opciones de ocio.

**Tabla 5.7. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana (por país, de 10 a 18 años)**

	Menos de una hora	Entre una y dos horas	Más de dos horas	No lo sé	Nada
Argentina	16%	27%	38%	15%	4%
Brasil	17%	21%	39%	18%	4%
Chile	18%	26%	33%	16%	8%
Colombia	14%	24%	37%	19%	5%
Ecuador	23%	26%	28%	15%	7%
Guatemala	21%	33%	29%	12%	5%
México	21%	27%	33%	14%	5%
Perú	18%	31%	35%	11%	5%

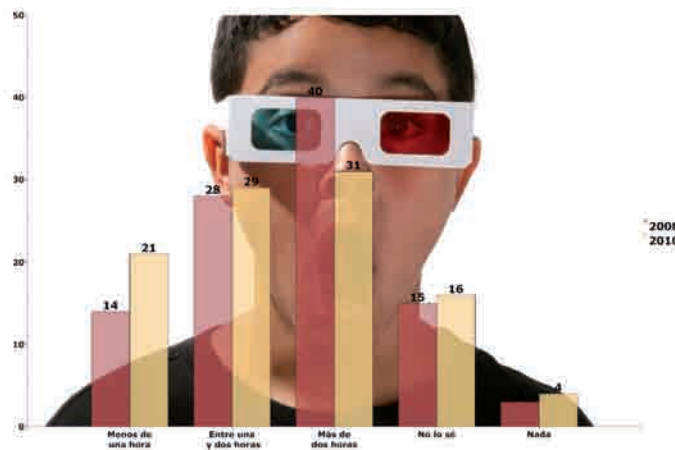
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El sábado o el domingo, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?"

Finalmente, resulta interesante ver cómo ha evolucionado el consumo de televisión de la Generación Interactiva iberoamericana con respecto a 2008. Como se puede apreciar en los gráficos, el cambio más significativo se ha producido en el consumo de televisión alto (más de 2 horas diarias) a lo largo de toda la semana, que ha descendido notablemente (del 40% al 31% de lunes a viernes, y del 43% al 34% el sábado y el domingo). Igualmente, se produce un cambio reseñable respecto al consumo bajo de televisión (menos de 1 hora diaria), que aumenta a lo largo de toda la semana (del 14% al 21% de lunes a viernes, y del 14% al 18% el sábado y el domingo). Esta reducción del tiempo de consumo de televisión puede estar relacionada con diversos factores. Primeramente, cabe considerar la suplantación de la televisión por otras pantallas (Internet, videojuegos, etc.) como forma de ocio entre los miembros de la Generación Interactiva. Además, como se ha explicado anteriormente, la muestra analizada



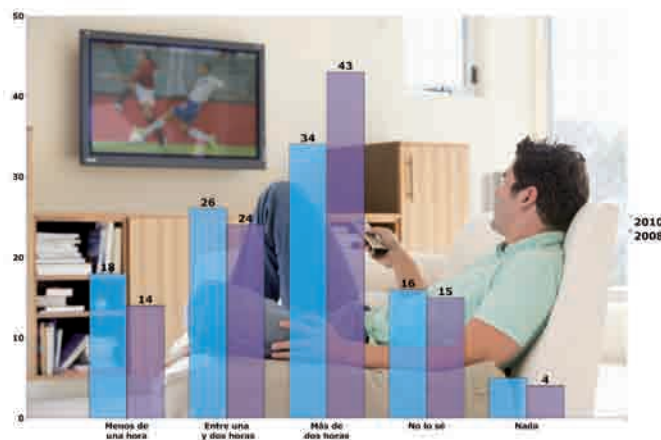
en el estudio de 2008 sólo consideraba a la población urbana, mientras que la de 2010 contempla también a la población rural, que puede ser más propensa a consumir menos televisión que los menores de las grandes urbes.

**Gráfico 5.13. Tiempo de visionado de la televisión entre semana. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “De lunes a viernes, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”.

**Gráfico 5.14. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “El sábado o el domingo, ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?”.



## 5 / Televisión

454

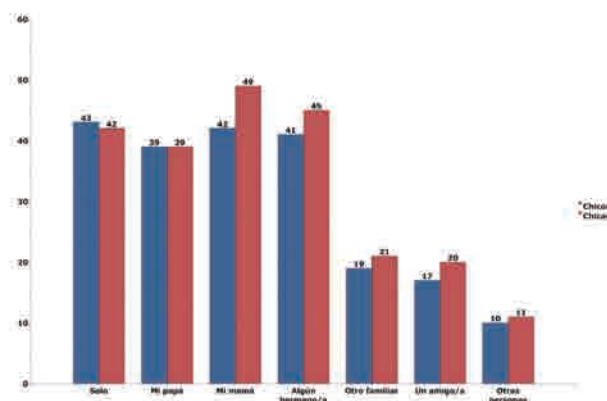
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 5.4. COMPAÑÍA FRENTE AL TELEVISOR

La ubicación fija de la televisión en distintas estancias del hogar la convierten en una pantalla que con frecuencia se ve en compañía de otras personas, aunque esto no resulta incompatible con el consumo en solitario. De hecho, tal y como arrojan los datos recogidos por la encuesta, se suelen compaginar ambas opciones de forma relativamente equilibrada. Entre los pequeños (6-9 años), lo más frecuente es ver la tele en compañía de la madre (46%), y también de hermanos o en solitario (ambos con el 43%). También es común estar acompañado por el padre (39%). Por contra, es menos habitual ver la tele acompañado por amigos, otros familiares o personas. Si nos fijamos en el grupo de los mayores (10-18 años), se aprecia un cambio significativo en cuanto a la compañía, pues al aumentar la edad resulta mucho más habitual ver la televisión sin la compañía de nadie: el 57% así lo asegura. La mitad de los encuestados también ve la tele en compañía de sus hermanos, y a la hora de elegir entre los progenitores, sigue siendo más habitual ver la tele acompañado por la madre (47%) que por el padre (36%).

Si atendemos a las diferencias marcadas por el sexo, se observa una mayor sociabilidad entre las chicas, pues los miembros del sexo femenino suelen ver la televisión en compañía de más gente con mayor frecuencia que los varones. Destacan especialmente por ver la tele en mayor medida en compañía de la madre (el 49% frente al 42% en el caso de los pequeños, y el 52% frente al 41% en el caso de los mayores), así como en compañía de sus hermanos (45% frente a 41% entre los pequeños, y 52% frente al 47% entre los mayores).

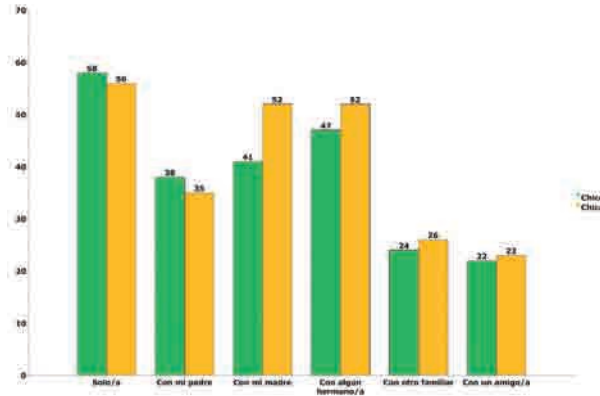
Gráfico 5.15. Compañía a la hora de ver la televisión (por sexo, de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)".



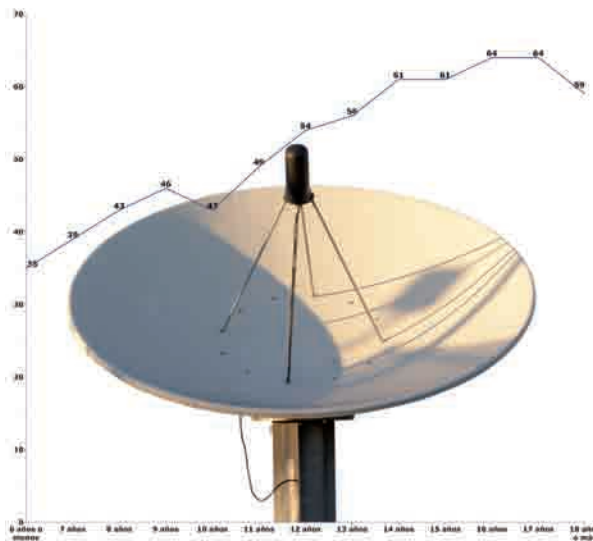
Gráfico 5.16. Compañía a la hora de ver la televisión (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)".

Asimismo, la edad de los encuestados marca algunas tendencias interesantes respecto a la compañía mientras se ve la televisión. Cabe destacar el consumo de tele en solitario, que se hace cada vez más frecuente conforme aumenta la edad de los miembros de la Generación Interactiva: si a los 6 años esta opción es común entre el 35% de los encuestados, a los 17 años se alcanza un índice del 64%.

Gráfico 5.17. "Veo la televisión en solitario" (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)".



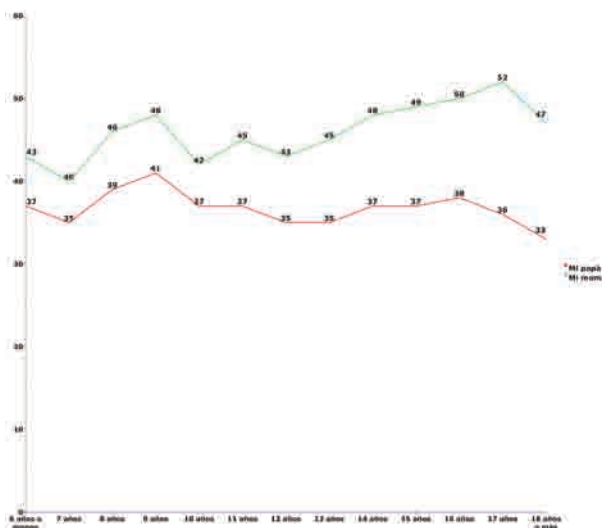
## 5 / Televisión

456

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Si ponemos el foco de atención en la compañía de los progenitores mientras se ve la televisión, no se aprecia una tendencia tan claramente marcada como resultaba en el caso del consumo en solitario. En líneas generales, se puede decir que la compañía de ambos se mantiene más o menos estable desde los 6 hasta los 18 años, con un aumento hasta los 10 años, para luego decaer y recuperarse progresivamente a partir de los 13 años. La compañía de la madre es siempre superior a la del padre, tal y como se aprecia en el gráfico, y si en el caso de la primera hay una ligera tendencia ascendente a disfrutar de su compañía mientras se ve televisión, en el caso del padre la tendencia es ligeramente decreciente.

Gráfico 5.18. Compañía de la madre o del padre al ver la televisión (de 6 a 18 años)



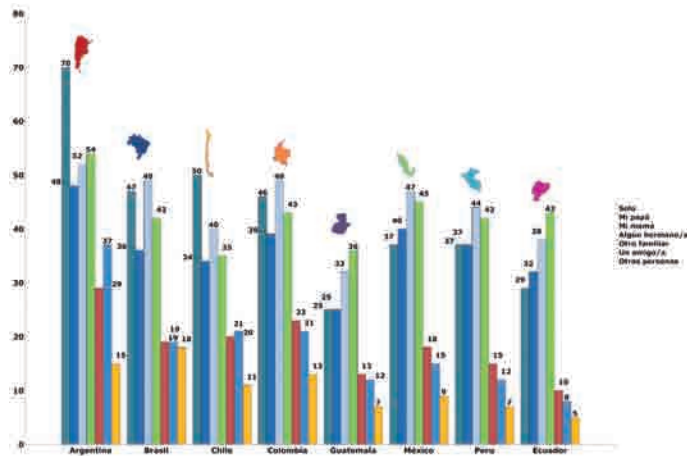
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)".

Por otro lado, la procedencia geográfica de los encuestados delimita hábitos diferentes en cuanto a la compañía que se tiene mientras se ve la televisión. En el caso de los más pequeños (6-9 años), llama la atención el caso de Argentina, país donde el 70% de los encuestados asegura ver la televisión en solitario. Esta cifra destaca muy notablemente entre todos los países, y contrasta sensiblemente con los índices de Ecuador (29%) o Guatemala (25%), que obtienen los valores más bajos. Sin embargo, también en Argentina es más frecuente ver la tele acompañados por el padre (48%), mientras que esta opción es menos popular en Guatemala (donde 1 de cada 4 encuestados asegura hacerlo). El mismo



patrón se repite si hablamos de la compañía materna: Argentina vuelve a ir a la cabeza con un 52%, aunque le siguen de cerca Brasil y Colombia (ambos con un índice del 49%). Por contra, Guatemala destaca nuevamente por ir a la cola en cuanto a la compañía de la madre mientras se ve la tele: el 32%.

**Gráfico 5.19. Compañía a la hora de ver la televisión (por país, de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)".

En el caso del grupo de mayores (10-18 años), el panorama cambia y los valores entre países quedan más igualados. Por ejemplo, ver la televisión en solitario es igualmente popular en Argentina y Chile (ambos a la cabeza con el 68%), mientras que resulta mucho menos frecuente en el caso de Ecuador (46%). En esta ocasión, los guatemaltecos destacan por ser los que más ven la televisión acompañados por su padre (48%), mientras que en Ecuador esta opción es mucho menos común (30%). Los chilenos y los guatemaltecos son los que más ven la tele en compañía de la madre (54%) y cabe señalar que la compañía de los hermanos es también muy habitual en Guatemala (60%) y Argentina (58%).

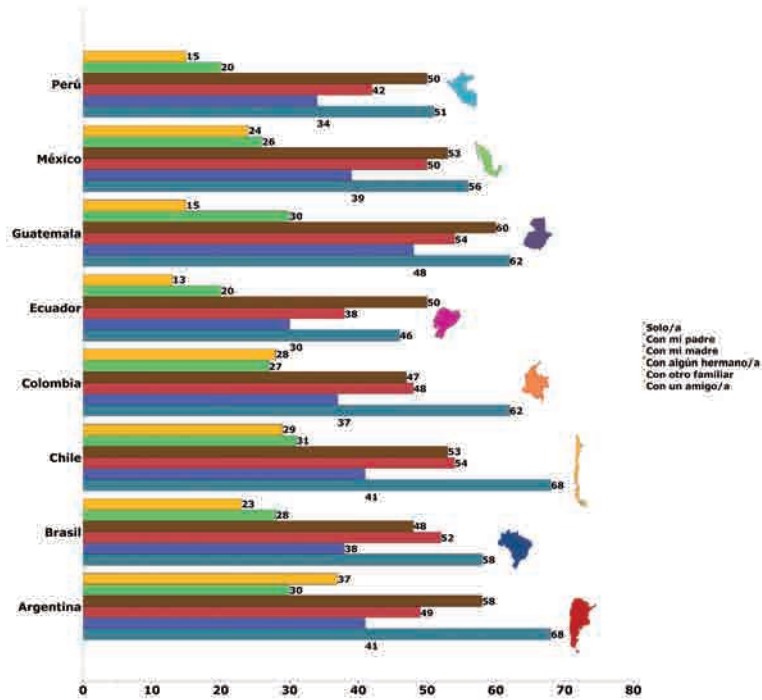


## 5 / Televisión

458

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.20. Compañía a la hora de ver la televisión (por país, de 10 a 18 años)

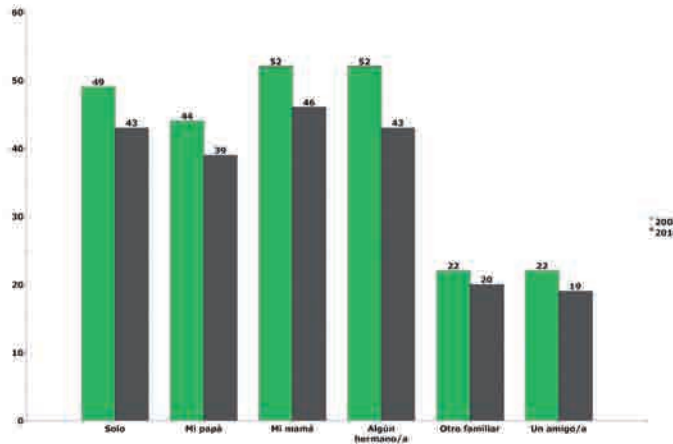


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)".

Si comparamos los datos sobre la compañía al ver la televisión con los obtenidos en 2008, se aprecia un patrón común en todos los casos: un descenso tanto del consumo en solitario como del consumo en compañía de distintas personas. Esta tendencia puede venir explicada por el descenso en el consumo de televisión que se ha producido en el transcurso de estos dos años, al menos en cuanto a los tiempos elevados de visionado, y que ya hemos explicado en el epígrafe 5.3.

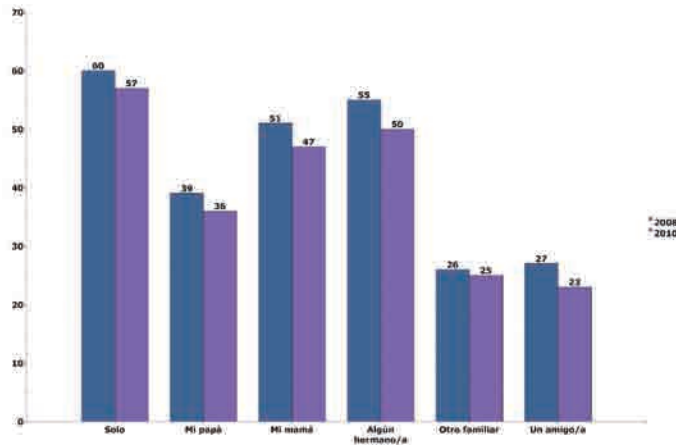


**Gráfico 5.21. Compañía a la hora de navegar. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 6 a 9 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)”.

**Gráfico 5.22. Compañía a la hora de navegar. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “Cuando ver la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)”.





## 5 / Televisión

460

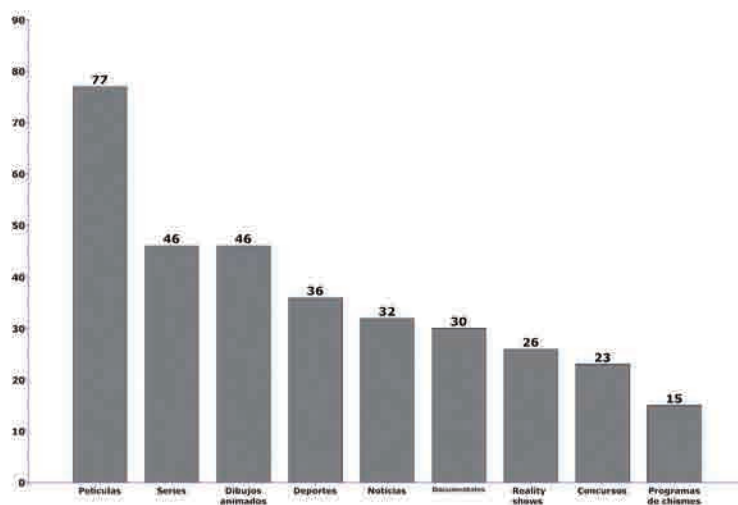
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 5.5. PREFERENCIAS DE PROGRAMAS

La televisión ofrece contenidos de muy diversa índole y, en este sentido, cabe preguntarse cuáles son los que más atraen la atención de la Generación Interactiva, teniendo en cuenta que la edad y el sexo marcarán, muy probablemente, algunas diferencias notables respecto a determinados tipos de programas.

De manera global, los contenidos que más atraen la atención de la Generación Interactiva son las películas, que gustan a más de 3 de cada 4 encuestados de 10 a 18 años. Esta opción es, con diferencia, el contenido “estrella” de la televisión, seguido con un margen de diferencia importante por las series y los dibujos animados (ambos con el 46%). Los deportes, las noticias y los documentales son programas que se sitúan en un término medio y rondan el 30 por ciento, mientras que a la cola quedan otros programas como los “realities”, los concursos y los programas de chismes.

Gráfico 5.23. Programas de televisión preferidos (de 10 a 18 años)



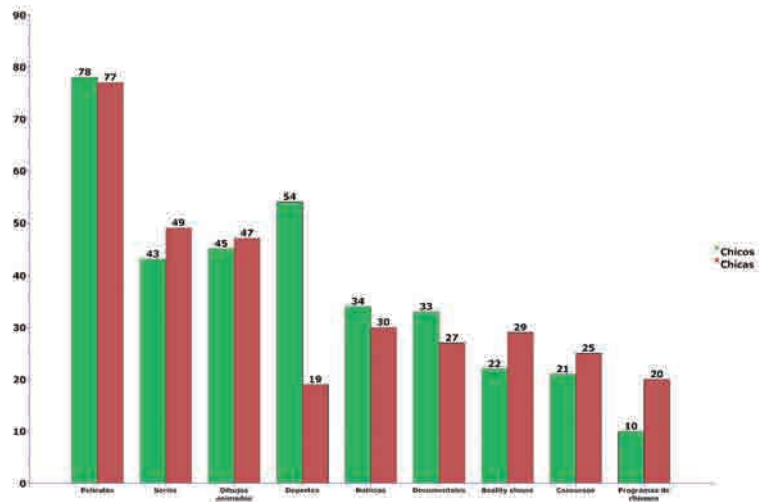
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)”.

Los chicos y las chicas manifiestan tener gustos similares respecto a contenidos como las películas, los dibujos animados o las noticias, pero en otros muestran una divergencia considerable. Entre estos contenidos, destacan muy especialmente los deportes, que se perfilan como claramente masculinos: el 54% de los chicos se decanta por ellos, frente al 19% de las chicas. Por el contrario, el número de chicas que se decantan por los programas de chismes dobla al de



chicos: el 20% frente al 10%. Otros contenidos con una preferencia femenina son los concursos (25% frente al 21%), los reality shows (29% frente al 22%) o las series (49% frente al 43%).

**Gráfico 5.24. Programas de televisión preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)".

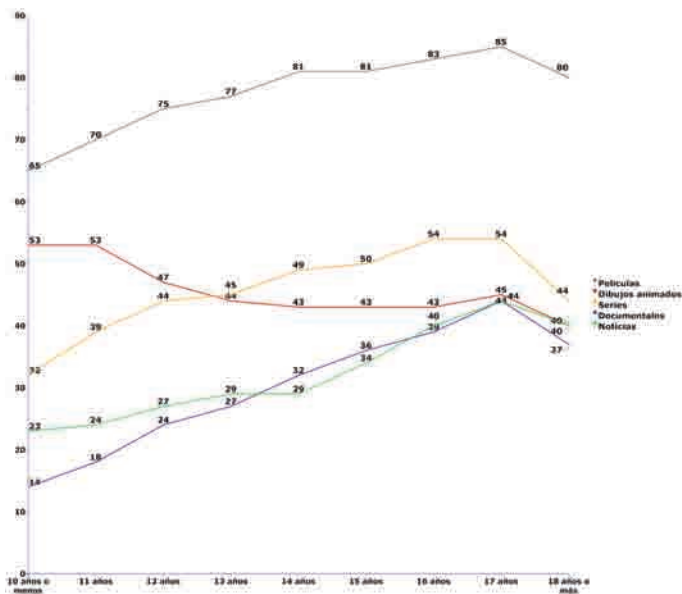
Por otro lado, la edad resulta un factor de influencia en algunos contenidos televisivos. Aquellos en los que determina una tendencia al alza son las películas, las series, los documentales y las noticias: el interés por este tipo de programas aumenta progresivamente conforme mayores se hacen los miembros de la Generación Interactiva. Como contrapartida, los dibujos animados van gustando menos de manera gradual conforme aumenta la edad de los encuestados: a los 10 años los eligen el 53% de los menores, para bajar al 40% cuando se tienen 18 años.



## 5 / Televisión

462

Gráfico 5.25. Programas de televisión preferidos (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)”.

El origen geográfico delimita nuevamente diferencias interesantes respecto a las preferencias televisivas de la Generación Interactiva. Los menores brasileños, por ejemplo, destacan por preferir muy por encima de la media los “reality shows”: el 44% se decanta por esta opción, frente a un 26% global. También los brasileños son los que más prefieren los programas de chismes (29%) o las películas (82%), mientras que, por el contrario, son a quienes menos les gustan los concursos (11%). En Chile encontramos la mayor preferencia por los dibujos animados (59%), en Argentina es donde más gustan los deportes (48%) y las series (56%) y en Colombia donde más se prefieren los concursos (27%) y los documentales (38%).



**Tabla 5.8. Programas de televisión preferidos (por país, de 10 a 18 años)**

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Perú
Películas	80%	82%	79%	80%	69%	74%	79%	76%
Dibujos animados	42%	48%	59%	45%	47%	41%	40%	52%
Deportes	48%	39%	37%	34%	31%	31%	37%	43%
Series	56%	47%	52%	48%	32%	41%	52%	53%
Concursos	20%	11%	20%	27%	20%	23%	25%	24%
Documentales	33%	22%	37%	38%	21%	25%	24%	32%
Noticias	31%	40%	34%	30%	31%	21%	26%	43%
Programas de chismes	16%	29%	12%	15%	16%	17%	9%	15%
Reality shows	33%	44%	27%	29%	18%	14%	20%	25%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)".

## 5.6. MULTITAREA FRENTE AL TELEVISOR

La televisión es una pantalla que con frecuencia está encendida como un elemento doméstico más, mientras se realizan otras actividades. En este sentido, permite la multitarea en mayor medida que otras tecnologías como los videojuegos, que pueden acaparar más la atención del usuario. Por lo tanto, cabe preguntarse la naturaleza de las actividades que los miembros de la Generación Interactiva realizan mientras se sientan frente al televisor, y en qué medida dividen su atención entre distintas tareas que requieren menos concentración (por ej.: comer) o que pueden distraerles (por ej.: al hacer la tarea escolar).

La encuesta realiza en Iberoamérica nos indica que la actividad más común mientras se ve la televisión es, con diferencia, comer: el 66% de los menores reconoce hacerlo. Asimismo, aunque la distancia con respecto a la primera opción sea muy considerable, resulta llamativo que la segunda actividad más frecuente sea el estudio o las tareas escolares, opción elegida por el 36% de los menores iberoamericanos. También resulta frecuente hablar con la familia o por teléfono (28% en ambos casos), mientras que otras opciones como jugar (21%), navegar por Internet (20%), dormir (19%) o leer (10%) son menos populares.

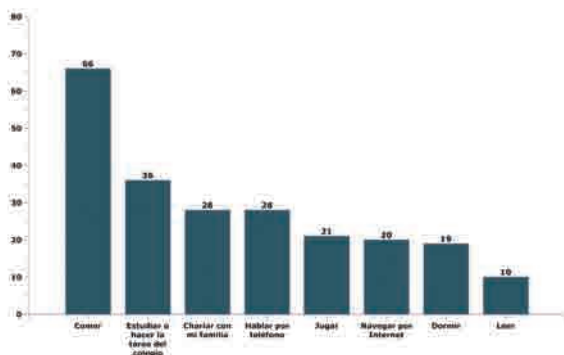


## 5 / Televisión

464

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

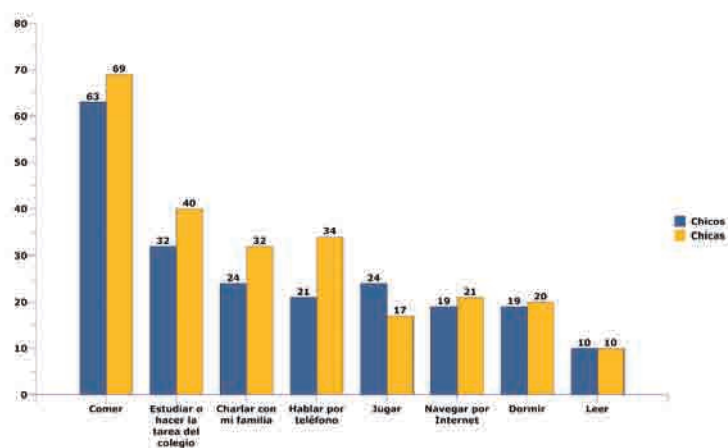
Gráfico 5.26. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)”.

La frecuencia con que se realizan distintas actividades mientras se ve la televisión varía en función del sexo de los encuestados. En general, las chicas son más proclives a la multitarea que los varones: comen, estudian, charlan con la familia, hablan por teléfono, navegan y duermen mientras ven la televisión en mayor medida. Sólo los chicos superan a las chicas en el caso del juego. De todas estas actividades, la mayor diferencia (a favor de las chicas) la encontramos en “charlar con la familia” o “hablar por teléfono”, hecho que pone de relieve la mayor necesidad de sociabilidad del sexo femenino.

Gráfico 5.27. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)”.



Asimismo, la edad determina distintas tendencias respecto a la multitarea mientras se ve la televisión. La mayoría de actividades va incrementando su popularidad conforme aumenta la edad de los encuestados: tal es el caso de comer, navegar, hablar por teléfono, dormir o charlar con la familia. Como contrapartida, el juego mientras se ve la tele es la única actividad con una clara tendencia decreciente. En el caso del estudio y la lectura, la tendencia no es tal clara, pues hay caídas y recuperaciones en distintos tramos de edad.

**Tabla 5.9. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (por edad, de 10 a 18 años)**

	Estudiar o hacer la tarea del colegio	Comer	Navegar por Internet	Hablar por teléfono	Leer	Dormir	Charlar con mi familia	Jugar
10 años o menos	29%	53%	10%	16%	12%	13%	19%	29%
11 años	31%	57%	14%	19%	10%	14%	22%	29%
12 años	35%	60%	17%	22%	10%	16%	24%	25%
13 años	37%	64%	19%	26%	10%	18%	25%	22%
14 años	41%	68%	23%	30%	11%	20%	28%	20%
15 años	37%	72%	23%	30%	9%	22%	31%	16%
16 años	39%	74%	24%	35%	10%	25%	34%	14%
17 años	41%	76%	25%	38%	8%	24%	36%	15%
18 años o más	37%	74%	24%	34%	10%	24%	35%	13%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)".

Como ya hemos explicado, las diferencias entre chicos y chicas son una realidad en el caso de la multitarea ante el televisor. Si nos fijamos también en la edad, el patrón que marca esta última variable es bastante similar para ambos sexos, aunque en el caso de la lectura no ocurre así, y las tendencias son muy dispares para cada uno de los casos. Hay que tener en cuenta que, en cualquier caso, las cifras siempre oscilan entre un 8 y un 13 por ciento, por lo que no se puede hablar de diferencias grandes, pero sí que se aprecia un comportamiento desigual, tal y como queda reflejado en el gráfico.

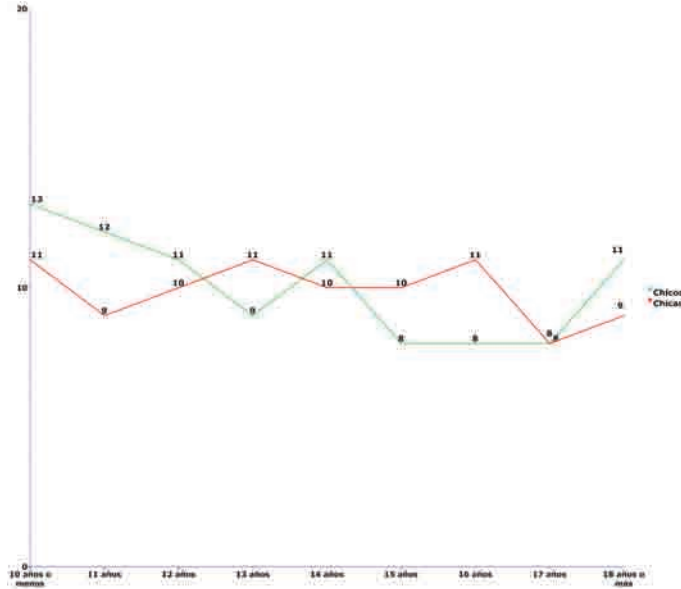


## 5 / Televisión

466

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.28. Lectura mientras se ve la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)”.

Por otra parte, los hábitos multitarea frente al televisor varían de un país a otro, tal y como se aprecia en la tabla. Estudiar con la tele encendida es muy frecuente en Argentina (42%), mientras que Chile es donde menos habitual resulta esta práctica (30%). En Chile encontramos el mayor número de personas que come al ver la tele (77%), en contraste con el índice más bajo de Ecuador (51%). También está polarizado el hecho de navegar por la Red, pues índices de países como Chile (27%) contrastan con otros como el de Ecuador (8%). Asimismo, en Perú es más impopular hablar por teléfono mientras se ve la televisión (18%).



**Tabla 5.10. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (por país, de 10 a 18 años)**

	Estudiar o hacer la tarea del colegio	Comer	Navegar por Internet	Hablar por teléfono	Leer	Dormir	Charlar con mi familia	Jugar
Estudiar o hacer la tarea del colegio	42%	32%	30%	39%	39%	34%	34%	32%
Comer	75%	75%	77%	73%	51%	61%	66%	59%
Navegar por Internet	23%	22%	27%	26%	8%	12%	21%	12%
Hablar por teléfono	28%	32%	33%	35%	21%	23%	21%	18%
Leer	11%	14%	9%	9%	10%	15%	10%	11%
Dormir	20%	31%	22%	21%	14%	18%	18%	14%
Charlar con mi familia	41%	41%	32%	28%	20%	28%	29%	26%
Jugar	18%	16%	25%	21%	20%	18%	24%	18%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)".

Para terminar, podemos echar la vista atrás y ver cómo ha evolucionado la multitarea frente al televisor con respecto a la encuesta realizada en 2008. Tal y como se aprecia en la tabla, algunas actividades han descendido, como es el caso de comer, charlar con la familia o dormir. Por el contrario, ahora es más frecuente navegar por la Red o leer mientras se está sentado delante del televisor. En el caso del juego, no se aprecia ningún cambio significativo, y la media se mantiene en el 21 por ciento.





## 5 / Televisión

468

Tabla 5.11. Actividades realizadas mientras se ve la televisión. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)

	2008	2010
Comer	70%	66%
Estudiar	24%	N/D
Hacer la tarea	39%	N/D
Estudiar o hacer la tarea	N/D	36%
Charlar con mi familia	33%	28%
Jugar	21%	21%
Navegar por Internet	15%	20%
Dormir	21%	19%
Leer	9%	10%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y 2010. Respuestas a la pregunta "¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)".

### 5.7. MEDIACIÓN FAMILIAR

El ámbito familiar es, junto con la escuela, una de las principales esferas en las que discurre la vida de los menores iberoamericanos. Se puede decir que la familia (fundamentalmente los padres, aunque también los hermanos, abuelos y otros parientes) es un pilar esencial en la vida de la Generación Interactiva, ya que en el seno de ella se aprenden y desarrollan multitud de capacidades esenciales para desenvolverse en la vida cotidiana. Dicho de otra manera, la familia es un importante agente socializador de niños y adolescentes, y dentro de este rol tan amplio adquiere gran importancia el papel mediador que puede ejercer.

Los padres desempeñan una labor de protección y guía de los hijos en distintas facetas de sus vidas, y cabe esperar que dentro de este ámbito también esté incluido el uso que los menores hacen de pantallas como la televisión. Al tratarse de la pantalla más longeva, se puede esperar que la tele sea también uno de los medios que los padres están más acostumbrados a controlar. La labor mediadora pasará por diversas cuestiones, como el hecho de elegir la programación que se va a ver y el grado de libertad que se da a los hijos en este sentido. También hay que contemplar asuntos como la prohibición de ver determinados programas, la existencia de discusiones por culpa de la televisión o el uso de esta pantalla como premio o castigo. De los distintos hábitos familiares se derivarán, como es lógico, diferentes contextos de uso que pueden suponer un distinto abanico de riesgos y oportunidades para el menor.



### 5.7.1. Decisiones sobre contenidos

Una de las primeras cuestiones que cabe plantearse acerca de la mediación familiar de la televisión es quién tiene capacidad de decisión a la hora de elegir el programa que se va a mirar. De los datos obtenidos con la encuesta se extrae la conclusión de que el poder queda bastante repartido entre los distintos miembros de la familia, aunque la coordinación de todos ellos suele ser lo más común. De hecho, en el 42% de los casos la programación se elige entre todos, negociándola juntos. Sin embargo, si dicha responsabilidad recae sobre una sola persona, parece que lo más común es que sea el propio menor el que elija el programa, tal y como asegura el 28%. Menos frecuente resulta que el programa lo elijan los progenitores: el 13% de los padres y el 11% de las madres. Por último, en el 6% de los casos dicha responsabilidad recae sobre los hermanos o hermanas del encuestado.

**Gráfico 5.29. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”

Si nos retrotraemos al estudio realizado en 2008, se puede comprobar que la cuestión ha variado significativamente en el transcurso de estos dos años. Como se aprecia en la tabla, el poder de decisión del padre, la madre, los her-



## 5 / Televisión

470

manos o uno mismo ha disminuido notablemente en 2010, en favor de la opción “negociamos todos juntos”. Esta posibilidad de respuesta no se ofrecía en la encuesta de 2008, y puede ajustarse más fielmente a la realidad sobre quién toma la decisión sobre los programas a ver, lo cual explicaría el descenso en el resto de categorías.

**Tabla 5.12. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**

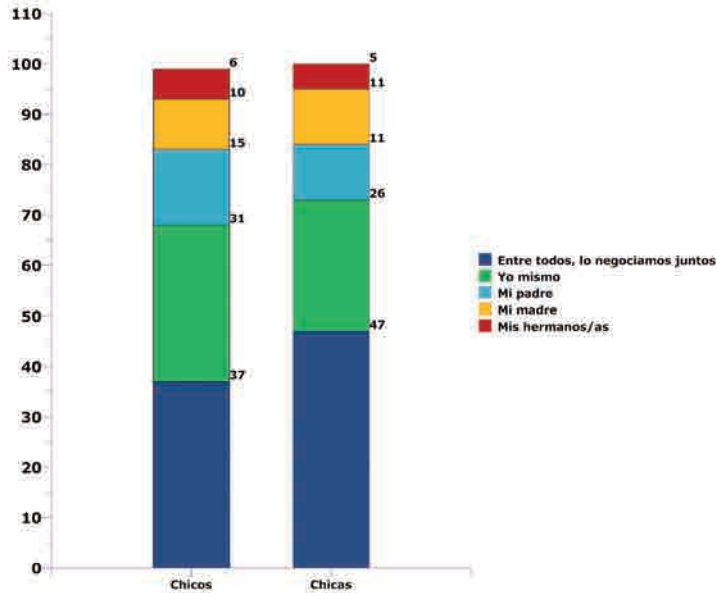
	Entre todos, lo negociamos juntos	Yo mismo	Mi padre	Mi madre	Mis hermanos/as
2008	N/D	55%	44%	43%	32%
2010	42%	28%	13%	11%	6%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008 y 2010. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”

Asimismo, si observamos con más detalle los datos de 2010, segregándolos por el sexo de los encuestados, se aprecia un contraste interesante entre los chicos y las chicas, ya que estas últimas demuestran tener una actitud menos autoritaria y más conciliadora. El 26% de las féminas elige por sí misma el programa de televisión, cinco puntos por debajo de los chicos (31%). Además, ellas son mucho más proclives a negociar el programa que ver junto a los demás miembros de su familia: el 47% lo hace, frente al 37% de los chicos. Asimismo, parece que el padre toman las riendas del asunto con mayor frecuencia en el caso de los chicos (el 15% frente al 11%), mientras que en el caso de la madre y los hermanos, la situación está bastante igualada entre ambos sexos (con una ligera ventaja a favor de las chicas).



Gráfico 5.30. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”

En cuanto a las posibles diferencias originadas por la edad de los miembros de la Generación Interactiva, éste parece ser un factor determinante de la negociación conjunta. Así, si a los 10 años el 30% afirma elegir el programa junto con el resto de la familia, esta cifra va ascendiendo progresivamente hasta alcanzar el valor máximo del 52% a los 16 años, aunque después descienda ligeramente hasta llegar al 48% cuando se alcanza la mayoría de edad. De dicha tendencia se extrae la conclusión de que, conforme va alcanzando la madurez, aumenta la capacidad negociadora del menor, que cada vez participa más en las decisiones familiares (bien porque los padres confían en ellos, bien porque ellos mismo quieren participar).

El aumento progresivo de la negociación familiar repercute en el poder de decisión de otras personas, que parece que adquieren un papel más discreto conforme mayores se hacen los miembros de la Generación Interactiva. En el intervalo de los 10 a los 18 años, disminuye la capacidad de decisión de distintos miembros de la familia: el padre (del 16% al 10%), la madre (del 16% al 8%) y los hermanos (del 9% al 3%). Por otro lado, la capacidad de decidir por sí



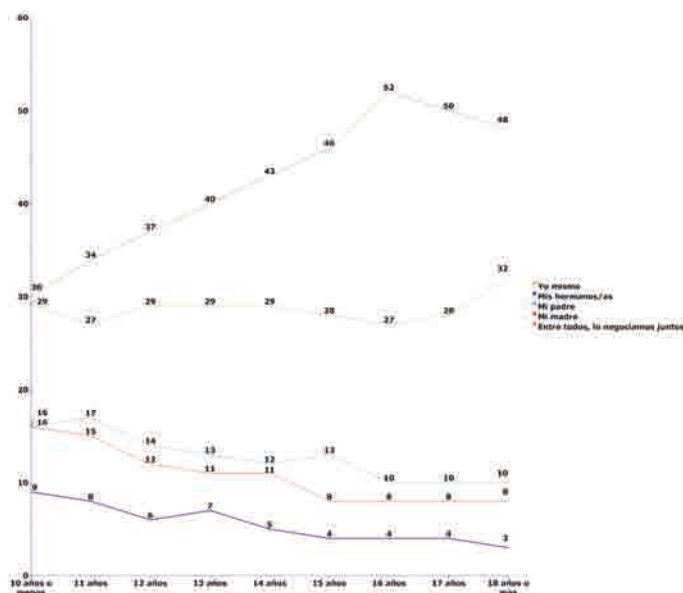
## 5 / Televisión

472

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

mismos se mantiene más o menos estable en todo el intervalo de edades, sin que se puede hablar de una tendencia clara al alza o a la baja.

**Gráfico 5.31. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”

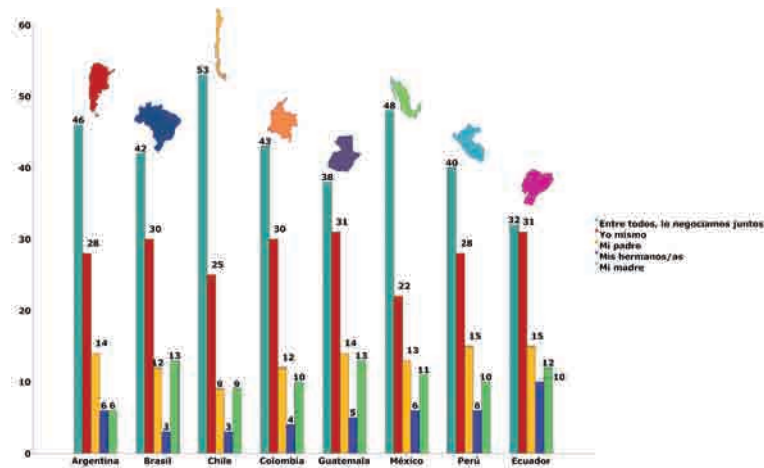
Finalmente, la capacidad de decisión respecto a los contenidos televisivos que ver no es igual en toda Iberoamérica, pues en algunos países los miembros de la Generación Interactiva ejercen más control que en otros. Concretamente, es en Ecuador y Guatemala (ambos con el 31%) donde más habitual resulta que el propio menor elija por sí mismo el programa de televisión. Curiosamente, en estos países también es más frecuente que este peso recaiga sobre uno de los progenitores, lo que se traduce en los menores índices de negociación conjunta de todos los miembros de la familia (el 32% en el caso de Ecuador, y el 38% en el de Guatemala).

En el extremo opuesto se sitúan Chile y México, países donde más común es la negociación conjunta de toda la familia (el 53% y 48%, respectivamente). Esto supone que también en ambos países encontramos el menor número de escolares que eligen por sí mismos el programa de televisión que mirar: el 22% de los mexicanos y el 25% de los chilenos. Por otro lado, dicha responsabilidad recae



con la menor frecuencia sobre la madre en el caso de Argentina (6%), y sobre el padre en el caso de Brasil (3%).

**Gráfico 5.32. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (por país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”

### 5.7.2. Restricciones sobre contenidos

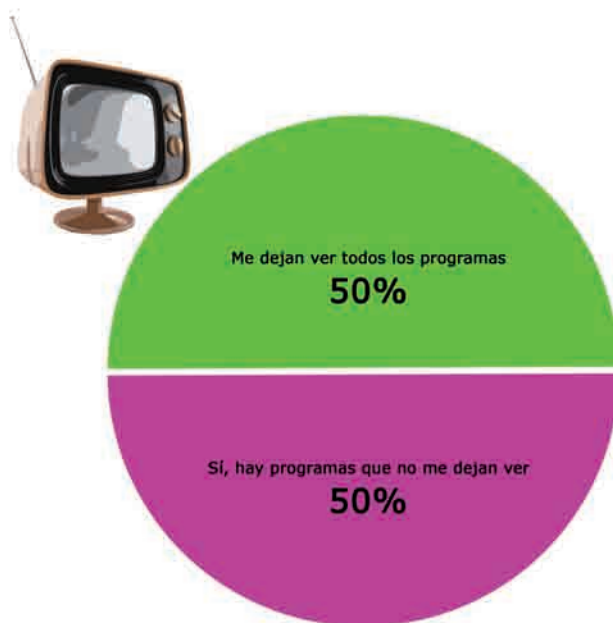
Aparte de la persona que decide el programa a mirar en familia, resultará muy relevante preguntarse acerca de posibles programas prohibidos para el menor dentro del ámbito familiar. Los padres pueden considerar que algunos contenidos son inapropiados para los hijos y no permitirles verlos o, por el contrario, mostrar una actitud más flexible y confiada, libre de restricciones. La balanza, de hecho, está repartida prácticamente de forma igual, tal y como nos indican los datos obtenidos con la encuesta: la mitad de padres prohíbe algún tipo de programas, mientras que la otra mitad no pone ningún tipo de impedimento a los miembros de la Generación Interactiva. El dato contrasta con los obtenidos en 2008, pues por entonces el 33% aseguraba que les dejaban ver “todos los programas”, el 43% afirmaba tener prohibiciones sobre “algunos programas” y el 23% restante reconocía “no saber” bien.



## 5 / Televisión

474

Gráfico 5.33. “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?” (de 10 a 18 años)

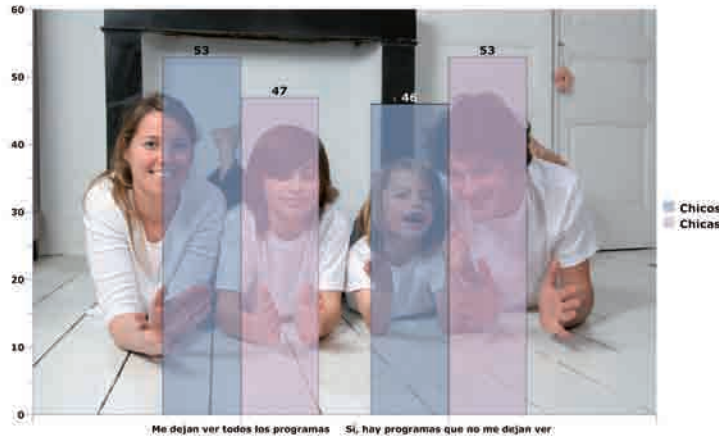


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?”

Aunque se trate de una cuestión realmente igualada, el factor sexo sí que parece tener cierta incidencia sobre la actitud de los padres, pero en ningún caso las diferencias son grandes. Aun así, cabe señalar que a las chicas sí que se les prohíben ver más programas que a los varones: el 53% de ellas así lo asegura, en comparación con el 46% de los chicos. La mediación más restrictiva con los miembros del sexo femenino podría estar motivada por dos cuestiones: porque las chicas son más vulnerables ante posibles programas nocivos a los ojos de sus progenitores, o porque ellas son más proclives a ver programas que pueden ser inconvenientes para su edad.



Gráfico 5.34. “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?” (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?”

Si bien el sexo marca alguna diferencia no muy pronunciada, en el caso de la edad sí que hablamos de un factor claramente determinante del papel mediador ejercido por los padres. Tal y como se puede apreciar en el gráfico, prohibir algún tipo de programa a los hijos va siendo cada vez menos frecuente conforme se hacen mayores, lo que implica una adquisición progresiva de autonomía y libertad por parte de los miembros de la Generación Interactiva. Así, la prohibición es mucho más común que la no prohibición en edades pequeñas, pero la brecha se va cerrando hasta cruzarse a la edad de los 14 años, momento en el que la tendencia se invierte. Si a los 10 años, el 69% de padres prohibía algún programa a sus hijos, a los 18 años el 68% de los padres les permiten ver todos los programas.



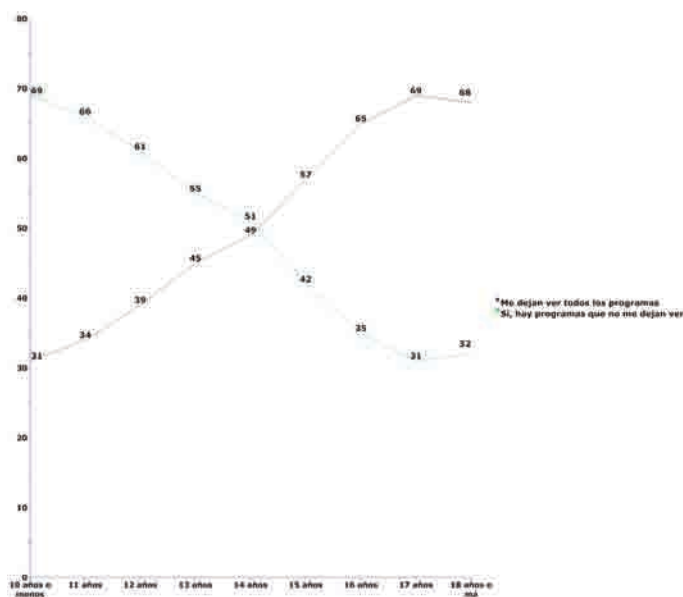


## 5 / Televisión

476

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.35. “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?” (por edad, de 10 a 18 años)

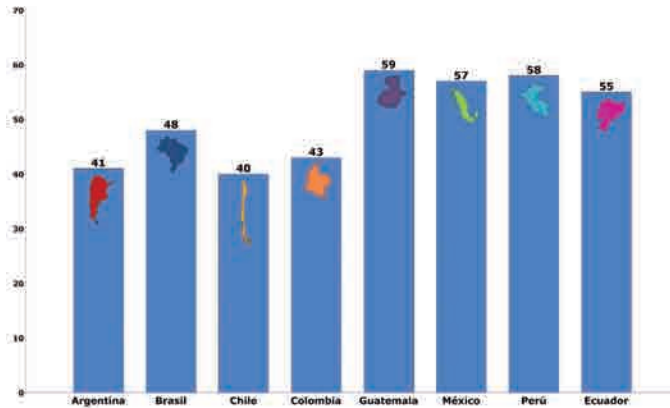


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?”

Como cabe esperar, las medidas de control parental no son igual de restrictivas en todos los países contemplados en este estudio. En el siguiente gráfico se pueden distinguir dos grandes grupos de países atendiendo a las prohibiciones televisivas de los padres. En el primero, más de la mitad de los progenitores impone algún tipo de prohibición a sus hijos: Guatemala (59%), Perú (58%), México (57%) y Ecuador (55%). El segundo grupo lo forman países en los que menos de la mitad de los padres prohíbe algún tipo de programa a sus hijos: Chile (40%), Argentina (41%), Colombia (43%) y Brasil (48%).



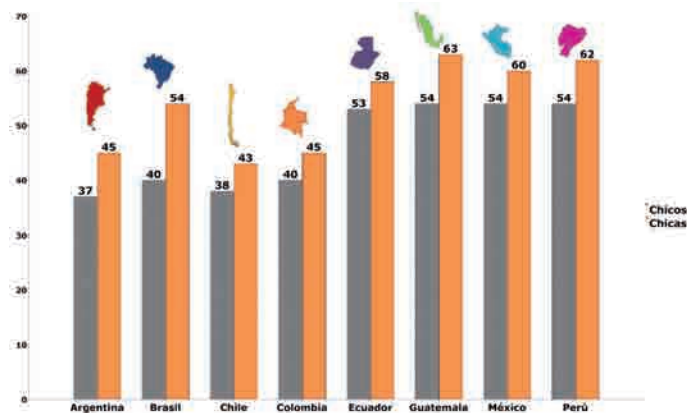
Gráfico 5.36. “Sí, hay programas que no me dejan ver” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?”

Estos datos globales por país, sin embargo, no permiten apreciar las diferencias entre chicos y chicas que, en este caso concreto, son significativas. Como se puede observar en el siguiente gráfico, la prohibición de ver algunos programas de televisión recae siempre en mayor medida sobre los miembros del sexo femenino. Los países en los que mayor es la diferencia entre chicos y chicas son Brasil (54% de chicas frente al 40% de varones) y Guatemala (63% de chicas y 54% de chicos), mientras que el margen es menor en Colombia (45% chicas y 40% chicos) y Chile (43% chicas y 38% chicos).

Gráfico 5.37. “Sí, hay programas que no me dejan ver” (por sexo y país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?”

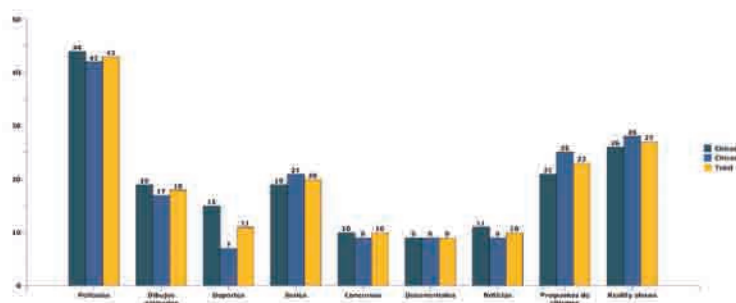


## 5 / Televisión

478

Queda claro, por tanto, que buena parte de los miembros de la Generación Interactiva tiene impuesta algún tipo de restricción por parte de sus padres a la hora de ver la televisión. En este sentido, resulta interesante plantearse qué tipo de programas en concreto son aquellos que los menores tienen prohibido ver. A partir de la encuesta realizada para este estudio se concluye que los contenidos que más prohíben los padres son las películas (43%), no habiendo prácticamente ninguna diferencia en función del sexo. A una distancia significativa con respecto a este tipo de contenidos se prohíben otros programas como los “reality shows” (27%), los programas de chismes (23%) o las series (20%). Por debajo del 20 por ciento quedarían otros contenidos como los dibujos animados, los deportes, las noticias, los concursos y los documentales. Cabe subrayar que, así como el sexo resultaba muy determinante a la hora de prohibir o no prohibir programas, no ocurre lo mismo en cuanto al tipo de programa prohibido. Es decir: casi todos los géneros se prohíben por igual a chicos y chicas, con la excepción de dos tipos de programas: los deportivos (mucho más prohibidos a los varones) y los de chismes (que se restringen más en el caso de las féminas).

**Gráfico 5.38. Tipo de programa que los padres prohíben ver (por sexo y global, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)”, después de haber preguntado “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?”

Por otro lado, la edad también resulta ser un factor de influencia sobre el tipo de contenidos televisivos que los padres prohíben. En algunos casos, se aprecia una tendencia decreciente, pues conforme mayores se hacen los escolares, menor es la prohibición: es el caso de los dibujos animados, los deportes, los concursos o los programas de chismes. No se aprecia una clara tendencia al alza en ningún caso, y sí subidas y bajadas en distintos tramos de edad para contenidos como las películas, las series o los “reality shows”.



Tabla 5.13. Tipo de programa que los padres prohíben ver (por edad, de 10 a 18 años)

	Películas	Dibujos animados	Deportes	Series	Concursos	Documentales	Noticias	Programas de chismes	Reality shows
<b>Chicos</b>									
10 años o menos	41%	25%	19%	23%	12%	9%	14%	26%	21%
11 años	42%	24%	17%	20%	12%	9%	12%	24%	22%
12 años	42%	18%	16%	17%	10%	8%	9%	19%	27%
13 años	42%	20%	17%	19%	12%	12%	15%	21%	26%
14 años	47%	18%	13%	17%	8%	8%	8%	21%	30%
15 años	45%	15%	15%	16%	6%	10%	10%	22%	23%
16 años	47%	17%	10%	18%	8%	8%	9%	17%	32%
17 años	51%	15%	13%	19%	13%	6%	8%	13%	28%
18 años o más	46%	9%	8%	17%	11%	10%	9%	14%	34%
<b>Chicas</b>									
10 años o menos	44%	24%	10%	20%	11%	11%	13%	28%	26%
11 años	40%	19%	9%	24%	12%	12%	13%	27%	30%
12 años	39%	21%	6%	21%	10%	10%	9%	25%	26%
13 años	42%	17%	6%	21%	8%	7%	8%	27%	25%
14 años	39%	13%	6%	19%	9%	9%	6%	24%	30%
15 años	39%	16%	6%	23%	8%	7%	6%	23%	31%
16 años	45%	12%	6%	17%	7%	7%	7%	24%	31%
17 años	48%	13%	4%	20%	7%	3%	7%	18%	27%
18 años o más	50%	10%	7%	12%	5%	6%	9%	16%	37%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)", después de haber preguntado "¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?"

Finalmente, es posible apreciar una distinta sensibilidad y preocupación parental en torno a los programas de televisión entre los distintos países de Iberoamérica. La prohibición de algunos contenidos quedas bastante polarizada atendiendo al ámbito geográfico. Es el caso de las películas, por ejemplo, que en Argentina son prohibidas por más de la mitad de los padres (51%), mientras que en Guatemala las prohíbe el 38 por ciento. Los dibujos animados son es-



## 5 / Televisión

480

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

pecialmente restringidos en Ecuador (27%), mientras que en Brasil encontramos a los padres más permisivos (8%). Otra gran diferencia tiene que ver con los programas de chismes: en Perú son prohibidos por el 43% de los padres, mientras que en Brasil la cifra solo llega al 13 por ciento. Finalmente, el 27% de padres argentinos prohíbe a sus hijos ver series de televisión, mientras que esta cifra se reduce al 11% en el caso de los progenitores brasileños.

**Tabla 5.14. Tipo de programa que los padres prohíben ver (por país, de 10 a 18 años)**

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	Ecuador	Guatemala	México	Perú
Películas	51%	39%	42%	44%	45%	38%	42%	38%
Dibujos animados	9%	8%	11%	18%	27%	15%	15%	19%
Deportes	10%	6%	9%	11%	13%	12%	9%	11%
Series	27%	11%	23%	22%	16%	21%	18%	25%
Concursos	11%	7%	7%	11%	10%	10%	8%	10%
Documentales	8%	7%	5%	11%	7%	12%	8%	8%
Noticias	8%	6%	5%	9%	12%	12%	9%	12%
Programas de chismes	20%	13%	21%	18%	19%	27%	28%	43%
Reality shows	36%	38%	28%	29%	21%	26%	27%	26%

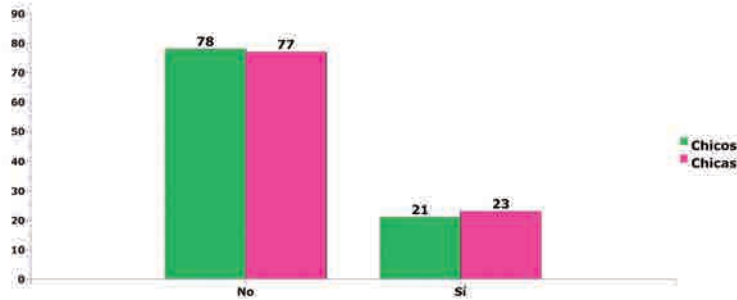
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)", después de haber preguntado "¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?"

### 5.7.3. Discusiones familiares

Al igual que sucede con otras pantallas ya vistas en este estudio (Internet, los videojuegos y los celulares), la televisión puede ser causa de disputas familiares, sobre todo si los padres perciben que los menores hacen un uso inapropiado de ella. Los resultados obtenidos con la encuesta nos indican que, en total, el 22% de los menores discute con sus padres por culpa del uso que hacen de la televisión. La diferencia de discusión entre los chicos y las chicas es prácticamente imperceptible: el 23% de las féminas discute, frente al 21% de los varones.



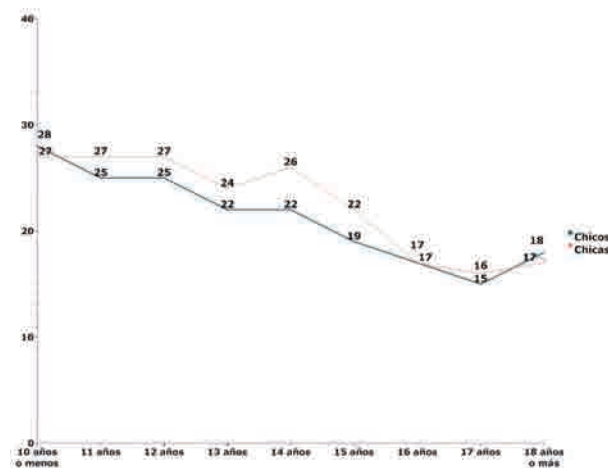
Gráfico 5.39. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

Por el contrario, la edad sí que marca una tendencia consistente en sentido decreciente: si a los 10 años el 28% de los encuestados asegura discutir, esta cifra se va reduciendo paulatinamente hasta llegar al 18% a los 18 años de edad. Se aprecia que las discusiones son más frecuentes en el sexo femenino, exceptuando las edades extremas (los 10 años y los 18 años), momento en el que el número de chicos que discute es ligeramente superior al de chicas.

Gráfico 5.40. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”



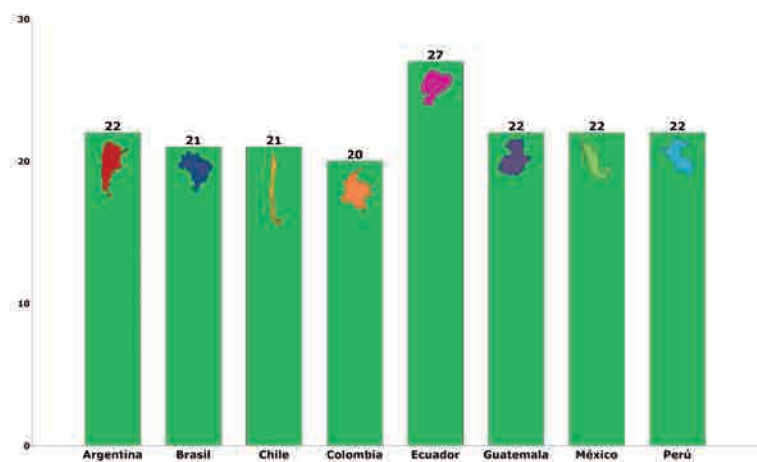
## 5 / Televisión

482

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Por países, resulta evidente que es en Ecuador donde se produce, con diferencia respecto a los demás, el mayor número de discusiones por culpa de la televisión: en el 27% de las ocasiones. En el resto de regiones, el asunto se encuentra realmente igualado y las cifras oscilan entre el 20% de Colombia y el 22% de Argentina, Guatemala, México y Perú.

**Gráfico 5.41. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por país, de 10 a 18 años)**

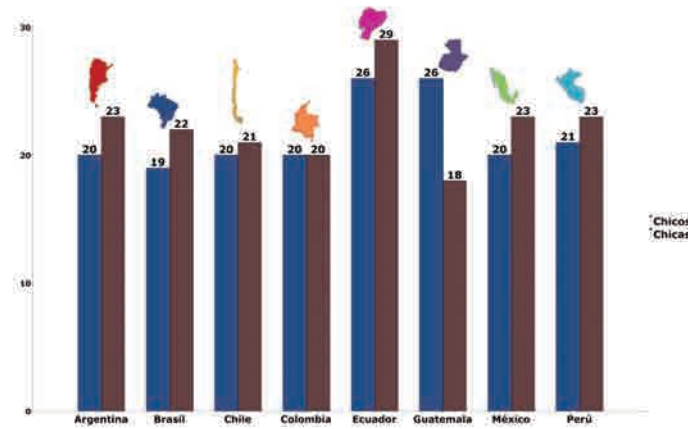


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

Un análisis más detallado, prestando atención al sexo de los encuestados, sí que permite diferenciar algunas tendencias que van en direcciones opuestas. Las discusiones son más frecuentes en el sexo femenino en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, México y Perú. En todos los casos el margen de diferencia con respecto a los varones no sobrepasa el 3 por ciento. Por el contrario, hay un mayor número de chicos que discuten con sus padres por culpa de la televisión en Colombia y Guatemala, siendo este último país el que destaca especialmente porque aquí la brecha entre sexos es la más amplia de todas: el 26% de los varones discute, frente al 18% en el caso de las chicas.



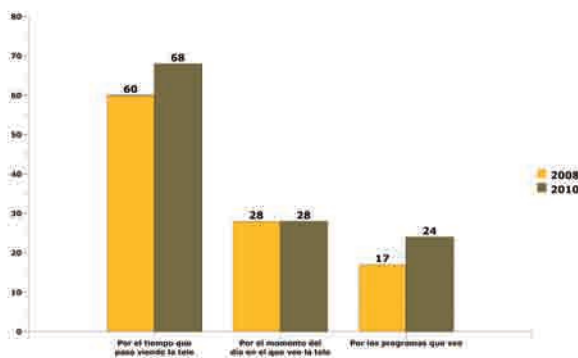
Gráfico 5.42. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por sexo y país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

La razón fundamental por la que se discute tiene que ver con la cantidad de tiempo que se pasa frente al televisor: sucede así en el 68% de los casos. Por detrás quedan otros motivos como el momento del día en el que se ve la tele (28%) o el tipo de programa elegido (24%). Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la importancia de cada uno de los motivos de disputa se ha mantenido estable desde 2008, aunque se aprecia un mayor número de discusiones en torno al tiempo de visionado y el tipo de programa elegido.

Gráfico 5.43. Motivos de discusión en torno a la televisión. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta “A veces puede ocurrir que discutas con tus padres sobre el uso que haces de la televisión... (Es posible más de una respuesta)” y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010, respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber preguntado “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”



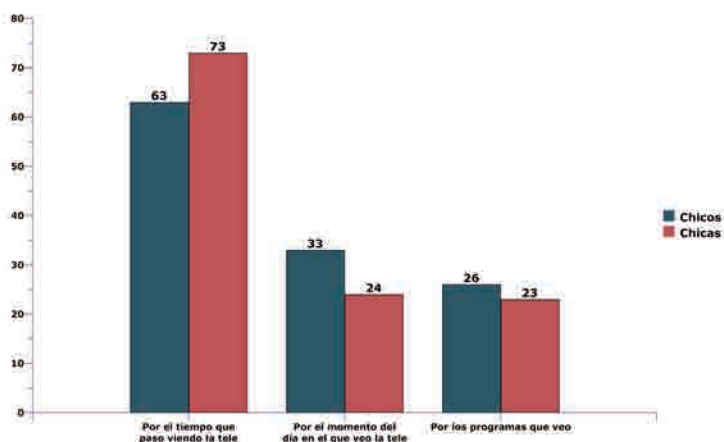


## 5 / Televisión

484

Volviendo a los datos de 2010, en el caso de la cantidad de tiempo de visionado nos encontramos ante un motivo de discusión más común entre las chicas, tal y como queda descrito en el siguiente gráfico. Por el contrario, los chicos discuten más por culpa del momento o tipo de programa elegido a la hora de ver la televisión.

Gráfico 5.44. Motivos de discusión en torno a la televisión (por sexo, de 10 a 18 años)



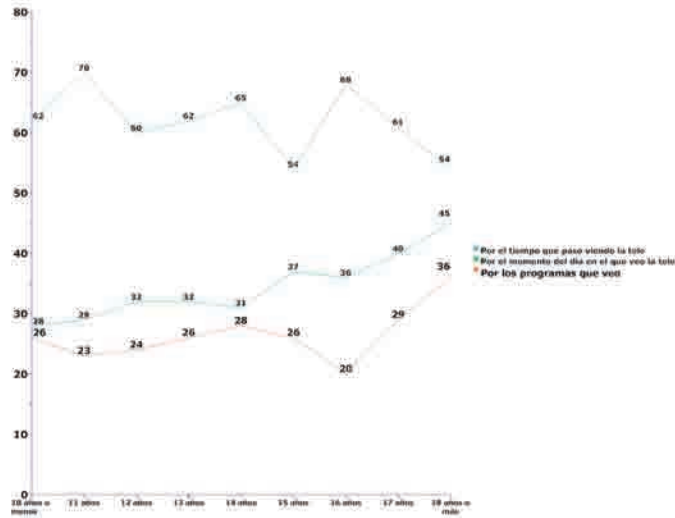
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber preguntado “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

Si nos fijamos en la influencia que tiene la edad sobre los motivos que originan las discusiones familiares, puede apreciarse una tendencia un tanto diferente en el caso de las chicas y el de los chicos.

Entre los varones, las discusiones en torno a la cantidad de tiempo que se ve la televisión parecen seguir una tendencia irregular entre los 10 y los 18 años. Sin embargo, las disputas originadas por el momento y tipo de programa elegido al ver la tele sí que parecen ir en aumento conforme mayor es la edad de los escolares. Por contra, las chicas manifiestan un comportamiento más estable entre los 10 y los 18 años en lo que respecta a los tres motivos de discusión propuestos en este estudio, si bien las discusiones a causa de la cantidad de tiempo de visionado siguen una tendencia piramidal, ya que aumentan en los primeros años para luego volver a descender.

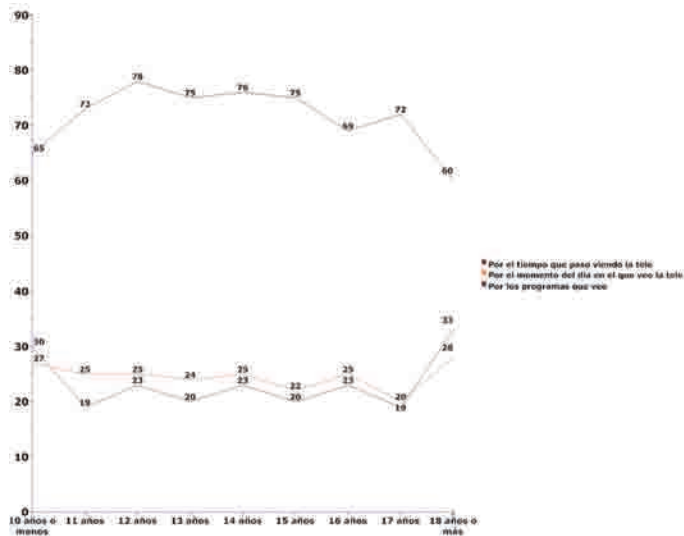


Gráfico 5.45. Motivos de discusión en torno a la televisión (chicos por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber preguntado “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

Gráfico 5.46. Motivos de discusión en torno a la televisión (chicas por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber preguntado “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

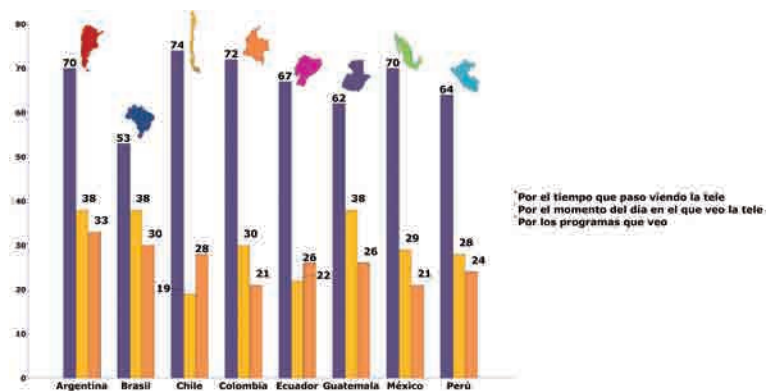


## 5 / Televisión

486

Por otro lado, los motivos de discusión en torno a la tele adquieren distinta relevancia en cada uno de los países incluidos en este estudio sobre la Generación Interactiva iberoamericana. La cantidad de tiempo que los menores pasan frente a la televisión es la principal fuente de discusión en Chile (74%), país que obtiene la puntuación más alta en este sentido y que contrasta con el de Guatemala (62%), que obtiene el índice más bajo. Discutir por culpa del momento de uso es igual de relevante en Argentina, Brasil y Guatemala, que van a la cabeza con un 38% de escolares que responde afirmativamente, mientras que en Chile las discusiones por esta razón no llegan a producirse más que en el 19% de los casos. Finalmente, las discusiones a causa del programa elegido suelen darse con más frecuencia en Argentina (33%), mientras que son menos populares en Colombia y México (21%).

Gráfico 5.47. Motivos de discusión en torno a la televisión (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)" tras haber preguntado "¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?"

Aun así, estos datos cambian si nos fijamos en el sexo de los escolares pertenecientes a cada uno de los ocho países. Como se aprecia en la tabla, la discusión por culpa del tiempo de visionado es más común entre los chicos chilenos (79%) y colombianos (78%), mientras que resulta menos frecuente entre los chicos y las chicas brasileños (51% y 55%, respectivamente). Si nos referimos al momento concreto de uso, las discusiones son más frecuentes entre los chicos brasileños (43%) y argentinos (42%), mientras que las chicas chilenas (15%) y las ecuatorianas (19%) son las menos propensas a discutir por culpa de este motivo. Finalmente, las chicas de Guatemala son quienes más discuten debido a los programas de televisión que eligen: así sucede en el 39% de los casos. Esta cifra contrasta muy significativamente con los chicos del mismo país, que discuten en el 17% de las ocasiones y obtienen el valor más bajo de entre todos los países.



**Tabla 5.15. Motivos de discusión en torno a la televisión (por sexo y país, de 10 a 18 años)**

	Por el tiempo que paso viendo la tele		Por el momento del día en el que veo la tele		Por los programas que veo	
	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas	Chicos	Chicas
Argentina	64%	75%	42%	33%	30%	36%
Brasil	51%	55%	43%	34%	33%	28%
Chile	68%	79%	22%	15%	34%	23%
Colombia	65%	78%	35%	26%	24%	18%
Guatemala	67%	56%	38%	39%	17%	39%
México	62%	75%	33%	26%	22%	20%
Perú	60%	68%	35%	22%	21%	27%
Ecuador	61%	72%	26%	19%	29%	24%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)” tras haber preguntado “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?”

Por otro lado, cabe plantearse si los padres de la Generación Interactiva iberoamericana utilizan la televisión como moneda de cambio con sus hijos. Al ser preguntados por esta cuestión, parece haber una tendencia mayoritaria a que esto no sea así, pues el 85% de los escolares responde negativamente, mientras que el 15% sí que reconoce que sus padres emplean la tele como premio o castigo con ellos. Además, no parece que haya un trato especialmente desigual con los chicos y las chicas, pues esta práctica se aplica al 17% de los chicos, ligeramente por encima del 14% de las chicas.

**Gráfico 5.48. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (de 10 a 18 años)**



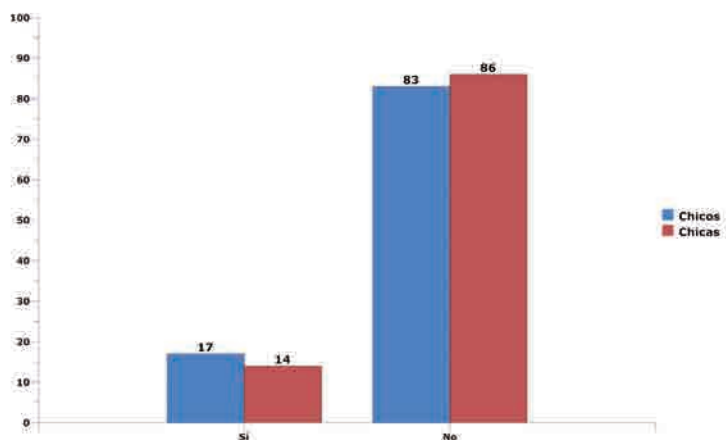
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te castigan o premian con la televisión?”



## 5 / Televisión

488

Gráfico 5.49. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por sexo, de 10 a 18 años)

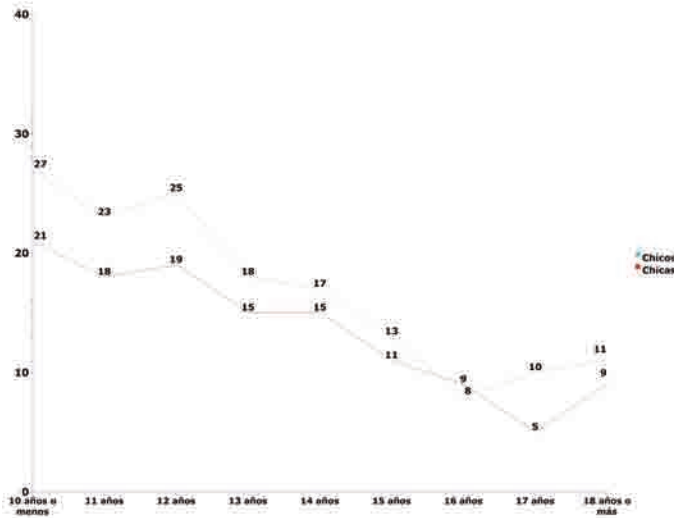


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te castigan o premian con la televisión?”

Como cabe esperar, conforme los miembros de la Generación Interactiva se van haciendo mayores, es menos común que sus padres empleen con ellos la televisión como premio o castigo. En términos globales, si a los 10 años es común premiar o castigar en el 24% de las ocasiones, la cifra va descendiendo paulatinamente hasta alcanzar el mínimo del 7% a los 17 años, y luego recuperar 3 puntos porcentuales a los 18 años. Por sexos, la tendencia decreciente se repite en ambos casos, tal y como queda representado en el siguiente gráfico. En el caso de las chicas, si a los 10 años esta práctica se emplea con el 21% de ellas, la cifra disminuye al 9% cuando se alcanzan los 18 años. En cuanto a los varones, se pasa del 27% a los 10 años hasta el 11% cuando se alcanza la mayoría de edad.



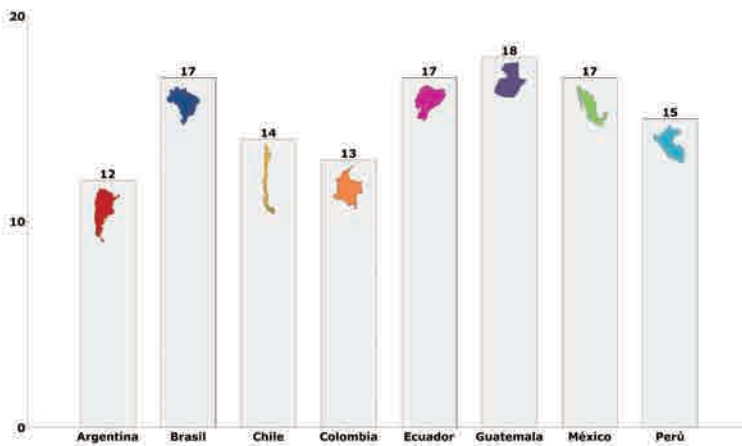
Gráfico 5.50. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te castigan o premian con la televisión?”

Asimismo, la práctica de castigar o premiar con la televisión a los hijos no está extendida en la misma proporción en todos los países, aunque en ningún caso se puede hablar de grandes diferencias. Este tipo de medida de control parental es más frecuente en Guatemala (18%), mientras que el mínimo valor lo encontramos en Argentina (12%), habiendo un margen de diferencia de 6 puntos porcentuales entre ambos países.

Gráfico 5.51. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por país, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te castigan o premian con la televisión?”



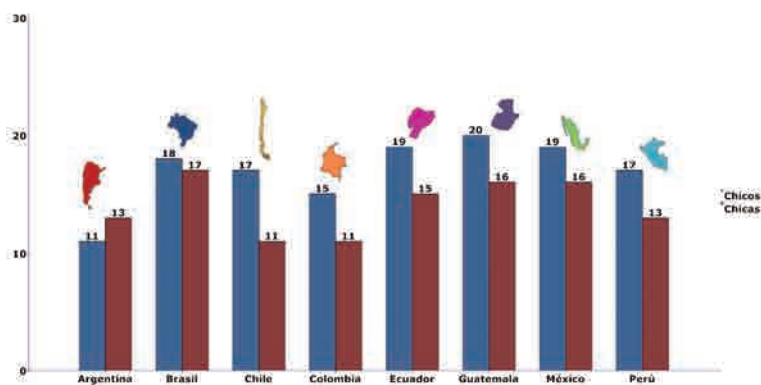
## 5 / Televisión

490

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Asimismo, el uso de la tele como moneda de cambio se perfila como una práctica más extendida entre los chicos de la Generación Interactiva, ya que en todos los países, a excepción de Argentina, ellos superan a las chicas. La cuestión está más polarizada en Chile, con un 17% de chicos con los que se emplea esta táctica de mediación, frente al 11% de las chicas. Sin embargo, la diferencia en Brasil es tan sólo de 1 punto porcentual, mientras que en el caso de Argentina (que como hemos indicado, es el único país en el que se premia/castiga en mayor medida a las féminas) la diferencia entre sexos es del 2 por ciento.

**Gráfico 5.52. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por sexo y país, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Te castigan o premian con la televisión?”

### 5.8. VALORACIONES

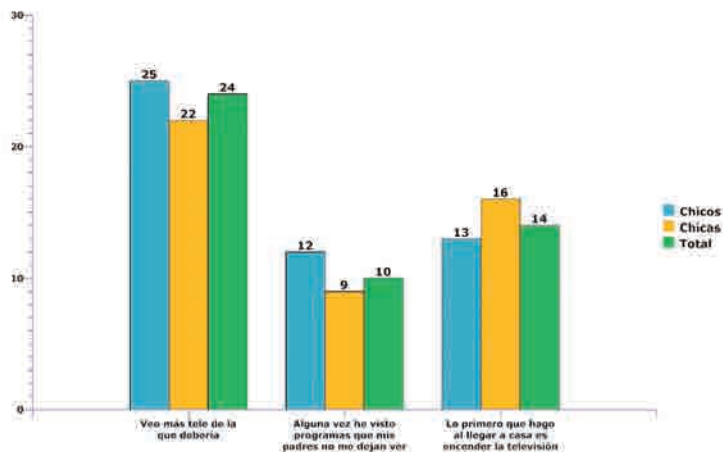
Como se ha podido comprobar a lo largo de este capítulo, la televisión es una pantalla ampliamente extendida en los hogares de la Generación Interactiva iberoamericana, y se perfila como un elemento doméstico más de consumo cotidiano. Dicha habituación a la televisión puede implicar la existencia de algunos riesgos, más si cabe cuando la atención parental puede centrarse en otras tecnologías más desconocidas para ellos, como pueden serlo Internet o los celulares. En este sentido, resulta interesante conocer las actitudes de la Generación Interactiva en Iberoamérica ante el medio rey, tanto si se trata de valorar a esta pantalla por sí misma, como si se compara con otras tecnologías también presentes en los hogares.



### 5.8.1. Hábitos de riesgo

A pesar de que la televisión sea un medio más conocido por todos, siguen persistiendo los peligros que pueden derivarse de un uso inadecuado de esta herramienta. De los resultados que arroja la encuesta se puede extraer la conclusión de que el principal riesgo supone una percepción de consumo excesivo por parte de los menores, pues así lo asegura el 24%. Por sexo, los chicos manifiestan una mayor sensibilidad ante su consumo excesivo en comparación con las chicas (el 25% frente al 22%, respectivamente). Asimismo, el 14% de los menores asegura que lo primero que hace cuando llega a su casa es encender la televisión, hábito que puede ser muestra de cierta dependencia tecnológica, y que se da en una ligera mayor proporción en el caso de las chicas (el 16% frente al 13% de varones). Finalmente, 1 de cada 10 menores asegura haber incumplido en alguna ocasión las normas impuestas por sus padres respecto a los programas que pueden ver. En este sentido, los varones son un poco más desobedientes que las chicas.

Gráfico 5.53. Situaciones de riesgo ante la televisión (global y por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Si observamos la influencia que tiene la edad sobre las conductas de riesgo relacionadas con la televisión, se observan tendencias distintas para cada caso. La percepción de ver en exceso esta pantalla es la cuestión más claramente definida por la edad, con una tendencia claramente decreciente conforme mayores se hacen los escolares. Por el contrario, el hábito de encender el televisor



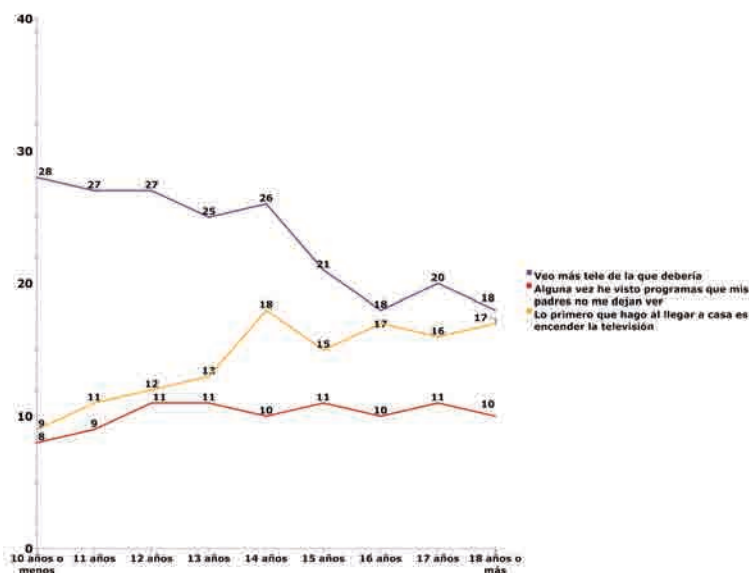


## 5 / Televisión

492

en cuanto se llega a casa parece ir aumentando progresivamente conforme mayores se hacen los miembros de la Generación Interactiva. Asimismo, cabe destacar que el incumplimiento de las prohibiciones paternas no varía significativamente en función de la edad.

Gráfico 5.54. Situaciones de riesgo ante la televisión (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)"

Por otra parte, la nacionalidad de los encuestados también es un factor que determina un distinto grado de exposición a riesgos. Tal y como se puede apreciar en la tabla, la mayor percepción de un consumo excesivo de tele la encontramos en Chile (29%), mientras que en Perú esta cuestión obtiene el mínimo valor (19%). Además, los menores de Guatemala son los más proclives a incumplir las normas paternas respecto a los programas que pueden ver (20%), en contraste con los argentinos, que son los más obedientes en este sentido (8%). Por último en Argentina es más común encender la televisión nada más llegar a casa (23%), mientras que en Ecuador y Guatemala esto es menos frecuente (11%).



**Tabla 5.16. Situaciones de riesgo ante la televisión (por país, de 10 a 18 años)**

	Veo más tele de la que debería	Alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver	Lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión
Argentina	25%	8%	23%
Brasil	25%	14%	22%
Chile	29%	13%	18%
Colombia	23%	9%	15%
Ecuador	25%	9%	11%
Guatemala	26%	20%	11%
México	24%	10%	12%
Perú	19%	11%	12%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)"

### 5.8.2. Situaciones de consumo de televisión

#### Situaciones de consumo de televisión

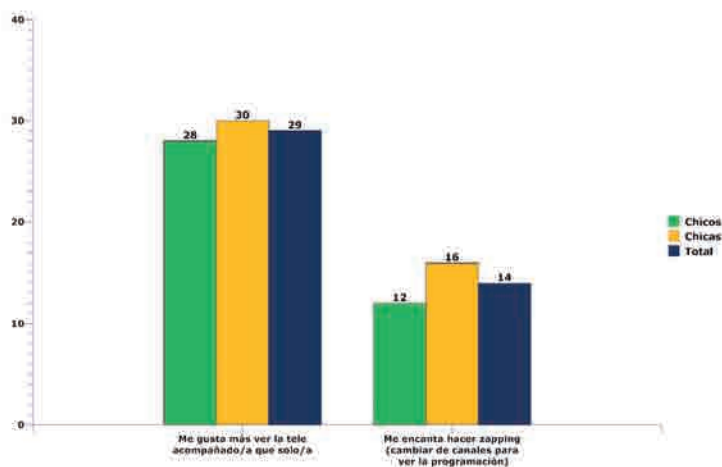
Por otro lado, la encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica nos permite conocer algunas de las preferencias de los menores cuando están delante de la televisión. A la luz de los datos, parece que una parte importante de los menores (el 29%) prefiere ver la tele en compañía de otras personas, siendo esto un poco más común en el caso de las chicas. Asimismo, el 14% de los escolares reconoce que les gusta mucho el hábito de hacer zapping e ir cambiando de un canal a otro, habiendo nuevamente un mayor número de chicas aficionadas a esta práctica en comparación con los varones (el 16% frente al 12%, respectivamente).



## 5 / Televisión

494

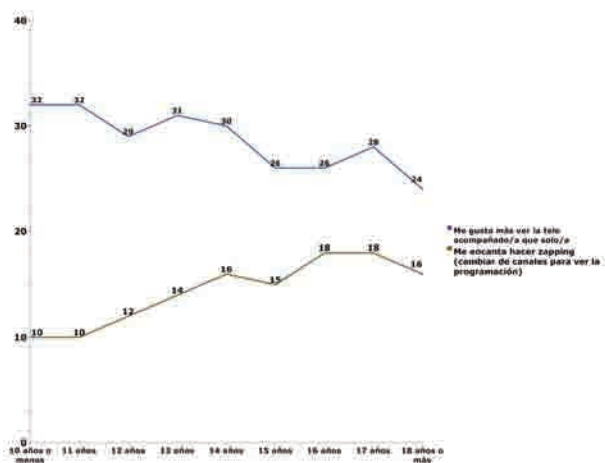
Gráfico 5.55. Situaciones de consumo de televisión (global y por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Las dos situaciones descritas manifiestan tendencias inversas conforme aumenta la edad de los escolares. Así, en la medida en que se hacen mayores, es menor la necesidad de ver la tele en compañía de otras personas, lo que es índice de la autonomía que van adquiriendo al alcanzar la madurez. Por el contrario, el gusto por el zapping va ganando popularidad desde los 10 a los 18 años, pues pasa del 10% al 16%.

Gráfico 5.56. Situaciones de consumo de televisión (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”



## Valoraciones sobre el consumo del contenido

El zapping, que como hemos visto gusta al 14% de los encuestados, es una señal de un uso de la televisión como manera de improvisación, pues va cambiando de un canal a otro sin un rumbo fijo. Dicha “improvisación” de la que hablamos parece quedar reforzada también por el hecho de que sean muy pocos los menores que eligen el programa que quieren ver previamente a encender la televisión: tan solo el 13 por ciento. Este dato refuerza la idea de que la televisión se enciende sin un fin preestablecido, siendo habitual utilizarla de manera improvisada o para pasar el rato y matar el tiempo. Tal y como se puede apreciar en la tabla, ese carácter improvisador se da prácticamente en la misma medida en los chicos y las chicas.

El recurso habitual a la tele como forma de entretenimiento fácil también queda reforzado por el hecho de que sean pocos los menores que reconocen que esta pantalla les aburre: en total lo afirma el 12%, no existiendo diferencia en función del sexo. Sin embargo, la percepción de aburrimiento sí que va en aumento conforme mayores son los escolares iberoamericanos, tal y como queda descrito en el gráfico.

Por otro lado, la televisión permite hoy en día interactuar a través de los celulares convirtiendo en protagonistas y participantes a los espectadores. Sin embargo, no parece que la Generación Interactiva quiera aprovecharse de esa posibilidad a día de hoy: tan sólo el 3% reconoce enviar habitualmente mensajes de texto para votar en concursos o para que estos aparezcan en pantalla, siendo los varones ligeramente más proclives a hacerlo que las chicas.

**Tabla 5.17. Valoraciones sobre el consumo de televisión (global y por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas	Total
Me aburre la televisión	12%	12%	12%
Elijo el programa antes de encender la televisión	13%	12%	13%
Suelo enviar mensajes de texto para votar en concursos	4%	3%	3%
Suelo enviar mensajes de texto a la TV para que aparezcan en pantalla	3%	2%	3%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

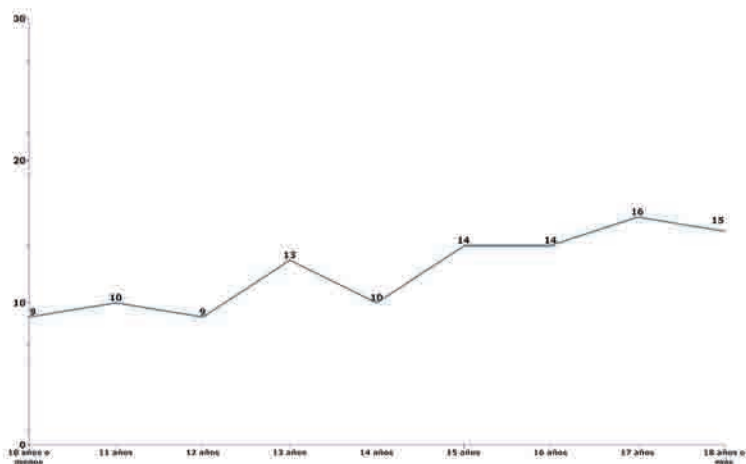


## 5 / Televisión

496

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.57. “Me aburre la televisión” (por edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

Finalmente, el origen geográfico de los menores delimita también distintas actitudes y conductas ante los contenidos televisivos disponibles. Quienes manifiestan un mayor aburrimiento ante la televisión son, por igual, los chilenos y guatemaltecos (21%), en contraste con el 8% de menores brasileños que responde afirmativamente a esta cuestión. Asimismo, en Perú encontramos a los menores más previsores de todos a la hora de elegir el programa de televisión (18%), mientras que en Argentina, Brasil y Colombia se da el mayor grado de improvisación (11%). Por último, el envío de mensajes de texto para votaciones o aparición en pantalla es muy poco frecuente, tal y como indicábamos, aunque Guatemala va a la cabeza en ambos casos (8% y 5%, respectivamente), y destacan por encima del resto de países, que obtienen valores muy similares.

Tabla 5.18. Valoraciones sobre el consumo de televisión (por país, de 10 a 18 años)

	Me aburre la televisión	Elijo el programa antes de encender la televisión	Suelo enviar mensajes de texto para votar en concursos	Suelo enviar mensajes de texto a la TV para que aparezcan en pantalla
Argentina	12%	11%	4%	3%
Brasil	8%	11%	3%	2%
Chile	21%	14%	4%	4%
Colombia	12%	11%	3%	3%



	Me aburre la televisión	Elijo el programa antes de encender la televisión	Suelo enviar mensajes de texto para votar en concursos	Suelo enviar mensajes de texto a la TV para que aparezcan en pantalla
Ecuador	10%	15%	3%	3%
Guatemala	21%	12%	8%	5%
México	14%	12%	3%	2%
Perú	10%	18%	4%	3%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

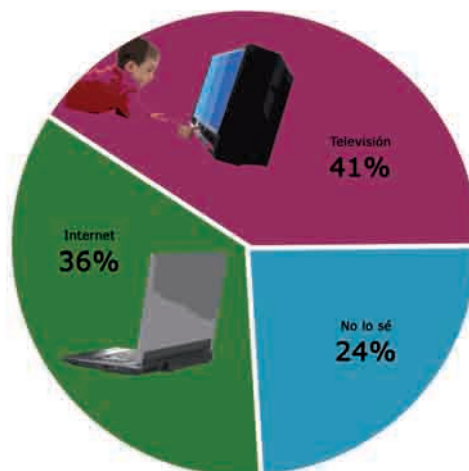
### Competencia entre pantallas: preferencias

Como se ha podido ver a lo largo de estas páginas, todas las pantallas ocupan un lugar importante en la vida de la Generación Interactiva, pues se usan con frecuencia y satisfacen necesidades en muy diversos ámbitos de sus vidas. Por todo ello, puede resultar complicado decantarse por algunas pantallas concretas frente a otras. A continuación veremos cuál es la opción escogida por los menores iberoamericanos ante cada pareja de items presentada.

### Televisión frente a Internet

En el caso de tener que elegir entre estas dos pantallas, la opción ganadora es Internet, aunque con mayor rotundidad en el caso de los mayores (10-18 años) que en el de los pequeños (6-9 años), los cuales se muestran más indecisos.

Gráfico 5.58. Preferencia de la televisión frente a Internet (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?”

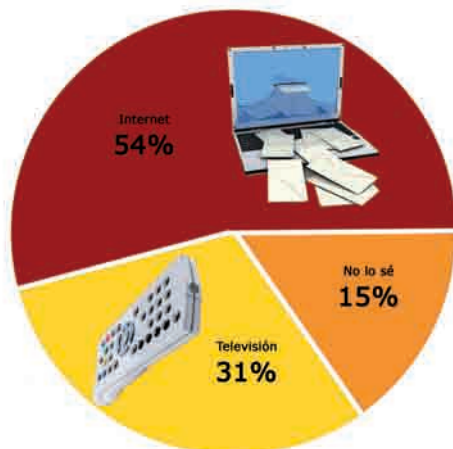


## 5 / Televisión

498

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

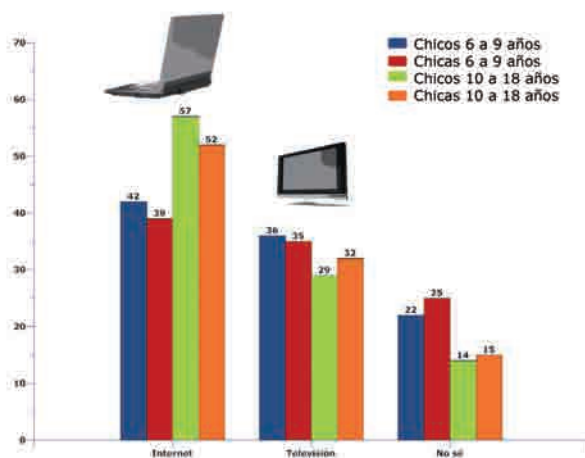
Gráfico 5.59. Preferencia de la televisión frente a Internet (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Por otra parte, un análisis prestando atención al sexo permite distinguir una mayor preferencia masculina por Internet: tanto en el grupo de los pequeños (6-9) como en el de mayores (10-18), los chicos prefieren la Red en mayor medida que la televisión, mientras que las chicas no muestran tanta distancia con respecto a la televisión y, por el contrario, sí que manifiestan una mayor indecisión al tener que decidir entre ambas pantallas.

Gráfico 5.60. Preferencia de la televisión frente a Internet (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



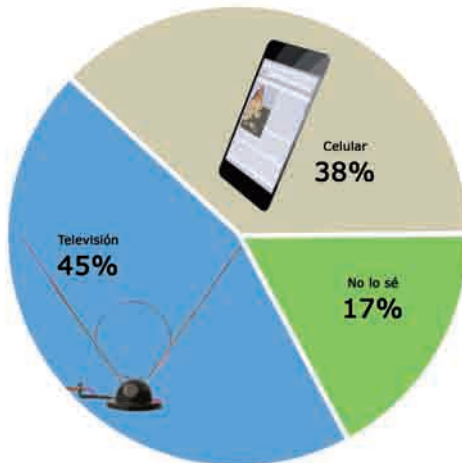
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"



### Televisión frente al celular

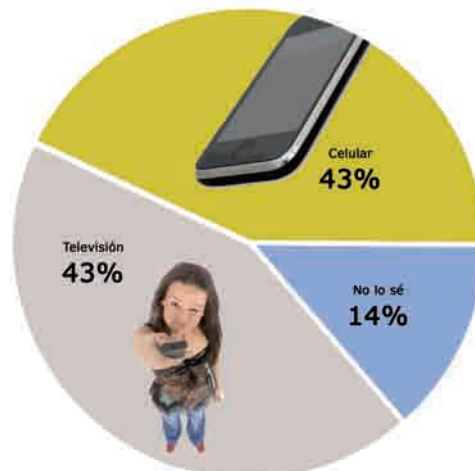
En el caso de tener que elegir entre la televisión y el teléfono celular, la cuestión no está tan clara como en el caso anterior, pues las preferencias varían en función de la edad y el sexo de los escolares. Como se puede apreciar, entre los 6 y 9 años es mayor la preferencia por la tele (el 45% la elige ante el 38% que se decanta por el teléfono). Sin embargo, entre el grupo de mayores (10-18 años) la cuestión queda totalmente igualada, pues un 43% se decanta por una pantalla y el otro 43% por la otra.

Gráfico 5.61. Preferencia de la televisión frente al celular (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Gráfico 5.62. Preferencia de la televisión frente al celular (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"





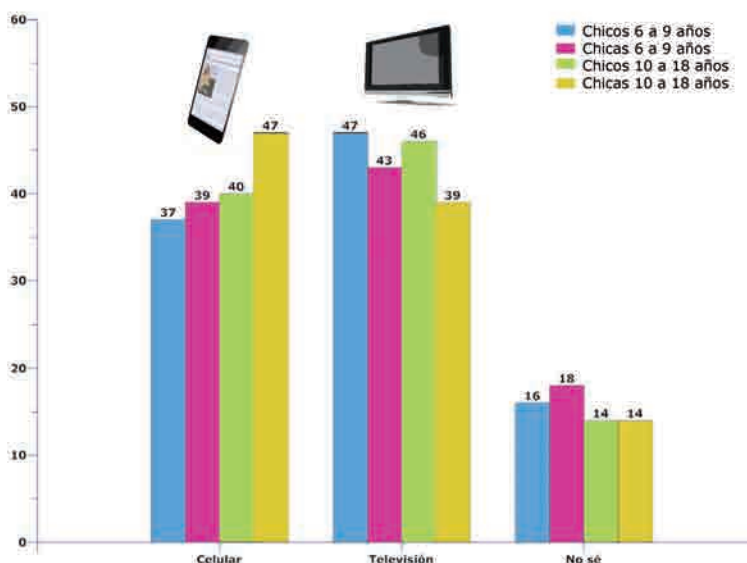
## 5 / Televisión

500

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Además, en este caso las chicas muestran una mayor preferencia por los celulares ante la televisión en comparación con los varones. Cuando son pequeñas (6-9), sigue ganando la tele, pero al hacerse mayores (10-18), su preferencia por el celular aventaja en 8 puntos a la tele (el 47% frente al 39%, respectivamente).

**Gráfico 5.63. Preferencia de la televisión frente al celular (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



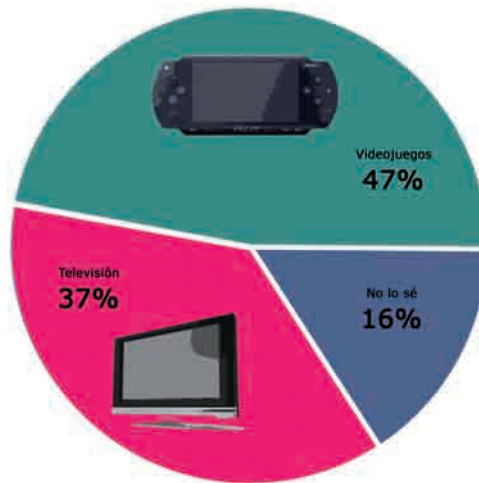
Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

### Televisión frente a videojuegos

Finalmente, en el caso de tener que elegir entre la televisión y los videojuegos, nuevamente el sexo y la edad de los encuestados son variables que delimitan de manera notable las preferencias de los miembros de la Generación Interactiva. Entre el grupo de los pequeños (6-9 años) ganan los videojuegos frente a la tele (47% frente al 37%), pero al hacerse mayores (10-18 años) esta tendencia se invierte, y lo que pesa es la tele ante los videojuegos (47% frente al 39%, respectivamente).

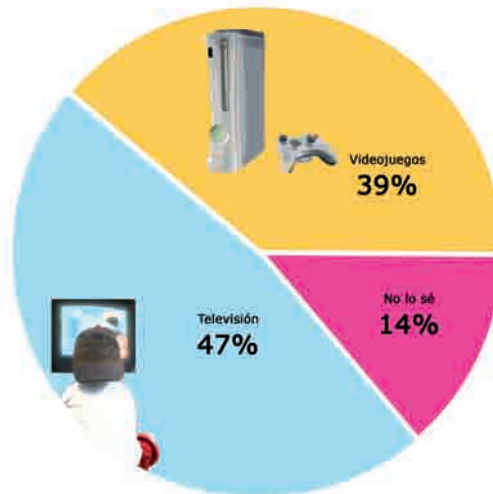


Gráfico 5.64. Preferencia de la televisión frente a los videojuegos (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Gráfico 5.65. Preferencia de la televisión frente a los videojuegos (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"



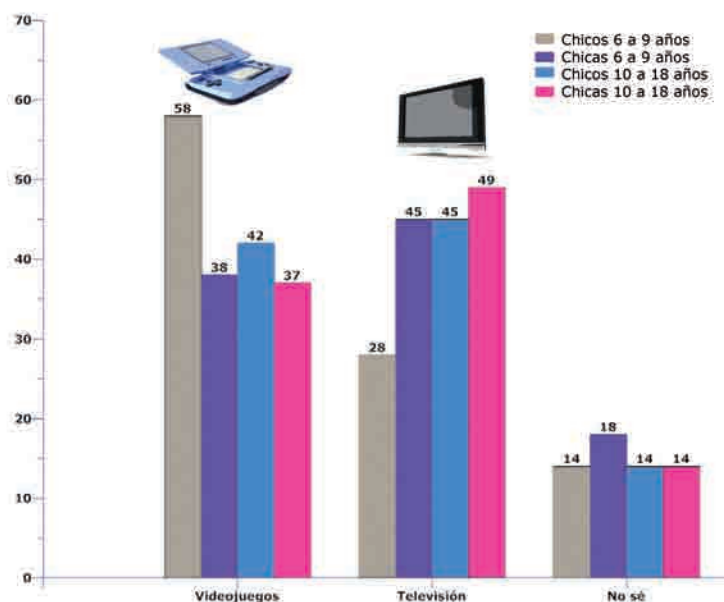
## 5 / Televisión

502

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Por otra parte, las chicas manifiestan una mayor preferencia por la televisión en comparación con los chicos, aunque dicha diferencia es especialmente pronunciada en el caso del grupo de pequeños (6-9 años). Como se puede apreciar, en este tramo de edad el videojuego se perfila como una pantalla eminentemente masculina, ya que el 58% de los niños aseguran preferirla antes que la televisión, con un margen de diferencia muy amplio (del 30%).

**Gráfico 5.66. Preferencia de la televisión frente a los videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

### Televisión frente al resto de pantallas: por países

Finalmente, resulta interesante explorar las preferencias entre pantallas atendiendo al origen geográfico de los menores. Entre los pequeños (6-9 años), si nos fijamos en la pareja Internet-televisión, hay dos países que rompen la norma general: Guatemala y Ecuador, ya que aquí gana la televisión, mientras que en los demás predomina la Red. Respecto al binomio videojuegos-televisión, son Argentina y Guatemala los países que se desvían de la norma común, ya que los menores prefieren la tele, al contrario que en el resto de Iberoamérica. Finalmente, estudiamos la pareja celular-televisión, México es el único lugar en



el que gana el teléfono, mientras que en todos los demás es preferida la pantalla reina.

**Tabla 5.19. Preferencia de la televisión ante los videojuegos y los celulares (por país, de 6 a 9 años)**

	Internet vs. TV			Videojuegos vs. TV			Celular vs. TV		
	Internet	TV	No sé	Vide- ojuegos	TV	No sé	Celular	TV	No sé
Argentina	37%	36%	27%	39%	45%	16%	26%	57%	17%
Brasil	46%	37%	17%	57%	34%	10%	43%	50%	7%
Chile	49%	21%	30%	49%	30%	20%	36%	42%	22%
Colombia	44%	37%	20%	48%	38%	14%	37%	46%	17%
Ecuador	40%	46%	14%	47%	42%	11%	40%	48%	12%
Guatemala	19%	46%	35%	28%	41%	31%	26%	41%	33%
México	40%	35%	24%	51%	35%	14%	44%	42%	15%
Perú	42%	32%	26%	46%	36%	18%	36%	47%	17%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

Entre el grupo de mayores (10-18 años), y centrándonos en la pareja Internet-televisión, en Guatemala la Generación Interactiva se desvía de la norma común, ya que en este país se prefiere la televisión antes que la Red, mientras que en los demás sucede lo contrario. Si les dan a elegir entre los videojuegos y la televisión, lo más frecuente en términos globales es quedarse con la segunda pantalla, pero en los casos de Argentina, Chile y México existe una mayor preferencia por los videojuegos. Finalmente, en términos globales la elección entre celulares y la tele quedaba igualmente repartida, tal y como hemos comprobado. Si nos fijamos en los países concretos, vemos que en Argentina, Brasil, Ecuador, México y Perú hay una mayor predilección por el celular, mientras que en Colombia y Guatemala gana la televisión. Asimismo, los chilenos muestran exactamente la misma preferencia por cada una de estas dos pantallas (el 42%).



## 5 / Televisión

504

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 5.20. Preferencia de la televisión ante los videojuegos y los celulares (por país, de 10 a 18 años)**

	Internet vs. TV			Videojuegos vs. TV			Celular vs. TV		
	Internet	TV	No lo sé	Vide- ojuegos	TV	No lo sé	Celular	TV	No lo sé
Argentina	54%	31%	15%	46%	43%	11%	51%	33%	16%
Brasil	62%	25%	13%	39%	50%	10%	49%	39%	12%
Chile	61%	24%	14%	42%	41%	17%	42%	42%	16%
Colombia	58%	29%	13%	41%	46%	12%	37%	49%	13%
Ecuador	50%	31%	19%	30%	53%	17%	51%	34%	15%
Guatemala	23%	43%	33%	19%	35%	46%	20%	37%	43%
México	47%	41%	12%	50%	39%	11%	46%	43%	11%
Perú	57%	25%	19%	30%	55%	15%	44%	42%	14%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación, ¿qué te gusta más?"

### 5.9. RESUMEN GENERAL POR PAÍSES

#### 5.9.1. Argentina

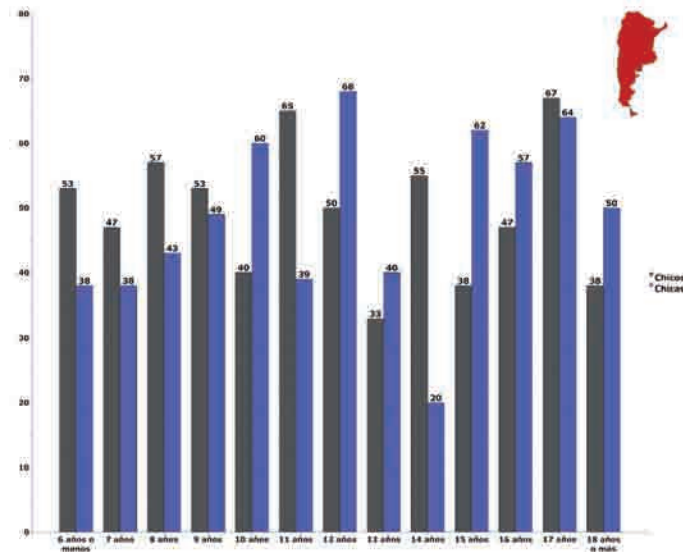
**Tabla 5.21. Argentina: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)**

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	2%	2%
	10-18 años	2%	1%
Uno	6-9 años	23%	28%
	10-18 años	26%	29%
Dos	6-9 años	36%	32%
	10-18 años	30%	35%
Tres	6-9 años	20%	21%
	10-18 años	25%	16%
Cuatro o más	6-9 años	19%	18%
	10-18 años	16%	19%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



Gráfico 5.67. Argentina: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

Tabla 5.22. Argentina: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)

			Chicos	Chicas
Solo	6 a 9		72%	69%
	10 a 18		68%	67%
Padre	6 a 9		52%	44%
	10 a 18		42%	40%
Madre	6 a 9		51%	53%
	10 a 18		45%	53%
Hermanos/as	6 a 9		55%	53%
	10 a 18		55%	60%
Otro familiar	6 a 9		30%	29%
	10 a 18		36%	23%
Un amigo/a	6 a 9		37%	38%
	10 a 18		38%	36%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



## 5 / Televisión

506

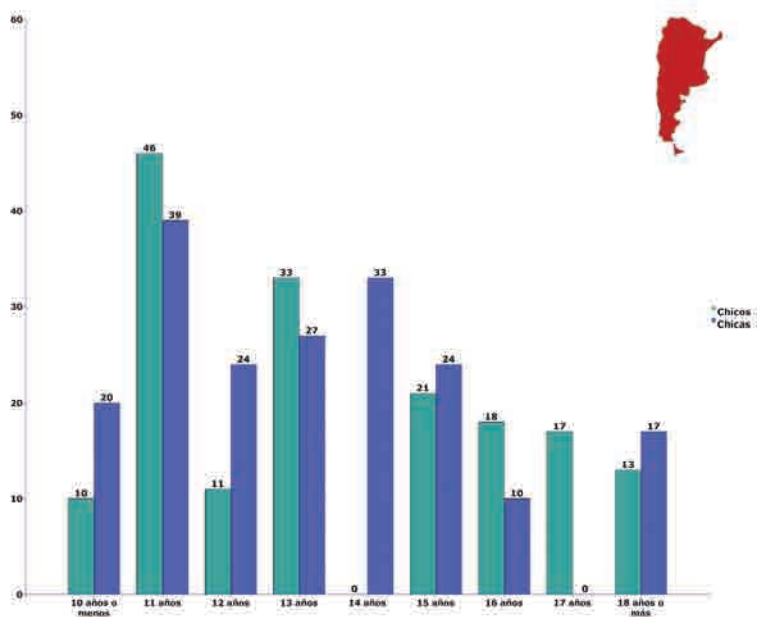
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 5.23. Argentina: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Películas	77%	83%
Dibujos animados	37%	47%
Deportes	71%	24%
Series	45%	66%
Concursos	21%	19%
Documentales	36%	29%
Noticias	35%	26%
Programas de chismes	12%	19%
Reality shows	25%	40%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta)". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

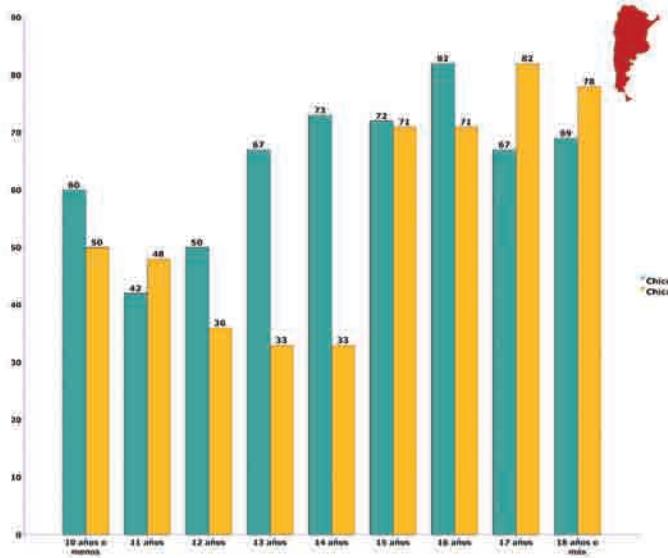
**Gráfico 5.68. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?". Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

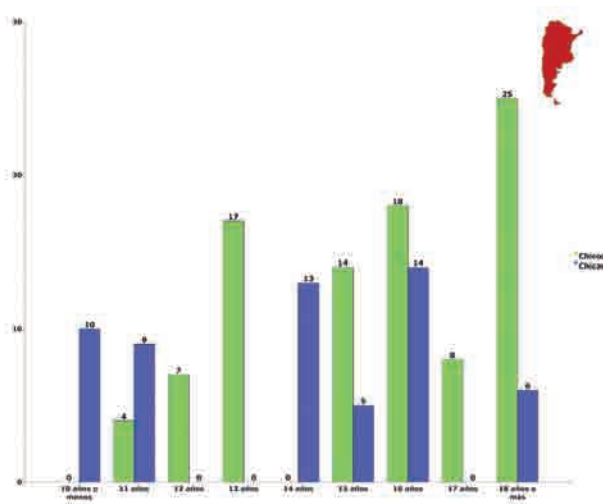


**Gráfico 5.69. Argentina: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Gráfico 5.70. Argentina: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”. Misma fuente para el resto de países incluidos en el resumen.



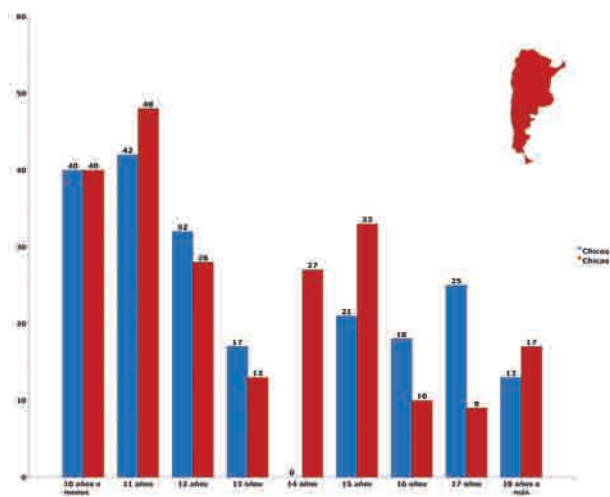


## 5 / Televisión

508

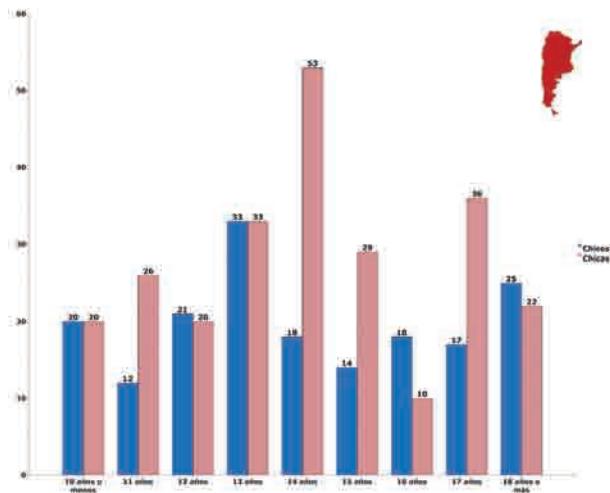
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Gráfico 5.71. Argentina: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”. Mismo fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

**Gráfico 5.72. Argentina: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”. Mismo fuente para el resto de países incluidos en el resumen.

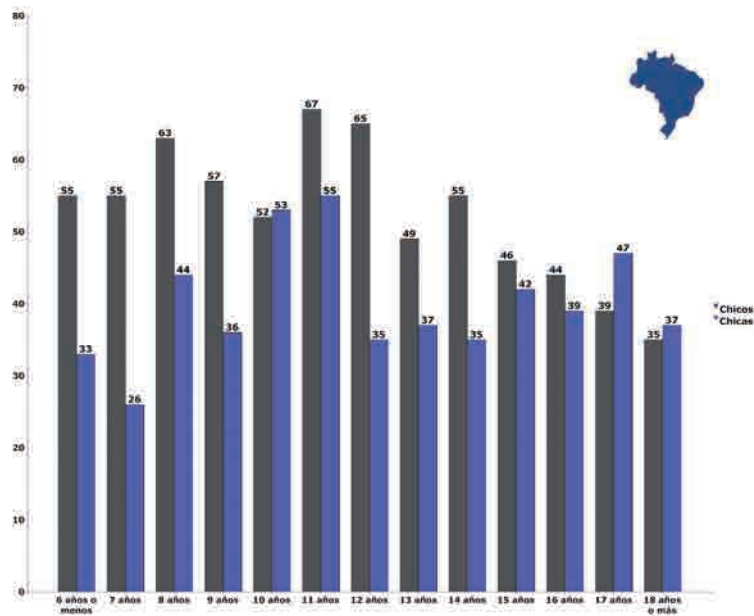


5.9.2. Brasil

Tabla 5.24. Brasil: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	5%	7%
	10-18 años	5%	3%
Uno	6-9 años	22%	25%
	10-18 años	26%	28%
Dos	6-9 años	26%	29%
	10-18 años	24%	34%
Tres	6-9 años	21%	19%
	10-18 años	21%	17%
Cuatro o más	6-9 años	26%	19%
	10-18 años	24%	18%

Gráfico 5.73. Brasil: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





## 5 / Televisión

510

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 5.25. Brasil: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)**

		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	45%	49%
	10 a 18	61%	56%
Padre	6 a 9	34%	37%
	10 a 18	42%	35%
Madre	6 a 9	49%	49%
	10 a 18	49%	54%
Hermanos/as	6 a 9	37%	46%
	10 a 18	47%	49%
Otro familiar	6 a 9	18%	21%
	10 a 18	28%	28%
Un amigo/a	6 a 9	19%	19%
	10 a 18	22%	24%

**Tabla 5.26. Brasil: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Películas	81%	83%
Dibujos animados	47%	49%
Deportes	57%	23%
Series	46%	47%
Concursos	9%	13%
Documentales	27%	19%
Noticias	39%	40%
Programas de chismes	15%	41%
Reality shows	35%	51%



Gráfico 5.74. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

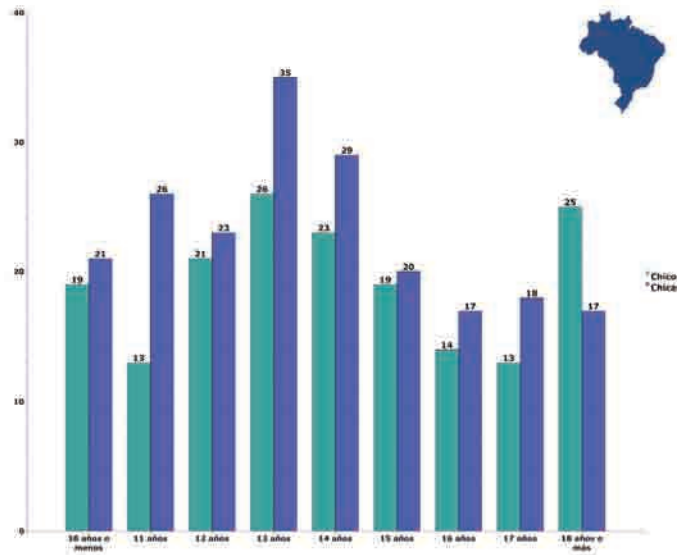
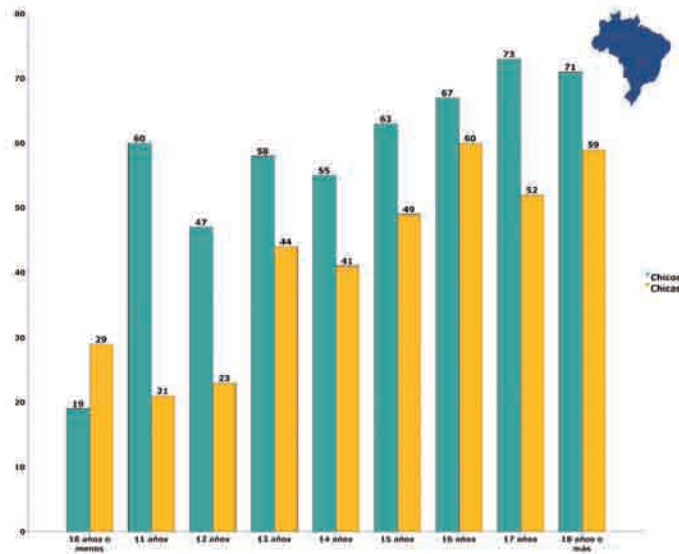


Gráfico 5.75. Brasil: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5 / Televisión

512

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.76. Brasil: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

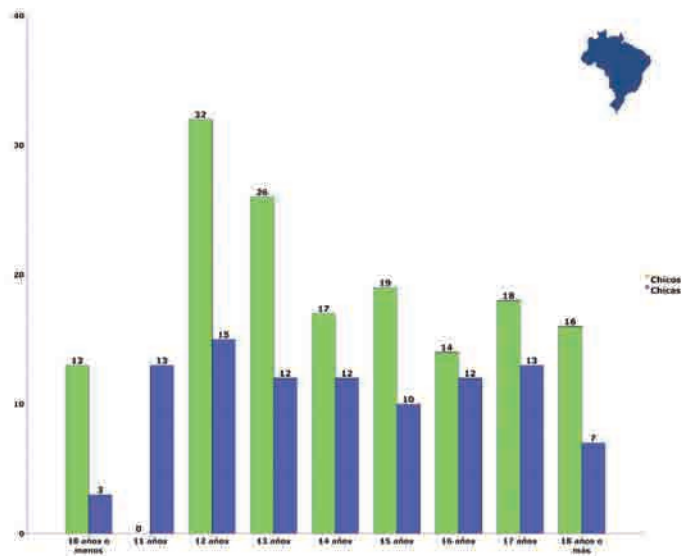


Gráfico 5.77. Brasil: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

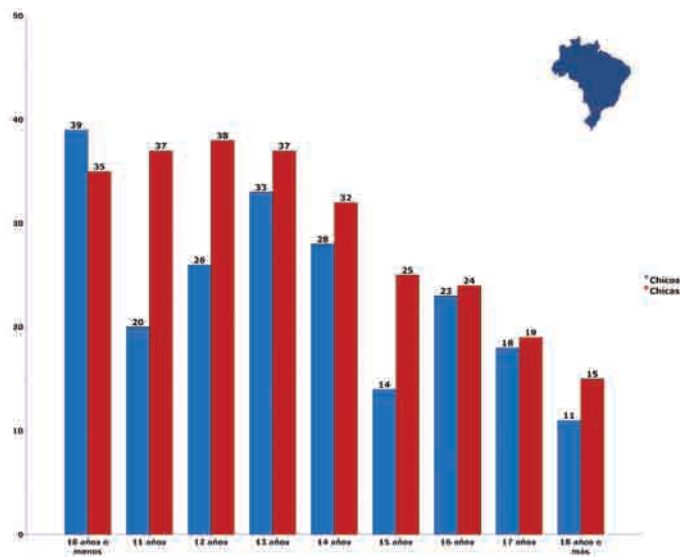
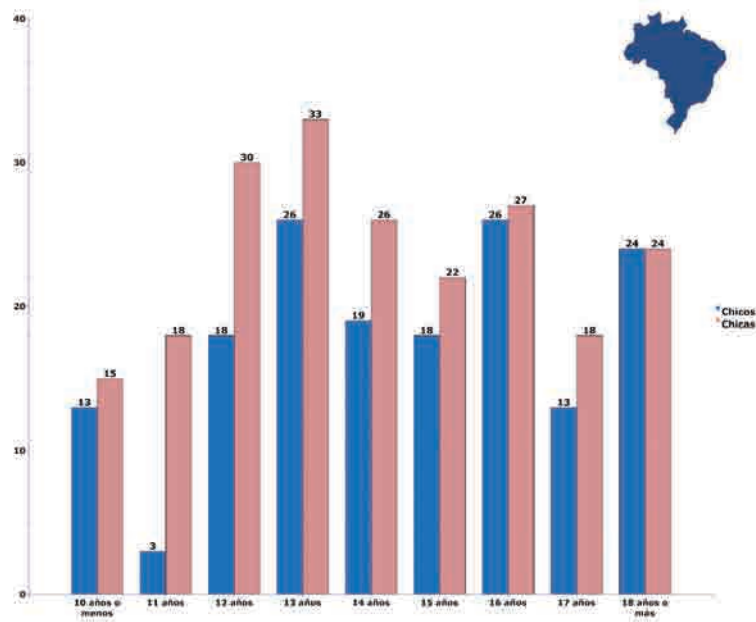




Gráfico 5.78. Brasil: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



### 5.9.3. Chile

Tabla 5.27. Chile: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	3%	3%
	10-18 años	3%	0%
Uno	6-9 años	12%	12%
	10-18 años	10%	15%
Dos	6-9 años	27%	29%
	10-18 años	31%	32%
Tres	6-9 años	31%	32%
	10-18 años	26%	27%
Cuatro o más	6-9 años	26%	24%
	10-18 años	30%	25%



## 5 / Televisión

514

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.79. Chile: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

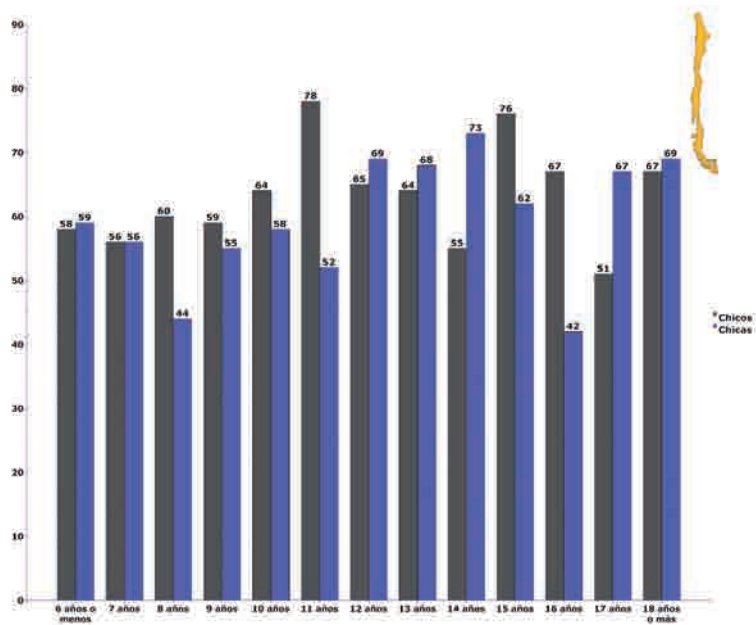


Tabla 5.28. Chile: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)

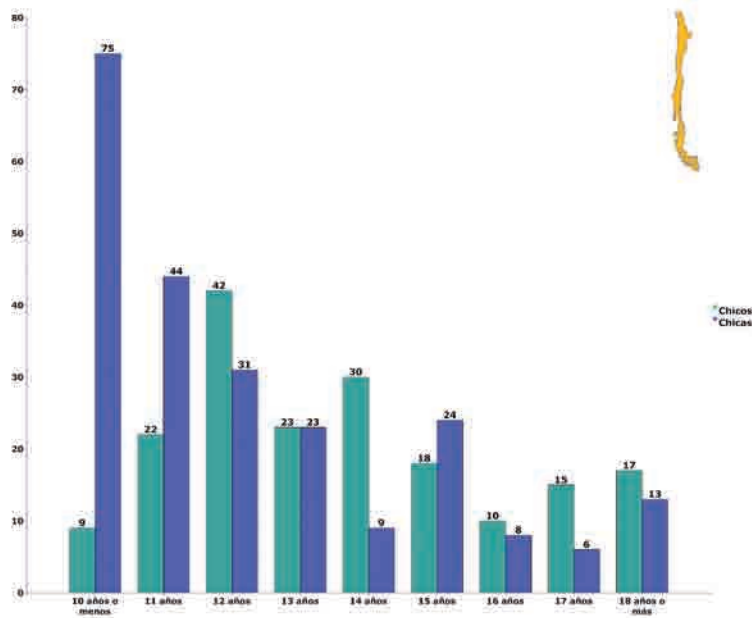
		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	51%	48%
	10 a 18	71%	64%
Padre	6 a 9	35%	34%
	10 a 18	40%	42%
Madre	6 a 9	38%	42%
	10 a 18	47%	61%
Hermanos/as	6 a 9	34%	35%
	10 a 18	50%	56%
Otro familiar	6 a 9	21%	20%
	10 a 18	26%	36%
Un amigo/a	6 a 9	21%	22%
	10 a 18	25%	33%



Tabla 5.29. Chile: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Películas	78%	79%
Dibujos animados	54%	64%
Deportes	58%	17%
Series	41%	62%
Concursos	17%	22%
Documentales	42%	32%
Noticias	37%	31%
Programas de chismes	6%	18%
Reality shows	22%	32%

Gráfico 5.80. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)







## 5 / Televisión

516

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.81. Chile: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años)

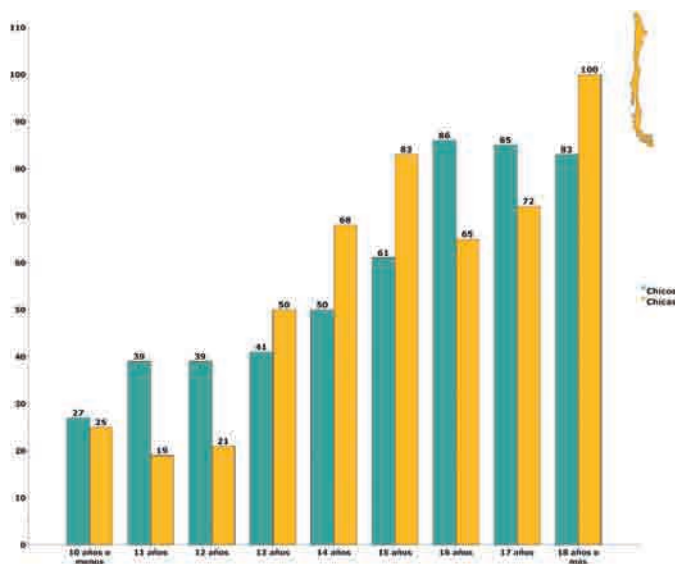


Gráfico 5.82. Chile: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

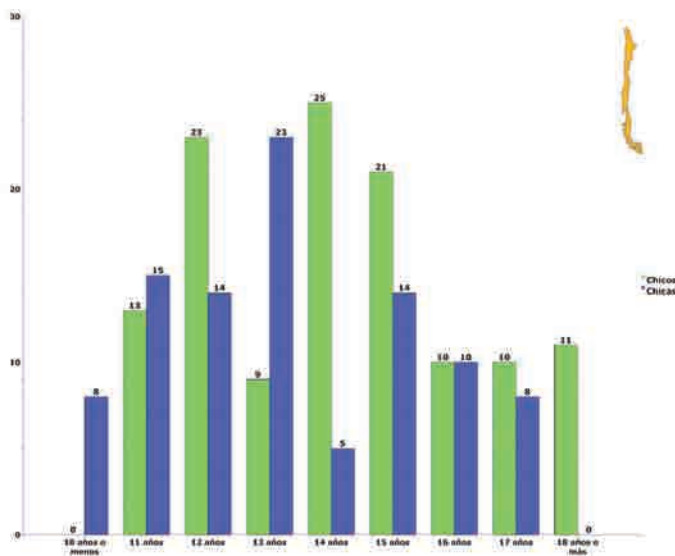




Gráfico 5.83. Chile: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

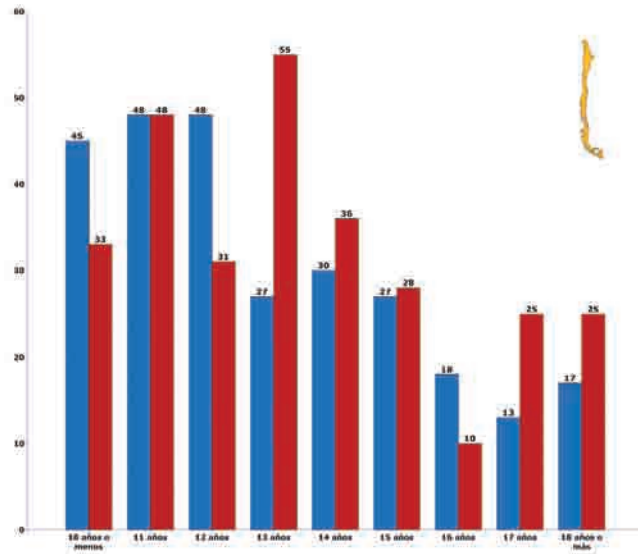
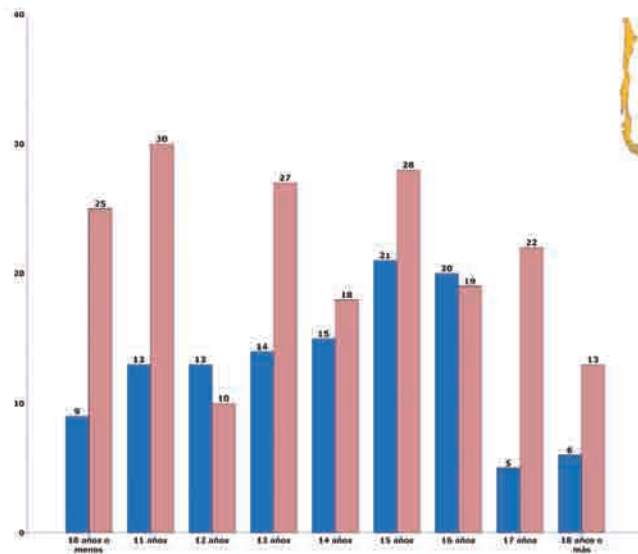


Gráfico 5.84. Chile: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5 / Televisión

518

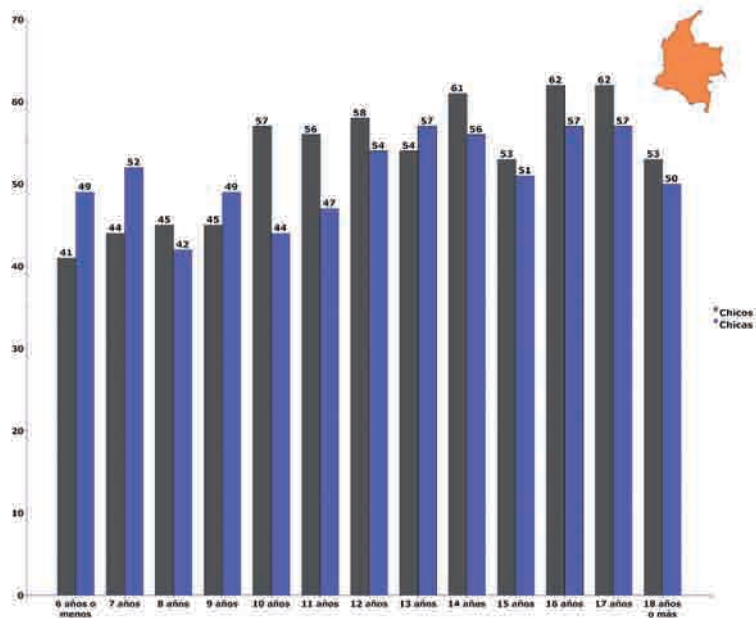
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 5.9.4. Colombia

Tabla 5.30. Colombia: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	3%	2%
	10-18 años	4%	2%
Uno	6-9 años	33%	30%
	10-18 años	21%	24%
Dos	6-9 años	30%	31%
	10-18 años	28%	29%
Tres	6-9 años	19%	19%
	10-18 años	24%	24%
Cuatro o más	6-9 años	15%	17%
	10-18 años	23%	20%

Gráfico 5.85. Colombia: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





**Tabla 5.31. Colombia: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)**

		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	46%	46%
	10 a 18	63%	61%
Padre	6 a 9	39%	39%
	10 a 18	38%	36%
Madre	6 a 9	46%	52%
	10 a 18	43%	53%
Hermanos/as	6 a 9	41%	46%
	10 a 18	44%	50%
Otro familiar	6 a 9	21%	25%
	10 a 18	24%	29%
Un amigo/a	6 a 9	19%	22%
	10 a 18	25%	30%

**Tabla 5.32. Colombia: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Películas	80%	80%
Dibujos animados	44%	47%
Deportes	53%	18%
Series	43%	52%
Concursos	24%	30%
Documentales	40%	35%
Noticias	33%	28%
Programas de chismes	11%	19%
Reality shows	25%	32%



## 5 / Televisión

520

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.86. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

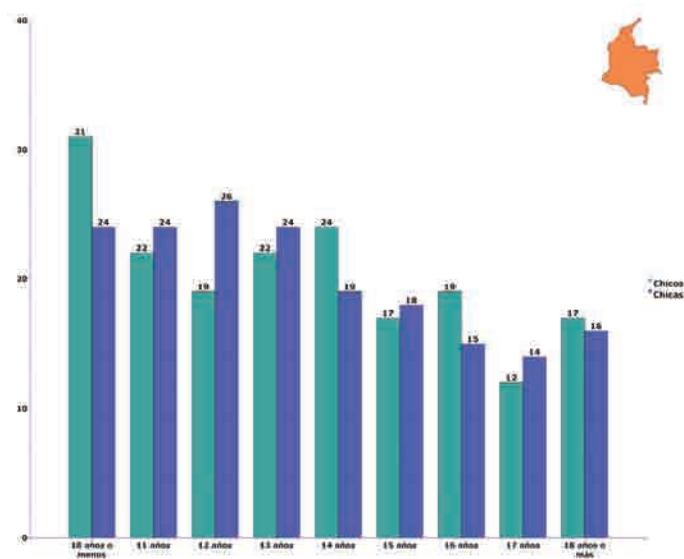


Gráfico 5.87. Colombia: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

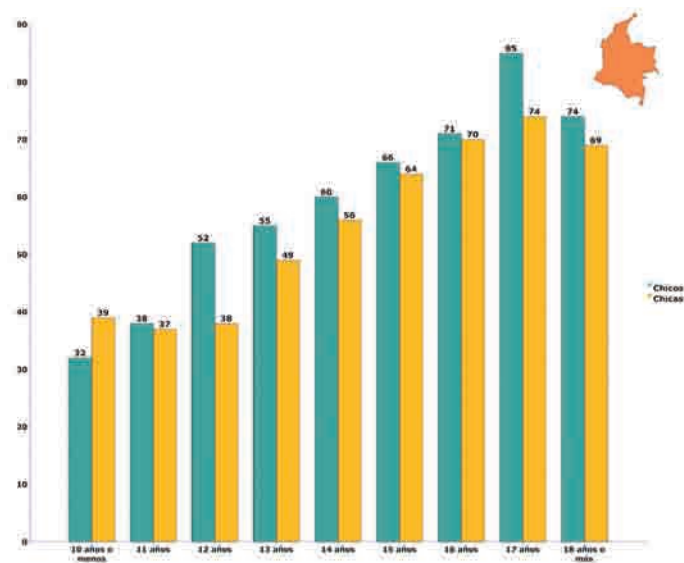




Gráfico 5.88. Colombia: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

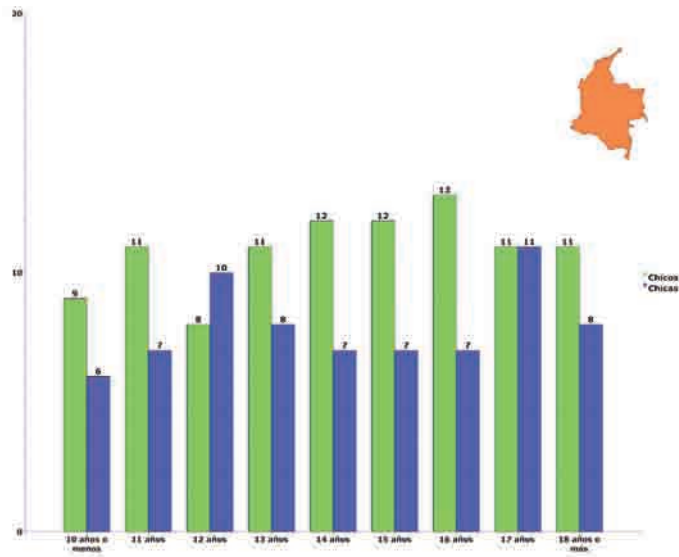
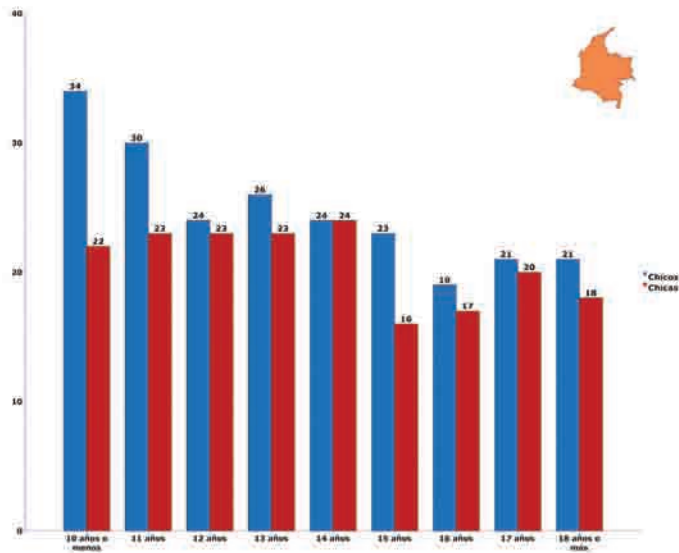


Gráfico 5.89. Colombia: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



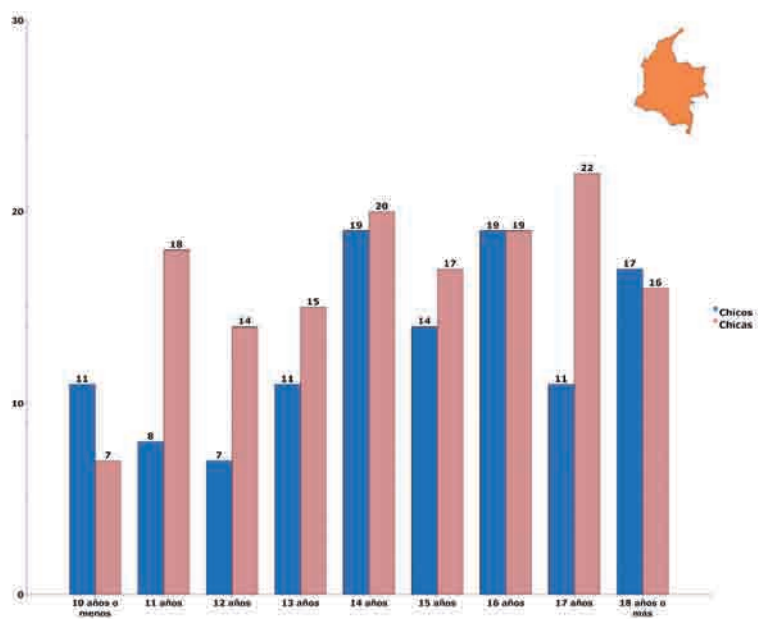


## 5 / Televisión

522

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.90. Colombia: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



### 5.9.5. Ecuador

Tabla 5.33. Ecuador: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	5%	5%
	10-18 años	5%	3%
Uno	6-9 años	39%	41%
	10-18 años	25%	30%
Dos	6-9 años	31%	29%
	10-18 años	32%	32%
Tres	6-9 años	13%	16%
	10-18 años	22%	23%
Cuatro o más	6-9 años	12%	10%
	10-18 años	15%	13%



Gráfico 5.91. Ecuador: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

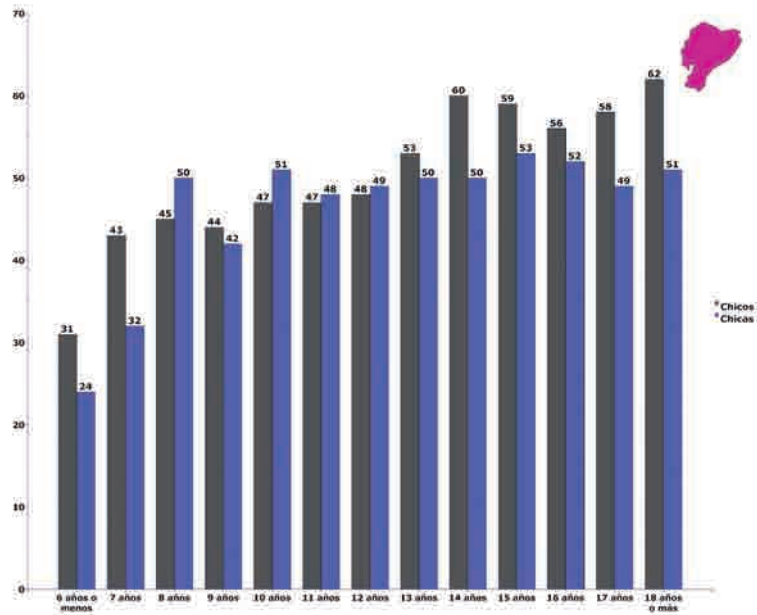


Tabla 5.34. Ecuador: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	31%	27%
	10 a 18	47%	46%
Padre	6 a 9	33%	31%
	10 a 18	31%	29%
Madre	6 a 9	35%	43%
	10 a 18	33%	43%
Hermanos/as	6 a 9	41%	45%
	10 a 18	46%	54%
Otro familiar	6 a 9	9%	12%
	10 a 18	19%	21%
Un amigo/a	6 a 9	7%	8%
	10 a 18	14%	11%





## 5 / Televisión

524

Tabla 5.35. Ecuador: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)

	Chicos	Chicas
Películas	73%	65%
Dibujos animados	46%	48%
Deportes	49%	14%
Series	31%	32%
Concursos	18%	21%
Documentales	24%	18%
Noticias	32%	30%
Programas de chismes	10%	22%
Reality shows	17%	18%

Gráfico 5.92. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

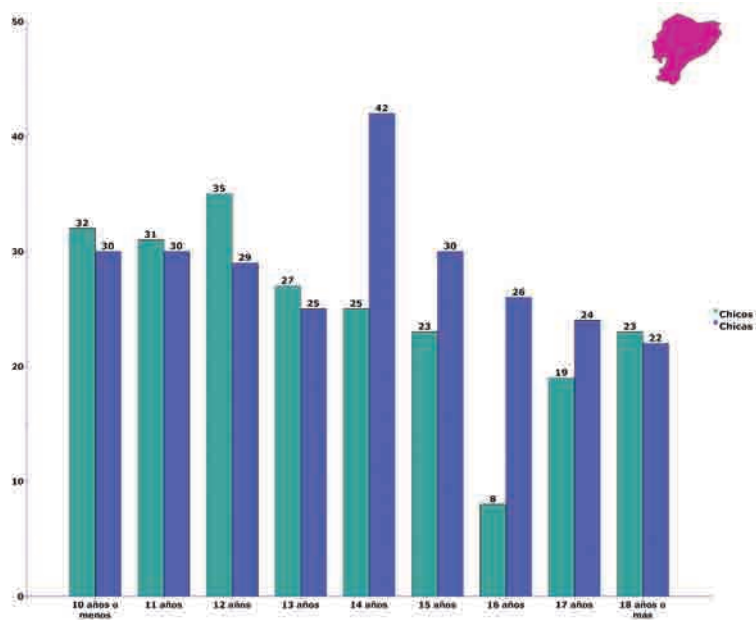




Gráfico 5.93. Ecuador: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años)

525

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

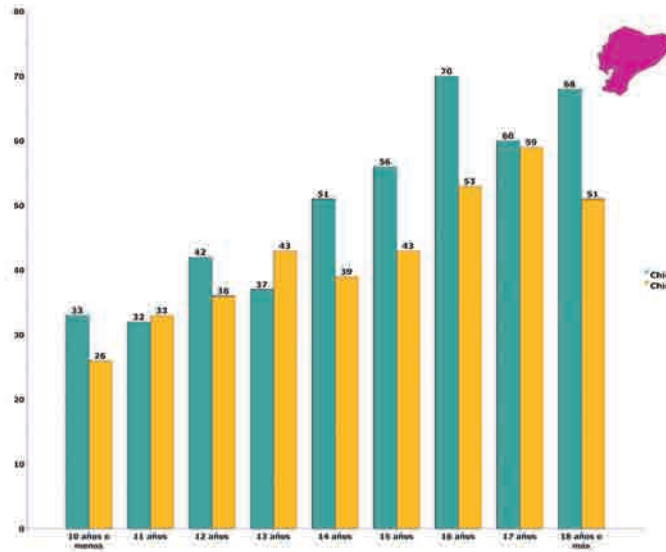
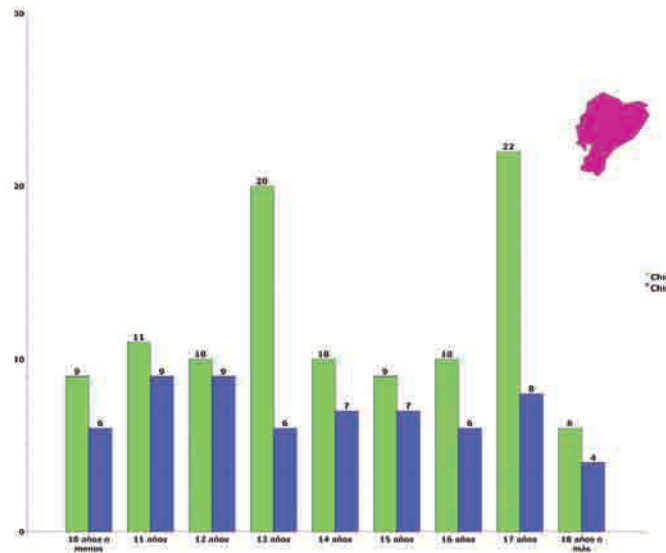


Gráfico 5.94. Ecuador: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5 / Televisión

526

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.95. Ecuador: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

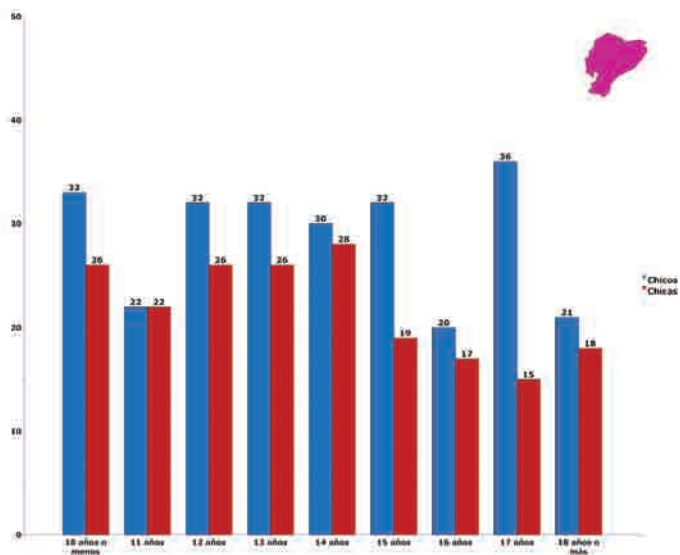
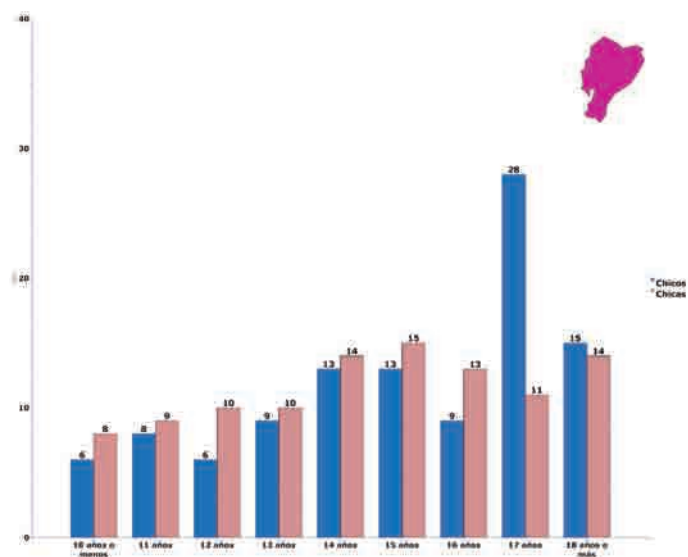


Gráfico 5.96. Ecuador: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5.9.6. Guatemala

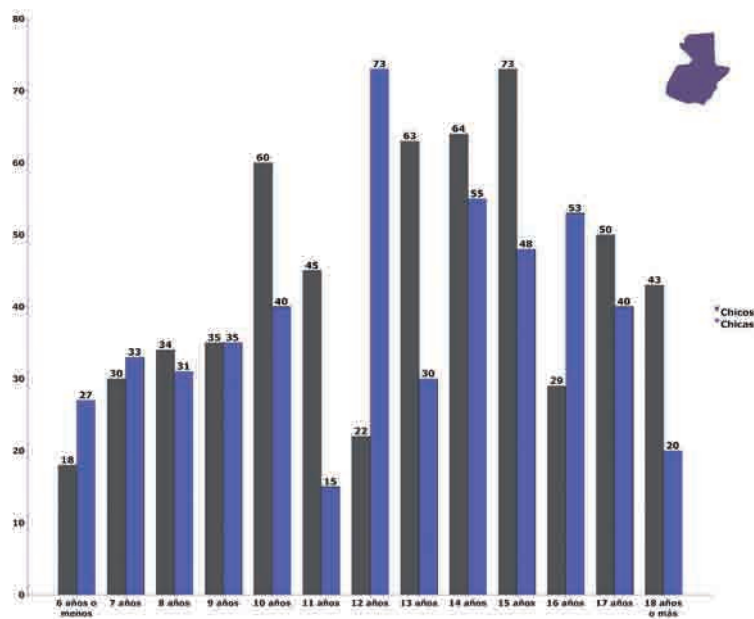
527

Tabla 5.36. Guatemala: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	11%	11%
	10-18 años	11%	7%
Uno	6-9 años	52%	49%
	10-18 años	20%	22%
Dos	6-9 años	22%	20%
	10-18 años	28%	29%
Tres	6-9 años	6%	9%
	10-18 años	20%	20%
Cuatro o más	6-9 años	9%	11%
	10-18 años	21%	22%

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.97. Guatemala: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





## 5 / Televisión

528

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Tabla 5.37. Guatemala: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)**

		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	26%	25%
	10 a 18	62%	61%
Padre	6 a 9	24%	26%
	10 a 18	49%	47%
Madre	6 a 9	29%	34%
	10 a 18	52%	57%
Hermanos/as	6 a 9	38%	34%
	10 a 18	60%	60%
Otro familiar	6 a 9	16%	10%
	10 a 18	31%	28%
Un amigo/a	6 a 9	11%	12%
	10 a 18	15%	14%

**Tabla 5.38. Guatemala: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Películas	75%	73%
Dibujos animados	44%	39%
Deportes	35%	26%
Series	38%	44%
Concursos	23%	24%
Documentales	29%	22%
Noticias	27%	16%
Programas de chismes	13%	20%
Reality shows	10%	18%



Gráfico 5.98. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

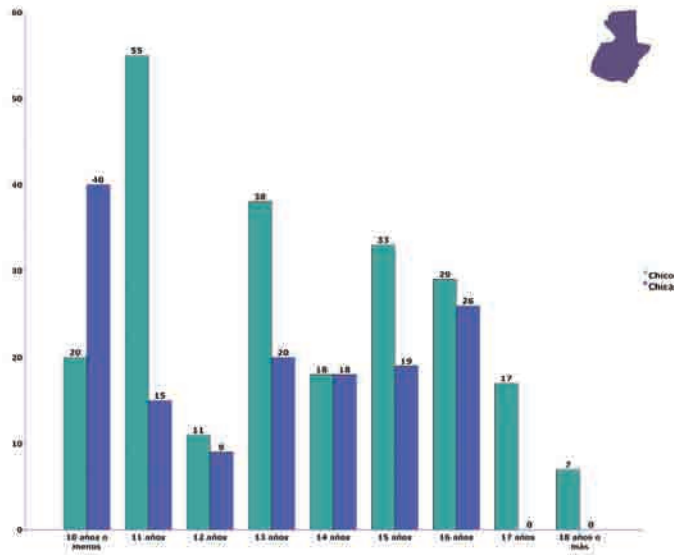
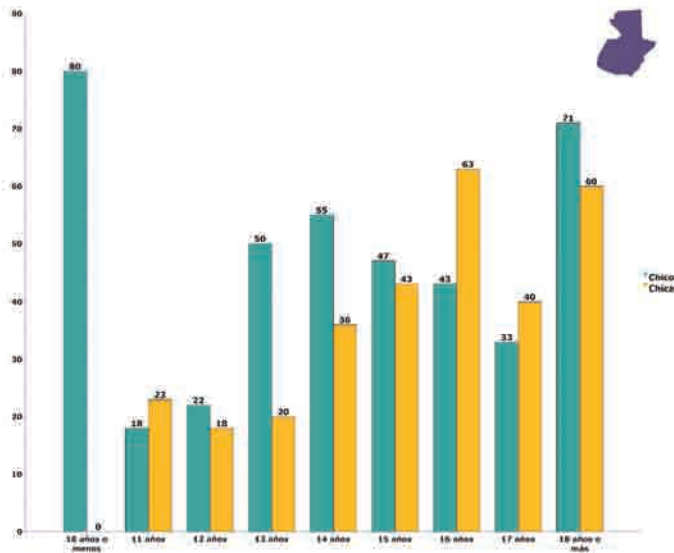


Gráfico 5.99. Guatemala: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5 / Televisión

530

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.100. Guatemala: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

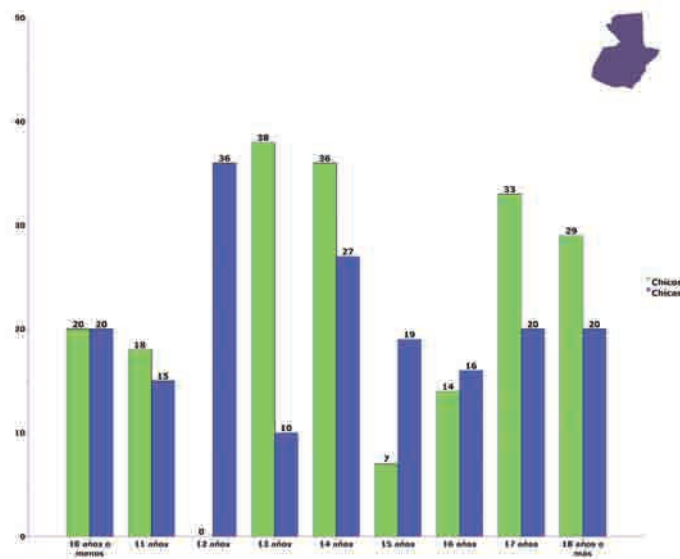


Gráfico 5.101. Guatemala: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

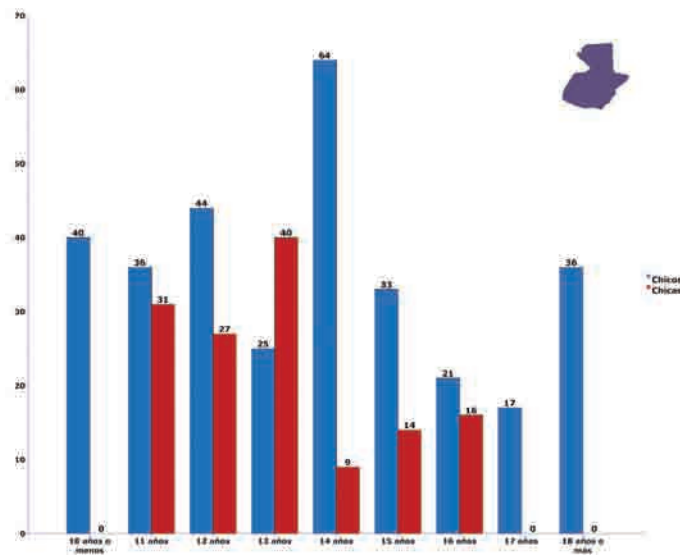
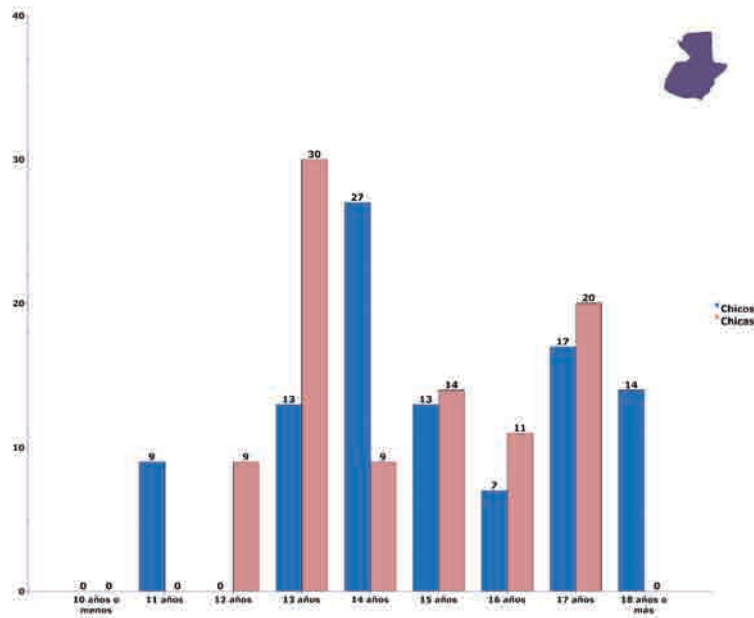




Gráfico 5.102. Guatemala: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



### 5.9.7. México

Tabla 5.39. México: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	4%	4%
	10-18 años	4%	3%
Uno	6-9 años	27%	24%
	10-18 años	16%	20%
Dos	6-9 años	30%	28%
	10-18 años	27%	26%
Tres	6-9 años	20%	23%
	10-18 años	26%	25%
Cuatro o más	6-9 años	19%	21%
	10-18 años	28%	26%





## 5 / Televisión

532

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.103. México: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)

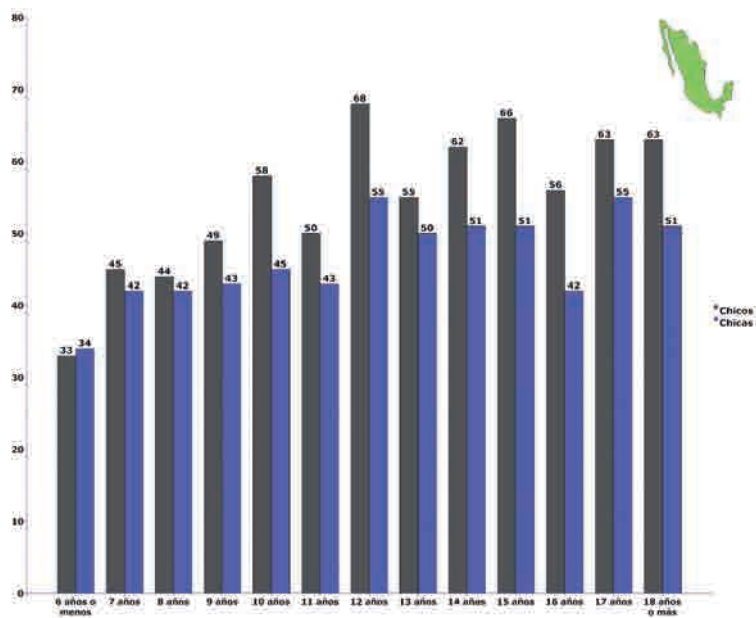


Tabla 5.40. México: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)

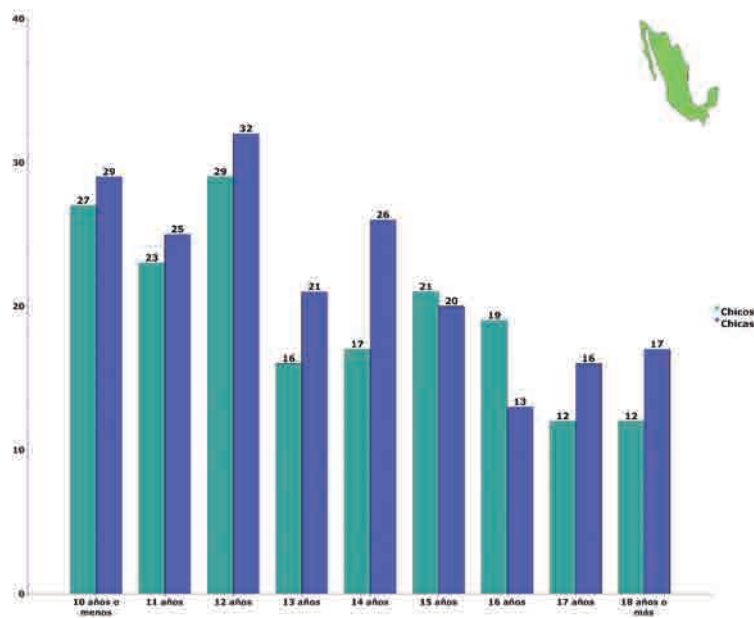
		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	38%	37%
	10 a 18	56%	56%
Padre	6 a 9	40%	41%
	10 a 18	40%	37%
Madre	6 a 9	41%	51%
	10 a 18	43%	56%
Hermanos/as	6 a 9	42%	48%
	10 a 18	48%	57%
Otro familiar	6 a 9	15%	21%
	10 a 18	25%	26%
Un amigo/a	6 a 9	13%	17%
	10 a 18	24%	23%



**Tabla 5.41. México: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Películas	76%	83%
Dibujos animados	39%	40%
Deportes	57%	20%
Series	50%	54%
Concursos	24%	27%
Documentales	26%	22%
Noticias	29%	23%
Programas de chismes	6%	11%
Reality shows	17%	23%

**Gráfico 5.104. México: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**





## 5 / Televisión

534

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.105. México: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

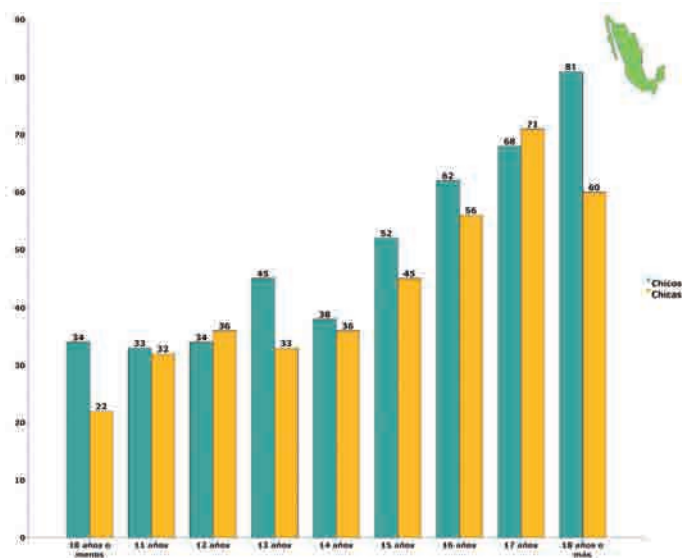


Gráfico 5.106. México: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

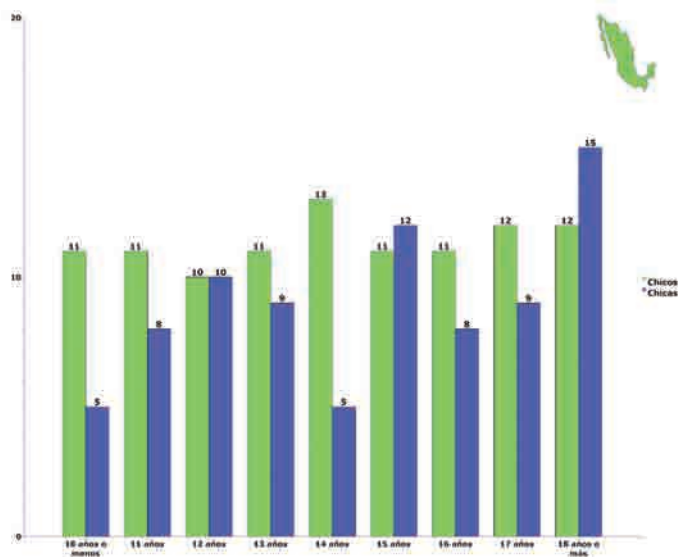




Gráfico 5.107. México: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

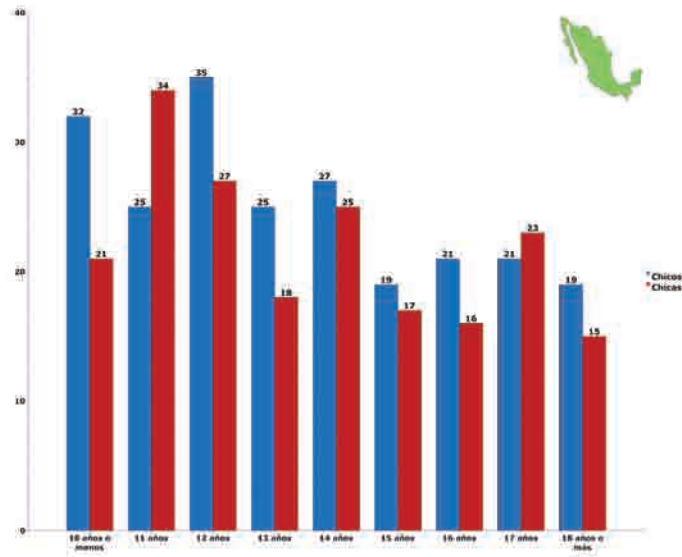
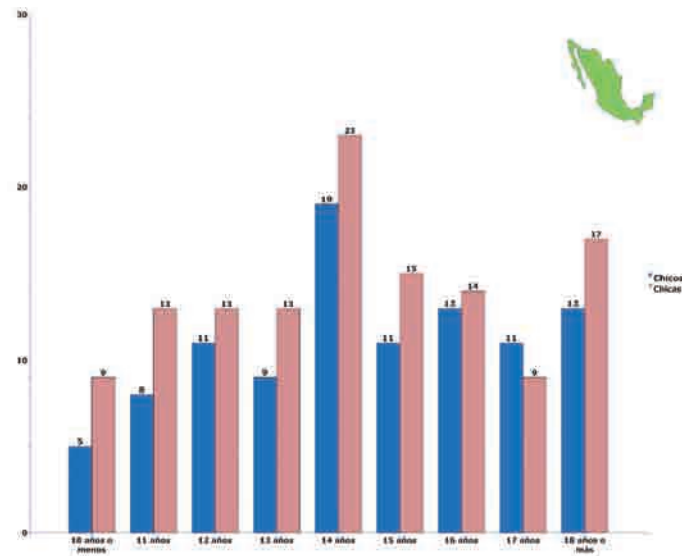


Gráfico 5.108. México: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 5 / Televisión

536

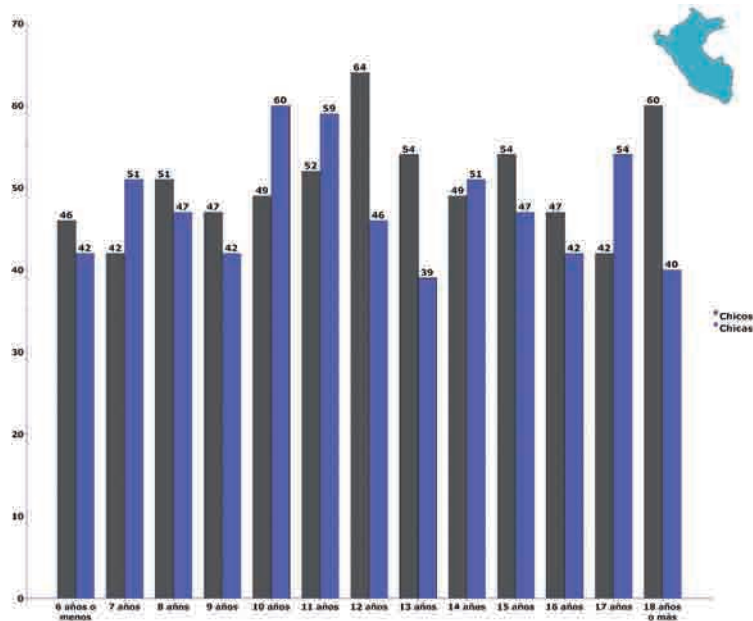
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 5.9.8. Perú

Tabla 5.42. Perú: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)

		Chicos	Chicas
Ninguno	6-9 años	4%	3%
	10-18 años	5%	4%
Uno	6-9 años	34%	40%
	10-18 años	21%	27%
Dos	6-9 años	26%	26%
	10-18 años	31%	32%
Tres	6-9 años	20%	18%
	10-18 años	25%	20%
Cuatro o más	6-9 años	15%	13%
	10-18 años	19%	17%

Gráfico 5.109. Perú: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años)





**Tabla 5.43. Perú: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)**

		Chicos	Chicas
Solo	6 a 9	41%	33%
	10 a 18	52%	51%
Padre	6 a 9	38%	36%
	10 a 18	38%	31%
Madre	6 a 9	42%	45%
	10 a 18	39%	45%
Hermanos/as	6 a 9	41%	44%
	10 a 18	51%	49%
Otro familiar	6 a 9	16%	13%
	10 a 18	21%	19%
Un amigo/a	6 a 9	15%	9%
	10 a 18	16%	13%

**Tabla 5.44. Perú: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)**

	Chicos	Chicas
Películas	78%	74%
Dibujos animados	51%	53%
Deportes	57%	28%
Series	48%	58%
Concursos	21%	27%
Documentales	35%	30%
Noticias	45%	40%
Programas de chismes	15%	15%
Reality shows	19%	32%



## 5 / Televisión

538

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.110. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

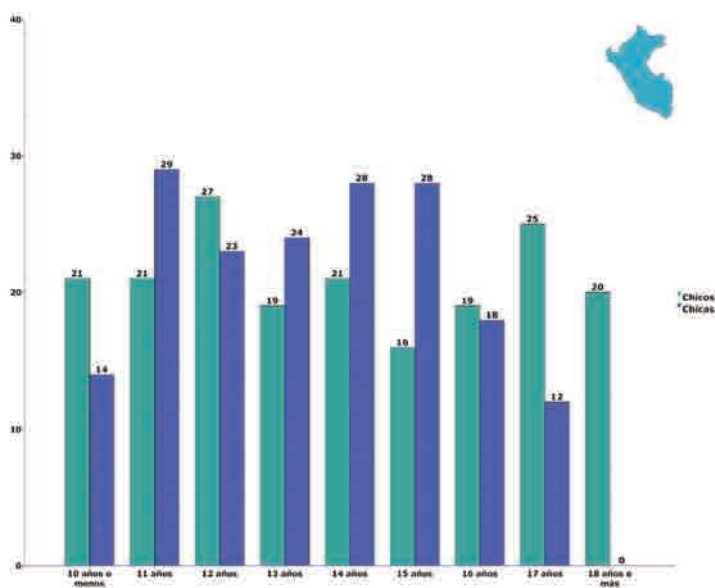


Gráfico 5.111. Perú: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años)

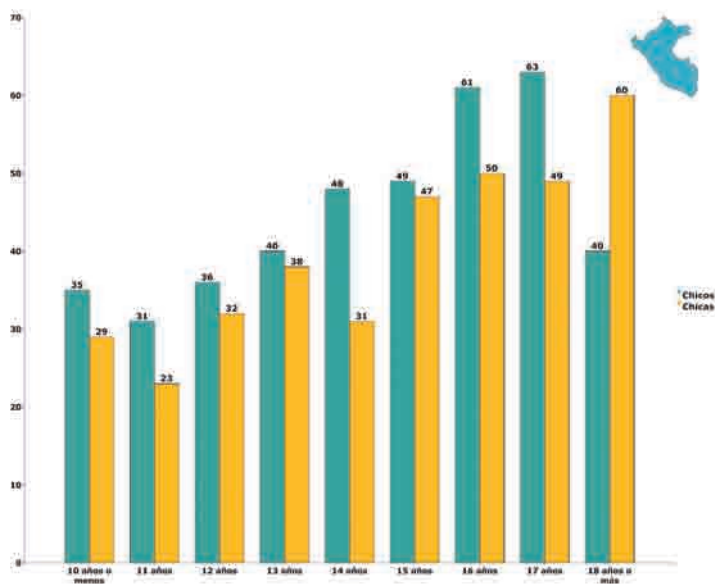




Gráfico 5.112. Perú: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)

539

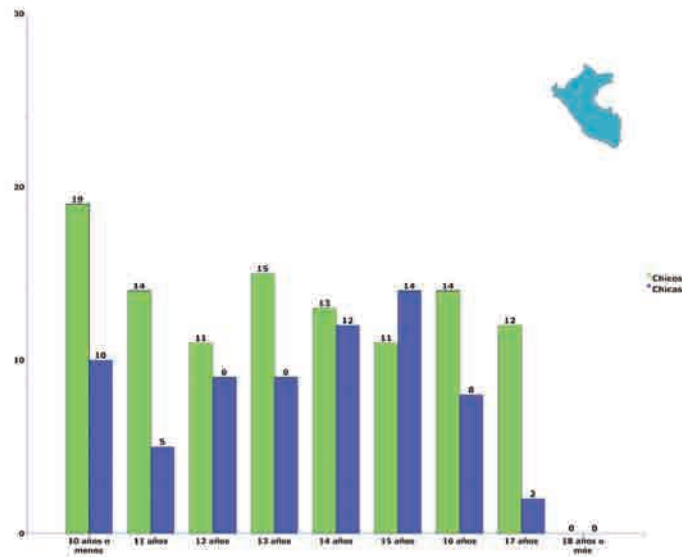
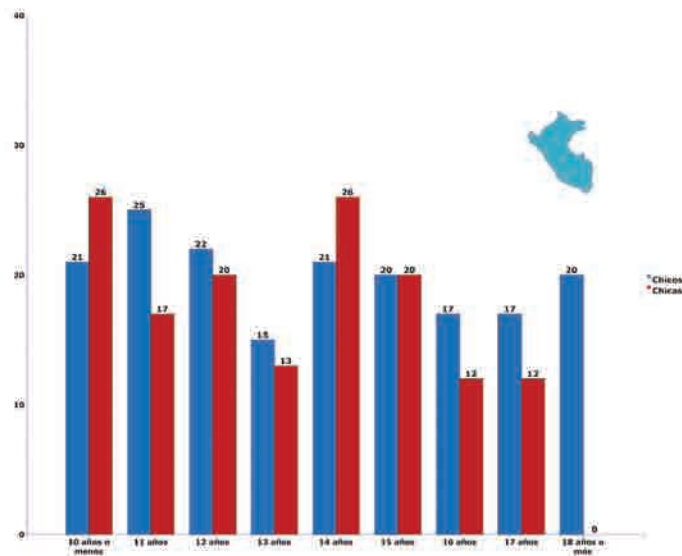


Gráfico 5.113. Perú: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





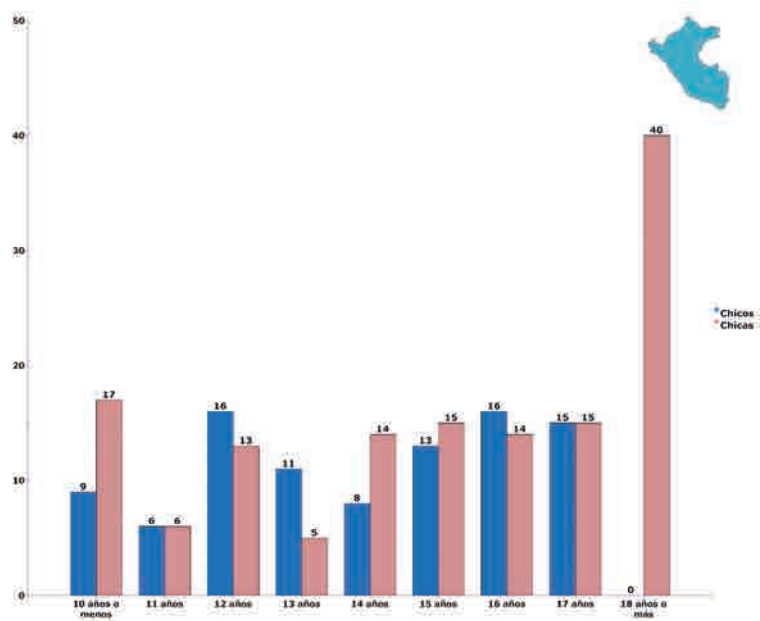


## 5 / Televisión

540

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.114. Perú: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)





## 6 / Conclusiones

A lo largo de las páginas anteriores nos hemos aproximado a la imagen que los datos de la encuesta ofrecen sobre cómo son, qué hacen y qué piensan los menores de entre 6 y 18 años de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú sobre las tecnologías de la información y de la comunicación y su relación con ellas.

Es posible, por tanto, dibujar los rasgos que identifican a la Generación Interactiva en estos países, tanto de un modo global como ofreciendo los detalles que diferencian a los menores en cada país.

### 6.1. UNA GENERACIÓN EQUIPADA

La convivencia habitual de niños y adolescentes con los múltiples dispositivos propios de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). Estas tecnologías, digitales e interactivas, generan una nueva tipología de usuario que, lejos de una audiencia pasiva o limitada en sus posibilidades a una mera elección, se convierte en auténtico protagonista de la llamada Sociedad de la Información.

Niños y adolescentes son exponentes claros de este nuevo usuario habituado a controlar el flujo de la información a la que accede, los procesos de comunicación en los que participa y a generar sus propios contenidos para uso y disfrute propio o compartido.



## 6 / Conclusiones

542

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Todo este se explica al observar que la Generación Interactiva en Iberoamérica tiene acceso en su hogar, de modo cada vez más habitual, a una amplia gama de dispositivos tecnológicos. Tal y como han puesto de relieve numerosos estudios nacionales e internacionales, el hecho de que haya menores en el hogar es una variable vinculada directamente con la mayor profusión de la tecnología en el ámbito doméstico. En el caso que nos ocupa también la edad, el paso de la infancia a la adolescencia, es un factor determinante que modifica positivamente la posibilidad de tener acceso a esos aparatos y servicios.

La computadora se ha establecido ya como un dispositivo generalizado entre los hogares de la Generación Interactiva: el 49% de los niños de entre 6 y 9 años declaran que disponen de una en su casa, mientras que la cifra alcanza un nada desdeñable 64% entre los de 10 a 18 años.

La conexión a Internet desde el hogar es un servicio del que disfrutan el 79% de los menores y, en este punto, la edad no implica ninguna diferencia: se trata de un servicio cada vez más generalizado y universal.

La edad es una variable diferencial y, de forma generalizada, parece que es mayor el equipamiento de los miembros de la Generación Interactiva más mayores (10-18 años). Superan a los pequeños (6-9) de manera significativa en prácticamente todos los ítems preguntados como la impresora (46% frente al 36%), el reproductor Mp3 (45% frente a un 23%) o la webcam (33% frente al 16%). Sin embargo, la diferencia respecto a elementos más básicos no es tan grande, como ocurre en los casos de la computadora (64% frente al 49%), el laptop (41% frente al 36%) o la conexión a Internet (79% en ambos casos). Curiosamente, los más pequeños superan a los mayores en algunas tecnologías más innovadoras como el disco duro multimedia: en este punto, los más pequeños declaran un 16% frente al 9% del grupo de 10 a 18 años.

**Tabla 6.1. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por tramo de edad)**

	6-9	10-18
Computadora	49	64
Laptop	36	41
Red	79	79
Impresora	34	46
Escáner	18	30
Webcam	16	33
Usb	*	44



	6-9	10-18
MP3/MP4/iPod	23	45
Fotos digital	37	36
Vídeo digital	26	45
Tv pago	39	57
Equipo Música	44	57
Telefono fijo	40	65
Dvd	59	37
Disco duro multimedia	16	9

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "De la siguiente lista de cosas, selecciona todas aquellas que tengas en casa" y "¿Tienes computadora en casa?" y "¿Tienes Internet en casa?".

Gráfico 6.1. Pirámides del equipamiento de los hogares (por tramo de edad)

Encuestados de  
6 a 9 años



Encuestados de  
10 a 18 años



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a las preguntas "De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa..." y "De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa..."



## 6 / Conclusiones

544

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 6.2. UNA GENERACIÓN PRECOZ

La descripción sobre el grado de uso de las diversas pantallas por parte de los menores pone en evidencia su perfil vanguardista: frente a otros grupos de edad son los que más rápidamente incorporan a sus vidas la tecnología, hecho que ocurre de forma connatural y los convierte en auténticos nativos digitales.

Este proceso de incorporación, de acceso y uso de la tecnología tiende, cada vez más, a ser precoz, dato que nos indica que es una generación heterogénea. Un ejemplo concreto de esta tendencia lo podemos encontrar en los siguientes datos: el 64% de los menores se declaran usuarios de Internet a los 7 años. Este porcentaje supera el 80% a los 12 años y a los 16 se acerca al 90%; a los 11 años, por otra parte, el 60% afirma poseer un celular propio; el porcentaje de escolares de entre 6 y 9 años que declara jugar asiduamente con videojuegos o la computadora supera ampliamente la mayoría.

Se trata, por tanto, de una generación precoz en su uso de las pantallas, con las que tienen una afinidad especial y, como se ha visto antes, también una gran cercanía física.

Gráfico 6.2. Usuarios de Internet (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "Tengas o no tengas Internet en casa ¿sueles utilizarlo?".



Gráfico 6.3. Posesión de un celular propio (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes celular propio?”

Gráfico 6.4. Jugadores de videojuegos o juegos de computadora (por edad, de 6 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a las pregunta “¿Juegas con videojuegos o juegos de computador?”

### 6.3. UNA GENERACIÓN “CELULAR”

La elevada penetración del celular y la variedad de funciones que se le asigna a este dispositivo, hace que el celular se configure como la pantalla del presente y del futuro entre esta generación. Les permite comunicarse, acceder a contenidos, entretenerse, crear y también es muy útil en tareas de organización personal.



## 6 / Conclusiones

546

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Es significativo, de hecho, que entre los más pequeños “jugar” sea la acción que, de modo más habitual lleven a cabo a través del celular (67% en el caso de los chicos y 63% entre las chicas).

Gráfico 6.5. Usos del celular (por sexo, de 6 a 9 años)

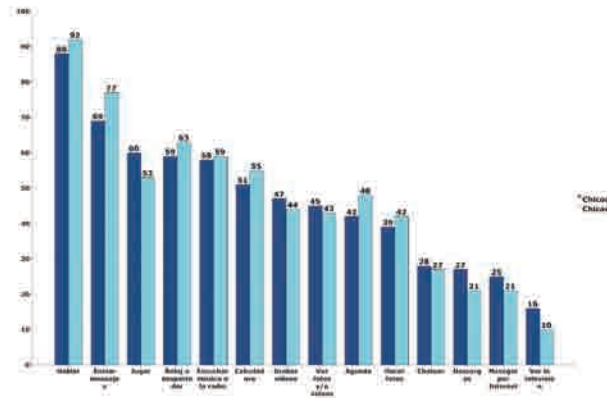


Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “Con el celular sueles... (Es posible más de una respuesta)”

Entre los más mayores, de 10 a 18 años, el 88% de los chicos y el 92% de las chicas declara usarlo para hacer o recibir llamadas, y el 73% envía mensajes de texto. También para este grupo de edad el celular es un dispositivo que les permite consumir contenidos, especialmente música (59%), fotos o vídeos (44%). El teléfono es una herramienta más para el ocio: el 56% lo utiliza para jugar; les facilita crear sus propios contenidos: fotos (40%) o videos (45%). Y, por último, es especialmente apreciado el carácter más funcional del celular, que lo presenta como un dispositivo útil que ayuda a la organización: es un reloj (61%), una agenda electrónica (45%) o una calculadora (53%).



Gráfico 6.6. Usos del celular (por sexo, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)"

La versatilidad de esta pequeña pantalla hace que, con la edad, se convierta en un dispositivo cada vez más imprescindible y que en términos de preferencia gane a la televisión o a los videojuegos. Hay que añadir que el elevado nivel de posesión y de uso que las chicas hacen del celular le da un carácter más femenino.

La emergencia de la "generación celular" plantea una transformación sin precedentes en diversos sentidos. En primer lugar, los medios de comunicación abandonan los ámbitos tradicionales de consumo y se sitúan en escenarios de difícil mediación educativa: navegar, jugar o acceder a todo tipo de contenidos ya no es algo que ocurra solo en el hogar, el colegio o un sitio público. En segundo término, la tecnología celular es realmente veloz a la hora de incorporar multitud de novedades que multiplican las posibilidades de uso de las pequeñas pantallas. Y, por último, el celular es posiblemente la pantalla más difundida, apreciada y utilizada por los menores.

#### 6.4. UNA GENERACIÓN ANTE NUEVOS RIESGOS

La lectura del informe y el análisis de los datos nos presentan una Generación equipada por encima de las respectivas medias nacionales y que hace un uso cada vez más intensivo de las pantallas a las que tienen acceso. Pero está claro que estas tecnologías pueden suponer una puerta a la entrada de algunos problemas, o fomentar determinadas conductas de riesgo que puedan ponerles en peligro. Los menores parecen conscientes de la existencia de estos riesgos aunque de manera desigual. Al mismo tiempo que parecen prudentes a la hora de valorar la tecnología, también confiesan tener hábitos o pautas de conducta que pueden ser peligrosas.





## 6 / Conclusiones

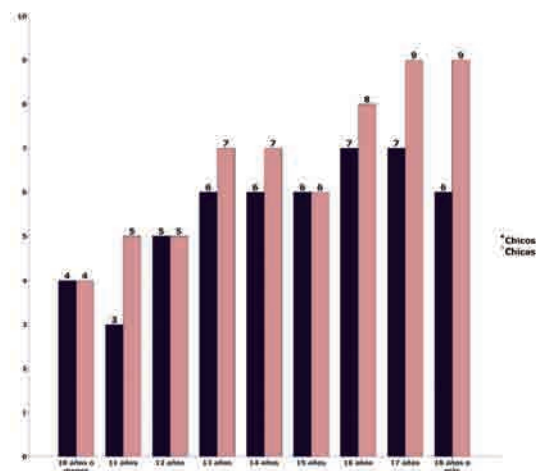
548

Mientras que el 63% de los usuarios de Internet entre 10 y 18 años le otorga la consideración de bastante o muy útil porque facilita la comunicación y ahorra tiempo, más de la mitad (60%) cree en la misma medida que “Internet puede provocar que alguien se envíe”. Por el contrario el 61% manifiesta su desacuerdo con que “Internet puede hacer que me aíse de mis amigos y familiares”. El 23%, por su parte, afirma que tiene amigos virtuales, aunque no los conoce en persona, cosa que sí sucede para casi tres de cada diez (27%).

En lo que se refiere al uso del celular, hay que destacar que, pese a sus elevados niveles de uso, tres de cada cuatro creen que no pasaría nada en su vida “si me quedara dos semanas sin celular”. El porcentaje que declara haber sido alguna vez “perjudicado con un mensaje, foto o video a través del celular” apenas alcanza el 6%, aunque el porcentaje se dobla en el caso de quien ha usado esta plataforma para ofender a alguien: 12%. En el caso de Internet estos datos son significativamente menores: el 3% afirma haber usado la red para molestar a alguien y el 6% declara haber sido víctima en algún momento de una agresión a través de Internet. Esto apunta y refuerza la idea de que el celular es una pantalla especialmente importante para este grupo, también en lo que se refiere a los riesgos.

Se trata, por tanto, de una generación que tiene que hacer frente a nuevos riesgos, pero que también manifiesta un conocimiento de la tecnología y del entorno virtual en el que se desenvuelven con soltura y con una visión muy pragmática.

**Gráfico 6.7. “Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios)” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta?)”



**Tabla. 6.2. “Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**

	10 años o menos	11 años	12 años	13 años	14 años	15 años	16 años	17 años	18 años o más
Chicos	5%	7%	5%	6%	7%	6%	6%	6%	8%
Chicas	4%	4%	5%	5%	5%	4%	6%	8%	7%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)”

**Gráfico 6.8. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (comparativa entre 2010 y 2008, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a las preguntas “Si me quedara dos semanas sin celular...”. Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta “Si me quedara dos semanas sin celular...”

## 6.5. UNA GENERACIÓN AUTÓNOMA

Frente a la tecnología y, a la luz de los datos expuestos en este estudio, la Generación Interactiva en Iberoamérica comparte con sus iguales de otros países un rasgo común: la autonomía frente a las pantallas.



## 6 / Conclusiones

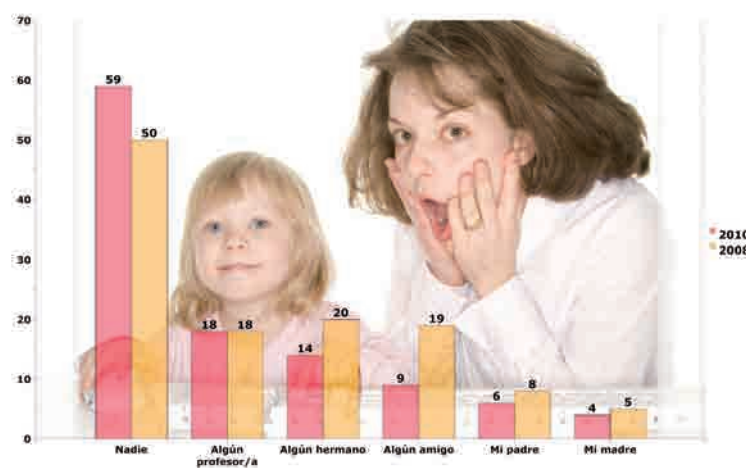
550

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Por un lado, son autodidactas en la incorporación de Internet en sus vidas: el 59% afirma haber aprendido a manejar este medio sin ningún tipo de ayuda. Por otro, se generaliza la “cultura del dormitorio” como un de los rasgos fuertes del colectivo investigado: un 29% de los menores tiene la computadora en su cuarto, porcentaje que en el caso de la televisión está, en todas las franjas de edad, por encima del 40%, y del 50% a partir de los 12 años.

Por último, pese a que en algunas ocasiones esta autonomía está fomentada por los adultos –un 30% de los adolescentes, por ejemplo, recibió el teléfono celular de sus padres sin pedirlo, tres puntos por encima de los datos de 2008-, también es cierto que en muchas ocasiones son las circunstancias socioculturales las que facilitan y impulsan esta autonomía en el uso: más de la mitad de los adolescentes navegan solos en Internet.

**Gráfico 6.9. Maestros en el aprendizaje de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010 y Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta “¿Quién te ha enseñado a manejar Internet?”

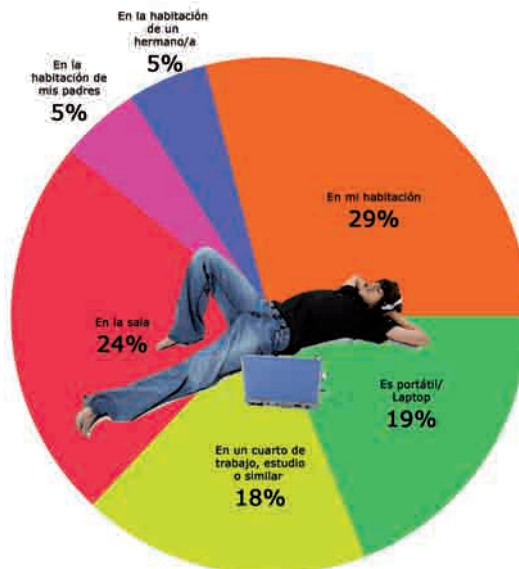


Gráfico 6.10. Ubicación de la computadora en el hogar (de 6 a 9 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?".

Gráfico 6.11. Ubicación de la computadora en el hogar (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?".

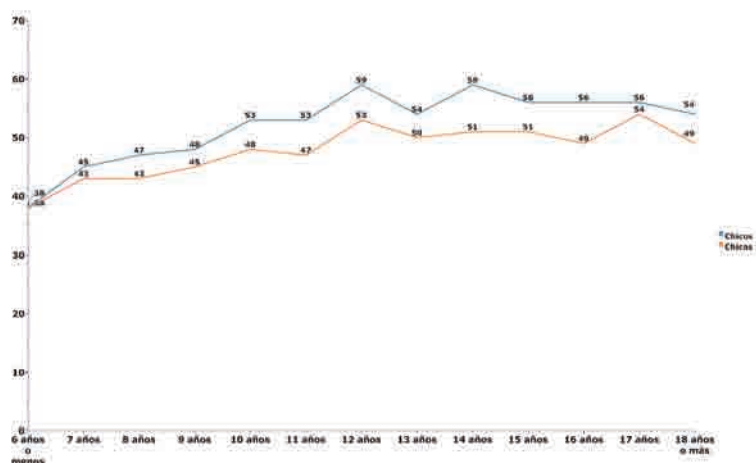


## 6 / Conclusiones

552

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

**Gráfico 6.12. Ubicación del televisor en la propia habitación (por sexo y edad, de 6 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)”

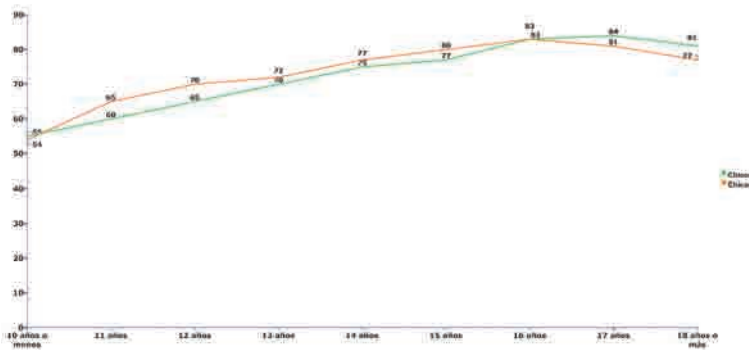
**Tabla 6.3. Forma de obtención del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años)**

	2008	2010
Me lo compraron mis padres porque se lo pedí	33%	24%
Me lo compraron mis padres sin que se lo pidiera	27%	30%
Me lo compraron otros familiares	16%	5%
Me lo compré yo mismo	8%	8%

Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2008. Respuestas a la pregunta N°36 “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”. Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica 2010. Respuestas a la pregunta N°57 “¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?”



Gráfico 6.13. Uso en solitario de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar...”.

## 6.6. UNA GENERACIÓN MULTIFUNCIONAL

Los menores mantienen una definición práctica sobre la funcionalidad de las pantallas que les diferencia de otros públicos y usuarios. Así, para muchos adultos, el sentido principal de la televisión es informar o entretener, el teléfono celular básicamente es útil para comunicarse, los videojuegos constituyen una herramienta importante para satisfacer necesidades útiles, y el principal sentido que se le pueda dar a Internet es ser un medio en la búsqueda de información o como apoyo de la importante faceta escolar.

Frente a ellos, los menores van más allá descubriendo nuevas dimensiones de uso –integradas y multifuncionales– aplicables a casi todas las pantallas. Dicho de otro modo, su visión sobre las pantallas se basa en verlas como medios para fines muy concretos: por ejemplo, Internet les sirve en su trabajo escolar pero sobre todo les brinda la posibilidad de una conexión permanente con sus iguales a través de las redes sociales o con todo aquello que les interesa: así lo demuestra los principales usos de la Red relacionados con la descarga de películas, música, etc. Parece que el teléfono celular se ha ideado para hablar, pero también permite comunicarse de otras muchas maneras: mensajes de texto, envío de fotos y vídeos, etc. Puede que lo más atractivo de un videojuego sea jugar; sin embargo, la experiencia lúdica alcanza otra dimensión si se desarrolla con otras personas a través de la Red...

En definitiva, la Generación Interactiva aprovecha al máximo las pantallas para actuar en cinco ejes fundamentales: comunicar, conocer, compartir, divertirse y consumir.

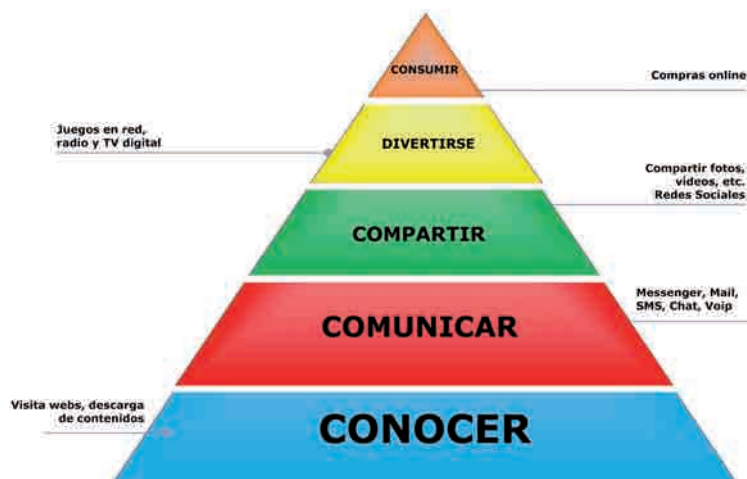


## 6 / Conclusiones

554

Junto a esto, las dimensiones de uso de las pantallas no actúan de forma aislada o independiente: son como vasos comunicantes que indican que cuanto más se puedan combinar, mejor es la experiencia sobre las pantallas.

Gráfico 6.14 Importancia de las principales actividades en Internet



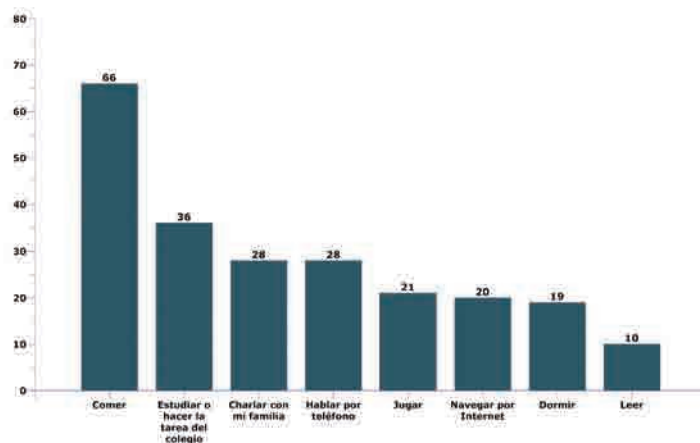
Fuente: Elaboración propia

### 6.7. UNA GENERACIÓN MULTITAREA

La Generación Interactiva ha sido definida por diversos estudios como una generación no lineal, capaz de procesar información de forma simultánea y que puede combinar el uso de pantallas en espacios comunes de tiempo. Dicho de otro modo, navegar por Internet o utilizar un videojuego supone aprender a gestionar multitud de recorridos con distintos desenlaces. Y esta capacidad de atención simultánea también se refleja en la acción: dicho de otro modo, la capacidad de hacer varias cosas a la vez se ha convertido de capacidad en necesidad. Así, un 66% acostumbra a comer mientras la televisión está encendida, el 36% afirma estudiar o hacer la tarea del colegio frente a la tele y el 28% mantener tertulias familiares ante el televisor o hablar con otras personas por teléfono.



Gráfico 6.15. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (de 10 a 18 años)



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)”.

## 6.8. EL RETO DE LAS FAMILIAS INTERACTIVAS

En el estudio realizado ha sido una cuestión estratégica verificar el alcance del ámbito educativo familiar sobre la relación de los menores con las diversas pantallas. En este sentido, es considerable el número de variables descritas que aportan datos valiosos sobre este particular. Al mismo tiempo, disponemos de abundante información sobre la percepción de los menores sobre la intervención educativa de sus progenitores.

Son evidentes los beneficios que consiguen en su esfuerzo constante por acompañar a los menores en los usos de las tecnologías. Sin embargo, a pesar de que lo anterior sea cierto, integrar a padres e hijos en la nueva dimensión de las TICs parece ser un proyecto de largo recorrido. El grado de implicación de los progenitores en la mediación familiar frente a las pantallas es algo mejorable en diversos sentidos: por un lado, son todavía pocos los progenitores implicados en esta mediación familiar, perdiendo la oportunidad de ser referente educativo también en este ámbito crucial; Por otro, se observa una distinta intervención del padre y la madre: en algunos casos, el primero es referencia educativa para la Generación Interactiva mientras que la madre sigue siéndolo en el mundo “offline”, sobre todo como referencia educativa en el ámbito escolar.





## 6 / Conclusiones

556

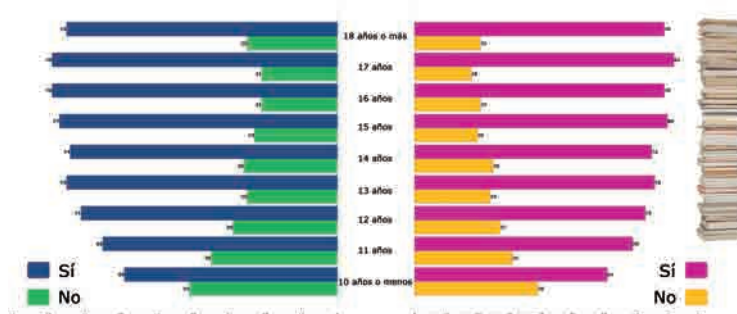
LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 6.9. LA ESCUELA: ÁMBITO ESTRATÉGICO DE REFERENCIA EDUCATIVA.

La escuela es el ámbito que ha realizado y realiza uno de los esfuerzos más grandes para incorporar la oportunidad de la tecnología a sus fines. Este esfuerzo puede constatarse desde los planes activos gubernamentales para dotar a los centros educativos de tecnología y a sus profesores de formación para incorporarla a sus tareas. Son muy numerosos los equipos docentes que con gran flexibilidad han afrontado las dificultades que plantea equipar centros educativos, formar profesores o cambiar sistemas y formas de trabajo personal y colectivo muy arraigados para conseguir integrar las tecnologías en las aulas. Se puede apreciar como, en relación a los datos de 2008, hay un mayor número de profesores que utilizan Internet como recurso en su práctica docente. Sin embargo, hay que resaltar también que los menores usan todavía más los cibercafés como vía de acceso a la red que el colegio.

Al hilo de la investigación realizada puede verse este importante papel de la escuela al situar los menores a sus maestros como referencia de aprendizaje en el uso de las pantallas interactivas, o el grado de uso de las mismas en la realización de tareas escolares o como apoyo en el estudio personal. Es evidente que la necesidad de equipar al sistema escolar y formar a los profesores en este cambio ya tiene sus consecuencias positivas en los alumnos. Quizá ahora sea el momento de plantearse un nuevo reto: la escuela como referente también del buen uso de las pantallas.

**Gráfico 6.16. Utilización de la computadora o Internet en el estudio personal o la realización de tareas escolares (por sexo y edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta "¿Te ayudas de la computadora o Internet para realizar los deberes o estudiar?"



**Gráfico 6.17. Profesores que usan Internet en el colegio. Comparación 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?”

**Gráfico 6.18. Usuarios de Internet en el colegio vs “cibercafé” (por edad, de 10 a 18 años)**



Fuente: Encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Respuestas a la pregunta “¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)?”.

### 6.10. LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA

Ha quedado patente a lo largo de las páginas anteriores que a pesar de compartir muchas tendencias, existen claras diferencias entre los menores en función



## 6 / Conclusiones

558

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

del país de procedencia. Chile, Argentina, Brasil y Colombia parecen liderar la mayor parte de los indicadores de posesión y uso de dispositivos tecnológicos. México y Perú forman un equipo entorno a los valores medios mientras que Ecuador y Guatemala arrojan datos, en general, por debajo de la media. Estas diferencias se deben, por supuesto, a las condiciones socioeconómicas que vive cada uno de los países que se ven reflejadas también en este ámbito.

Sin embargo, es interesante apreciar como, a pesar éstas, existe de modo generalizado, una tendencia entre los menores de estos países, a la hora de apreciar los medios interactivos y las posibilidades que estos les ofrecen. Esta afinidad especial les alinea con la Generación Interactiva global: los datos aportados en estudios similares realizados en todo el mundo apuntan tendencias similares de preferencia, de adquisición y usos. Hablar el mismo idioma que sus coetáneos en la región y en otros continentes, puede ser una gran oportunidad para una generación que ha de crecer y desarrollarse en una sociedad compleja, globalizada y altamente tecnologizada.

A lo largo de estas páginas ha quedado definida la relación entre los menores iberoamericanos y pantallas como Internet, el celular, los videojuegos o la televisión. El uso y valoración que hacen de ellas dista, en bastantes casos, con la visión de los adultos lo que dificulta en ocasiones su comprensión acerca de en qué medida puede afectar a su desarrollo que las nuevas tecnologías medien sus procesos de socialización, comunicación, educación, ocio y entretenimiento.

Una respuesta espontánea a esta situación, y sin duda justificada, sería restringir el uso que los menores hacen de las pantallas. Sin embargo, la dificultad y la conveniencia de esta tarea, que alejaría a los menores en muchas ocasiones de sus amigos, e incluso de sus tareas escolares, hacen necesario replantearse la respuesta que desde el mundo adulto se ofrece ante este nuevo reto.

Esta respuesta sin duda pasa por una nueva mirada, capaz de reconocer las oportunidades que las TIC ofrecen, al tiempo que identifica los riesgos generales y personales que plantean. El apoyo a los padres y a los educadores en esta tarea debería ser total por parte de la sociedad, las empresas, las instituciones y las administraciones públicas.



## 7 / Bibliografía

–Arango, G., Bringué, X. & Sádaba, C. (2010). La Generación Interactiva en Colombia: adolescentes frente a la Internet, el celular y los videojuegos. Colección Revista Anagramas “Rumbos y sentidos de la comunicación”, volumen 9, nº17.

–Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC):

<http://www.aimc.es/>

–Aufderheide, P. (7-9 diciembre 1992). Aspen Media Literacy Conference Report-Part II: Proceedings and Next Steps. Queenstown: Center for Media Literacy.

Disponible en:

[http://www.medialit.org/reading\\_room/article356.html](http://www.medialit.org/reading_room/article356.html)

–Austin, E. W., Bolls, P., Fujioka, Y. & Engelbertson, J. (1999). How and Why Parents Take on the Tube. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 43, 175-192.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (2011). La Generación Interactiva en Madrid. Madrid: Ed. Generaciones Interactivas-Fundación Telefónica.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (2011). La Generación Interactiva en Andalucía. Madrid: Ed. Generaciones Interactivas-Fundación Telefónica.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (2011). Menores y Redes Sociales. Madrid: Ed. Gene-



## 7 / Bibliografía

560

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

raciones Interactivas-Fundación Telefónica.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (en colaboración con el CIMEL). (2010). *La Generación Interactiva en Argentina*. Madrid: Ed. Fundación Telefónica.

–Bringué, X., Sádaba, C. & Artopoulos, A. (2010). *La Generación Interactiva en Argentina: niños y adolescentes ante las pantallas*. Colección Revista de Política Educativa n°2, julio 2010.

–Bringué, X. (2009). *¿Cómo son las Generaciones Interactivas?* Colección Nueva Revista de Política, Cultura y Arte n°124, septiembre 2009.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (2009). *La Generación Interactiva en España: Niños y Adolescentes ante las Pantallas*. Madrid: Ariel-Fundación Telefónica.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (2009). *La Generación Interactiva en México*. Colección Revista Razón y Palabra n° 69, Julio 2009.

–Bringué, X. & Sádaba, C. (coord). (2008). *La Generación Interactiva en Iberoamérica: Niños y Adolescentes ante las Pantallas*. Barcelona: Colección Fundación Telefónica, Editorial Ariel.

–Buckingham, D. & Domaille, K. (2003). *Where are we Going and how can we Get There?* En Von Feilitzen, C. & Carlsson, U. (eds.), *Promote or protect? Perspectives on media literacy and media regulations*. Göteborg: Nordicom.

–Cadilla, M. & Alcoceba, J. A. (coord.). (2007). *Jóvenes y Medios de Comunicación en España: Base de Datos y Repertorio Bibliográficos*. Madrid: INJUVE.

–Carlsson, U. (ed.). (2006). *Regulation, Awareness, Empowerment: Young People and Harmful Media Content in the Digital Age*. Göteborg: Nordicom.

–Castells, P. & Bofarull, I. (2002). *Enganchados a las Pantallas: Televisión, Videojuegos, Internet y Móviles*. Barcelona: Planeta.

–Consejo Audiovisual de Andalucía:

<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

–Consejo Audiovisual de Cataluña:

<http://www.cac.cat/>

–Consejo Audiovisual de Navarra

<http://www.consejoaudiovisaldenavarra.es/index.htm>

–Del Río, J., Sádaba, C. & Bringué, X. (2010). *Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al ciberbulling*. Colección Revista de Estudios de Juventud (INJUVE) n°88, marzo 2010.



–Del Río, J., Bringué, X., Sádaba, C. & González, D. (2009). Ciberbullying: un análisis comparativo en estudiantes de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. Ed. Trípodos Extra “Comunicación y Realidad”, n°1, mayo 2009.

–García Matilla, A. (2004). ¿Qué debería ser hoy la alfabetización en medios? Por una visión interdisciplinar, transversal, integrada, global... y también política, de la alfabetización audiovisual y multimedia. Fragmento de la ponencia presentada en el Chelsea Art Museum de Nueva York sobre “Media Literacy: Art or /and Social Studies?”, 6-12 de junio.

Disponible en:

<http://www.airecomun.com/>

–García, A., Callejo, J. & Walzer, A. (2004). Los Niños y los Jóvenes Frente a las Pantallas: Situación de los Medios de Comunicación y las Nuevas Tecnologías de la Información en España en el Ámbito de la Infancia y la Adolescencia. Madrid: INJUVE, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

–Garitaonandia, C. & Garmendia, M. (2007). Cómo Usan Internet los Jóvenes: Hábitos, Riegos y Control Parental. LSE, London: EU Kids Online.

–Gentile, D. A. & Anderson, C. A. (2003). Violent Video Games: The Newest Media Violence Hazard. En Gentile, D. A. (ed.), *Media Violence and Children: A Complete Guide for Parents and Professionals*. Westport: Praeger Publishers.

–Hasebrink, U., Livingstone, S. & Haddon, L. (2008). Comparing children’s online opportunities and risks across Europe: Cross-national comparisons for EU Kids Online. London: EU Kids Online.

–Himmelweit, A. N. & Oppenheim, P. V. (1958). *Television and the Child: An Empirical Study of the Effect of Television on the Young*. Nueva York: Oxford University Press.

–Ito, M. et al (2008). *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. Chicago: The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning.

Disponible en:

<http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/report>

–Jones, S. & Fox, S. (2009). *Generations Online 2009*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.

–Katz, J. E. (2006). *Magic in the Air: Mobile Communication and the Transformation of Social Life*. New Brunswick: Transaction Publishers.



## 7 / Bibliografía

562

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

- Kundanis, R. (2003). *Children, Teens, Families, and Mass Media: the Millennial Generation*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lenhart, A. et al (2008). *Teens, Video Games, and Civics*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
- Lenhart, A., Madden, M. & Hitlin, P. (2005). *Teens and Technology: Youth are Leading the Transition to a Fully Wired and Mobile Nation*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
- Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). *EU Kids Online: Final Report*. LSE, London: EU Kids Online. (EC Safer Internet Plus Programme Deliverable D6.5).
- Livingstone, S. (2003). *Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda*. *New Media & Society* 5(2), 147-166.
- Llopis, R. (2004). *La Mediación Familiar del Consumo Infantil de Televisión: un Análisis Referido a la Sociedad Española*. *Comunicación y Sociedad* 17(2), 125-147.
- Macgill, A. R. (2007). *Parent and Teenager Internet Use*. Washington DC: Pew Internet & American Life Project.
- Malamuth, N. M. & Impett, E. A. (2001). *Research on Sex in the Media*. En Singer, D. G. & Singer, J. L., *Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Nielsen (2009). *Global Faces and Networked Places: A Nielsen Report on Social Networking's New Global Footprint*. Nueva York: The Nielsen Company.
- Prensky, M. (octubre 2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*. NCB University Press 9(5).
- Red.es (2005). *Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información: Análisis de la Relación con las TIC en el Hogar*. Madrid: Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Rideout, V., Roberts, D. F. & Foehr, U. G. (2005). *Generation M: Media in the Lives of 8-18 Year-olds. Full Report*. Menlo Park: The Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Sádaba, C., Bringué, X. & Calderín, M. (2011). *La Generación Interactiva Venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet*. Ed. ANUARIO



ININCO “Investigaciones de la Comunicación” Vol.23 n°1.

–Sádaba, C. & Bringué, X. (2010). Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una Generación Interactiva. Colección Revista Participación Educativa del Consejo Escolar del Estado n°15.

–Schramm, W., Lyle, J. & Parker, E. B. (1961). *Television in the Lives of our Children*. Londres: Oxford University Press.

–Schulz, W. (ed.). (2006). *Final Report. Study on Co-Regulation Measures in the Media Sector*. Study for the European Commission, Directorate Information Society and Media. Hamburgo: Hans-Bredow Institut.

–Strasburger, V. C. & Wilson, B. J. (con la colaboración de Funk, J. B., Donnerstein, E. & McCannon, B.). (2002). *Children, Adolescents, and the Media*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

–Torregrosa, J. F. (2003). ¿Por qué es necesaria hoy una educación para los medios? *Pueblos junio de 2003*, pp. 22-23.

–Valkenburg, P. M. (2004). *Children’s Responses to the Screen: A Media Psychological Approach*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

–Valor, J. & Sieber, S. (coord.). (2004). *Uso y Actitud de los Jóvenes hacia Internet y la Telefonía Móvil*. Madrid: e-business center, PwC & IESE.

–Von Feilitzen, C. & Carlsson, U. (eds). (2000). *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg: the UNESCO.

–Wartella, E. (1996). *Electronic Childhood*. En Dennis, E. E. & Pease, E. C. (eds.), *Children and the Media*. New Brunswick: Transaction Publishers.

–Wartella, E., O’Keefe, B., Scantilin, R. (2000). *Children and Interactive Media. A Compendium of Current Research and Directions for the Future*. Nueva York: The Markle Foundation.





## 7 / Bibliografía

---

564

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010



## 8 / Anexos

### 8.1. CUESTIONARIO GENERACIONES INTERACTIVAS EN IBEROAMÉRICA

#### Cuestionario 6 a 9 años

##### 1. ¿A qué curso vas?

- 1º de Primaria
- 2º de Primaria
- 3º de Primaria
- 4º de Primaria

##### 2. ¿Cuántos años tienes?

- 6 años o menos
- 7 años
- 8 años
- 9 años o más

##### 3. Sexo

- Masculino
- Femenino

##### 4. ¿Qué personas viven contigo?, sin contarte a ti mismo (Es posible más de una respuesta)

- Mi padre
- Mi madre
- Un hermano o hermana
- 2 hermanos o/y hermanas
- 3 hermanos o/y hermanas
- 4 hermanos o/y hermanas
- 5 hermanos o/y hermanas o más
- Mi abuelo o/y abuela
- Otras personas



**5. ¿Con quién compartes cuarto? (Es posible más de una respuesta?)**

- No comparto cuarto con nadie
- Con un hermano o hermana
- Con varios hermanos o hermanas
- Con mis padres
- Con mi abuelo o abuela
- Con otro familiar

**6. ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?**

- Irme a mi habitación a leer, navegar, jugar o escuchar música solo
- Navegar, jugar a la videoconsola, ver la tele, hablar por teléfono
- Leer, estudiar, irme a dormir
- Hablar con mi familia

**7. ¿Tienes computadora en casa?**

- No (pasa a la pregunta 9)
- Sí

**8. ¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?**

- En mi habitación
- En la habitación de un hermano/a
- En la habitación de mis padres
- En la sala de estar
- En un cuarto de trabajo, estudio o similar
- Es portátil

**9. ¿Hay conexión a Internet en tu casa?**

- No
- Sí

**10. Tengas o no Internet en casa ¿sueles utilizarlo?**

- No (pasa a la pregunta 13)
- Sí

**11. ¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)**

- Para visitar páginas Web
- Para compartir vídeos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)
- Para usar el correo electrónico (e-mail)
- Para descargar música
- Para chatear o usar el Messenger
- Para utilizar redes sociales (Facebook, Tuenti...)

**12. ¿En qué lugar sueles usar Internet (para navegar, chat, e-mail)? (Es posible más de una respuesta)**

- En mi casa
- En el colegio
- En un “ciber café”



- En un lugar público (biblioteca, centros de actividades...)
- En casa de un amigo  En casa de un familiar

**13. La mayoría de las veces que utilizas Internet sueles estar... (Es posible más de una respuesta)**

- Solo  Con amigos y/o amigas
- Con hermanos y/o hermanas  Con mi padre
- Con mi madre  Con otros familiares (primos, tíos, etc.)
- Con un profesor o profesora

**14. ¿Utilizas algún teléfono celular?**

- No (pasa a la pregunta 17)  Sí, el mío
- Sí, el de otras personas (mis padres, hermanos, etc.)

**15. ¿Cómo conseguiste el teléfono celular?**

- Pedí que me lo compraran  Fue un regalo
- Me lo dieron mis padres

**16. Con el celular sueles (Es posible más de una respuesta)**

- Hablar  Enviar mensajes
- Jugar  Navegar en Internet
- Otras cosas

**17. ¿Con quién sueles comunicarte? (Es posible más de una respuesta)**

- Con mi madre  Con mi padre
- Con mis hermanos y/o hermanas  Con los amigos y/o amigas
- Con otros familiares (primos, tíos, abuelos, etc.)

**18. ¿Juegas con videojuegos o juegos de computadora?**

- No (pasa a la pregunta 21)  Sí

**19. ¿Con qué aparatos juegas? (Es posible más de una respuesta)**

- PlayStation 2  PlayStation 3
- Xbox 360  Wii
- PSP  Nintendo DS
- Game Boy-Nintendo 64-PlayStation1  Computadora

**20. ¿Y cuál de ellas tienes? (Es posible seleccionar mas de una respuesta)**

- PlayStation 2  PlayStation 3
- Xbox 360  Wii



## 8 / Anexos

568

- PSP
- Game Boy

- Nintendo DS
- Ninguna de las anteriores

### 21. ¿Con quién sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)

- Solo
- Con mi madre
- Con mi padre
- Con mis hermanos y/o hermanas
- Con los amigos y/o amigas
- Con otras personas distintas

### 22. ¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?

- Ninguno (pasa a la pregunta 24)
- Uno
- Dos
- Tres
- Cuatro o más

### 23. ¿Dónde están? (Es posible más de una respuesta)

- Mi habitación
- La habitación de un hermano/a
- El salón o cuarto de estar
- La habitación de mis padres
- En la cocina
- Otros sitios
- En un cuarto de juegos (para la videoconsola)

### 24. Cuando ves la tele, sueles estar con... (Es posible más de una respuesta)

- Solo
- Mi padre
- Mi madre
- Algún hermano/a
- Otro familiar
- Un amigo/a
- Otras personas

### 25. De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:

- Laptop
- Impresora
- Escáner (copia fotos en papel, libros, etc. a la computadora)
- Web cam
- MP3/MP4/iPod
- Cámara de fotos digital
- Cámara de vídeo digital
- Televisión de pago (digital o por cable: Digital Plus, ONO, Imagenio...)
- Equipo de música
- Teléfono fijo
- DVD
- Disco duro Multimedia (para bajar películas de Internet y verlas en la televisión)
- Ninguna de estas, tengo otras



**26. ¿Cómo consigues tu propio dinero? (Es posible más de una respuesta)**

- Paga semanal
- Cuando necesito algo pido y me dan
- En cumpleaños, fiestas, Navidad o días especiales
- Hago algún trabajo en casa
- Hago algún trabajo fuera de casa
- No me dan dinero

**27. ¿Con cuáles de estas frases estás de acuerdo?**

- Tengo más dinero del que necesito
- Tengo el dinero suficiente para mis necesidades
- Tengo menos dinero del que necesito

**28. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Internet
- Televisión
- No lo sé

**29. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Internet
- Teléfono celular
- No lo sé

**30. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Videojuegos
- Televisión
- No lo sé

**31. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Teléfono celular
- Televisión
- No lo sé

**32. Si tuvieras que elegir ¿con que te quedarías?**

- Teléfono celular
- Videojuegos
- No lo sé

**Cuestionario 10 a 18 años**

**1. ¿En qué curso estás?**

- 5º Primaria
- 1º ESO
- 3º ESO
- 1º Bachillerato
- 1º Formación Profesional Grado Medio
- 2º Formación Profesional Grado Medio
- 6º Primaria
- 2º ESO
- 4º ESO
- 2º Bachillerato



## 8 / Anexos

570

### 2. ¿Cuántos años tienes?

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 11 años | <input type="checkbox"/> 12 años       |
| <input type="checkbox"/> 13 años | <input type="checkbox"/> 14 años       |
| <input type="checkbox"/> 15 años | <input type="checkbox"/> 16 años       |
| <input type="checkbox"/> 17 años | <input type="checkbox"/> 18 años o más |

### 3. Sexo

- |                                    |                                   |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Masculino | <input type="checkbox"/> Femenino |
|------------------------------------|-----------------------------------|

### 4. Sin contarte a ti mismo, ¿qué personas viven contigo? (Es posible más de una respuesta)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Mi padre            | <input type="checkbox"/> Mi madre      |
| <input type="checkbox"/> Un hermano/a        | <input type="checkbox"/> 2 hermanos/as |
| <input type="checkbox"/> 3 hermanos/as       | <input type="checkbox"/> 4 hermanos/as |
| <input type="checkbox"/> 5 hermanos/as o más | <input type="checkbox"/> Mi abuelo/a   |
| <input type="checkbox"/> Otras personas      |  |

### 5. ¿Cuál es la profesión de tu padre?

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Está desempleado  | <input type="checkbox"/> Es jubilado |
| <input type="checkbox"/> Trabaja en el hogar   |                                      |
| <input type="checkbox"/> Desempeña un oficio (trabaja en una fábrica, en mantenimiento, es albañil, obrero, carpintero, agricultor, mecánico, mozo, personal de seguridad, etc.) |                                      |
| <input type="checkbox"/> Realiza un trabajo técnico (maestro, ingeniero técnico, bancario...)  |                                      |
| <input type="checkbox"/> Realiza un trabajo de nivel universitario (médico, abogado, arquitecto, ingeniero, dentista...)   |                                      |
| <input type="checkbox"/> No lo sé / Otro   |                                      |

### 6. ¿Cuál es la profesión de tu madre?

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Está desempleada  |  |
| <input type="checkbox"/> Es jubilada   |  |
| <input type="checkbox"/> Trabaja en el hogar   |  |
| <input type="checkbox"/> Desempeña un oficio (trabaja en una fábrica, en mantenimiento, albañil, carpintera, agricultora, mecánica, personal de seguridad, etc.)                       |  |
| <input type="checkbox"/> Realiza un trabajo técnico (técnico en computación, secretaria, diseñadora, fotógrafa, cheff de cocina, cajera de banco, enfermera, comercial, militar, etc.) |  |
| <input type="checkbox"/> Realiza un trabajo de nivel universitario (abogada, arquitecta, ingeniera, dentista, farmaceutica, profesora, psicóloga, médico, etc.)                        |  |
| <input type="checkbox"/> No lo sé / Otro   |  |



**7. ¿Con quién compartes cuarto? (Es posible más de una respuesta?)**

- No comparto cuarto con nadie       Con un hermano o hermana  
 Con varios hermanos o hermanas       Con mis padres  
 Con mi abuelo o abuela       Con otro familiar

**8. ¿Qué es lo que más te gustaría hacer hoy después de cenar?**

- Irme a mi habitación a leer, navegar, jugar o escuchar música solo  
 Navegar, jugar, ver la tele con mi familia  
 Leer, estudiar, irme a dormir       Hablar con mi familia

**9. ¿Qué lees?**

- Nada  
 Sólo las lecturas obligatorias del colegio  
 Otras lecturas: libros, revistas o cómics

**10. ¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día entre semana?**

- Nada       30 minutos  
 Entre 30 minutos y una hora       Entre una y dos horas  
 Entre dos y tres horas       Más de tres horas

**11. ¿Cuántas horas estudias o haces la tarea al día los fines de semana?**

- Nada       30 minutos  
 Entre 30 minutos y una hora       Entre una y dos horas  
 Entre dos y tres horas       Más de tres horas

**12. ¿Tienes algún tipo de ayuda a la hora de hacer la tarea?**

- No (pasa a la pregunta 13)       Sí

**13. ¿Qué ayuda recibes a la hora de hacer la tarea? (Es posible más de una respuesta)**

- Voy a una academia       Tengo un profesor particular  
 Me ayudan mis hermanos/as       Me ayuda mi padre  
 Me ayuda mi madre

**14. Cuando haces la tarea en casa ¿en qué lugar la haces habitualmente?**

- En mi habitación       En la habitación de un hermano/a  
 En una sala de estudio       En la sala de estar  
 En la cocina





**15. ¿Te ayudas de la computadora o Internet para realizar los deberes o estudiar?**

- No (pasa a la pregunta 16)  Sí

**16. ¿Qué tipo de herramientas utilizas para ello? (Es posible más de una respuesta)**

- Internet: Buscadores y páginas web  
 CD interactivo  
 Enciclopedias digitales  
 Word, Power Point, Excel... para realizar textos y presentaciones

**17. La última vez que te dieron las notas ¿Cuáles de estas asignaturas aprobaste?**

- Todas  Matemáticas  
 Lengua y Literatura  Historia/Geografía  
 diomas  
 Conocimiento del Medio Ciencias (Física, Química, Biología...)  
 Otra

**18. ¿Tienes algún profesor que usa Internet para explicar su materia?**

- No, ninguno  Sí, algunos (menos de la mitad)  
 Sí, casi todos (más de la mitad)  Sí, todos

**19. ¿Tienes computadora en casa?**

- No (pasa a la pregunta 22)  Sí

**20. ¿Dónde está la computadora que más utilizas en tu casa?**

- En mi habitación  En la habitación de un hermano/a  
 En la habitación de mis padres  En la sala de estar  
 En un cuarto de trabajo, estudio o similar  
 Es portátil

**21. ¿Tienes Internet en tu casa?**

- No (pasar a la pregunta 22)  Sí

**22. ¿Tienes instalado algún sistema de protección cuando navegas por Internet “en casa” (antivirus, filtro de contenidos...)? (Es posible más de una respuesta)**

- No  No lo sé  
 Sí, tengo un filtro  Sí, tengo un antivirus  
 Sí, pero no sé lo que es

**23. TENGAS O NO INTERNET EN CASA ¿SUELES UTILIZARLO?**

- No (pasa a la pregunta 51)                       Sí

**24. DE LUNES A VIERNES ¿CUÁNTO TIEMPO UTILIZAS DIARIAMENTE INTERNET?**

- Menos de una hora                                       Entre una y dos horas  
 Más de dos horas                                       Nada  
 No lo sé

**25. EL SÁBADO O EL DOMINGO ¿CUÁNTO TIEMPO UTILIZAS DIARIAMENTE INTERNET?**

- Entre una y dos horas                                       Más de dos horas  
 Nada     No lo sé

**26. ¿EN QUÉ LUGAR SUELES USAR INTERNET (PARA NAVEGAR, CHAT, E-MAIL)? (ES POSIBLE MÁS DE UNA RESPUESTA)**

- En mi casa     En el colegio  
 En un “ciber”  
 En un lugar público (biblioteca, centros de actividades...)  
 En casa de un amigo                                       En casa de un familiar

**27. LA MAYORÍA DE LAS VECES QUE UTILIZAS INTERNET SUELES ESTAR... (ES POSIBLE MÁS DE UNA RESPUESTA)**

- Solo     Con amigos  
 Con hermanos     Con mi padre  
 Con mi madre     Con mi novio/a  
 Con un profesor/a

**28. ¿QUIÉN TE HA ENSEÑADO A MANEJAR INTERNET? (ES POSIBLE MÁS DE UNA RESPUESTA)**

- Nadie, he aprendido yo solo                                       Algún hermano/a  
 Mi novio/a     Algún amigo  
 Mi padre     Mi madre  
 Algún profesor/a del colegio

**29. ¿A QUÉ LE HAS QUITADO TIEMPO DESDE QUE UTILIZAS INTERNET? (ES POSIBLE MÁS DE UNA RESPUESTA)**

- Familia     Amigos/as  
 Estudios     Deporte  
 Lectura     Televisión  
 Videojuegos     Hablar por teléfono  
 A nada



**30. ¿Para qué sueles usar Internet? (Es posible más de una respuesta)**

- Para visitar páginas web
- Envío de SMS
- Compartir vídeos, fotos, presentaciones... (Youtube, Flickr, SlideShare, Scribd...)
- Para usar el correo electrónico (e-mail)
- Televisión digital
- Radio digital
- Para usar programas (word, excel)
- Para descargar música, películas o programas
- Comprar o vender (Ebay, Segundamano.es, etc)
- Foros o listas de correo
- Blogs
- Fotologs
- Hablar por teléfono (tipo Skype o MSN)

**31. Cuando visitas páginas web, ¿cuáles de los siguientes contenidos acostumbras a consultar? (Es posible más de una respuesta)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Deportes                   | <input type="checkbox"/> Software e informática |
| <input type="checkbox"/> Programación de televisión | <input type="checkbox"/> Noticias               |
| <input type="checkbox"/> Educativos                 | <input type="checkbox"/> Culturales             |
| <input type="checkbox"/> Juegos                     | <input type="checkbox"/> Música                 |
| <input type="checkbox"/> Humor                      | <input type="checkbox"/> Concursos              |
| <input type="checkbox"/> Adultos                    |   |

**32. ¿Te sueles comunicar por alguno de estos medios a través de Internet?**

- Con Chat
- Con las dos anteriores
- Con ninguna de las anteriores (pasa a la pregunta 36)
- Con Messenger

**33. Mientras chateas o estás en el Messenger...**

- Siempre me muestro como soy
- Siempre finjo ser otra persona
- A veces finjo ser otra persona

**34. Mientras chateas o estas en el Messenger ¿usas una webcam?**

- Nunca
- Siempre
- A veces



**35. Mientras chateas o estas en el Messenger ¿con quien sueles hablar? (Es posible más de una respuesta)**

- Con mis amigos  Con mi familia  
 Con amigos virtuales

**36. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales?**

- No tengo ninguno  Tengo pero no los conozco  
 Tengo y he conocido alguno

**37. ¿Sueles usar Internet para jugar en red?**

- No (pasa a la pregunta 39)  Sí

**38. ¿A qué tipo de juegos en red has jugado últimamente? (Es posible más de una respuesta)**

- Juegos de comunidad virtual (The Sims...)  
 Juegos de carreras (Need for Speed, Death Race, Shangay Street Racer...)  
 Juegos de estrategia y batalla (Teeken, Counter Strike...)  
 Juegos de deportes (FIFA 2008...)  
 Juegos de mesa y cartas (Poker, Parchís, Trivial, Pictionary...)  
 Casinos (Casino Mónaco, Casino Tropez...)  
 Juegos de rol (Virtual Galaxy, Guild Wars, Solaris...)  
 A ninguno

**39. Si utilizas los juegos en red donde puedes jugar con otras personas a través de Internet ¿estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)**

- Juego en red con mi grupo de amigos  
 Jugar en red te permite hacer amigos  
 No estoy de acuerdo con ninguna

**40. ¿Sueles utilizar Redes Sociales (Tuenti, Facebook, etc)?**

- No (pasa a la pregunta 41)  Sí

**41. ¿Puedes indicarnos qué redes sociales sueles utilizar? (es posible más de una respuesta)**

- Facebook  Orkut  
 Hi5  Tuenti  
 MySpace  WindowsLiveSpaces  
 LinkedIn  Sonico  
 Otras Redes Sociales



**42. ¿Has hecho alguna página web o algún blog?**

- No (pasar a la pregunta 44)  Sí

**43. ¿Con qué contenido? (Es posible más de una respuesta)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Deportes                   | <input type="checkbox"/> Software e informática |
| <input type="checkbox"/> Programación de televisión | <input type="checkbox"/> Noticias               |
| <input type="checkbox"/> Educativos                 | <input type="checkbox"/> Culturales             |
| <input type="checkbox"/> Juegos                     | <input type="checkbox"/> Música                 |
| <input type="checkbox"/> Humor                      | <input type="checkbox"/> Concursos              |
| <input type="checkbox"/> Adultos                    | <input type="checkbox"/> Historia Personal      |

**44. ¿Qué es lo que te parece más útil de tener una web o blog propia? (Es posible más de una respuesta)**

- Expresar mi opinión  
 Compartir información con conocidos  
 Darme a conocer y hacer amigos  
 Escribir sobre lo que me gusta  
 Me sirve de desahogo  
 Ser útil para otros interesados en el tema  
 Poder contar a todo el mundo lo que no puedes contar en persona

**45. ¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes situaciones? (Es posible más de una respuesta)**

- Me pongo nervioso o me enfado cuando no puedo o no me dejan navegar  
 Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet  
 Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet  
 No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal  
 No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger  
 Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet  
 He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos, vídeos, comentarios...)  
 Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios...)  
 No estoy de acuerdo con ninguna

**46. ¿Discutes con tus padres por el uso de Internet?**

- No (pasa a la pregunta 47)  Sí



**47. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)**

- Por el tiempo que paso conectado/a  
 Por el momento del día en el que me conecto  
 Por lo que hago mientras estoy conectado/a

**48. ¿Te premian o te castigan con el uso de Internet?**

- No  Sí

**49. ¿Qué hacen tus padres mientras estás conectado/a a Internet? (Es posible más de una respuesta)**

- Me preguntan qué hago  Echan un vistazo  
 Me ayudan, se sientan conmigo  Están en la misma habitación  
 Comprueban después por dónde he navegado  
 Miran mi correo electrónico  
 Hacemos algo juntos: compras, organizar viajes, escribir a la familia...  
 Me recomiendan sitios para navegar o cómo acceder a Internet  
 No hacen nada

**50. Cuando navegas por Internet, según tus padres, ¿qué cosas no puedes hacer? (Es posible más de una respuesta) Señala qué cosas te prohíben tus padres**

- Comprar algo  Chatear o usar el Messenger  
 Dar información personal  
 Suscribirme a algún boletín o lista de correo  
 Acceder a una red social (tipo Facebook) o a una comunidad virtual (tipo Habbo)  
 Descargar archivos (programas, música, películas, etc.)  
 Ver vídeos o fotos  Colgar fotos o videos  
 Enviar mensajes a teléfonos celulares  Enviar correos electrónicos  
 Jugar  No me prohíben nada

**51. Cuando utilizas Internet ¿cómo te consideras respecto a la gente que está a tu alrededor (familia, amigos, profesores...)?**

- Un principiante  Tengo un nivel medio  
 Mi nivel es avanzado  Soy todo un experto

**52. Señala cuánto de acuerdo estás con las siguiente frase: “Internet es útil, ahorra tiempo y facilita la comunicación”**

- Nada  Poco  
 Bastante  Mucho



**53. Señala cuánto de acuerdo estás con las siguiente frase: “Internet puede provocar que alguien se enganche”**

- Nada  Poco  
 Bastante  Mucho

**54. Señala cuánto de acuerdo estás con la siguiente frase: “Internet puede hacer que me aisle de mis amigos y familiares”**

- Nada  Poco  
 Bastante  Mucho

**55. ¿Tienes celular propio?**

- No (pasa a la pregunta 70)  Sí  
 No, pero uso el de otras personas

**56. ¿A qué edad tuviste tu primer teléfono celular?**

- A los 8 años o menos  A los 9 años  
 A los 10 años  A los 11 años  
 A los 12 años  A los 13 años  
 A los 14 años  A los 15 años  
 Con más de 15 años

**57. ¿Cómo conseguiste tu primer teléfono celular?**

- Me lo compraron mis padres sin pedirlo  
 Me lo compraron mis padres porque se lo pedí  
 Me lo compraron otros familiares  
 Me lo compré yo mismo  
 Fue un regalo de cumpleaños, Navidad, comunión...  
 Lo heredé de otra persona

**58. ¿Qué tipo de teléfono tienes actualmente?**

- Comprado nuevo  De segunda mano

**59. ¿Quién paga habitualmente el gasto de tu celular?**

- Yo mismo  Mis padres  Otros

**60. ¿Qué tipo de medio de pago tienes para el teléfono?**

- Es de tarjeta  Es de contrato  No lo sé

**61. ¿Sabes cuánto gastas mensualmente en el teléfono celular?**



- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> No lo sé            | <input type="checkbox"/> 5 euros o menos     |
| <input type="checkbox"/> Entre 5 y 10 euros  | <input type="checkbox"/> Entre 10 y 20 euros |
| <input type="checkbox"/> Entre 20 y 30 euros | <input type="checkbox"/> Más de 30 euros     |

**62. El celular te sirve principalmente para... (Es posible más de una respuesta)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Hablar                                       | <input type="checkbox"/> Enviar mensajes               |
| <input type="checkbox"/> Chatear                                      | <input type="checkbox"/> Navegar por Internet          |
| <input type="checkbox"/> Jugar  | <input type="checkbox"/> Como reloj o Como despertador |
| <input type="checkbox"/> Ver fotos y/o videos                         | <input type="checkbox"/> Hacer fotos                   |
| <input type="checkbox"/> Grabar vídeos                                | <input type="checkbox"/> Como agenda                   |
| <input type="checkbox"/> Como calculadora                             | <input type="checkbox"/> Escuchar música o la radio    |
| <input type="checkbox"/> Ver la televisión                            |  |
| <input type="checkbox"/> Descargas (fotos , juegos, fondos, tonos...) |  |

**63. ¿Con qué personas sueles comunicarte más con el celular? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Con mi madre        | <input type="checkbox"/> Con mi padre         |
| <input type="checkbox"/> Con mis hermanos/as | <input type="checkbox"/> Con otros familiares |
| <input type="checkbox"/> Con los amigos/as   | <input type="checkbox"/> Con mi novio/a       |

**64. Si me quedara dos semanas sin celular...**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Mi vida cambiaría a mejor | <input type="checkbox"/> Mi vida cambiaría a peor |
| <input type="checkbox"/> No pasaría nada           |   |

**65. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces del celular?**

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No (pasa a la pregunta 66) | <input type="checkbox"/> Sí |
|---|-----------------------------|

**66. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)**

- Por el tiempo que lo uso
- Por el momento del día en el que lo uso
- Por el gasto que hago

**67. ¿Te castigan o premian con el uso del celular?**

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> Sí |
|-----------------------------|-----------------------------|

**68. ¿En cuál de estas situaciones apagas el celular? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Cuando estoy en clase | <input type="checkbox"/> Cuando estoy estudiando |
|--|--|





## 8 / Anexos

580

- Cuando estoy con mi familia -comiendo, viendo la tele, etc.-
- Cuando estoy durmiendo  No lo apago nunca

### 69. ¿Sueles recibir mensajes o llamadas de noche cuando ya estás en la cama?

- Nunca  Algunos días
- Casi todos los días  Todos los días

### 70. ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)

- He utilizado el celular para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien
- Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del teléfono celular
- Conozco a alguna persona que está enganchada al celular
- He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas
- No estoy de acuerdo con ninguna

### 71. Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de computadora?

- No (pasa a la pregunta 100)  Sí

### 72. De la siguiente lista, selecciona la consola que tengas (Es posible más de una respuesta)

- PlayStation 2  PlayStation 3
- Xbox 360  Wii
- PSP  Nintendo DS
- Game Boy-Nintendo 64-PlayStation 1  No tengo ninguna

### 73. ¿Juegas con la Playstation 2?

- No (pasa a la pregunta 74)  Sí

### 74. PlayStation 2 ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)

- Pro Evolution Soccer 2008  Fifa 08
- Need of speed: pro street  WWE Smackdown! Vs Raw 2008
- Pro Evolution Soccer 2009  Fifa 09
- Grand Theft Auto: San Andreas Platinum
- God of War II Platinum  Los Simpson: el videojuego
- Singstar: canciones Disney  Ninguno

**75. ¿Juegas con la Playstation 3?**

- No (pasa a la pregunta 76)  Sí

**76. PlayStation 3: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Pro Evolution Soccer 2009      | <input type="checkbox"/> Call of Duty: Modern Warfare             |
| <input type="checkbox"/> Beijing 2008: juegos olímpicos | <input type="checkbox"/> FIFA 09                                  |
| <input type="checkbox"/> Assasins Creed                 | <input type="checkbox"/> Grand turismo 5 prologue                 |
| <input type="checkbox"/> Principe of Persia             | <input type="checkbox"/> Metal gear solid 4: guns of the patriots |
| <input type="checkbox"/> Pro Evolution Soccer 2008      | <input type="checkbox"/> Grand Theft Auto IV                      |
| <input type="checkbox"/> Fifa 08                        | <input type="checkbox"/> Ninguno                                  |

**77. ¿Juegas con la XBox 360?**

- No (pasa a la pregunta 78)  Sí

**78. XBox 360: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Grand Theft Auto IV | <input type="checkbox"/> Gears of War Classics        |
| <input type="checkbox"/> Halo 3              | <input type="checkbox"/> Pro Evolution Soccer 2009    |
| <input type="checkbox"/> FIFA 08             | <input type="checkbox"/> Call of duty: modern warfare |
| <input type="checkbox"/> Assasin's creed     | <input type="checkbox"/> Lost Odyssey                 |
| <input type="checkbox"/> Soul calibur IV     | <input type="checkbox"/> Ninja Gaiden II              |
| <input type="checkbox"/> Ninguno             |   |

**79. ¿Juegas con la Nintendo Wii?**

- No (pasa a la pregunta 80)  Sí

**80. Nintendo Wii: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Wii Play                              | <input type="checkbox"/> Mario Kart                            |
| <input type="checkbox"/> Wii Fit                               | <input type="checkbox"/> Super Mario galaxy                    |
| <input type="checkbox"/> Super smash bros brawl                | <input type="checkbox"/> Mario y Sonic en los juegos Olimpicos |
| <input type="checkbox"/> Big Brain academy                     | <input type="checkbox"/> Triiivial                             |
| <input type="checkbox"/> Link's crossbow training + Wii Zapper |  |
| <input type="checkbox"/> Mario Party 8                         | <input type="checkbox"/> Ninguno                               |

**81. ¿Juegas con la PSP?**

- No (pasa a la pregunta 82)  Sí



**82. PSP: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**

- Pro Evolution Soccer 2008
- Grand Theft Auto: Vice City Stories Platinum
- Tekken: Dark Resurrection Platinum
- WWE Smackdown! vs Raw 2008
- FIFA 09
- God of War: Chains of Olympus
- Ninguno
- FIFA 08
- Final Fantasy VII: Crisis Core
- Los Simpson - El videojuego
- Buzz! Concurso de bolsillo

**83. ¿Juegas con la Nintendo DS?**

- No (pasa a la pregunta 84)
- Sí

**84. Nintendo DS: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**

- New Super Mario Bros
- Magia en acción
- Brain Training del Dr. Kawashima
- Mario y Sonic en los Juegos Olímpicos
- Mario Kart DS
- Guitar Hero: On Tour
- Ninguno
- Cocina conmigo
- 42 juegos de siempre
- Más Brain Training
- Imagina ser mamá

**85. ¿Juegas con la Gameboy?**

- No (pasa a la pregunta 86)
- Sí

**86. Game Boy: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**

- Super Mario Bros
- Pokémon Yellow
- Legend of Zelda: DX
- Dragon Ball Z
- Los Sims toman la calle
- Ninguno
- Boktai: The Sun Is In Your Hand
- Final Fantasy Tactics Advance
- Mario Tennis
- Asterix y Obelix
- Pokémon Esmeralda

**87. ¿Juegas con la computadora?**

- No (pasa a la pregunta 88)
- Sí

**88. Computadora: ¿Tienes alguno de estos juegos? (Es posible más de una respuesta)**



- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Los Sims 2 y sus hobbies                | <input type="checkbox"/> Los Sims megaluxe               |
| <input type="checkbox"/> World of Warcraft                       |  |
| <input type="checkbox"/> World of Warcraft - The Burning Crusade |  |
| <input type="checkbox"/> Los Sims: cocina y baña - accesorios    | <input type="checkbox"/> Call of Duty: Modern Warfare    |
| <input type="checkbox"/> Activa tu mente                         | <input type="checkbox"/> Sacred 2: Fallen Angel          |
| <input type="checkbox"/> Brain Trainer 2                         | <input type="checkbox"/> World of Warcraft- Battle Chest |
| <input type="checkbox"/> Ninguno                                 |  |

**89. De lunes a viernes ¿cuanto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de una hora | <input type="checkbox"/> Entre una y dos horas |
| <input type="checkbox"/> Más de dos horas  | <input type="checkbox"/> No lo sé              |
| <input type="checkbox"/> Nada              |  |

**90. El sábado o el domingo ¿cuanto tiempo utilizas diariamente los videojuegos?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de una hora | <input type="checkbox"/> Entre una y dos horas |
| <input type="checkbox"/> Más de dos horas  | <input type="checkbox"/> No lo sé              |
| <input type="checkbox"/> Nada              |  |

**91. ¿Tienes juegos pirateados?**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> No, ninguno (pasa a la pregunta 92) | <input type="checkbox"/> Sí, tengo alguno |
| <input type="checkbox"/> Sí, casi todos los que tengo        |   |

**92. ¿Cómo los consigues? (Es posible más de una respuesta)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Descargándolos de Internet             | <input type="checkbox"/> Los grabo de un amigo |
| <input type="checkbox"/> Los compro en una tienda o en la calle |  |

**93. ¿Con quien sueles jugar? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Juego solo        | <input type="checkbox"/> Con mi madre        |
| <input type="checkbox"/> Con mi padre      | <input type="checkbox"/> Con mis hermanos/as |
| <input type="checkbox"/> Con los amigos/as |  |

**94. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces de los videojuegos?**

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No (pasa a la pregunta 95) | <input type="checkbox"/> Sí |
|---|-----------------------------|

**95. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Por el tiempo que paso jugando | <input type="checkbox"/> Por el momento en el que juego |
| <input type="checkbox"/> Por el tipo de juegos          |   |



**96. ¿Te premian o te castigan con los videojuegos?**

- No  Sí

**97. ¿Sabes tus padres de qué van los videojuegos con los que juegas?**

- No  Sí  No lo sé

**98. Si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?**

- Sí, con todos  Con algunos sí, con otros no.  
 No me dejarían jugar con casi ninguno

**99. ¿A qué le has quitado tiempo por usar los videojuegos? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Familia             | <input type="checkbox"/> Amigos/as  |
| <input type="checkbox"/> Estudios            | <input type="checkbox"/> Deporte    |
| <input type="checkbox"/> Lectura             | <input type="checkbox"/> Televisión |
| <input type="checkbox"/> Hablar por teléfono | <input type="checkbox"/> A nada     |

**100. ¿Estás de acuerdo con algunas de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)**

- Estoy enviado/a con algún juego, o conozco alguna persona que, en cuanto llega a casa, no para de jugar  
 Los videojuegos pueden volverme violento  
 Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a  
 Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real  
 No estoy de acuerdo con ninguna

**101. ¿Cuántos televisores que funcionen hay en tu casa?**

- Ninguno (pasa a la pregunta 115)  1  
 2  3  
 Más de 3

**102. ¿Dónde está el televisor o televisores en tu casa? (Es posible más de una respuesta)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> En mi habitación               | <input type="checkbox"/> En la habitación de un hermano/a |
| <input type="checkbox"/> En la habitación de mis padres | <input type="checkbox"/> En la sala de estar              |
| <input type="checkbox"/> En la cocina                   | <input type="checkbox"/> En un cuarto de juegos           |

**103. De lunes a viernes ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?**



- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de una hora | <input type="checkbox"/> Entre una y dos horas |
| <input type="checkbox"/> Más de dos horas  | <input type="checkbox"/> No lo sé              |
| <input type="checkbox"/> Nada              |  |

**104. El sábado o el domingo ¿cuánto tiempo ves diariamente la televisión en casa?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Menos de una hora | <input type="checkbox"/> Entre una y dos horas |
| <input type="checkbox"/> Más de dos horas  | <input type="checkbox"/> No lo sé              |
| <input type="checkbox"/> Nada              |  |

**105. Cuando ves la tele sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> En mi habitación               | <input type="checkbox"/> En la habitación de un hermano/a |
| <input type="checkbox"/> En la habitación de mis padres | <input type="checkbox"/> En la sala de estar              |
| <input type="checkbox"/> En la cocina                   | <input type="checkbox"/> En un cuarto de juegos           |

**106. Cuando ves la televisión sueles hacerlo... (Es posible más de una respuesta)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Solo              | <input type="checkbox"/> Con mi padre        |
| <input type="checkbox"/> Con mi madre      | <input type="checkbox"/> Con algún hermano/a |
| <input type="checkbox"/> Con otro familiar | <input type="checkbox"/> Con un amigo/a      |

**107. ¿Realizas alguna de estas actividades mientras ves la tele? (Es posible más de una respuesta)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Estudiar o hacer la tarea del colegio | <input type="checkbox"/> Comer               |
| <input type="checkbox"/> Navegar por Internet                  | <input type="checkbox"/> Hablar por teléfono |
| <input type="checkbox"/> Leer                                  | <input type="checkbox"/> Dormir              |
| <input type="checkbox"/> Charlar con mi familia                | <input type="checkbox"/> Jugar               |

**108. ¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la TV?**

- |  |                             |
|--|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No (pasa a la pregunta 109) | <input type="checkbox"/> Sí |
|--|-----------------------------|

**109. ¿Por qué motivos? (Es posible más de una respuesta)**

- Por el tiempo que paso viendo la tele
- Por el momento del día en el que veo la tele
- Por los programas que veo

**110. ¿Te castigan o premian con la televisión?**

- |                             |                             |
|-----------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> No | <input type="checkbox"/> Sí |
|-----------------------------|-----------------------------|



**111. Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?**

- Yo mismo
- Mis hermanos/as
- Mi padre
- Mi madre
- Entre todos, lo negociamos juntos

**112. ¿Qué tipo de contenidos de televisión prefieres? (Es posible más de una respuesta).**

- Películas
- Dibujos animados
- Deportes
- Series
- Concursos
- Documentales
- Noticias
- Programas del corazón
- Reality Shows (Gran Hermano, Supervivientes, Operación Triunfo...)

**113. ¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?**

- Me dejan ver todos los programas (pasa a la pregunta 114)
- Sí, hay programas que no me dejan ver

**114. ¿De qué tipo? (Es posible más de una respuesta)**

- Películas
- Dibujos animados
- Deportes
- Series
- Concursos
- Documentales
- Noticias
- Programas del corazón
- Reality Shows

**115. ¿Estás de acuerdo con alguna de las siguientes frases? (Es posible más de una respuesta)**

- Veo más tele de la que debería
- Me gusta más ver la tele acompañado/a que solo/a
- Alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver
- Me aburre la televisión
- Elijo el programa antes de encender la televisión
- Me encanta hacer zapping
- Suelo enviar SMS para votar en concursos
- Suelo enviar SMS a la TV para que aparezcan en pantalla
- Lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión
- No estoy de acuerdo con ninguna

**116. De la siguiente lista de cosas selecciona todas aquellas que tengas en casa:**



- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Laptop   | <input type="checkbox"/> Impresora               |
| <input type="checkbox"/> Escáner  | <input type="checkbox"/> Web cam                 |
| <input type="checkbox"/> USB o disco duro externo   | <input type="checkbox"/> MP3/MP4/iPod            |
| <input type="checkbox"/> Cámara de fotos digital  | <input type="checkbox"/> Cámara de vídeo digital |
| <input type="checkbox"/> Televisión de pago (digital o por cable: Digital Plus, ONO, Imaginio...) | <input type="checkbox"/> Teléfono fijo           |
| <input type="checkbox"/> Equipo de música   |  |
| <input type="checkbox"/> DVD  |  |
| <input type="checkbox"/> Disco duro Multimedia (para bajar películas y verlas en la televisión)   |  |
| <input type="checkbox"/> Ninguna de estas, tengo otras  |  |

**117. ¿Cómo consigues tu propio dinero? (Es posible más de una respuesta)**

- Paga semanal
- Cuando necesito algo pido y me dan
- En cumpleaños, fiestas, Navidad o días especiales
- Hago algún trabajo en casa
- Hago algún trabajo fuera de casa
- No me dan dinero

**118. ¿Con cuáles de estas frases estás de acuerdo?**

- Tengo más dinero del que necesito
- Tengo el dinero suficiente para mis necesidades
- Tengo menos dinero del que necesito

**119. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Internet                       Televisión                       No lo sé

**120. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Internet                       Teléfono celular                       No lo sé

**121. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Internet                       Videojuegos                       No lo sé

**122. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Videojuegos                       Televisión                       No lo sé





## 8 / Anexos

588

**123. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Teléfono celular       Televisión       No lo sé

**124. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Teléfono celular       MP3/ MP4/ iPod       No lo sé

**125. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Teléfono celular       Videojuegos       No lo sé

**126. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- Wii       Play Station 3       No lo sé

**127. De cada pareja de cosas que te presentamos a continuación ¿Qué te gusta más?**

- PSP       Nintendo DS       No lo sé



## 8.2. MUESTRA VÁLIDA Y MARGEN DE ERROR, POR PAÍS Y REGIÓN.

### 8.2.1. Argentina

	Público Rural	Primaria		Secundaria		Total	Error
		Público Urbano	Privado Urbano	Público Urbano	Privado Urbano		
Buenos Aires	0	47	336	84	18	485	4,45
Catamarca	0	10	0	1	0	11	29,55
Chaco	0	15	12	0	0	27	18,86
Chubut	0	8	0	4	0	12	28,29
Córdoba	1	71	4	9	14	99	9,85
Corrientes	0	29	0	9	0	38	15,9
Entre Ríos	0	27	9	0	2	38	15,9
Formosa	0	15	2	5	0	22	20,89
Jujuy	0	0	2	0	0	2	69,3
La Pampa	1	0	0	3	0	4	49
La Rioja	0	8	0	0	0	8	34,65
Mendoza	2	18	39	9	2	70	11,71
Misiones	0	0	29	7	3	39	15,69
Neuquén	0	10	8	3	1	22	20,89
Río Negro	0	12	0	6	0	18	23,1
Salta	0	23	0	1	3	27	18,86
San Juan	0	3	11	0	22	36	16,33
San Luis	0	0	2	4	1	7	37,04
Santa Cruz	0	0	3	0	0	3	56,58
Santa Fe	7	64	3	19	9	102	9,7
Santiago del Estero	0	0	20	0	1	21	21,39
Tierra del Fuego	0	4	0	1	0	5	43,83
Tucumán	0	0	36	10	3	49	14
Total	11	310	498	175	79	1.073	2,99

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )



## 8 / Anexos

590

### 8.2.2. Brasil

	Primaria			Secundaria			Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano		
Región 1	0	85	25	0	40	54	204	6,86
Región 2	1	6	0	6	250	3	266	6,01
Región 3	17	1	0	8	92	0	118	9,02
Región 4	0	206	84	3	109	185	587	4,04
Región 5	4	55	14	2	133	46	254	6,15
Total	22	353	123	19	624	288	1.429	2,59

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )

### 8.2.3. Chile

	Primaria				Secundaria				Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural		
Tarapacá	0	14	5	0	0	4	11	0	34	16,81
Antofagasta	0	28	3	0	0	10	6	0	47	14,29
Atacama	0	19	0	0	0	4	1	0	24	20
Coquimbo	67	0	1	0	9	2	1	7	87	10,51
Valparaíso	6	70	56	0	2	19	25	0	178	7,35
R.L.G.B.O'H.	14	33	21	0	3	27	15	0	113	9,22
Maule	37	31	14	0	3	17	14	0	116	9,1
Bío-Bío	10	65	77	0	3	34	31	0	220	6,61
Araucanía	15	8	25	0	0	24	7	0	79	11,03
Los Lagos	3	62	23	0	4	23	7	0	122	8,87
R.Aysén del General C.I. Del Campo	2	3	0	0	0	2	0	0	7	37,04
Magallanes y la Antártica Chilena	0	1	13	0	0	3	10	0	27	18,86
Región metropolitana	0	293	193	1	6	33	52	0	578	4,08
Total	154	627	431	1	30	202	180	7	1.632	2,43

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )



## 8.2.4. Colombia

	Primaria				Secundaria				Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural		
Antioquía	0	105	274	0	0	136	284	0	799	3,47
Atlántico	0	128	92	0	0	106	114	0	440	4,67
Bogotá D.C.	0	133	229	0	0	207	422	0	991	3,11
Bolívar	0	61	136	0	0	50	164	0	411	4,83
Boyaca	0	163	10	0	0	184	0	0	357	5,19
César	0	115	44	0	0	121	0	0	280	5,86
Choco	0	88	0	0	0	30	0	0	118	9,02
Córdoba	0	102	41	0	0	77	38	0	258	6,1
Cundinamarca	0	85	105	13	0	112	68	13	396	4,92
Huila	0	97	33	26	0	117	14	3	290	5,75
La Guajira	0	0	32	87	0	0	87	0	206	6,83
Magdalena	0	139	55	0	0	90	12	0	296	5,7
Meta	0	90	77	0	0	84	62	0	313	5,54
Nariño	32	88	14	0	2	179	4	0	319	5,49
Norte Santander	23	111	50	0	14	49	36	0	283	5,83
Santander	0	45	112	0	0	140	48	0	345	5,28
Sucre	0	128	0	0	0	157	0	0	285	5,81
Tolima	0	209	17	0	0	215	20	0	461	4,56
Valle	0	67	71	0	0	51	73	0	262	6,05
Total	55	1.954	1.392	126	16	2.105	1.446	16	7.110	1,16

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )



## 8 / Anexos

592

### 8.2.5. Ecuador

	PRIMARIA				SECUNDARIA				TOTAL	Error
	Pri- vado Rural	Pú- blico Rural	Pú- blico Urba- no	Pri- vado Urba- no	Pri- vado Rural	Pú- blico Rural	Pú- blico Urba- no	Pri- vado Urba- no		
Región 1	11	67	80	13	17	100	120	20	429	4,73
Región 2	19	77	106	26	29	115	159	40	571	4,10
Región 3	8	64	80	10	12	96	120	15	407	4,86
Región 4	13	46	122	34	19	70	184	51	540	4,22
Región 5	42	110	274	106	64	165	411	158	1331	2,69
Región 6	13	56	64	14	19	85	96	21	368	5,11
Región 7	8	37	80	17	11	55	121	25	354	5,21
TOTAL	114	458	808	221	171	686	1211	381	4000	1,55

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )

### 8.2.6. Guatemala

	Primaria				Secundaria		Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural	Público Urbano	Privado Urbano		
Guatemala	0	122	38	0	13	56	229	6,48
El progreso	0	4	0	0	2	0	6	40,01
Sacatapéquez	242	15	0	0	3	0	260	6,08
Chimalte- nango	0	14	0	0	5	0	19	22,48
Escuintla	16	0	0	0	6	0	22	20,89
Santa Rosa	0	8	0	0	3	0	11	29,55
Sololá	0	9	0	0	3	0	12	28,29
Totonicapán	0	8	0	0	1	0	9	32,67
Quetzalte- nango	5	23	0	0	12	0	40	15,5
Suchitepéquez	0	14	0	0	4	0	18	23,1
Retalhuleu	4	4	0	0	5	0	13	27,18
San Marcos	0	15	0	0	5	0	20	21,91
Huehuetenango	0	15	1	0	5	0	21	21,39



	Primaria				Secundaria		Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural	Público Urbano	Privado Urbano		
Quiché	0	12	0	0	5	0	17	23,77
Baja Verapaz	0	3	0	0	1	0	4	49
Alta Verapaz	5	5	1	5	3	3	22	20,89
Petén	0	8	0	0	5	0	13	27,18
Izabal	5	0	0	0	4	0	9	32,67
Zacapa	8	0	0	0	5	0	13	27,18
Chiquimula	0	8	0	0	5	0	13	27,18
Jalapa	0	14	0	0	5	0	19	22,48
Jutiapa	0	8	0	0	5	0	13	27,18
Total	285	309	40	5	105	59	803	3,46

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )

### 8.2.7. México

	Primaria				Secundaria				Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Privado Rural	Público Rural	Público Urbano	Privado Rural	Privado Urbano		
Región 1	2	58	40	0	12	11	0	31	154	7,9
Región 2	0	71	2	0	0	36	0	54	163	7,7
Región 3	0	137	3	0	0	1	0	0	141	8,3
Región 4	66	321	53	4	25	80	0	45	594	4
Región 5	142	463	75	0	19	102	6	8	815	3,4
Región 6	66	544	0	0	0	66	0	6	682	3,8
Región 7	48	277	332	13	20	149	0	31	870	3,3
Región 8	346	667	0	13	150	117	9	49	1.351	2,7
Región 9	70	489	421	5	13	102	49	310	1.459	2,6
Total	740	3.027	926	35	239	664	64	534	6.229	1,2

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )



## 8 / Anexos

594

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

### 8.2.8. Perú

	Primaria			Secundaria			Total	Error
	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano	Público Rural	Público Urbano	Privado Urbano		
Lima y Callao	0	159	77	0	116	73	425	4,75
Cajamarca	63	20	10	36	45	22	196	7
Piura	0	38	62	19	93	71	283	5,83
La Libertad	0	78	28	0	41	16	163	7,68
Cusco	42	40	8	28	46	15	179	7,32
Puno	0	16	78	0	52	15	161	7,72
Junín	28	59	9	28	2	24	150	8
Loreto	42	33	8	13	59	8	163	7,68
Ancash	0	100	13	0	17	9	139	8,31
Arequipa	0	28	15	0	16	24	83	10,76
Huánuco	25	15	4	18	33	7	102	9,7
Total	200	586	312	142	520	284	2.044	2,17

Fuente: elaboración propia (suponiendo muestreo aleatorio simple, un nivel de confianza del 95% y el caso  $p=q=50\%$ )



### 8.3. SOBRE LOS AUTORES

Xavier Bringué Sala es profesor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Licenciado en Ciencias de la Educación y Doctor en Comunicación, es miembro de la Society of Consumer Psychology, Subdirector del Instituto de Ciencias para la Familia y Subdirector del Departamento de Empresa Informativa, en la Universidad de Navarra.

Su investigación se centra en el estudio del consumidor, la publicidad y el marketing infantil y juvenil, el consumo y la educación, y los medios de comunicación y la familia. Sobre estos temas ha publicado varios artículos y libros, y ha participado en numerosos congresos y seminarios profesionales. Es coautor de “La Generación Interactiva en Iberoamérica” (2008), un estudio llevado a cabo entre más de 80.000 escolares de entre 6 y 18 años de siete países Iberoamericanos, de “La Generación Interactiva en España” (2009), una investigación basada en el trabajo realizado entre 13.000 niños y adolescentes españoles, y del informe “Menores y Redes Sociales” (2011), que analiza la realidad de estas aplicaciones entre los jóvenes españoles. En la actualidad preside el Consejo Académico Asesor del Foro Generaciones Interactivas, entidad fundada por la Universidad de Navarra, Telefónica Internacional y la Organización Interamericana de Universidades, cuyo objetivo es el estudio científico de la relación entre los menores y las diversas pantallas como base para la puesta en marcha de iniciativas académicas, formativas y empresariales de ámbito internacional.

Charo Sádaba Chalezquer es profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Licenciada de Periodismo y Doctora en Comunicación, es actualmente Vicedecana de Postgrado y Relaciones Externas de la Facultad de Comunicación, donde imparte Marketing Especializado y Nuevos Medios Publicitarios.

En los últimos diez años ha trabajado en proyectos de investigación sobre niños, jóvenes y nuevas tecnologías, ha publicado numerosos artículos y libros sobre el tema y dictado decenas de conferencias para padres, docentes y menores. Es coautora de “La Generación Interactiva en Iberoamérica” (2008), un estudio llevado a cabo entre más de 80.000 escolares de entre 6 y 18 años de siete países Iberoamericanos, de “La Generación Interactiva en España” (2009), una investigación basada en el trabajo realizado entre 13.000 niños y adolescentes españoles, y del informe “Menores y Redes Sociales” (2011), que analiza la realidad de estas aplicaciones entre los jóvenes españoles. Desde 2008 es la Directora de Investigación del Foro Generaciones Interactivas, entidad fundada por la Universidad de Navarra, Telefónica Internacional y la Organización Interamericana de Universidades, cuyo objetivo es el estudio científico de la





## 8 / Anexos

596

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

relación entre los menores y las diversas pantallas como base para la puesta en marcha de iniciativas académicas, formativas y empresariales de ámbito internacional. Es, además, Experta Independiente del programa Safer Internet de la Comisión Europea desde 2009.

Jorge Tolsá Caballero es Doctor Europeo en Comunicación por la Universidad de Navarra. Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por esta universidad, cursó también el Master in Media Research en la Universidad de Stirling (Reino Unido), becado por la Fundación Caja Madrid.

Su investigación doctoral se ha centrado en el consumo infantil y adolescente de las pantallas, adoptando un enfoque de conocimiento integrado que permita distinguir diferentes tipos de usuarios para que las empresas tecnológicas puedan desarrollar de manera más adecuada sus estrategias comerciales a la vez que buscan el beneficio para el menor. La tesis fruto de esta investigación ha sido la primera en defenderse en el marco del Foro Generaciones Interactivas, entidad de la que es colaborador.



## 8.4. ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Tabla 1.1. Universo de estudio por etapa escolar.....	17
Tabla 1.2. Margen de error por países. Muestra válida.....	18
Tabla 1.3. Descripción general de la muestra (por etapa escolar) .....	18
Gráfico 1.1. Descripción general de la muestra (por etapa escolar).....	19
Tabla 1.4. Descripción general de la muestra (por titularidad del colegio) .....	19
Gráfico 1.2. Descripción general de la muestra (por titularidad del colegio).....	19
Tabla 1.5. Descripción general de la muestra (por zona).....	20
Gráfico 1.3. Descripción general de la muestra (por zona) .....	20
Gráfico 1.4. Convivencia con progenitores (por tramo de edad).....	21
Gráfico 1.5. Convivencia con progenitores (por país, de 6 a 9 años) .....	22
Gráfico 1.6. Convivencia con progenitores (por país, de 10 a 18 años).....	22
Gráfico 1.7. Número de hermanos (por tramo de edad).....	23
Gráfico 1.8. Convivencia con un abuelo/a (por tramo de edad) .....	23
Gráfico 1.9. Ocupación laboral del padre (de 10 a 18 años).....	24
Gráfico 1.10. Ocupación laboral de la madre (de 10 a 18 años).....	24
Tabla 2.1. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por tramo de edad) .....	27
Tabla 2.2. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por tramo de edad y sexo).....	28
Tabla 2.3. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por país, 6 a 9 años) .....	30
Tabla 2.4. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica (por país, 10-18 años).....	32
Tabla 2.5. Equipamiento tecnológico de los hogares de la Generación Interactiva en Iberoamérica: comparativa 2008-2010 (10-18 años).....	33
Gráfico 2.1. Posesión de computadora en el hogar (por país, 6 a 9 años).....	35
Gráfico 2.2. Posesión de computadora en el hogar (por país, 10 a 18 años).....	36
Gráfico 2.3. Ubicación de la computadora en el hogar (de 6 a 9 años) .....	37
Gráfico 2.4. Ubicación de la computadora en el hogar (de 10 a 18 años).....	37
Tabla 2.6. Ubicación de la computadora en el hogar (por sexo y tramo de edad) .....	38



## 8 / Anexos

598

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.5. Ubicación de la computadora en el hogar (por país, 10 a 18 años) ..	39
Gráfico 2.6. Ubicación de la computadora en el dormitorio (por país).....	39
Gráfico 2.7. Ubicación de la computadora: espacios personales vs. compartidos (por país).....	40
Tabla 2.7. Acceso a Internet en el hogar (por tramo de edad y sexo) .....	41
Gráfico 2.8. Acceso a Internet en el hogar (por edad, 6 a 18 años) .....	41
Gráfico 2.9. Acceso a Internet en el hogar (por país, 6 a 9 años).....	42
Gráfico 2.10. Acceso a Internet en el hogar (por país, 10 a 18 años) .....	42
Gráfico 2.11. Sistemas de control instalados en la computadora (de 10 a 18 años) .....	43
Gráfico 2.12. Sistemas de control instalados en la computadora (por sexo, de 10 a 18 años) .....	44
Gráfico 2.13. Desconocimiento sobre sistemas de control instalados en la computadora (año 2008) .....	45
Gráfico 2.14. Sistemas de control instalados en la computadora (por edad, de 10 a 18 años) .....	45
Gráfico 2.15. Sistemas de control instalados en la computadora (por país, de 10 a 18 años) .....	46
Gráfico 2.16. Filtro de contenidos vs. antivirus (por país, de 10 a 18 años).....	47
Gráfico 2.17. Usuarios de Internet (por edad, de 6 a 18 años).....	48
Gráfico 2.18. Usuarios de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años) .....	48
Gráfico 2.19. Usuarios de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	49
Gráfico 2.20. Usuarios de Internet (por país, de 6 a 9 años) .....	49
Gráfico 2.21. Usuarios de Internet (por país, de 10 a 18 años).....	50
Gráfico 2.22. Lugares de acceso a Internet (por sexo, de 6 a 9 años) .....	51
Tabla 2.8. Lugares de acceso a Internet (por sexo y país, de 6 a 9 años).....	52
Gráfico 2.23. Lugares de acceso a Internet (por sexo, de 10 a 18 años).....	53
Tabla 2.9. Lugares de acceso a Internet (por país, de 10 a 18 años).....	54
Gráfico 2.24. Lugar de navegación: en el hogar, en el colegio o en “cibercafés” (por país, de 10 a 18 años).....	54
Gráfico 2.25. Usuarios de Internet en el colegio vs “cibercafé” (por edad, de 10 a 18 años) .....	55



Gráfico 2.26. Tiempo de conexión de lunes a viernes y durante el fin de semana (de 10 a 18 años) .....	57
Gráfico 2.27. Tiempo de navegación: entre semana y fines de semana (por país, de 10 a 18 años) .....	58
Gráfico 2.28. Tiempo de conexión en fin de semana (por edad, de 10 a 18 años) ...	59
Gráfico 2.29. Desplazamiento de actividades para navegar por Internet (por sexo, de 10 a 18 años).....	61
Gráfico 2.30. Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades (por sexo, de 10 a 18 años).....	61
Gráfico 2.31. Desplazamiento de tiempo por el uso de Internet según actividades. Comparativa entre 2010 y 2008 (de 10 a 18 años).....	62
Tabla 2.10. Desplazamiento de actividades por el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años) .....	63
Gráfico 2.32. Desplazamiento de televisión, estudios y familia por el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años).....	64
Gráfico 2.33. Ausencia de desplazamiento de actividades por el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años).....	64
Gráfico 2.34. Compañía en el uso de Internet (por sexo, de 6 a 9 años) .....	66
Gráfico 2.35. Compañía del padre en el uso de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años).....	66
Gráfico 2.36. Compañía de la madre en el uso de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años).....	67
Gráfico 2.37. Compañía de hermanos en el uso de Internet (por sexo y edad, de 6 a 9 años).....	67
Tabla 2.11. Compañía de en el uso de Internet (por países, de 6 a 9 años).....	68
Gráfico 2.38. Compañía en el uso de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 6 a 9 años).....	68
Gráfico 2.39. Compañía en el uso de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 de 10 a 18 años) .....	69
Tabla 2.12. Compañía en el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años) .....	69
Gráfico 2.40. Compañía fraterna, social o autónoma en el uso de Internet (por país, de 10 a 18 años).....	71
Gráfico 2.41. Uso en solitario de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	71
Gráfico 2.42. ¿Quién te ha enseñado a manejar Internet? (de 10 a 18 años).....	72



## 8 / Anexos

600

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.43. “He aprendido a navegar solo” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	73
Gráfico 2.44. “Me ha enseñado a manejar Internet mi padre o mi madre” (por edad, de 10 a 18 años) .....	73
Gráfico 2.45. Maestros en el aprendizaje de Internet. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años).....	74
Gráfico 2.46. Servicios utilizados en Internet (de 6 a 9 años).....	75
Gráfico 2.47. Servicios utilizados en Internet (de 10 a 18 años).....	75
Gráfico 2.48. Dimensiones en el uso de Internet (3.34 de gie, página 76) .....	78
Gráfico 2.49. Uso de la webcam (por sexo, de 10 a 18 años).....	79
Gráfico 2.50. Uso de la webcam (por edad, de 10 a 18 años).....	79
Gráfico 2.51. Usuarios de redes sociales (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	80
Gráfico 2.52. Usuarios de redes sociales (por país, de 10 a 18 años).....	81
Gráfico 2.53. Usuarios de redes sociales según red social (de 10 a 18 años).....	81
Gráfico 2.54. Usuarios de Facebook y Hi5 (por sexo y edad, de 10 a 18 años) ...	82
Gráfico 2.55. Usuarios de Redes Sociales (por país, de 10 a 18 años) .....	83
Gráfico 2.56. Juego en red (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	84
Gráfico 2.57. Preferencias sobre el tipo de juego en red (por sexo, de 10 a 18 años) .....	84
Gráfico 2.58. Motivos para jugar en red (por sexo, de 10 a 18 años) .....	85
Gráfico 2.59. Servicios utilizados en Internet. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años) .....	86
Tabla 2.13. Servicios utilizados en Internet (por país, de 10 a 18 años).....	87
Gráfico 2.60. Uso de servicios de Internet. Comunicar (por país, de 10 a 18 años) .....	88
Gráfico 2.61. Uso de servicios de Internet. Compartir (por país, de 10 a 18 años) .....	89
Gráfico 2.62. Uso de servicios de Internet. Conocer (por país, de 10 a 18 años) .....	90
Gráfico 2.63. Uso de servicios de Internet. Ocio y compras (por país, de 10 a 18 años) .....	91
Gráfico 2.64. Acceso a contenidos relacionados con los juegos, lo educativo, la música y “adultos” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	93
Tabla 2.14. Contenidos visitados en Internet (por país, de 10 a 18 años).....	94



Gráfico 2.65. Acceso a contenidos en Internet. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años) .....	96
Gráfico 2.66. Creadores de contenidos “¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?” (de 10 a 18 años).....	97
Gráfico 2.67. Creadores de contenidos “¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?”(por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	98
Gráfico 2.68. Creadores de contenidos “¿Has hecho una página web, blog o fotoblog?” (por país, de 10 a 18 años).....	99
Gráfico 2.69. Contenido de páginas Web y blogs propios (por sexo, de 10 a 18 años) .....	100
Tabla 2.15. Creación de contenidos por tipo (por país, de 10 a 18 años).....	100
Gráfico 2.70. Utilidad de tener una página web o blog propia (por sexo, de 10 a 18 años).....	101
Gráfico 2.71. Índice de penetración de la lectura (de 10 a 18 años).....	102
Gráfico 2.72. Índice de penetración de la lectura (por país, de 10 a 18 años).....	103
Gráfico 2.73. Horas de estudio personal y de realización de tareas escolares. De lunes a viernes y fin de semana (de 10 a 18 años).....	104
Tabla 2.16. Horas de estudio entre semana (por país, de 10 a 18 años) .....	105
Tabla 2.17. Horas de estudio entre semana (por país, de 10 a 18 años).....	105
Gráfico 2.74. Lugar habitual de estudio (de 10 a 18 años).....	106
Gráfico 2.75. Lugar habitual de estudio (por edad, de 10 a 18 años) .....	106
Gráfico 2.76. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por sexo, de 10 a 18 años).....	107
Gráfico 2.77. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por edad, de 10 a 18 años) .....	107
Gráfico 2.78. Existencia de ayuda en la realización de tareas escolares en casa (por país, de 10 a 18 años).....	108
Gráfico 2.79. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por sexo, de 10 a 18 años).....	109
Gráfico 2.80. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por edad, de 10 a 18 años) .....	109
Gráfico 2.81. Tipo de ayuda en el estudio o la realización de tareas escolares (por país, de 10 a 18 años).....	110



## 8 / Anexos

602

Gráfico 2.82. Utilización de la computadora o Internet en el estudio personal o la realización de tareas escolares (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	111
Gráfico 2.83. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por país, de 10 a 18 años) .....	111
Gráfico 2.84. Utilización de recursos digitales en el estudio personal (por sexo, de 10 a 18 años) .....	112
Gráfico 2.85. Profesores que usan Internet en el colegio. Comparación 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años).....	113
Gráfico 2.86. Profesores que usan Internet en el colegio (por país, de 10 a 18 años) .....	114
Gráfico 2.87. Mediación activa y ausencia de mediación en Internet (de 10 a 18 años) .....	115
Gráfico 2.88. “Mientras me conecto, mis padres...” (por sexo, de 10 a 18 años)....	116
Gráfico 2.89. Mediación familiar activa en Internet (I) (por país, de 10 a 18 años) .....	116
Gráfico 2.90. Mediación familiar activa en Internet (II) (por país, de 10 a 18 años) .....	117
Gráfico 2.91. Mediación familiar pasiva en Internet (por país, de 10 a 18 años) .....	117
Gráfico 2.92. Ausencia de mediación familiar en Internet (por país, de 10 a 18 años) .....	118
Gráfico 2.93. Prohibiciones en Internet (por sexo, de 10 a 18 años) .....	120
Tabla 2.18. Prohibiciones en Internet (por país, de 10 a 18 años) .....	120
Gráfico 2.94. “Discuto con mis padres por el uso que hago de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	122
Gráfico 2.95. “Discuto con mis padres por el uso que hago de Internet” (por país, de 10 a 18 años).....	123
Gráfico 2.96. Motivos de discusión con los padres sobre el uso de Internet (por sexo, de 10 a 18 años).....	123
Gráfico 2.97. “Discuto con mis padres por el tiempo que dedico a navegar (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	124
Gráfico 2.98. “Discuto con mis padres por el momento en el que me pongo a navegar (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	124
Gráfico 2.99. “Discuto con mis padres por lo que hago mientras navego (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	125
Gráfico 2.100. Motivos de discusión (por país, de 10 a 18 años).....	126



Gráfico 2.101. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (de 6 a 9 años).....	128
Gráfico 2.102. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por sexo, de 6 a 9 años).....	129
Gráfico 2.103. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por país, de 6 a 9 años).....	130
Gráfico 2.104. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (de 10 a 18 años).....	131
Gráfico 2.105. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por sexo, de 10 a 18 años).....	131
Gráfico 2.106. ¿Qué te gustaría hacer esta noche después de cenar? (por país, de 10 a 18 años).....	132
Gráfico 2.107. Me enfado o me pongo nervioso cuando no puedo o no me dejan navegar (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	134
Gráfico 2.108. Me enfado o me pongo nervioso cuando no puedo o no me dejan navegar (por país, de 10 a 18 años).....	135
Gráfico 2.109. Me enfado o me pongo nervioso cuando no puedo o no me dejan navegar (por país, de 10 a 18 años, y por nivel de uso de Internet).....	136
Gráfico 2.110. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mío en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	138
Gráfico 2.111. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mío en Internet” (por países, de 10 a 18 años).....	139
Gráfico 2.112. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet “ (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	140
Gráfico 2.113. “Creo que puedo poner cualquier foto/vídeo de mis amigos o familiares en Internet” (por país, de 10 a 18 años).....	141
Gráfico 2.114. “No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	142
Gráfico 2.115. “No hay ningún problema porque desconocidos sepan sobre mis aficiones o vida personal” (por país, de 10 a 18 años).....	143
Gráfico 2.116. “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	144
Gráfico 2.117. “No me importa agregar a desconocidos a mi Messenger” (por país, de 10 a 18 años).....	145
Gráfico 2.118. “Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	146





## 8 / Anexos

604

Gráfico 2.119. “Es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por país, de 10 a 18 años).....	147
Gráfico 2.120. “He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos vídeos, comentarios)” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	148
Gráfico 2.121. “He utilizado Internet para perjudicar a alguien (envío de fotos vídeos, comentarios)” (por país, de 10 a 18 años) .....	149
Gráfico 2.122. “Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios)” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	150
Gráfico 2.123. “Alguien me ha perjudicado a través de Internet (envío de fotos, vídeos, comentarios)” (por país, de 10 a 18 años) .....	151
Gráfico 2.124. “Cuando uso el messenger/chat suelo...” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	153
Gráfico 2.125. “Cuando uso el messenger/chat siempre me muestro como soy” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	153
Gráfico 2.126. “A veces finjo ser otra persona” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	154
Gráfico 2.127. “Siempre finjo ser otra persona” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	154
Gráfico 2.128. “Cuando uso el messenger/chat ...” (por país, de 10 a 18 años)....	155
Gráfico 2.129. ¿Usas una webcam cuando estás en el chat/messenger? (de 10 a 18 años) .....	156
Gráfico 2.130. ¿Usas una webcam cuando estás en el chat/messenger? (por edad, de 10 a 18 años) .....	156
Gráfico 2.131. ¿Usas una webcam cuando estás en el chat/messenger? (por país, de 10 a 18 años).....	157
Gráfico 2.132. “¿Tienes amigos virtuales? ¿Los has conocido en persona?” (de 10 a 18 años) .....	158
Gráfico 2.133. “¿Tienes amigos virtuales? ¿Los has conocido en persona?” (por sexo, de 10 a 18 años).....	158
Gráfico 2.134. Tengo amigos virtuales y he conocido a alguno (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	159
Gráfico 2.135. “¿Tienes amigos virtuales? ¿Los has conocido en persona?” (por país, de 10 a 18 años).....	160
Gráfico 2.136. Con quién te comunicas a través del messenger/chat (por sexo, de 10 a 18 años) .....	161



Gráfico 2.137. Con quién te comunicas a través del messenger/chat (por país, de 10 a 18 años) .....	162
Gráfico 2.138. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? Usuarios de redes sociales frente a no usuarios (de 10 a 18 años) .....	163
Gráfico 2.139. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? Por sexos y por uso o no de redes sociales (de 10 a 18 años) .....	164
Tabla 2.19. ¿Has conocido en persona a alguno de tus amigos virtuales? Por sexos y por uso o no de redes sociales (de 10 a 18 años) .....	164
Gráfico 2.140. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? (de 10 a 18 años).....	165
Gráfico 2.141. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? (por sexo, de 10 a 18 años) .....	166
Gráfico 2.142. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? (por país, de 10 a 18 años) .....	167
Gráfico 2.143. ¿Cómo te consideras cuando usas Internet? Datos de 2008 (de 10 a 18 años) .....	167
Gráfico 2.144. Internet es útil, facilita la comunicación. Grado de acuerdo (de 10 a 18 años) .....	168
Gráfico 2.145. Internet es útil, facilita la comunicación. Grado de acuerdo (por sexo, de 10 a 18 años) .....	169
Gráfico 2.146. Internet es útil, facilita la comunicación. Grado de acuerdo (por país, de 10 a 18 años) .....	170
Gráfico 2.147. Internet puede hacer que alguien se envíe (de 10 a 18 años) ....	170
Gráfico 2.148. Internet puede hacer que alguien se envíe (por sexo, de 10 a 18 años) .....	171
Gráfico 2.149. Internet puede hacer que alguien se envíe (por país, de 10 a 18 años) .....	172
Gráfico 2.150. Internet puede hacer que alguien se aítle (de 10 a 18 años) .....	172
Gráfico 2.151. Internet puede hacer que alguien se aítle (por sexo, de 10 a 18 años) .....	173
Gráfico 2.152. Internet puede hacer que alguien se aítle (por país, de 10 a 18 años) .....	173
Gráfico 2.153. Televisión vs. Internet (por tramo de edad) .....	175
Gráfico 2.154. Televisión vs. Internet (por sexo y tramo de edad) .....	175
Gráfico 2.155. Televisión vs. Internet (por país, de 10 a 18 años) .....	176



## 8 / Anexos

606

Gráfico 2.156. Internet vs. la televisión. Datos de 2008 (por sexo y tramo de edad).....	177
Gráfico 2.157. Celular vs. Internet (por tramo de edad).....	177
Gráfico 2.158. Celular vs. Internet (por sexo y tramo de edad).....	178
Gráfico 2.159. Celular vs. Internet (por país, de 10 a 18 años).....	179
Gráfico 2.160. Argentina: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad).....	180
Gráfico 2.161. Argentina: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	181
Gráfico 2.162. Argentina: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	181
Tabla 2.20. Argentina: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad).....	182
Gráfico 2.163. Argentina: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años).....	182
Tabla 2.21. Argentina: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad).....	183
Tabla 2.22. Argentina: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier f oto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	184
Tabla 2.23. Argentina: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	184
Tabla 2.24. Argentina: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	185
Tabla 2.25. Argentina: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	185
Tabla 2.26. Argentina: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	186
Tabla 2.27. Argentina: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	186
Gráfico 2.164. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	187
Tabla 2.28. Argentina: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	187
Gráfico 2.165. Argentina: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	188
Gráfico 2.166. Brasil: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)....	188



Gráfico 2.167. Brasil: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	189
Gráfico 2.168. Brasil: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	189
Tabla 2.29. Brasil: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)....	190
Gráfico 2.169. Brasil: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años) .....	190
Tabla 2.30. Brasil: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad) .....	190
Tabla 2.31. Brasil: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	191
Tabla 2.32. Brasil: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	192
Tabla 2.33. Brasil: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	192
Tabla 2.34. Brasil: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	192
Tabla 2.35. Brasil: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	193
Tabla 2.36. Brasil: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	193
Gráfico 2.170. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	194
Tabla 2.37. Brasil: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	194
Gráfico 2.171. Brasil: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	195
Gráfico 2.172. Chile: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad).....	195
Gráfico 2.173. Chile: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	196
Gráfico 2.174. Chile: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	196
Tabla 2.38. Chile: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad)....	197
Gráfico 2.175. Chile: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años).....	197
Tabla 2.39. Chile: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad) .....	198



## 8 / Anexos

608

Tabla 2.40. Chile: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	199
Tabla 2.41. Chile: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	199
Tabla 2.42. Chile: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	199
Tabla 2.43. Chile: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	200
Tabla 2.44. Chile: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	200
Tabla 2.45. Chile: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	201
Gráfico 2.176. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	201
Tabla 2.46. Chile: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	202
Gráfico 2.177. Chile: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	202
Gráfico 2.178. Colombia: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad)...	203
Gráfico 2.179. Colombia: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	203
Gráfico 2.180. Colombia: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	204
Tabla 2.47. Colombia: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad).....	204
Gráfico 2.181. Colombia: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años).....	205
Tabla 2.48. Colombia: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad).....	205
Tabla 2.49. Colombia: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	206
Tabla 2.50. Colombia: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	206
Tabla 2.51. Colombia: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	207
Tabla 2.52. Colombia: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	207



Tabla 2.53. Colombia: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	208
Tabla 2.54. Colombia: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	208
Gráfico 2.182. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	209
Tabla 2.55. Colombia: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	209
Gráfico 2.183. Colombia: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	210
Gráfico 2.184. Ecuador: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad) ....	210
Gráfico 2.185. Ecuador: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	211
Gráfico 2.186. Ecuador: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	211
Tabla 2.56. Ecuador: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad) .....	212
Gráfico 2.187. Ecuador: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años) .....	212
Tabla 2.57. Ecuador: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad) .....	212
Tabla 2.58. Ecuador: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	213
Tabla 2.59. Ecuador: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	214
Tabla 2.60. Ecuador: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	214
Tabla 2.61. Ecuador: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	214
Tabla 2.62. Ecuador: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	215
Tabla 2.63. Ecuador: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	215
Gráfico 2.188. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	216
Tabla 2.64. Ecuador: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	216



## 8 / Anexos

610

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 2.189. Ecuador: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	217
Gráfico 2.190. Guatemala: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad) .....	217
Gráfico 2.191. Guatemala: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	218
Gráfico 2.192. Guatemala: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión(por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	218
Tabla 2.65. Guatemala: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad) .....	219
Gráfico 2.193. Guatemala: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años).....	219
Tabla 2.66. Guatemala: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad) .....	219
Tabla 2.67. Guatemala: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	220
Tabla 2.68. Guatemala: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	221
Tabla 2.69. Guatemala: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	221
Tabla 2.70. Guatemala: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	221
Tabla 2.71. Guatemala: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	222
Tabla 2.72. Guatemala: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	222
Gráfico 2.194. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	223
Tabla 2.73. Guatemala: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	223
Gráfico 2.195. Guatemala: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	224
Gráfico 2.196. México: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad).....	224
Gráfico 2.197. México: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	225
Gráfico 2.198. México: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	225



Tabla 2.74. México: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad) .....	226
Gráfico 2.199. México: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años) .....	226
Tabla 2.75. México: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad).....	226
Tabla 2.76. México: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	227
Tabla 2.77. México: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	228
Tabla 2.78. México: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	228
Tabla 2.79. México: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	228
Tabla 2.80. México: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	229
Tabla 2.81. México: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	229
Gráfico 2.200. México: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	230
Tabla 2.82. México: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	230
Gráfico 2.201. México: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	231
Gráfico 2.202. Perú: Equipamiento tecnológico (por sexo y tramo de edad) .....	231
Gráfico 2.203. Perú: Posesión de conexión a Internet en el hogar (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	232
Gráfico 2.204. Perú: Número de usuarios de Internet aunque no tengan conexión (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	232
Tabla 2.83. Perú: Compañía de distintas personas (por sexo y tramo de edad).....	233
Gráfico 2.205. Perú: “Navego en solitario” (por sexo, de 6 a 18 años).....	233
Tabla 2.84. Perú: Usos de Internet (por sexo y tramo de edad) .....	233
Tabla 2.85. Perú: Riesgos activos: “creo que puedo poner cualquier foto/vídeo mía en Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	234
Tabla 2.86. Perú: Riesgos activos: “he usado Internet para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	235





## 8 / Anexos

612

Tabla 2.87. Perú: Riesgos activos: “es divertido hablar con desconocidos a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	235
Tabla 2.88. Perú: Riesgos activos: “no me importa agregar a desconocidos al Messenger” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	235
Tabla 2.89. Perú: Riesgos activos: “he conocido en persona a algún amigo virtual” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	236
Tabla 2.90. Perú: Riesgos pasivos: “alguien me ha perjudicado a través de Internet” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	236
Gráfico 2.206. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa de Internet (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	237
Tabla 2.91. Perú: Mediación familiar: acciones llevadas a cabo por los padres mientras navegan (por sexo, de 10 a 18 años).....	237
Gráfico 2.207. Perú: Mediación familiar: “mis padres no me prohíben hacer nada cuando navego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	237
Gráfico 3.1. Población mundial con acceso a cobertura de telefonía celular. Evolución de 2003 a 2009. ....	240
Gráfico 3.2. Suscripciones a telefonía celular por cada 100 habitantes entre 2000 y 2010.....	240
Gráfico 3.3. Suscripciones a telefonía celular entre 2000 y 2010. Datos globales y por cada 100 habitantes. ....	241
Gráfico 3.4. Suscripciones a telefonía celular en el mundo. Datos de 2010. ....	241
Gráfico 3.5. Posesión de un celular propio (por edad, de 6 a 18 años).....	242
Gráfico 3.6. Posesión de un celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)....	243
Tabla 3.1. Uso del celular (por edad y país, de 6 a 18 años).....	244
Tabla 3.2. Edad de adopción del primer celular (de 10 a 18 años).....	245
Gráfico 3.7. Edad de adopción del primer celular (por sexo, de 10 a 18 años)....	245
Gráfico 3.8. Edad de acceso al primer celular (por país, de 10 a 18 años).....	246
Gráfico 3.9. Forma de obtención del primer celular (de 6 a 9 años).....	247
Gráfico 3.10. Forma de obtención del primer celular (por sexo, de 6 a 9 años).....	248
Gráfico 3.11. Forma de obtención del primer celular (por país, de 6 a 9 años)...	248
Gráfico 3.12. Forma de obtención del primer celular (de 10 a 18 años).....	249
Tabla 3.3. Forma de obtención del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años).....	249



Gráfico 3.13. Forma de obtención del primer celular (por sexo, de 10 a 18 años) ...	250
Gráfico 3.14. Forma de obtención del primer celular (por país, de 10 a 18 años)....	251
Gráfico 3.15. Celular nuevo o usado (por país, de 10 a 18 años).....	252
Tabla 3.4. Celular nuevo o usado (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	252
Gráfico 3.16. Personas con las que se comunican a través del celular (de 6 a 18 años).....	253
Tabla 3.5. Personas con las que se comunican a través del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 6 a 18 años).....	254
Gráfico 3.17. Personas con las que se comunican a través del celular (por edad, de 6 a 18 años) .....	254
Gráfico 3.18. Comunicación con amigos a través del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	255
Gráfico 3.19. Personas con las que se comunican a través del celular (por país, de 6 a 9 años).....	256
Gráfico 3.20. Personas con las que se comunican a través del celular (por país, de 10 a 18 años) .....	257
Gráfico 3.21. Usos del celular (por sexo y tramo de edad) .....	258
Gráfico 3.22. Usos del celular por importancia (de 10 a 18 años).....	260
Gráfico 3.23. Usos del celular con mayor incidencia de la edad (de 10 a 18 años)...	261
Tabla 3.6. Usos del celular (por país, de 10 a 18 años).....	261
Gráfico 3.24. Usos del celular: evolución de 2008 a 2010 (de 10 a 18 años) .....	263
Gráfico 3.25. Momentos en los que el celular está apagado (de 10 a 18 años).....	264
Gráfico 3.26. Momentos en los que el celular está apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	265
Tabla 3.7. Momentos en los que el celular está apagado (por país, de 10 a 18 años).....	266
Tabla 3.8. “Recibo llamadas y mensajes cuando ya estoy en la cama” (por país, de 10 a 18 años) .....	266
Tabla 3.9. Momentos en los que el celular está apagado. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años).....	267
Gráfico 3.27. Forma de pago del celular (por sexo y global, de 10 a 18 años) ....	268
Gráfico 3.28. Forma de pago del celular (por edad, de 10 a 18 años).....	269
Gráfico 3.29. Forma de pago del celular (por país, de 10 a 18 años) .....	269



## 8 / Anexos

614

Gráfico 3.30. Gasto en celular (de 10 a 18 años).....	270
Gráfico 3.31. Gasto en celular (por sexo, de 10 a 18 años).....	271
Gráfico 3.32. Gasto en celular (por país, de 10 a 18 años).....	271
Gráfico 3.33. Fuente de financiación del celular (de 10 a 18 años).....	272
Gráfico 3.34. Fuente de financiación del celular (por sexo, de 10 a 18 años).....	273
Gráfico 3.35. Fuente de financiación del celular (por edad, de 10 a 18 años).....	273
Gráfico 3.36. Fuente de financiación del celular (por país, de 10 a 18 años).....	274
Tabla 3.10. Fuente de financiación del celular. Comparativa entre 2008 y 2010 (por país, de 10 a 18 años).....	275
Gráfico 3.37. Discusión con los padres por culpa del celular (por sexo, de 10 a 18 años).....	276
Gráfico 3.38. Discusión con los padres por culpa del celular (por edad y sexo, de 10 a 18 años).....	276
Gráfico 3.39. Discusión con los padres por culpa del celular (por sexo y país, de 10 a 18 años).....	277
Gráfico 3.40. Motivos de discusión con los padres por culpa del celular (por sexo, de 10 a 18 años).....	278
Gráfico 3.41. Motivos de discusión con los padres por culpa del celular (por edad, de 10 a 18 años).....	279
Gráfico 3.42. Motivos de discusión con los padres por culpa del celular (por país, de 10 a 18 años).....	280
Gráfico 3.43. Uso del celular como premio o castigo (por sexo, de 10 a 18 años)....	281
Gráfico 3.44. Uso del celular como premio o castigo (por edad, de 10 a 18 años)...	281
Gráfico 3.45. Uso del celular como premio o castigo (por país, de 10 a 18 años).....	282
Gráfico 3.46. El celular frente a Internet (por edad, de 6 a 18 años).....	283
Gráfico 3.47. El celular frente a Internet (por sexo, de 6 a 18 años).....	283
Gráfico 3.48. El celular frente a la televisión (por edad, de 6 a 18 años).....	284
Gráfico 3.49. El celular frente a la televisión (por sexo, de 6 a 18 años).....	285
Gráfico 3.50. El celular frente a los videojuegos (por edad, de 6 a 18 años).....	286
Gráfico 3.51. El celular frente a los videojuegos (por sexo, de 6 a 18 años).....	287
Gráfico 3.52. El celular frente a el Mp3/Mp4/iPod (por edad, de 10 a 18 años)..	288
Gráfico 3.53. El celular frente al Mp3/Mp4/iPod (por sexo, de 10 a 18 años).....	288



Tabla 3.11. El celular frente al Mp3/Mp4/iPod (por sexo y edad, de 10 a 18 años) ..	289
Gráfico 3.54. Convergencia de las pantallas .....	289
Gráfico 3.55. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (comparativa entre 2010 y 2008, de 10 a 18 años).....	290
Gráfico 3.56. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (por sexo, de 10 a 18 años) .....	291
Gráfico 3.57. “Si me quedara dos semanas sin celular...” (por país, de 10 a 18 años) .....	292
Tabla 3.12. “Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	293
Gráfico 3.58. “Alguna vez me han perjudicado con un mensaje, foto o vídeo a través del celular” (por país, de 10 a 18 años) .....	293
Tabla 3.13. “He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	294
Gráfico 3.59. “He recibido mensajes obscenos o de personas desconocidas” (por país, de 10 a 18 años).....	294
Tabla 3.14. “He utilizado el celular para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	295
Gráfico 3.60. “He utilizado el celular para enviar mensajes, fotos o vídeos ofensivos contra alguien” (por país, de 10 a 18 años).....	296
Tabla 3.15. “Conozco a alguna persona que está enviciada con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	296
Gráfico 3.61. “Conozco a alguna persona que está enviciada con el celular” (por país, de 10 a 18 años).....	297
Tabla 3.16. “No estoy de acuerdo con ninguno de los riesgos del celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	298
Gráfico 3.62. “No estoy de acuerdo con ninguno de los riesgos del celular” (por país, de 10 a 18 años).....	298
Gráfico 3.63. ¿Con cuál de estás afirmaciones estás de acuerdo? (datos relativos a 2010, de 10 a 18 años).....	299
Gráfico 3.64. ¿Con cuál de estás afirmaciones estás de acuerdo? (datos relativos a 2008, de 10 a 18 años) .....	299
Gráfico 3.65. Argentina: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	300



## 8 / Anexos

616

Gráfico 3.66. Argentina: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	300
Tabla 3.17. Argentina: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	301
Gráfico 3.67. Argentina: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	302
Gráfico 3.68. Argentina: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	302
Gráfico 3.69. Argentina: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	303
Gráfico 3.70. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	303
Tabla 3.18. Argentina: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	304
Gráfico 3.71. Argentina: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	304
Gráfico 3.72. Argentina: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	305
Gráfico 3.73. Brasil: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)..	305
Gráfico 3.74. Brasil: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	306
Tabla 3.19. Brasil: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	306
Gráfico 3.75. Brasil: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	307
Gráfico 3.76. Brasil: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	308
Gráfico 3.77. Brasil: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	308
Gráfico 3.78. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	309
Tabla 3.20. Brasil: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años) .....	309
Gráfico 3.79. Brasil: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	310
Gráfico 3.80. Brasil: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	310
Gráfico 3.81. Chile: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	311



Gráfico 3.82. Chile: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	311
Tabla 3.21. Chile: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	312
Gráfico 3.83. Chile: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	313
Gráfico 3.84. Chile: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	313
Gráfico 3.85. Chile: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	314
Gráfico 3.86. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	314
Tabla 3.22. Chile: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	315
Gráfico 3.87. Chile: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	315
Gráfico 3.88. Chile: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	316
Gráfico 3.89. Colombia: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	316
Gráfico 3.90. Colombia: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	317
Tabla 3.23. Colombia: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	317
Gráfico 3.91. Colombia: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	318
Gráfico 3.92. Colombia: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	319
Gráfico 3.93. Colombia: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	319
Gráfico 3.94. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	320
Tabla 3.24. Colombia: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	320
Gráfico 3.95. Colombia: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	321
Gráfico 3.96. Colombia: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	321



## 8 / Anexos

618

Gráfico 3.97. Ecuador: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	322
Gráfico 3.98. Ecuador: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	322
Tabla 3.25. Ecuador: Usos del celular (por sexo y tramo de edad) .....	323
Gráfico 3.99. Ecuador: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	324
Gráfico 3.100. Ecuador: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	324
Gráfico 3.101. Ecuador: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	325
Gráfico 3.102. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	325
Tabla 3.26. Ecuador: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	326
Gráfico 3.103. Ecuador: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	326
Gráfico 3.104. Ecuador: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	327
Gráfico 3.105. Guatemala: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	327
Gráfico 3.106. Guatemala: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	328
Tabla 3.27. Guatemala: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	328
Gráfico 3.107. Guatemala: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	329
Gráfico 3.108. Guatemala: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	330
Gráfico 3.109. Guatemala: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	330
Gráfico 3.110. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	331
Tabla 3.28. Guatemala: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	331
Gráfico 3.111. Guatemala: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	332



Gráfico 3.112. Guatemala: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	332
Gráfico 3.113. México: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	333
Gráfico 3.114. México: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	333
Tabla 3.29. México: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	334
Gráfico 3.115. México: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	335
Gráfico 3.116. México: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	335
Gráfico 3.117. México: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	336
Gráfico 3.118. México: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	336
Tabla 3.30. México: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	336
Gráfico 3.119. México: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	337
Gráfico 3.120. México: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	337
Gráfico 3.121. Perú: Posesión de celular propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años)..	338
Gráfico 3.122. Perú: Uso de un celular aunque no se posea uno propio (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	338
Tabla 3.31. Perú: Usos del celular (por sexo y tramo de edad).....	339
Gráfico 3.123. Perú: Interlocutores: comunicación con la madre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	340
Gráfico 3.124. Perú: Interlocutores: comunicación con el padre (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	340
Gráfico 3.125. Perú: Interlocutores: comunicación con los amigos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	341
Gráfico 3.126. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa del celular (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	341
Tabla 3.32. Perú: Situaciones de apagado (por sexo, de 10 a 18 años).....	342
Gráfico 3.127. Perú: Riesgos activos: “he utilizado el celular para perjudicar a alguien” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	342





## 8 / Anexos

620

Gráfico 3.128. Perú: Riesgos pasivos: “me han perjudicado con el celular” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	342
Gráfico 4.1. Evolución de videojuegos según plataforma .....	344
Gráfico 4.2. Distribución mundial del mercado de videojuegos.....	344
Gráfico 4.3. Jugadores de videojuegos o juegos de computadora (por edad, de 6 a 18 años) .....	345
Gráfico 4.4. Jugadores de videojuegos o juegos de computadora (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	346
Gráfico 4.5. Videojugadores en Iberoamérica en 2008 (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	346
Gráfico 4.6. Videojugadores (por país, de 6 a 9 años) .....	347
Gráfico 4.7. Videojugadores (por país, de 10 a 18 años) .....	347
Gráfico 4.8. Videojugadores (por tramo de edad y país) .....	348
Gráfico 4.9. ¿Con qué juegos? (6 a 9 años) .....	349
Gráfico 4.10. ¿Con qué juegos? (por sexo, 6 a 9 años) .....	349
Gráfico 4.11. ¿Con qué juegos? (por país, de 6 a 9 años).....	350
Gráfico 4.12. ¿Con qué juegos? (10 a 18 años) .....	351
Gráfico 4.13. ¿Con qué juegos? (por sexo, de 10 a 18 años) .....	351
Gráfico 4.14. ¿Con qué juegos? (por país, de 10 a 18 años) .....	352
Gráfico 4.15. Posesión de plataformas de juego (por tramo de edad) .....	353
Gráfico 4.16. Posesión de plataformas de juego (por sexo y tramo de edad) .....	354
Gráfico 4.17. Posesión de plataformas de juego (por país, de 6 a 9 años).....	355
Gráfico 4.18. Posesión de plataformas de juego (por país, de 10 a 18 años).....	356
Gráfico 4.19. Compañía en el juego (por sexo, de 6 a 9 años) .....	357
Gráfico 4.20. Compañía en el juego. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 6 a 9 años).....	358
Gráfico 4.21. Compañía en el juego (por edad, de 6 a 9 años) .....	358
Gráfico 4.22. Juego solitario (por país, de 6 a 9 años).....	359
Gráfico 4.23. Juego con amigos (por país, de 6 a 9 años).....	359
Tabla 4.1. Compañía en el juego (por país, de 6 a 9 años).....	360
Gráfico 4.24. Compañía en el juego (por sexo, de 10 a 18 años) .....	360



Gráfico 4.25. Evolución del juego individual, social y familiar (por edad, de 10 a 18 años) .....	361
Gráfico 4.26. Compañía en el juego (por edad, de 6 a 9 años y de 10 a 18 años) .....	361
Gráfico 4.27. Compañía en el juego. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años).....	362
Tabla 4.2. Compañía en el juego (por país, de 10 a 18 años).....	362
Gráfico 4.28. Compañía en el juego: juego en solitario, hermanos y amigos (por país, de 10 a 18 años).....	363
Gráfico 4.29. Tiempo diario de juego. Entre semana vs. fin de semana (de 10 a 18 años) .....	364
Gráfico 4.30. Tiempo de juego diario entre semana (por sexo, de 10 a 18 años).....	364
Gráfico 4.31. Tiempo de juego diario el fin de semana (por sexo, de 10 a 18 años) .....	365
Gráfico 4.32. Heavy users durante días laborables y el fin de semana (por sexo, de 10 a 18 años) .....	365
Gráfico 4.33. Tiempo de uso de videojuegos entre semana (por país, de 10 a 18 años) .....	366
Gráfico 4.34. Tiempo de uso de videojuegos en fin de semana (por país, de 10 a 18 años) .....	367
Gráfico 4.35. Posesión de juegos pirateados (por sexo, de 10 a 18 años) .....	368
Gráfico 4.36. Posesión de juegos pirateados (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	369
Gráfico 4.37. Posesión de juegos pirateados. Comparación 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años) .....	370
Gráfico 4.38. Posesión de juegos pirateados (por país, de 10 a 18 años).....	370
Gráfico 4.39. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (de 10 a 18 años) .....	371
Gráfico 4.40. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (por edad, de 10 a 18 años) .....	372
Gráfico 4.41. Fuentes de obtención de videojuegos no originales (por país, de 10 a 18 años) .....	372
Gráfico 4.42. Conocimiento de los videojuegos que usan los escolares por parte de los padres (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	373
Gráfico 4.43. Conocimiento de los videojuegos que usan los escolares por parte de los padres (por país, de 10 a 18 años).....	374



## 8 / Anexos

622

Gráfico 4.44. “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo, de 10 a 18 años).....	375
Gráfico 4.45. “Si tus padres supieran de qué van los videojuegos que utilizas ¿te dejarían jugar con ellos?” (por país, de 10 a 18 años) .....	376
Gráfico 4.46. Discusión por el uso de los videojuegos. Comparativa entre 2008 vs. 2010 (por sexo, de 10 a 18 años).....	377
Gráfico 4.47. Discusión por el uso de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	378
Gráfico 4.48. Discusión por el uso de los videojuegos (por país, de 10 a 18 años) ...	378
Gráfico 4.49. Motivos de discusión por el uso de videojuegos. Comparativa 2008 vs. 2010 (de 10 a 18 años).....	379
Gráfico 4.50. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	380
Gráfico 4.51. “Discuto con mis padres por el tiempo que paso jugando” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	380
Gráfico 4.52. “Discuto con mis padres por el momento de juego” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	381
Gráfico 4.53. “Discuto con mis padres por el tipo de juegos” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	381
Gráfico 4.54. Motivos de discusión por el uso de videojuegos (por país, de 10 a 18 años) .....	382
Gráfico 4.55. Uso de los videojuegos como premio o castigo (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	382
Gráfico 4.56. Uso de los videojuegos como premio o castigo (por país, de 10 a 18 años).....	383
Gráfico 4.57. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (de 10 a 18 años) .....	384
Gráfico 4.58. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (por sexo, de 10 a 18 años).....	385
Gráfico 4.59. Desplazamiento de estudio por el uso de videojuegos (por sexo y edad).....	385
Gráfico 4.60. Desplazamiento de actividades por el uso de videojuegos (por país, de 10 a 18 años).....	386
Gráfico 4.61. “Sí, los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	387



Gráfico 4.62. “Sí, los videojuegos pueden volverme violento” (por país, de 10 a 18 años).....	388
Gráfico 4.63. “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	389
Gráfico 4.64. “Estoy enganchado a algún juego o conozco a alguna persona que no para de jugar” (por país, de 10 a 18 años).....	389
Gráfico 4.65. “Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	390
Gráfico 4.66. “Los videojuegos me permiten hacer cosas que no puedo hacer en la vida real” (por país, de 10 a 18 años).....	391
Gráfico 4.67. “Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	392
Gráfico 4.68. “Es mucho más divertido jugar acompañado/a que solo/a” (por país, de 10 a 18 años).....	392
Gráfico 4.69. Videojuegos vs. televisión (6 a 9 años).....	393
Gráfico 4.70. Videojuegos vs. televisión, (por sexo, de 6 a 9 años).....	394
Gráfico 4.71. Videojuegos vs. televisión (10 a 18 años).....	394
Gráfico 4.72. Videojuegos vs. televisión, (por sexo, de 10 a 18 años).....	395
Gráfico 4.73. Videojuegos vs. televisión, (por país, de 6 a 9 años).....	396
Gráfico 4.74. Videojuegos vs. televisión (por país, de 10 a 18 años).....	396
Gráfico 4.75. Videojuegos vs. Internet (10 a 18 años).....	397
Gráfico 4.76. Videojuegos vs. Internet (chicos, por edad, de 10 a 18 años).....	397
Gráfico 4.77. Videojuegos vs. Internet (por país, de 10 a 18 años).....	398
Gráfico 4.78. Videojuegos vs. Celular (de 6 a 9 años).....	399
Gráfico 4.79. Videojuegos vs. celular (10 a 18 años).....	399
Gráfico 4.80. Videojuegos vs. celular (por sexo y tramo de edad).....	400
Gráfico 4.81. Videojuegos vs. celular (chicos, por edad, de 10 a 18 años).....	400
Gráfico 4.82. Videojuegos vs. celular (chicas, por edad, de 10 a 18 años).....	401
Gráfico 4.83. Videojuegos vs. celular, (por país, de 6 a 9 años).....	401
Gráfico 4.84. Videojuegos vs. celular (por país, de 10 a 18 años).....	402
Gráfico 4.85. Nintendo Wii vs. PlayStation 3 (por sexo y edad, de 10 a 18 años)....	403
Gráfico 4.86. PSP vs. Nintendo DS (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	404



## 8 / Anexos

624

Gráfico 4.87. Argentina: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	405
Tabla 4.3. Argentina: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad)....	405
Tabla 4.4. Argentina: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad) .....	406
Gráfico 4.88. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	406
Gráfico 4.89. Argentina: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) ....	407
Tabla 4.5. Argentina: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	407
Gráfico 4.90. Argentina: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	408
Gráfico 4.91. Argentina: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	408
Gráfico 4.92. Brasil: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	409
Tabla 4.6. Brasil: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad).....	409
Tabla 4.7. Brasil: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad) .....	410
Gráfico 4.93. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	410
Gráfico 4.94. Brasil: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	411
Tabla 4.8. Brasil: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	411
Gráfico 4.95. Brasil: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	412
Gráfico 4.96. Brasil: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	412
Gráfico 4.97. Chile: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	413
Tabla 4.9. Chile: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad).....	413
Tabla 4.10. Chile: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad).....	414
Gráfico 4.98. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	414



Gráfico 4.99. Chile: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) ....	415
Tabla 4.11. Chile: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	415
Gráfico 4.100. Chile: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	416
Gráfico 4.101. Chile: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	416
Gráfico 4.102. Colombia: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	417
Tabla 4.12. Colombia: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad) ...	417
Tabla 4.13. Colombia: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad) .....	418
Gráfico 4.103. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	418
Gráfico 4.104. Colombia: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	419
Tabla 4.14. Colombia: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	419
Gráfico 4.105. Colombia: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	420
Gráfico 4.106. Colombia: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	420
Gráfico 4.107. Ecuador: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años)...	421
Tabla 4.15. Ecuador: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad).....	421
Tabla 4.16. Ecuador: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad).....	422
Gráfico 4.108. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	422
Gráfico 4.109. Ecuador: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) ....	423
Tabla 4.17. Ecuador: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	423



## 8 / Anexos

626

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 4.110. Ecuador: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	424
Gráfico 4.111. Ecuador: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	424
Gráfico 4.112. Guatemala: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) ...	425
Tabla 4.18. Guatemala: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad).....	425
Tabla 4.19. Guatemala: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad).....	426
Gráfico 4.113. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	426
Gráfico 4.114. Guatemala: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	427
Tabla 4.20. Guatemala: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	427
Gráfico 4.115. Guatemala: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	428
Gráfico 4.116. Guatemala: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	428
Gráfico 4.117. México: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años).....	429
Tabla 4.21. México: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad).....	429
Tabla 4.22. México: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad) .....	430
Gráfico 4.118. México: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	430
Gráfico 4.119. México: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) ...	431
Tabla 4.23. México: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	431
Gráfico 4.120. México: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	432
Gráfico 4.121. México: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	432



Gráfico 4.122. Perú: Uso de videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	433
Tabla 4.24. Perú: Posesión de videoconsolas (por sexo y tramo de edad) .....	433
Tabla 4.25. Perú: Compañía en el juego (por sexo y tramo de edad) .....	434
Gráfico 4.123. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa de los videojuegos (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	434
Gráfico 4.124. Perú: Mediación familiar: conocimiento de los padres sobre el tipo de juego empleado por sus hijos/as (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	435
Tabla 4.26. Perú: Mediación familiar: “si tus padres supieran de qué van los videojuegos con los que juegas, ¿te dejarían jugar con ellos?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	435
Gráfico 4.125. Perú: Riesgos: estoy enganchado/a a algún juego, o conozco a alguien que, en cuanto llega a casa, no para de jugar” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	436
Gráfico 4.126. Perú: Valoraciones: “Creo que los videojuegos pueden volverme violento” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	436
Gráfico 5.1. Posesión de televisores en el hogar (de 6 a 18 años) .....	438
Tabla 5.1. Posesión de televisores en el hogar (por país, de 6 a 9 años) .....	438
Tabla 5.2. Posesión de televisores en el hogar (por país, de 10 a 18 años) .....	439
Gráfico 5.2. Ubicación del televisor en el hogar (de 6 a 18 años) .....	440
Gráfico 5.3. Ubicación del televisor en el hogar (por edad, de 6 a 18 años) .....	441
Gráfico 5.4. Ubicación del televisor en la propia habitación (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	441
Tabla 5.3. Ubicación del televisor en el hogar (por país, de 6 a 9 años) .....	442
Tabla 5.4. Ubicación del televisor en el hogar (por país, de 10 a 18 años) .....	443
Gráfico 5.5. Lugares donde ven la televisión (por sexo y total, de 10 a 18 años) .....	444
Gráfico 5.6. Lugares donde ven la televisión (por edad, de 10 a 18 años) .....	444
Gráfico 5.7. “Veo la televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	445
Tabla 5.5. “Veo la televisión en mi cuarto” (por sexo, edad y país, de 10 a 18 años) .....	446
Gráfico 5.8. Tiempo de visionado de la televisión entre semana (por sexo, de 10 a 18 años) .....	447
Gráfico 5.9. Tiempo de visionado de la televisión entre semana (por edad, de 10 a 18 años) .....	448





## 8 / Anexos

628

Tabla 5.6. Tiempo de visionado de la televisión entre semana (por país, de 10 a 18 años) .....	449
Gráfico 5.10. Tiempo de visionado de televisión. Comparativa entre semana y el fin de semana (de 10 a 18 años).....	450
Gráfico 5.11. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana (por sexo, de 10 a 18 años).....	451
Gráfico 5.12. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana (por edad, de 10 a 18 años) .....	451
Tabla 5.7. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana (por país, de 10 a 18 años).....	452
Gráfico 5.13. Tiempo de visionado de la televisión entre semana. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años) .....	453
Gráfico 5.14. Tiempo de visionado de la televisión durante el fin de semana. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años).....	453
Gráfico 5.15. Compañía a la hora de ver la televisión (por sexo, de 6 a 9 años) .....	454
Gráfico 5.16. Compañía a la hora de ver la televisión (por sexo, de 10 a 18 años) ...	455
Gráfico 5.17. “Veo la televisión en solitario” (por edad, de 6 a 18 años) .....	455
Gráfico 5.18. Compañía de la madre o del padre al ver la televisión (de 6 a 18 años).....	456
Gráfico 5.19. Compañía a la hora de ver la televisión (por país, de 6 a 9 años)...	457
Gráfico 5.20. Compañía a la hora de ver la televisión (por país, de 10 a 18 años)...	458
Gráfico 5.21. Compañía a la hora de navegar. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 6 a 9 años).....	459
Gráfico 5.22. Compañía a la hora de navegar. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años) .....	459
Gráfico 5.23. Programas de televisión preferidos (de 10 a 18 años) .....	460
Gráfico 5.24. Programas de televisión preferidos (por sexo, de 10 a 18 años)....	461
Gráfico 5.25. Programas de televisión preferidos (por edad, de 10 a 18 años) ...	462
Tabla 5.8. Programas de televisión preferidos (por país, de 10 a 18 años).....	463
Gráfico 5.26. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (de 10 a 18 años).....	464
Gráfico 5.27. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (por sexo, de 10 a 18 años) .....	464



Tabla 5.9. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (por edad, de 10 a 18 años) .....	465
Gráfico 5.28. Lectura mientras se ve la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	466
Tabla 5.10. Actividades realizadas mientras se ve la televisión (por país, de 10 a 18 años) .....	467
Tabla 5.11. Actividades realizadas mientras se ve la televisión. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años) .....	468
Gráfico 5.29. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (de 10 a 18 años).....	469
Tabla 5.12. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?”. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años).....	470
Gráfico 5.30. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (por sexo, de 10 a 18 años).....	471
Gráfico 5.31. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (por edad, de 10 a 18 años).....	472
Gráfico 5.32. “Cuando ves la televisión en familia, ¿quién decide qué programa mirar?” (por país, de 10 a 18 años) .....	473
Gráfico 5.33. “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?” (de 10 a 18 años) .....	474
Gráfico 5.34. “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?” (por sexo, de 10 a 18 años) .....	475
Gráfico 5.35. “¿Hay algún programa que tus padres no te dejen ver?” (por edad, de 10 a 18 años) .....	476
Gráfico 5.36. “Sí, hay programas que no me dejan ver” (por país, de 10 a 18 años) .....	477
Gráfico 5.37. “Sí, hay programas que no me dejan ver” (por sexo y país, de 10 a 18 años) .....	477
Gráfico 5.38. Tipo de programa que los padres prohíben ver (por sexo y global, de 10 a 18 años) .....	478
Tabla 5.13. Tipo de programa que los padres prohíben ver (por edad, de 10 a 18 años) .....	479
Tabla 5.14. Tipo de programa que los padres prohíben ver (por país, de 10 a 18 años).....	480
Gráfico 5.39. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por sexo, de 10 a 18 años).....	481



## 8 / Anexos

630

Gráfico 5.40. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	481
Gráfico 5.41. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por país, de 10 a 18 años).....	482
Gráfico 5.42. “¿Discutes con tus padres por el uso que haces de la televisión?” (por sexo y país, de 10 a 18 años) .....	483
Gráfico 5.43. Motivos de discusión en torno a la televisión. Comparativa entre 2008 y 2010 (de 10 a 18 años).....	483
Gráfico 5.44. Motivos de discusión en torno a la televisión (por sexo, de 10 a 18 años) .....	484
Gráfico 5.45. Motivos de discusión en torno a la televisión (chicos por edad, de 10 a 18 años) .....	485
Gráfico 5.46. Motivos de discusión en torno a la televisión (chicas por edad, de 10 a 18 años) .....	485
Gráfico 5.47. Motivos de discusión en torno a la televisión (por país, de 10 a 18 años) .....	486
Tabla 5.15. Motivos de discusión en torno a la televisión (por sexo y país, de 10 a 18 años) .....	487
Gráfico 5.48. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (de 10 a 18 años).....	487
Gráfico 5.49. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por sexo, de 10 a 18 años) .....	488
Gráfico 5.50. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	489
Gráfico 5.51. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por país, de 10 a 18 años) .....	489
Gráfico 5.52. “¿Te castigan o premian con la televisión?” (por sexo y país, de 10 a 18 años) .....	490
Gráfico 5.53. Situaciones de riesgo ante la televisión (global y por sexo, de 10 a 18 años) .....	491
Gráfico 5.54. Situaciones de riesgo ante la televisión (por edad, de 10 a 18 años) .....	492
Tabla 5.16. Situaciones de riesgo ante la televisión (por país, de 10 a 18 años).....	493
Gráfico 5.55. Situaciones de consumo de televisión (global y por sexo, de 10 a 18 años) .....	494
Gráfico 5.56. Situaciones de consumo de televisión (por edad, de 10 a 18 años)....	494



Tabla 5.17. Valoraciones sobre el consumo de televisión (global y por sexo, de 10 a 18 años) .....	495
Gráfico 5.57. “Me aburre la televisión” (por edad, de 10 a 18 años).....	496
Tabla 5.18. Valoraciones sobre el consumo de televisión (por país, de 10 a 18 años) .....	496
Gráfico 5.58. Preferencia de la televisión frente a Internet (de 6 a 9 años).....	497
Gráfico 5.59. Preferencia de la televisión frente a Internet (de 10 a 18 años) ....	498
Gráfico 5.60. Preferencia de la televisión frente a Internet (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	498
Gráfico 5.61. Preferencia de la televisión frente al celular (de 6 a 9 años) .....	499
Gráfico 5.62. Preferencia de la televisión frente al celular (de 10 a 18 años) .....	499
Gráfico 5.63. Preferencia de la televisión frente al celular (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	500
Gráfico 5.64. Preferencia de la televisión frente a los videojuegos (de 6 a 9 años)...	501
Gráfico 5.65. Preferencia de la televisión frente a los videojuegos (de 10 a 18 años) .....	501
Gráfico 5.66. Preferencia de la televisión frente a los videojuegos (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	502
Tabla 5.19. Preferencia de la televisión ante los videojuegos y los celulares (por país, de 6 a 9 años) .....	503
Tabla 5.20. Preferencia de la televisión ante los videojuegos y los celulares (por país, de 10 a 18 años).....	504
Tabla 5.21. Argentina: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad) ....	504
Gráfico 5.67. Argentina: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	505
Tabla 5.22. Argentina: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)...	505
Tabla 5.23. Argentina: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años).....	506
Gráfico 5.68. Argentina: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	506
Gráfico 5.69. Argentina: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	507
Gráfico 5.70. Argentina: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	507



## 8 / Anexos

632

LA GENERACIÓN INTERACTIVA EN IBEROAMÉRICA 2010

Gráfico 5.71. Argentina: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	508
Gráfico 5.72. Argentina: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	508
Tabla 5.24. Brasil: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad).....	509
Gráfico 5.73. Brasil: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	509
Tabla 5.25. Brasil: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad).....	510
Tabla 5.26. Brasil: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	510
Gráfico 5.74. Brasil: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	511
Gráfico 5.75. Brasil: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	511
Gráfico 5.76. Brasil: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	512
Gráfico 5.77. Brasil: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	512
Gráfico 5.78. Brasil: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	513
Tabla 5.27. Chile: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad) .....	513
Gráfico 5.79. Chile: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	514
Tabla 5.28. Chile: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad) .....	514
Tabla 5.29. Chile: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	515
Gráfico 5.80. Chile: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	515
Gráfico 5.81. Chile: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	516
Gráfico 5.82. Chile: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	516
Gráfico 5.83. Chile: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	517
Gráfico 5.84. Chile: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	517



Tabla 5.30. Colombia: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad).....	518
Gráfico 5.85. Colombia: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	518
Tabla 5.31. Colombia: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)....	519
Tabla 5.32. Colombia: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años).....	519
Gráfico 5.86. Colombia: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	520
Gráfico 5.87. Colombia: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	520
Gráfico 5.88. Colombia: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	521
Gráfico 5.89. Colombia: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	521
Gráfico 5.90. Colombia: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	522
Tabla 5.33. Ecuador: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)...	522
Gráfico 5.91. Ecuador: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	523
Tabla 5.34. Ecuador: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad) ....	523
Tabla 5.35. Ecuador: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	524
Gráfico 5.92. Ecuador: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	524
Gráfico 5.93. Ecuador: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	525
Gráfico 5.94. Ecuador: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	525
Gráfico 5.95. Ecuador: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	526
Gráfico 5.96. Ecuador: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	526
Tabla 5.36. Guatemala: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad)....	527
Gráfico 5.97. Guatemala: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	527
Tabla 5.37. Guatemala: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)..	528



## 8 / Anexos

634

Tabla 5.38. Guatemala: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	528
Gráfico 5.98. Guatemala: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	529
Gráfico 5.99. Guatemala: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas”(por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	529
Gráfico 5.100. Guatemala: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	530
Gráfico 5.101. Guatemala: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	530
Gráfico 5.102. Guatemala: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	531
Tabla 5.39. México: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad).....	531
Gráfico 5.103. México: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	532
Tabla 5.40. México: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad)...	532
Tabla 5.41. México: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años).....	533
Gráfico 5.104. México: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	533
Gráfico 5.105. México: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	534
Gráfico 5.106. México: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	534
Gráfico 5.107. México: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	535
Gráfico 5.108. México: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	535
Tabla 5.42. Perú: Número de televisores en el hogar (por tramo de edad).....	536
Gráfico 5.109. Perú: “Tengo televisión en mi cuarto” (por sexo y edad, de 6 a 18 años) .....	536
Tabla 5.43. Perú: Compañía al ver la televisión (por sexo y tramo de edad) .....	537
Tabla 5.44. Perú: Contenidos preferidos (por sexo, de 10 a 18 años) .....	537
Gráfico 5.110. Perú: Mediación familiar: discusión por culpa de la televisión (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	538



Gráfico 5.111. Perú: Mediación familiar: “me dejan ver todos los programas” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	538
Gráfico 5.112. Perú: Riesgos: “alguna vez he visto programas que mis padres no me dejan ver” (por sexo y edad, de 10 a 18 años).....	539
Gráfico 5.113. Perú: Riesgos: “veo más tele de la que debería” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	539
Gráfico 5.114. Perú: Riesgos: “lo primero que hago al llegar a casa es encender la televisión” (por sexo y edad, de 10 a 18 años) .....	540





Socios fundadores:



Universidad  
de Navarra



OUI  
IOHE

Socios y colaboradores:



Con el apoyo institucional:



Foro  
generaciones  
interactivas

Telefonica

Fundación Telefónica