EntrevistaFernando García comenta las conclusiones de una encuesta sobre el empleo de Internet, teléfono móvil, videojuegos y televisión por parte de chicos de 10 a 18 años Firmante: Rubén Pereda 01-11-2006. Aceprensa, 117/06 Se ha escrito mucho sobre los efectos de la televisión en niños y adolescentes. Pero hoy existen otros medios de ocio audiovisual a los que también deben prestar atención padres y educadores. De hecho, el público infantil es el que menos horas pasa frente a la "tele", ...

Entrevista
Fernando García comenta las conclusiones de una encuesta sobre el empleo de Internet, teléfono móvil, videojuegos y televisión por parte de chicos de 10 a 18 años

Firmante: **Rubén Pereda**
01-11-2006. Aceprensa, 117/06

Se ha escrito mucho sobre los efectos de la televisión en niños y adolescentes. Pero hoy existen otros medios de ocio audiovisual a los que también deben prestar atención padres y educadores. De hecho, el público infantil es el que menos horas pasa frente a la "tele", y si tuvieran que elegir, la mayor parte de los chicos de 10 a 18 años

Phoca PDF

Los anteriores datos proceden de una encuesta sobre uso de medios audiovisuales, realizada por el grupo de investigación **Civertice** (www.civertice.com), a 4.000 alumnos de esas edades que estudian en más de 25 centros educativos de distintos lugares de España. Fernando García, profesor y director de Comunicación del **Colegio Irabia**, de Pamplona, ha participado en el estudio y, basándose en los resultados obtenidos, ha editado recientemente el libro "¿Chateamos? Análisis educativo de esta nueva forma de comunicación", que va acompañado de un DVD con recursos didácticos.

— ¿Qué rasgos destacaría del estudio realizado?

— En primer lugar, se trata de una encuesta muy abierta, sin hacer un muestreo según criterios estadísticos. El proyecto se entiende también como un servicio para los colegios que desean sumarse a la iniciativa ofreciendo a todos sus alumnos la posibilidad de participar en nuestra encuesta. Además, en breve se extenderá a otros países.

Técnicamente, se divide en cuatro capítulos: Internet, móvil, videojuegos y televisión, haciendo hincapié tanto en el consumo como en la publicidad. Esta amplitud de temas ha permitido observar, entre otros datos curiosos, la preferencia que tienen las chicas por el móvil, frente al mayor interés de los chicos por los videojuegos.

También es muy llamativo que no se produzca un claro desplazamiento entre las diferentes pantallas: la aparición de Internet no ha supuesto un descenso drástico del consumo de televisión. Lo que se observa es que hay grandes consumidores de todos los medios, junto a chicos que apenas consumen.

Las diferencias entre los sexos también se refieren a los contenidos: por ejemplo, en los videojuegos hay una mayor preferencia de las chicas por aquellos en los que no hay que competir, sino que priman las relaciones sociales. La industria del entretenimiento ha visto la posibilidad de abrir mercado ofertando juegos más adecuados para las chicas.

El experto es el niño

— Una parte del estudio se dedica al uso del ordenador y, en especial, a Internet. ¿Qué conclusiones son las más destacables?

Phoca PDF

— Existen muchos aspectos llamativos. Por ejemplo, la cuarta parte de los encuestados tienen ordenador en su habitación; obviamente, los problemas que derivan de esto -incluso la falta de sueño- no pueden dejarse de lado.

Por otro lado, la conexión a Internet disponible en los hogares españoles es más frecuente en las familias con hijos pequeños, ya sea porque los padres son más jóvenes, ya sea por la presión de los hijos. Igualmente, está más extendido en las casas que en las escuelas.

Además, y este es un dato fundamental, el experto en Internet suele ser el hijo: los chicos aprenden solos y son ellos los que tienen que enseñar a sus padres. Con esto, los padres pierden potencial educativo: deberían plantearse el acompañar a sus hijos desde que son pequeños a navegar por la red, convirtiéndose así en un referente. Una de las medidas que, a raíz del estudio, hemos visto que se debe recomendar es el uso de los medios de ocio audiovisuales como un punto de encuentro de la familia, de tal forma que no sea algo individual, aislante.

— ¿Cómo es la actitud de los padres frente a los nuevos medios de ocio audiovisual?

— Las actitudes no son homogéneas, y son claramente diferentes según el medio que se trate. Por ejemplo, el móvil es el regalo "estrella" de la primera comunión, y los fabricantes se dirigen cada vez a clientes de menor edad.

El caso de Internet es el que merece más atención, precisamente porque es el que menos se puede controlar y, en cierta medida, el que ofrece mayor número de posibilidades. Es sintomático que apenas el 10% de los niños encuestados tenga instalado un filtro de contenidos en el ordenador, mientras que prácticamente la totalidad de los ordenadores españoles tienen un antivirus: parece que la preocupación mayor es por lo que le pueda pasar al ordenador, y no por lo que le ocurra al chico que lo usa.

En este sentido, las tres cuartas partes de los encuestados reconocen que en su casa no hay discusión acerca del uso de Internet: ellos son los que disponen libremente del ordenador. Y son menos del 10% los que tienen alguna prohibición, que se refiere generalmente a cuestiones económicas: comprar, dar información, enviar mensajes...

El ordenador, en su sitio

— ¿Y qué medidas propone?

Phoca PDF

— Ante todo, compartir, que no consiste en estar con los hijos siempre que van a jugar a un videojuego, o a conectarse a Internet, sino que se trata de buscar que en algún momento se convierta en una actividad familiar, en ocio para todos. Suelo comparar el uso de las nuevas tecnologías con una excursión: efectivamente, los padres no acompañan siempre a sus hijos cuando salen por ahí, pero de vez en cuando sí que lo hacen, y así, las excursiones se convierten en un plan familiar: se trata de plantearse lo mismo frente a la pantalla.

El ordenador tiene sus propias características: hay que enseñar que se trata de una herramienta de trabajo y, en consecuencia, ponerlo donde se vaya a trabajar: lo mejor es un cuarto de estudio o un despacho, si es posible. También es muy recomendable usar un portátil, aunque sea más caro: permite guardarlo y usarlo sólo con una razón. Tenemos que convencernos de que se trata de un electrodoméstico más, que tiene su función y que se usa únicamente cuando hace falta. También hay que instalar un filtro de contenidos, limitando las páginas que se pueden visitar e incluso el horario de acceso y la duración de las conexiones. Por lo que respecta al chat, ha de prohibirse absolutamente.

Respecto de los videojuegos, los padres tienen que conocer unos cuantos -cinco o seis- y permitir únicamente esos. En Internet existen páginas que informan adecuadamente, y permiten dar un criterio educativo para el uso de las nuevas tecnologías.

En general, hay que saber ofrecer un referente educativo que los padres de la generación actual no han tenido. Para eso, tenemos que informarnos y adelantarnos: el ordenador, los videojuegos, Internet... son accesibles a los niños desde edad muy temprana, con programas adecuados. Así, los niños aprenden a manejarlos junto a sus padres, y descubren que es algo útil si se dirige a un fin bueno.

Y, sobre todo, dar ejemplo: los padres tienen que exigirse. Un caso evidente es el móvil: si queremos que nuestros hijos lo usen sólo cuando es estrictamente necesario, si pretendemos que no interrumpa los momentos de reunión familiar, habrá que evitar que nos suene a nosotros en la cena. La educación, como siempre, resulta más dura para el que tiene que educar.

Webs de referencia: www.protegeles.com (filtros de Internet); www.pegi.info (videojuegos, clasificación europea); www.esrb.org (videojuegos, clasificación norteamericana); www.commonsensemedia.org (toda clase de productos audiovisuales, con valoraciones de los editores, los padres y los chicos); www.mediafamily.org (similar a la anterior, ofrece información para ser "media wise" o experto en medios).

Phoca PDF