

**INFORME**

**LA ADOLESCENCIA,  
SUS VULNERABILIDADES Y LAS  
NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA  
INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

Víctor Pérez-Díaz  
Juan Carlos Rodríguez



**Fundación  
Vodafone  
España**



# INFORME

## La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Víctor Pérez-Díaz y Juan Carlos Rodríguez



© Víctor Pérez-Díaz y Juan Carlos Rodríguez

Edita: Fundación Vodafone España

ISBN: 978-84-934740-3-4

D.L.: M-8799-2008

# Presentación

Hablar sobre adolescencia es, cuanto menos, una osadía para los que ya tenemos cierta edad. Y, sin embargo, referirnos a esa etapa de la juventud nos trae recuerdos de primeras incursiones en el mundo de los adultos, quizás distintas en las formas, pero no tanto en el fondo, de aquellas que viven nuestros adolescentes de hoy.

La importancia del grupo, las relaciones familiares (no exentas de alguna arista), la aceptación de normas, el verse inmerso en nuevas experiencias, siguen siendo, entre otros, rasgos definitorios de esta etapa vital, que, como otras, no tiene límites precisos, sino que empieza y acaba en procesos de transiciones.

Aparte de las modas en el vestir o neologismos en el habla, que nos dan un primer acercamiento al mundo adolescente, hay un elemento que se ha convertido en seña identitaria de nuestros jóvenes y es el uso que hacen de las nuevas tecnologías de información y la comunicación (NTIC, acrónimo que utilizan los profesores que han elaborado este Informe).

Internet y la telefonía móvil, con sus servicios de chat, mensajes cortos, descargas de música, vídeos o películas –por citar sólo algunos de sus servicios– se postulan, a tenor de lo expuesto en este trabajo, como piedras angulares sobre las que pivota buena parte de las actividades y actitudes cotidianas de un adolescente en la España de hoy.

Las nuevas tecnologías se han incorporado a nuestra sociedad a una velocidad impensable en ningún estudio prospectivo de la década pasada. Bien vale como ejemplo el índice de penetración de la telefonía móvil, que ya ha alcanzado el 110 % en nuestro país. Los adolescentes no han sido ajenos a este fenómeno, habiéndose convertido en actores del fenómeno tecnológico. Por un lado, han aportado un nivel de desarrollo impensable a servicios que nacían como “secundarios”, como ha sido el caso de los mensajes cortos, y la creación de un grafismo (emoticones); por otro, han visto en las comunicaciones móviles un nexo más de unión entre pares, más allá del uso laboral que les preveían los expertos para ciudadanos ya adultos.

En el Informe que me honro en presentar, los autores analizan el binomio adolescencia-nuevas tecnologías, no sólo desde la situación en España, sino que han enriquecido el trabajo compilando datos y análisis realizados en EE.UU. e Inglaterra, principalmente. Su estudio sociológico lo han extendido al uso y también a las bondades y riesgos que pueden aparecer. Creo que el resultado vertido en este texto es sumamente clarificador y útil para todos los que, de una u otra forma, tenemos relación con los adolescentes. Mi enhorabuena a los autores (Víctor Pérez-Díaz y Juan Carlos Rodríguez), profesionales de la sociología de reconocido prestigio, que han vertido en este trabajo su buen hacer y saber.

Por ello, desde la Fundación Vodafone España, comprometida con la divulgación de las nuevas tecnologías y sus ámbitos de actuación, es una satisfacción poner a disposición de la sociedad este Estudio, del que confiamos que sea de interés para todos.

Prof. José Luis Ripoll  
Presidente  
Fundación Vodafone España

# Índice

Introducción .....	7
1. Consideraciones generales sobre la adolescencia .....	9
2. Las vulnerabilidades de la adolescencia en los tiempos actuales	21
3. Los adolescentes ante la televisión, la videoconsola, el teléfono móvil y el ordenador, y sus riesgos .....	33
4. El papel de Internet en la conformación de los mundos de la adolescencia, y sus riesgos .....	73
Consideraciones finales .....	119
Referencias .....	125
Índice de cuadros .....	134
Índice de gráficos .....	135
Resumen ejecutivo .....	139



# Introducción

Uno de los fenómenos más relevantes en la vida cotidiana de las sociedades avanzadas es la creciente penetración de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs), especialmente en algunos sectores sociales y, notablemente, en algunos segmentos de edad, esto es, en adolescentes y jóvenes. Este cambio tecnológico, como cualquier otro, plantea oportunidades y riesgos para la sociedad y los individuos que lo experimentan, también para los más jóvenes. En este trabajo nos proponemos analizar los riesgos y vulnerabilidades que presentan las NTICs para los adolescentes, aunque recordaremos sus aspectos positivos. Para ello, operamos del modo siguiente. Primero, exponemos la perspectiva desde la que partimos, que considera a la adolescencia como fenómeno propio de las sociedades contemporáneas y a los mundos de la adolescencia como parcialmente contruidos por los propios adolescentes. Segundo, describimos someramente las vulnerabilidades de la adolescencia en la actualidad. Tercero, nos ocupamos del uso de las NTICs que están haciendo los adolescentes para conformar su propio mundo, enfatizando los riesgos en que incurrir, y dedicando una especial atención a las distintas modalidades de utilización de Internet. Concluimos con unas consideraciones que sintetizan el argumento y proponen nuevas líneas de investigación.

El objeto central de nuestro comentario son los adolescentes y los jóvenes españoles, pero nuestro estudio no se limita a ellos. Hacemos un uso amplio de estudios sobre jóvenes y adolescentes de otros países, tanto europeos como norteamericanos. No sólo por la razón de que conviene ver los problemas españoles en perspectiva comparada, lo que puede ayudarnos y a anticipar situaciones que se presentarán en el futuro; sino también por la de que, sobre muchas cuestiones, la evidencia española es escasa, y debe ser completada con la de otros países.



# 1. Consideraciones generales sobre la adolescencia

## 1. La adolescencia como fenómeno propio de las sociedades contemporáneas

La adolescencia (12 a 17 años, aproximadamente) es, además de una fase de la maduración biológica de los humanos, un fenómeno histórico-cultural y, como tal, en parte, una creación, en lo fundamental no intencionada, de las sociedades contemporáneas.<sup>1</sup> Esta creación ha resultado en problemas para los que todavía no contamos con una buena solución, y esos problemas pueden crecer a medida que esa fase biológica se prolongue social y culturalmente varios años más.

En las sociedades llamadas, convencionalmente, tradicionales, y caracterizadas por una escolarización mínima, la transición entre la vida infantil y la adulta no atravesaba una fase intermedia de cinco o seis años. A diferencia de lo que ocurre hoy, en su infancia, los niños empezaban a asumir responsabilidades importantes: la principal, el cuidado de sus hermanos (o primos, o vecinos) más pequeños durante buena parte del día, pero también la ayuda en las labores de su padre o madre (u otros adultos).

Estas responsabilidades “adultas” acompañaban a un niño que se convertía, biológicamente, en adolescente, pero no pasaba por una fase “culturalmente sancionada” como tal adolescencia. Al contrario, tendía a ingresar directamente, y pronto, en el mundo de los adultos, con los correspondientes ritos de paso. De todos modos, la inserción en la vida adulta no se producía in toto, sino a través de diversos aprendizajes, bien supervisados por los más adultos, como en el mundo del trabajo, bien siguiendo los caminos trillados de la tradición, como en los noviazgos, en el mundo de la reproducción y la familia. La incorporación a un oficio no se hacía abruptamente, sino a través del debido tiempo de aprendizaje, efectuado en coexistencia con

---

<sup>1</sup> En esto seguimos las ideas de Coleman (1961) y Harris (1999, 2006).

los trabajadores expertos, adultos de mayor edad. La incorporación a una vida sexual adulta tampoco se efectuaba de golpe: el tiempo de aprendizaje de la vida en pareja, el noviazgo, era prolongado y, en principio, la consumación sexual tardaba en producirse y estaba muy ligada al matrimonio, o a formas de convivencia equivalentes.

En cualquier caso, se asumían responsabilidades adultas desde el comienzo. Se aprendía trabajando, es decir, haciendo cosas; las conductas imprudentes en el noviazgo se "pagaban" con el matrimonio. Se vivía, por tanto, una fase híbrida, quizá con algunas soluciones de continuidad, pero sin que existiera un mundo propio de los adolescentes como tales. Híbridos en los que el que el adolescente iba aprendiendo, por imitación o siguiendo reglas preestablecidas, pero siempre de un modo eminentemente práctico, las artes y los valores morales de la vida adulta.

En aquella época, la familia estaba cerca y el trabajo estaba cerca de la experiencia cotidiana de las cohortes, digamos, entre los diez y los veinte años de edad. Pero con el proceso llamado de modernización, estas dos instituciones se han ido alejando, dejando un espacio que han llenado instituciones como la escuela y, hoy, los nuevos medios de información y de comunicación.

Desde hace, como poco, medio siglo, más en algunos países, se vive una fase intermedia de cinco o seis años (o más si pensamos que la irresponsabilidad adolescente se prolonga, por ejemplo, hasta que uno trabaja) en un mundo propio que no es el de los niños ni el de los adultos, y que se define por no serlo. Es un mundo en el que los adolescentes, en principio, dedican la mayor parte de sus energías a su formación escolar, en el supuesto de que dicha formación es necesaria para sobrevivir o tener éxito en sociedades y economías complejas, llamadas de los servicios o del conocimiento.

Es un mundo en el que la principal responsabilidad de los adolescentes, desde el punto de vista de los adultos que han permitido la emergencia de ese mundo, es, por tanto, la de aprender (o, por lo menos, la de ir aprobando cursos). No se espera que los adolescentes asuman responsabilidades protoadultas, igual que no se espera que los niños cuiden de sus hermanos menores, pues para eso está ya la escuela (o el jardín de infancia). Sí se espera de aquéllos que postpongan cada vez más su ingreso en la vida adulta,

tanto en la profesional como en la reproductiva. Así, la edad legal de trabajar se ha ido retrasando; en muchos países, está fijada en los dieciséis años. De este modo, organizaciones internacionales como Unicef o la Organización Internacional del Trabajo consideran una de las principales lacras contra las que luchar la del llamado trabajo infantil, término en el que llegan a incluir, no ya a los menores de quince años, muchos de los cuales no son propiamente niños, sino a menores de dieciocho años.<sup>2</sup>

Algo parecido ha ocurrido con la edad para casarse. La prolongación de la escolaridad es uno de los factores tras la postergación del matrimonio y de la reproducción. De manera que no son pocos los que utilizan como criterio de salud reproductiva la reducción, no ya de los embarazos de adolescentes, sino de las mujeres de dieciocho o diecinueve años. Y casi nada destaca tanto entre las sociedades del llamado primer mundo y las del tercer mundo, más tradicionales, como la juventud de las madres en las segundas. Algo que se aprecia muy bien con las grandes olas de inmigración actuales hacia el primer mundo.<sup>3</sup>

Han desaparecido casi todas aquellas instancias sociales híbridas. Así, la vida del adolescente transcurre gran parte del tiempo en un mundo propio, poco "contaminado" por la asunción paulatina de responsabilidades adultas. El haber elegido la vía de una escolarización prolongada, con muchas horas de clase, y más de actividades extraescolares, casi ha privado a niños y adolescentes de la experiencia del cuidado de los más pequeños, y de los cuidados mutuos entre los coetáneos, "abandonados" todos ellos, es un decir, a su suerte por padres trabajando y madres cuidando a los hermanos más pequeños, o también trabajando.

Por otro lado, la escuela y la universidad están casi totalmente aisladas del mundo del trabajo, y el aprendizaje en ellas, muy formal, poco tiene que ver con el que se da en las empresas (o en la vida fuera de la escuela, en general), que es mucho más indirecto e informal, más práctico. Y tampoco

---

<sup>2</sup> Por ejemplo, en OIT (2006).

<sup>3</sup> En España, por ejemplo, en 2004, un 29,9% de los hijos de madres extranjeras los tuvieron éstas con menos de 25 años de edad, el mismo porcentaje para las españolas fue de un escaso 9,9% (cálculos propios con datos de Movimiento natural de la población, del INE).

ha sido habitual una experiencia formativa de ida al mundo del trabajo y vuelta a la escuela, pues el diseño de las instituciones escolares lo ha hecho difícil en casi todos los países avanzados. De este modo, el ingreso de los recién egresados del sistema escolar en el mundo del trabajo tiende a producirse de manera un tanto abrupta, sin haber aprendido poco a poco el instrumental de conocimientos y las reglas, muchas de ellas tácitas, que se aplican en ese nuevo ámbito. Conocimientos y reglas que no necesariamente tienen que ver con las aprendidas en la escuela, e, incluso, pueden ser contradictorias con ellas. Y, muy especialmente, el tránsito se da sin que el joven haya ido modulando en la práctica sus expectativas, por lo que no extraña que éstas se vean muchas veces defraudadas. Tanto para los estudiantes que no han acabado de rendir bien en sus estudios, como para los que sí lo han hecho y se tienen que amoldar a trabajos por debajo de las excesivas expectativas derivadas de su nivel de estudios formales.

No se facilita a los adolescentes la asunción de responsabilidades adultas. Sin embargo, ven estimuladas algunas de sus inclinaciones más adultas, que están entre las que más requerirían de un buen uso de la prudencia que, en parte, les falta por inmadurez biológica y que, en parte, se va adquiriendo en el ejercicio de aquellas responsabilidades. Sus urgencias como consumidores de bienes y servicios, así como sus urgencias sexuales, se ven facilitadas o promovidas por doquier. En particular, estas últimas están todo menos canalizadas, como sí tendía a ocurrir en el pasado.

## **2. La adolescencia como un mundo sólo en parte construido por los adultos**

Uno de los aspectos más relevantes, e interesantes, de la adolescencia es que es un mundo sólo en parte construido por los adultos (no necesariamente por los más cercanos a los adolescentes), y, en gran parte, es construido, semiespontáneamente, por los adolescentes. Pero no es un híbrido como los de la sociedad tradicional, pues, aunque los adultos parezcan presentes, en el fondo, no lo están, como veremos. Y las reglas que se siguen no son, sólo,

las de los adultos, sino reglas producidas semiautónomamente por los adolescentes, echando mano de todo tipo de materiales a mano, incluso los mal vistos por los adultos cercanos. Ese mundo propio tiene distintos ámbitos, en cada uno de los cuales se observan dosis distintas de construcción adulta y de autoconstrucción adolescente. Entre los principales se encuentran los siguientes,<sup>4</sup> de los que sólo ofrecemos unas pinceladas gruesas a continuación. De los nuevos mundos de la adolescencia facilitados por las nuevas tecnologías nos ocupamos en las secciones siguientes.

### **a) la familia**

Es un lugar común de nuestra época que la familia queda como el lugar del sustento, la protección, el cariño, el refugio y la comprensión, pero que desempeña cada vez menos funciones de control, de educación, de práctica profesional, de asunción de responsabilidades, de aprendizaje de tareas o, incluso, de valores. Simplificando (mucho) las cosas, se supone que con el padre se da una relación amor-odio y que es objeto principal de la llamada rebeldía adolescente, sobre todo de los varones. Las madres, por su parte, tienen hoy poco tiempo para dedicar a los hijos. Desde luego, no lo tuvieron en las épocas de gran natalidad, en las que, por tanto, habían de delegar en la familia y la aldea el cuidado de la prole durante buena parte del día. Sin embargo, sí pudieron tenerlo con la caída de la natalidad y antes de la incorporación masiva de las mujeres al trabajo fuera de casa. En lo que podríamos denominar la edad de oro de la familia nuclear, el marido trabajaba fuera de casa, la mujer dentro y cuidaba de los niños, dos o tres. Hoy los niños son menos, uno o dos, pero son muchísimas más las mujeres que trabajan fuera de casa y aunque suelen elegir más que los varones trabajos más compatibles con sus quehaceres domésticos y de crianza, dicha compatibilidad sólo se da parcialmente. Además, la compatibilidad es casi imposible para el creciente número de madres que encabezan hogares monoparentales, la mayoría de los cuales ha sido resultado de una separación o un

---

<sup>4</sup> Dejamos fuera los menos habituales, que, sin embargo, pueden ser muy importantes para determinados adolescentes: parroquias, asociaciones juveniles, voluntariado, grupos scouts, etc.

divorcio, fenómenos mucho menos extendidos (no desconocidos) en las sociedades tradicionales, al menos en las occidentales.

Que ambos progenitores trabajen o que haya más familias encabezadas por uno solo, en general una mujer, es una de las razones por las que la preparación formal para la vida adulta se delega en la escuela. Quizá la falta de tiempo de los padres que implican las actuales estrategias laborales familiares también pese en otra delegación implícita de los padres, en los medios de comunicación de masas, en quienes fían, velis nolis y sin excesiva supervisión como veremos, buena parte de la inmersión de niños y adolescentes en los valores y comportamientos habituales del mundo adulto. Valores y comportamientos que luego hacen suyos, con la correspondiente transformación, los adolescentes.

En cualquier caso, la familia no acaba de ser el lugar propio de los adolescentes. Puede serlo de los niños, muchos de los cuales tienen el alma dividida entre sus padres y sus compañeros de colegio (o de calle, o de urbanización, o de barrio). Pero casi no lo es de los adolescentes, que optan mucho más por el grupo de iguales (Harris, 1999). Como mera ilustración, en una encuesta de HarrisInteractive entre niños (8-12 años) y adolescentes (13-17 años) norteamericanos celebrada en julio de 2006, un 58% de los primeros decía preferir pasar el tiempo con sus padres, mientras que sólo un 31% prefería pasarlo con sus amigos. Los adolescentes, por su parte, invertirían las preferencias: sólo un 22% se inclinaba por sus padres, frente a un 56% que optaba por sus amigos (Markow, 2006).

## **b) la escuela**

En gran medida, se trata de un mundo construido por los adultos, pero no directamente por los más directamente implicados en el bienestar de los adolescentes, esto es, por sus padres, o con poca influencia por su parte. Esto último es cierto, sobre todo, si se dan determinadas condiciones. Por ejemplo, si no existe un mercado de la educación, con una oferta de enseñanza diversa, dentro de la cual puedan elegir las familias el tipo de enseñanza que prefieren para sus hijos, muy diversos a su vez. O, sin ir tan lejos,

si la enseñanza pública o subvencionada tiene una estructura que dificulta la asunción de responsabilidades de los distintos partícipes, los profesores, por ejemplo, pero también los padres. Por ejemplo, si los padres no tienen tiempo para ocuparse de los asuntos escolares (o no quieren ocuparse de ellos), como parece ser el caso hoy. En una situación así la labor de supervisión y control que pueden ejercer sobre la escuela y los profesores es mínima, y, por tanto, también lo es su influencia en cómo se produce la enseñanza. O, yendo más lejos, si los padres no practican alguna forma de enseñanza en casa (homeschooling), intentando remediar los fallos de la enseñanza escolar, o sustituyéndola del todo.<sup>5</sup>

En la medida que la oferta escolar sea muy homogénea, no es difícil que una proporción considerable de adolescentes la vea como ajena, opresiva, demasiado “adulta” (o “infantil”: ambas críticas caben). Quizá James Coleman (1961) tenía razón y no es que no haya chicos/as a los que les vaya bien la vida escolar, sino que no son tantos, quizá una minoría, y sí son muchos los que no acaban de encontrar sentido a la vida escolar tal y como está planteada.

Lo interesante es que, en gran parte, como el mismo Coleman sugiere en su clásico “The adolescent society”, la vida escolar de los adolescentes también sería autoconstruida, a través de las interacciones intra- e intergrupos en el aula, en los pasillos, en el patio o a la salida de clase. El control o la canalización que ejercen los adultos (los profesores) de esas interacciones puede llegar a ser poco relevante, sobre todo si se dan circunstancias como las siguientes. A los profesores pueden faltarles los medios de control, entre ellos los de autoridad, que pudieran impedir, o dificultar, la emergencia de liderazgos contraproducentes en clase, de alumnos que, precisamente, se destacan por cuestionar la autoridad de profesores inermes. Tampoco ayuda que los fines de la enseñanza escolar no estén claros, o que aquéllos sean muchos e, incluso, contradictorios, como pueden serlo hoy. O que entre los fines de la escuela no se encuentren algunos que la hagan más atractiva para los adolescentes. Coleman habla de fines propios del conjunto de la escuela, o de la escuela como grupo de referencia del adolescente,

---

<sup>5</sup> Un tratamiento sistemático de esas cuestiones en Pérez-Díaz y Rodríguez (2003).

más que fines individuales, fines de la escuela como empresa, diríamos nosotros, como comunidad moral, de la que el alumno sintiera formar parte, de manera que pudiera compartir sus triunfos y sus fracasos y pudiera contribuir a ellos. Y mucho menos ayuda a la canalización de las interacciones entre los adolescentes la alienación producida en muchos estudiantes por la habitual aplicación de la misma receta escolar para todos, a pesar de las proclamas de diversidad de las autoridades educativas.

Ese mundo autoconstruido lo analiza muy bien Coleman (1961), al menos para la época y el lugar que sirve de referencia a su estudio. Gracias a él sabemos que en este ámbito importa menos el aprendizaje escolar, o el éxito académico, y más otros valores y conductas, tales como: la competición de status, el éxito social/sexual, los deportes (en España no tanto), las modas (ropa, gadgets electrónicos, música), el desafío a la autoridad de los adultos, el intercambio de experiencias, la conversación permanente, el estar continuamente con los tuyos... Igual que en los otros ámbitos, claro, pero, en este caso, en el marco de la institución escolar.

### **c) el barrio (o lo que queda de los barrios)**

De nuevo, la vida del adolescente la encontramos vinculada a grupos, en los que se produce las habituales jerarquías (líderes, seguidores) y divisiones del trabajo (el fuerte, la guapa, la lista, el gracioso, el servicial, el buen consejero, el buen compañero, etc.). Las finalidades que cumplen esos grupos son las de la diversión, la territorialidad, dotarse de identidad, individual o colectiva (por ejemplo, frente a otros barrios, incluso "bandas"), el logro de metas sexuales, etc.

En cualquier caso, son grupos relativamente alejados del control de los adultos. Los padres, obviamente, no están en la calle; se supone (con acierto, mayor o menor, o sin él) que nunca lo han estado. Tampoco pueden seguir de cerca las actividades de sus hijos. Si acaso, pueden intentar informarse de esas actividades y, en el caso de notar problemas, como malas influencias o mal ambiente, tomar alguna decisión al respecto. Los padres más decididos optan por la movilidad, por cambiar de residencia, de modo

que su hijo se socialice y conforme su personalidad en un grupo distinto. El momento en que se haga el cambio, es, obviamente, crucial, pues puede realizarse demasiado tarde.

En el pasado sí pudo darse una mayor y más cercana supervisión de los adultos, quizá en los pueblos o en los barrios con más vida de barrio en las ciudades. En ellos, la gente se conocía más, el enterarse de las vidas ajenas (y entrometerse en ellas) era más habitual. Los adultos ejercían su autoridad con cualquier chico, aunque no fuera su hijo, había mucha menos inseguridad (o se percibía una menor inseguridad) y la gente vivía mucho más en la calle. Ya casi no quedan restos de ese modo de vida.

Ni los adolescentes pasan tanto tiempo en la calle, por insegura, ni la vida más anónima de las ciudades favorece el que los adultos se inmiscuyan en la vida de los demás adultos, incluyendo sus hijos. Si acaso, lo que queda de los grupos de adolescentes en los barrios de las grandes ciudades se está trasmutando, en España, en grupos de jóvenes inmigrantes organizados en bandas (latinas, por ejemplo), que incluso empiezan a hacer acto de presencia en los colegios. Bandas parecidas a las de las minorías (negra, hispana/latina) en las grandes ciudades norteamericanas, que se convierten en una vía sui generis tanto de conformación del mundo propio de los adolescentes como de integración, muchas veces marginal, en el de los adultos.

Y si queda algún adulto "supervisor" en el barrio es el policía que pasa de cuando en cuando, es decir, un adulto que representa lo peor de los adultos (visto por los adolescentes): la autoridad coercitiva.

#### **d) los (nuevos) lugares de ocio**

Con este término nos referimos a las discotecas, pero también a fenómenos como el llamado "botellón". El marco material, también el cultural (música, vestimenta, adornos corporales...) sí está construido por los adultos, aunque sólo hasta cierto punto. El "botellón" toma elementos materiales (bebidas, lugares) ya existentes, puestos ahí por los adultos, pero los combina de manera muy diferente a la prevista. No todas las músicas o todas las

vestimentas tienen el mismo éxito. Y la combinatoria de las unas y las otras que puedan hacer los adolescentes, de manera individual o "tribal" ("tribus musicales o urbanas") parece infinita.

Es muy relevante que esos adultos están bastante lejos de los adolescentes. Lejos en el sentido de que no tienen un interés personal directo en su bienestar. No son ni sus padres, que tienen, como poco, un interés genético en sus hijos, ni sus maestros, que pueden, por su vocación, querer que se desarrolle en esos chicos su potencial de conocimiento. No son ni siquiera sus vecinos.

Son empresarios acostumbrados a operar en mercados impersonales, en un principio, de adultos, aunque trasladan sus conocimientos y técnicas cada vez más al mundo de los adolescentes, y el de los niños preadolescentes (los tweens, que dicen en Estados Unidos) (Irvine, 2006). Son propietarios de discotecas, de disco-bares, de boleras, de discotecas para cuasi- niños, de cines, productoras de cine, de música, cantantes, fabricantes y distribuidores de bebidas, de drogas varias, de vestidos, de gadgets tecnológicos... Evidentemente, les va algo en el bienestar de los adolescentes, pues quieren que sigan comprándoles sus bienes o servicios, pero, incluso aceptando las bondades de los mercados, estaríamos aquí ante un mercado sui generis.

Lo es porque los consumidores (los adolescentes) son, casi por definición, consumidores poco responsables. No asumen el coste monetario de sus "compras", pues no tienen ingresos propios. Lo asumen sus padres. Además, se trata de mercados en los que las consecuencias para el individuo a corto plazo son fácilmente visibles (diversión, placer, satisfacción del sentimiento de pertenencia a grupos), pero no tanto las de medio o largo plazo (los problemas del alcohol, las drogas; las posibles consecuencias de un exceso de "diversión" en el rendimiento escolar y, por tanto, en el futuro profesional). Además, son consecuencias a corto plazo muy placenteras, por lo cual el largo plazo queda todavía más desdibujado. En la previsión del largo plazo podría ayudar la experiencia de adultos que han transitado el mismo camino, o uno equivalente, cometiendo los mismos o parecidos errores, pero no están presentes, y, por ser adultos, se les escucha poco.

Es llamativo, de todos modos, que, en el ámbito del que hablamos, quizá sepan más de las necesidades y gustos de los adolescentes los adultos más lejanos, los empresarios del entretenimiento, que los adultos más cercanos, los padres y los profesores. Continuamente están los primeros ofreciendo productos y servicios que pueden ser de interés del público juvenil, o infantil. Y, efectivamente, lo son, de manera que estos segmentos de mercado llevan mucho tiempo en alza. Parece como si el sistema de incentivos de la economía de mercado actual llevase a esos empresarios a aguzar más el ingenio en lo que toca a los adolescentes que lo que lo hace en el caso de los padres el modo de funcionamiento actual de las familias. Por eso, no es de extrañar que las familias “subcontraten” cada vez más no ya la formación o la diversión de sus hijos, sino otro tipo de cuidados y atenciones, como las psicológicas (que se medicalizan, por cierto), o, en un futuro previsible, las de supervisión y control.

En este ámbito, en el de los mundos del entretenimiento, el orden semiespontáneo se refleja, sobre todo, en un mercado de relaciones sexuales tempranas (los cuerpos de los adolescentes, no lo olvidemos, son “adultos”), en la formación de pandillas, en la formación de primeras relaciones de pareja estables o temporales, en la planificación y la organización de la diversión, pero también en la formación de una cultura del entretenimiento de los adolescentes, elaborada a partir de su apropiación de utensilios culturales producidos principalmente por adultos.



## 2. Las vulnerabilidades de la adolescencia en los tiempos actuales

### 1. Tasas de mortalidad

La adolescencia actual no comporta, ni mucho menos, los riesgos del pasado. Hasta hace un siglo, el riesgo principal de los menores de edad era el de una elevada mortalidad, sobre todo perinatal y en el primer año de vida, aunque se prolongaba, con tasas inferiores, a las edades que aquí consideramos. La malnutrición y las enfermedades, mortales y no mortales, acechaban a la mayoría de jóvenes, como, por otra parte, a la mayoría de niños y adultos. Todo esto hay que recordarlo, para otorgar a los riesgos y vulnerabilidades actuales su verdadera dimensión.

Hoy, esta etapa no es especialmente arriesgada en esos términos, pero sí se observa en ella un salto en las tasas de mortalidad que no se vuelve a dar en los siguientes tramos de edad. En España, la tasa de mortalidad de los varones de 15 a 19 en 2005 fue de 57 fallecidos por 100.000 habitantes, casi cuadruplicando la de los de 10 a 14 años (16 por 100.000) y viéndose multiplicada sólo por 1,3 por la de los varones de 20 a 24 (cuadro 1). En las chicas también se produce el salto, aunque es menor: se pasa de 10 a 21 fallecidas por 100.000, es decir, se duplica la tasa.

En cualquier caso, como en todos los tramos de edad (desde la niñez hasta la ancianidad), la adolescencia es una etapa más "arriesgada" para los varones que para las mujeres. Lo que ocurre es el riesgo extra de los varones adolescentes y jóvenes es especialmente acusado: si las tasas de mortalidad de los varones multiplican por 1,6 las de las mujeres hacia los 10-14 años, a los 15-19 las multiplican por 2,75, y llegan a triplicarlas a la altura de los 20-24 (cuadro 1).

Cuadro 1

**España, 2005. Tasa de mortalidad por edad y sexo  
(tanto por 100.000 de cada grupo)**

	Ambos sexos	Varones (A)	Mujeres (B)	Riesgo "extra" de varones (A/B)
Todas las edades	893	944	842	1,12
Menores de 1 año	378	423	331	1,28
De 1 a 4	22	25	18	1,34
De 5 a 9	11	12	11	1,14
De 10 a 14	13	16	10	1,59
De 15 a 19	40	57	21	2,75
De 20 a 24	49	73	24	3,06
De 25 a 29	50	74	24	3,04
De 30 a 34	68	96	39	2,49
De 35 a 39	105	145	63	2,31
De 40 a 44	157	219	95	2,29
De 45 a 49	242	334	151	2,21
De 50 a 54	365	528	205	2,58
De 55 a 59	543	799	298	2,69
De 60 a 64	802	1.180	449	2,63
De 65 a 69	1.262	1.861	736	2,53
De 70 a 74	2.094	3.000	1.351	2,22
De 75 a 79	3.668	5.064	2.651	1,91
De 80 a 84	6.812	8.815	5.570	1,58
De 85 a 89	11.902	14.111	10.836	1,30
De 90 a 94	20.595	23.130	19.617	1,18
De 95 años y más	32.000	32.405	31.867	1,02

Fuente: Elaboración propia con datos de la Estadística de defunciones según causa de muerte del INE.

Ello sugiere que la vulnerabilidad de los adolescentes tiene un notable componente de género. Probablemente, es en la adolescencia cuando empieza a expresarse con toda claridad la mayor disposición a conductas arriesgadas que tienen los varones (Daly y Wilson, 2001). Una de ellas, dicho

sea de paso, es la de la delincuencia, cuyas tasas se aceleran en los varones en la adolescencia y primera juventud.

Quizá la vulnerabilidad más característica de la adolescencia es su relativa fragilidad ante lo que podemos denominar estrés psico-social, esto es, ante la presión derivada de contratiempos en sus relaciones personales o de las tensiones propias de éstas. Nos referimos a no encontrar su lugar en el grupo de pares, o tener que conformarse con un lugar no deseado, a los fracasos “amorosos”, a la ruptura de “amistades-de-toda-la-vida”, al enfrentamiento cotidiano con los padres, a las tensiones con los profesores o con los compañeros de la escuela, etc. Son especialmente importantes las dinámicas en el grupo de iguales, en el que se produce gran parte de la socialización en esta fase y en el que se van modelando los rasgos principales de la personalidad de chicos y chicas (Harris, 1999, 2006) . El encontrarse, además, en una fase de importantes cambios biológicos, y de carácter, hace más problemático todavía el afrontar esas situaciones estresantes.

Por supuesto, a los adolescentes les faltan las herramientas que usan los adultos para lidiar con esas situaciones de estrés y con los riesgos que han de afrontar, pues su cerebro no está todavía maduro (sobre todo el de los chicos) (Camarata y Woodcock, 2006). Los adolescentes son capaces de una acción racional, esto es obvio, pero en determinadas circunstancias, razonan peor que los adultos. Reyna y Farley (2006: 1) lo sintetizan con toda claridad:

“En principio, excluyendo tentaciones con elevadas recompensas y las diferencias individuales que reducen el autocontrol (i. e.: en condiciones ideales), los adolescentes son capaces de una toma racional de decisiones para alcanzar sus metas. En la práctica, mucho depende de la situación particular en que se toma la decisión. En el calor de la pasión, en presencia de pares, en caliente, en situaciones poco familiares, cuando el cálculo de riesgos y beneficios favorece resultados negativos a largo plazo, y cuando se requiere una inhibición de la conducta para obtener buenos resultados, es más probable que los adolescentes razonen peor que los adultos.”

Además, no han tenido tiempo u ocasión de adquirir aquellas herramientas mediante el aprendizaje de los comportamientos adultos. A ello ha ayu-

dado poco la ausencia de los espacios híbridos a los que hacíamos mención más arriba, en los que, quizás, se aceleraba la adquisición de ese instrumental, o, al menos, se aminoraban las tensiones propias de un mundo adolescente “autocontenido”.

En la actualidad, que el mundo de los adolescentes esté construido como hemos señalado más arriba, comporta vulnerabilidades específicas, derivadas de las nuevas oportunidades y retos que presenta la nueva oferta de los adultos a niños y adolescentes. Es decir, muchas de ellas no existían en el pasado, o no tenían la relevancia actual. Y, en buena medida, derivan de la ausencia de adultos cercanos (los padres, sobre todo) de bastantes de los ámbitos en los que se desenvuelven los adolescentes. La oferta adulta parece comportar una retirada estratégica de esos ámbitos, y una delegación de los padres en otros adultos (como los profesores, o las empresas de entretenimiento), supuestamente especializados en hacerse cargo de sus hijos.

Los siguientes ejemplos son meramente ilustrativos del tipo de vulnerabilidades propias de la adolescencia actual. Los tratamos someramente y ofrecemos unos mínimos datos, si están disponibles, sobre España, para mostrar su alcance.

## **2. Embarazos no deseados y abortos**

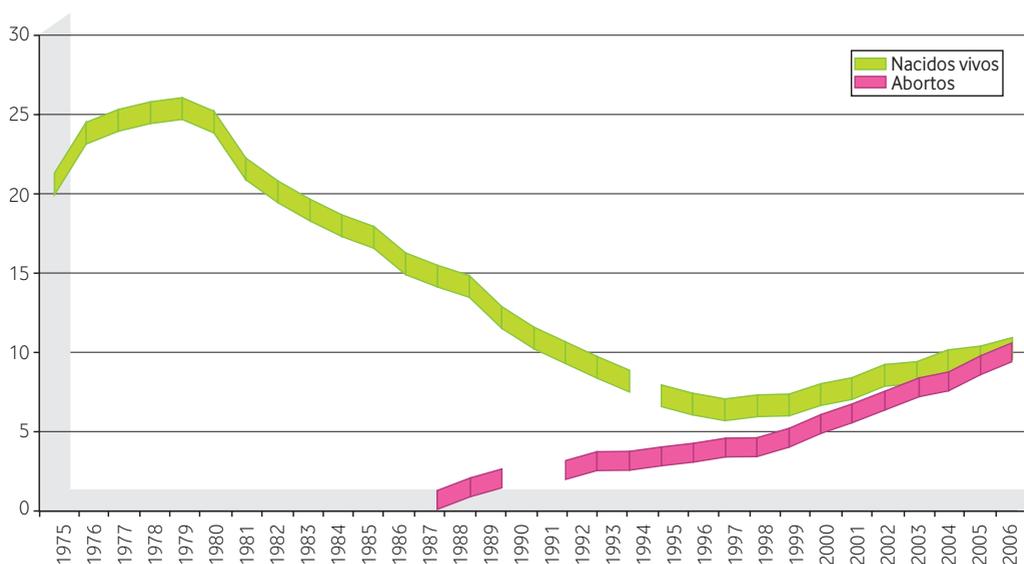
En comparación con un pasado relativamente reciente, los adolescentes se inician más temprano en relaciones sexuales plenas. Bastantes lo hacen, además, en el marco de relaciones esporádicas o provisionales, fuera de una relación de noviazgo orientada a un futuro matrimonio. Casi ha desaparecido el estigma moral de ese tipo de relaciones, y se ha erosionado mucho el vínculo de las relaciones sexuales con la formación de familias. Las relaciones sexuales “sin compromiso” se han visto estimuladas, además, por la mayor disponibilidad de métodos anticonceptivos seguros.

De todos modos, ello no se ha reflejado en un aumento de la tasa de natalidad de adolescentes en España. Tomando los datos de las mujeres de 15 a 19 años, su tasa de natalidad cayó mucho entre 1975 y 1996, y si se ha recuperado después se debe, en gran medida, a la creciente inmigración

en España. Lo que sí puede ser preocupante, como indicio de una todavía notable presencia de embarazos no deseados (o de irresponsabilidad adolescente) es que, a pesar del fácil acceso métodos anticonceptivos seguros, la tasa de abortos voluntarios en esas edades no ha dejado de subir desde que se legalizó la interrupción voluntaria del embarazo en España.

Gráfico 1

**España (1975-2005). Nacidos vivos y abortos en mujeres de 15 a 19 años, en tanto por 1.000 de las mujeres de esas edades**



Fuente: elaboración propia con datos del movimiento natural de la población del INE (nacimientos), población (INE, estimaciones intercensales y padrones), y de interrupciones voluntarias del embarazo (Instituto de la Mujer).

Ha pasado de 1,3 abortos por mil mujeres en 1987 a 10,8 por mil en 2005 (gráfico 1), una cifra escasamente inferior a la tasa de natalidad en esas edades, que alcanzó los 11,2 nacidos vivos por mil mujeres en 2005 (año del último dato). Lo cual significa que, grosso modo, de cada dos embarazos conocidos en esas edades, uno acaba en aborto.

### 3. Enfermedades de transmisión sexual y promiscuidad

Aquí podemos aplicar un argumento similar al de los embarazos no deseados. *Ceteris paribus*, conductas sexuales más “liberadas” han de llevar a una expansión de este tipo de enfermedades, pues la probabilidad de contagio aumenta con el número de parejas sexuales. No es probable, de todos modos, que esas enfermedades estén más extendidas entre los jóvenes españoles que en los jóvenes de bastantes países europeos, pues el número de parejas sexuales que tienen los primeros sigue siendo relativamente bajo, y sólo es algo mayor que el de generaciones anteriores. Según la Encuesta de salud y hábitos sexuales del INE, correspondiente a 2003, el porcentaje de mujeres de 18 a 29 años que han mantenido relaciones sexuales plenas y que sólo han tenido una pareja sexual apenas es distinto del correspondiente a la cohorte de 30 a 39 años: 50 y 51%, respectivamente (cuadro 2). Ambos sí son distintos, sin embargo, del porcentaje para las mujeres de 40 a 49 años, con un 65%. Una estimación aproximada del número medio de parejas sexuales de las mujeres de esas tres cohortes sería de 2,33, 2,39 y 2,55, respectivamente. Los varones presentan cifras superiores, pero la variación entre ellas tampoco es grande: 4,54, 4,94 y 4,62.

Cuadro 2

#### España, 2003. Número de parejas sexuales habidas a lo largo de la vida, según sexo y edad

	No han mantenido relaciones	Han mantenido alguna relación sexual	Una	Dos	Tres o cuatro	Cinco a nueve	Diez o más	No consta	Media de parejas (de los que sí han mantenido relaciones)
<b>Varones</b>									
Total	5,4	94,6	22,4	12,9	20,5	16,3	19,8	2,7	4,70
De 18 a 29 años	10,6	89,4	20,4	12,9	22,2	16,6	15,9	1,5	4,54
De 30 a 39 años	2,5	97,5	21,6	12,3	20,2	16,4	23,1	3,9	4,94
De 40 a 49 años	1,9	98,1	26,0	13,6	18,8	15,9	21,0	2,9	4,62
<b>Mujeres</b>									
Total	6,6	93,4	51,4	16,4	15,1	5,7	3,8	1,0	2,33
De 18 a 29 años	13,8	86,2	42,7	18,4	15,7	5,6	3,1	0,7	2,39
De 30 a 39 años	2,9	97,1	49,5	16,6	17,5	7,6	4,7	1,1	2,55
De 40 a 49 años	1,8	98,2	64,3	13,6	11,6	3,8	3,5	1,5	2,00

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de salud y hábitos sexuales, 2003, del INE.

Quizá en la generación actual de adolescentes las pautas sean muy distintas, pero los datos de la cohorte de 18 a 29, muchos de cuyos miembros acaba de dejar la adolescencia, no lo apuntan así. La evidencia anecdótica procedente de los medios de comunicación sugiere una notable promiscuidad entre los adolescentes, pero no se ve confirmada por evidencia estadística. Según un informe que publicó el Instituto de la juventud con datos de 1999, un 17% de los varones de 15 a 17 años (un 13% de las mujeres) habría tenido relaciones plenas, habiendo aumentado algo en comparación con 1995 (14% de varones, 10% de mujeres) (Martín Serrano y Velarde Hermida, 2001).<sup>6</sup> En 2003, un 31% de los jóvenes de 15 a 19 años habría mantenido relaciones sexuales completas, y un 16% las habría mantenido incompletas, aunque la frecuencia de dichas relaciones, como cabe esperar a estas edades, es relativamente baja: sólo un 3% las mantendría diariamente y un 26% al menos semanalmente (Injuve, s. f.). Lo que sí es cierto es que los pocos que han mantenido esas relaciones han sido bastante activos. En 2004 eran bastantes los que han mantenido relaciones con más de una pareja en los doce meses anteriores: un 54% de los varones, y un 22% de las mujeres de 15 a 17 años que ya habían mantenido relaciones sexuales plenas. Ello sugiere que los niveles medios de "promiscuidad" ocultan una distribución de ésta bastante concentrada en un segmento de individuos.

#### **4. Adicciones a drogas y alcohol**

Las autoridades sanitarias nos recuerdan con frecuencia que cada vez es más temprano el consumo de sustancias como el tabaco, el alcohol o las drogas (hachís o cocaína, por ejemplo), y se extiende más entre los adolescentes. Sea ello cierto o no, es probable que la principal explicación del inicio en ese tipo de consumos se encuentre en dinámicas propias del grupo de pares, y en la oposición adolescentes-adultos (Harris, 1999). De ahí que campañas en las que se informa a los adolescentes de cuáles son los peligros del tabaco, el alcohol o las drogas no funcionen, pues se trata de una

---

<sup>6</sup> Los datos del Informe de la Juventud de 2004 no son en absoluto comparables, pues la base sobre la que se calculan los porcentajes no la constituye el total de jóvenes encuestados, sino aquéllos que no tiene problemas en contestar a preguntas de índole sexual (López Blasco *et al.*, 2005).

propaganda basada en razones de adultos. Justo porque los adultos no aprueban esas conductas, porque son peligrosas o inmorales, por ello son más atractivas para los adolescentes. Desde luego, esas campañas no han sido muy eficaces en un país como España, en el que, por ejemplo, el consumo de cannabis en el último mes entre jóvenes varones de 14 a 18 años pasó del 15,1% de 1994 al 25,8% de 2002 (y el de cocaína, del 1,4 al 3,7%), aunque es probable que haya caído después, con cifras para el cannabis del 22,3% en 2006 (y del 3,1% para la cocaína) (cuadro 3).

**Cuadro 3 España (1994-2006). Prevalencia de consumo de sustancias psicoactivas entre los escolares de enseñanza secundaria de 14 a 18 años ("últimos 30 días")**

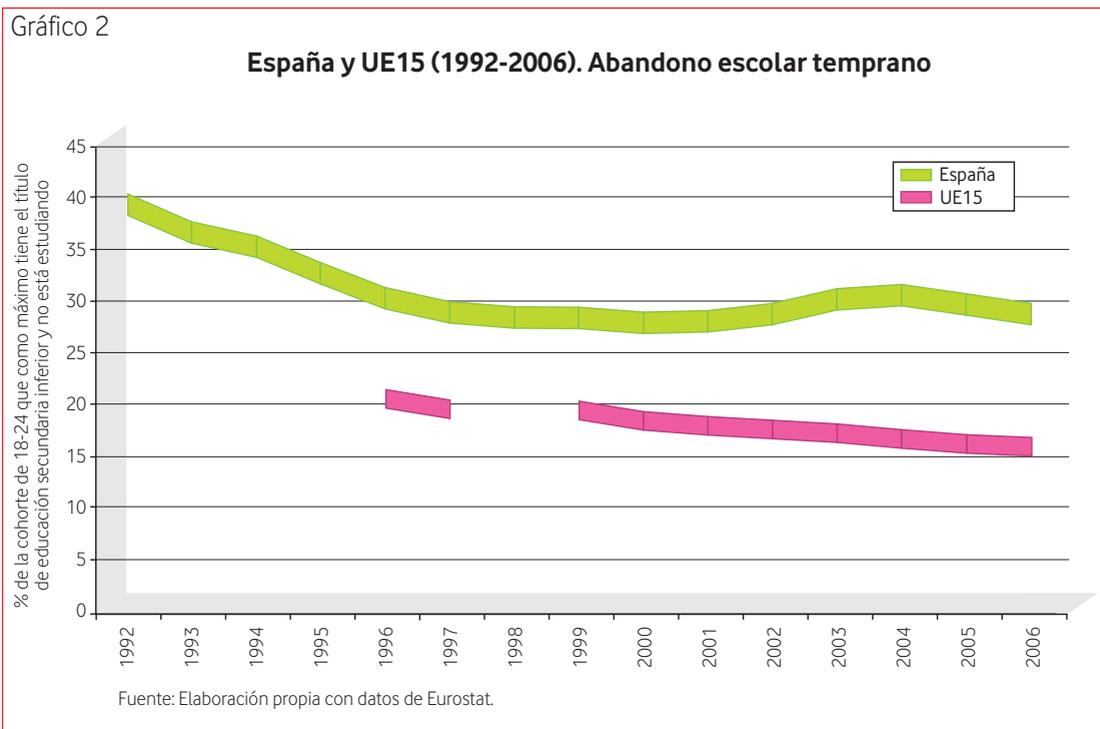
	1994	1996	1998	2000	2002	2004 (*)	2006
<b>Varones</b>							
Tabaco	26,0	26,2	25,5	27,3	25,0	32,9	24,8
Alcohol	75,3	66,8	67,5	60,4	56,7	65,5	58,1
Cannabis	15,1	18,4	20,3	24,5	25,8	28,3	22,3
Éxtasis	2,9	2,8	1,9	3,8	2,1	1,9	2,1
Alucinógenos	3,6	3,8	2,6	2,6	1,8	2,3	2,0
Anfetaminas	2,9	3,2	2,7	2,5	2,5	2,7	2,0
Cocaína	1,4	2,1	3,2	3,4	3,7	5,1	3,1
Heroína	0,4	0,4	0,6	0,5	0,3	0,7	0,9
<b>Mujeres</b>							
Tabaco	36,3	38,1	37,6	37,1	33,4	41,9	30,6
Alcohol	74,9	66,7	68,5	59,9	55,4	65,7	58,0
Cannabis	9,8	13,2	14,5	16,9	19,6	22,0	18,0
Éxtasis	1,4	1,9	1,3	1,7	1,6	1,0	0,7
Alucinógenos	1,7	1,9	1,5	1,3	0,7	0,7	0,7
Anfetaminas	1,6	2,0	1,5	1,4	1,5	1,0	1,0
Cocaína	0,7	1,2	1,8	1,5	2,8	2,6	1,6
Heroína	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2

(\*) Estos datos tienen varios problemas de continuidad, sobre todo debidos a la distinta composición de la muestra por edades. Son relativamente menores, salvo en 2004, en cuyo caso se deben a haber llevado a cabo la encuesta en una fecha distinta de la habitual. Por ello, los propios autores del informe desaconsejan las comparaciones con los datos de las encuestas anteriores, y posteriores, añadimos nosotros.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta estatal sobre uso de drogas en enseñanzas secundarias, del Observatorio Español sobre Drogas.

## 5. Fracaso escolar

El fracaso escolar, en la definición al uso, implica el no haber obtenido el título que acredita haber cumplido con éxito los años de enseñanza obligatoria. Así definido, el que exista depende de que los adultos hemos diseñado la adolescencia como una fase en la que todos tienen que estudiar y alcanzar unas metas educativas (al menos formales) a determinadas edades. En cualquier caso, tal como funcionan las sociedades avanzadas, las oportunidades vitales, sobre todo profesionales, del fracasado escolar medio son inferiores a las del que pasa el filtro con éxito.



Sea como fuere, el riesgo de fracaso escolar en España es elevado en comparación con los de los países de la Unión Europea. Un indicador cada vez más habitual de "fracaso escolar" es el del abandono escolar temprano,

que se mide como el porcentaje de la cohorte de 18 a 24 años que, como máximo, cuenta con un título de secundaria inferior y no sigue estudiando. En la actualidad, el dato español es del 30%, frente a una media de la Europa de los 15 del 17% (gráfico 2). Lo peor es que el indicador español mejoró bastante en la primera mitad de los noventa para estancarse después durante un lustro, empeorar un poco y, quizá, volver en el último bienio a una senda suavemente descendente.<sup>7</sup>

## 6. Tasas elevadas de accidentalidad al volante

En España casi no hay conductores con menos de 18 años, pero en países como Estados Unidos, en los que está más extendida la conducción de menores, se observa que sus tasas de accidentes de tráfico son de las más elevadas de todos los tramos de edad. Por ejemplo, en Estados Unidos, en el año 1995, la tasa de accidentes de tráfico como conductores de los varones de 16 años por millón de millas se estimaba en 42, la de los de 17 años en 18 y las de los de 18 en 14, todas ellas muy por encima de las más bajas, las de los varones entre 30 y 70 años, que rondaban los 3 accidentes por millón de millas recorridas (Williams, 2003: 6).

En España se observa esta diferencia en los conductores más jóvenes, los de 18 a veintipocos años. Y nos referimos, especialmente, de nuevo, a los varones. Aquí la mezcla de nuevas formas y lugares de diversión, alcohol y conducción puede ser explosiva. En España, en 2004, la tasa de fallecidos en accidentes de tráfico de los varones de 15 a 19 años fue de 25,4 por 100.000 habitantes, y la de los de 20 a 24 fue de 28,8, ambas las más altas por tramos de edad, por encima de las más bajas, las de los varones entre 50 y 64 años (alrededor de 15,5) (Pérez-Díaz y Rodríguez, 2007). Como es sabido, las tasas de las mujeres son más bajas, de 7/8 en las más jóvenes, y de 4/6 en el otro tramo de edad comentado.

---

<sup>7</sup> Hay que tener en cuenta, de todos modos, que en 2005 se produce una ruptura de la serie que hace que los datos no sean estrictamente comparables.

## **7. Vulnerabilidad ante modelos equivocados y vulnerabilidad ideológica**

El bombardeo continuo de mensajes procedentes de los medios de comunicación de masas, en sus vertientes de entretenimiento y publicidad, conlleva un cierto riesgo de adoptar valores y/o conductas que pueden valer (¿precariamente?) para determinados personajes de éxito mediático, pero que pueden resultar negativas, a medio o largo plazo, para los adolescentes, sobre todo si estos están acostumbrados a obrar con poca responsabilidad.

Por otra parte, si, como creemos, la escuela no ha proporcionado a los niños, y luego adolescentes, los conocimientos suficientes ni ha despertado en ellos el necesario sentido crítico, los adolescentes se convierten en presa fácil de agitadores políticos y/o mediáticos. No cuentan, siquiera, con las dosis de realismo o pragmatismo que proporciona la vida adulta (profesional, familiar). Son, por tanto, fácilmente seducibles por demagogos. De nuevo, los adultos cercanos están desaparecidos (padres) o no cumplen bien su función (profesores), quedando los adolescentes sometidos a la influencia de los adultos "lejanos" (políticos, "comunicadores de masas"), poco interesados en el bienestar individual de cada chico. Consecuencia de todo ello es la especial vulnerabilidad de los adolescentes al pensamiento estereotipado.

Todos estos ejemplos traslucen, no sólo la construcción de la adolescencia propia de nuestras sociedades, sino un elemento de aquélla todavía no considerado. En general, los adolescentes son menos vulnerables que los niños, pero a éstos los padres los pueden cuidar más directamente y los pueden controlar mejor. No así a los adolescentes, que, como grupo, tienden a huir de esos cuidados y ese control. La duda que despiertan los riesgos antes enumerados es si hemos planteado nuestra sociedad, y la adolescencia en su seno, de tal modo que los adolescentes puedan cuidarse más a sí mismos y autocontrolarse mejor. No está claro que sea así: en el nuevo limbo entre la infancia y la vida adulta no parecen contar con las mejores herramientas de "autodefensa".



### 3. Los adolescentes ante la televisión, la videoconsola, el teléfono móvil y el ordenador, y sus riesgos

#### 1. Introducción: el posible hiato tecnológico entre los jóvenes y sus mayores

Los mundos de la adolescencia no se ordenan hoy de la misma manera que hace cincuenta años. Influyen, entre otros factores, las tecnologías disponibles, que son bastante distintas, dado el acelerado ritmo de cambio tecnológico de las últimas décadas.

Es posible que esa aceleración del cambio tecnológico haya aumentado el tradicional hiato entre las generaciones, o entre padres e hijos, al menos en algunos aspectos. Los segundos han ido madurando haciendo uso de técnicas que los padres han empezado a conocer como adultos y, por tanto, de una manera menos habitual, menos vivida que los adolescentes que han crecido con ellas. Obviamente, tanto adultos como adolescentes usan esas técnicas como instrumentos en distintas facetas de sus vidas. Para los adultos, sin embargo, han aparecido, sobre todo, como un instrumento en su vida profesional, aunque hayan ido permeando poco a poco su vida no laboral. No hace muchos años, el contacto que tenían muchos adultos con los ordenadores personales o Internet era casi estrictamente laboral. Por ejemplo, en una encuesta de Analistas Socio-Políticos de noviembre/diciembre de 1998 a una muestra representativa de la población adulta española, entre los encuestados que utilizaban habitualmente el ordenador personal, sólo un 34% lo utilizaba habitualmente en su tiempo libre (un 31% sólo lo hacía ocasionalmente y un 35% no lo usaba en esos momentos). Además, entre los ocupados que usaban el ordenador (un 48% del total, frente a un 85% de los estudiantes, mucho más jóvenes, claro), eran muchos (63%) los que mezclaban un uso laboral con un uso nulo (36%) u ocasional (27%) en sus momentos de ocio (cuadro 4).

Cuadro 4 **España, 1998. Algunos indicadores de uso del ordenador en la población adulta**

	Porcentaje
Adultos (N = 1.199) que usan el ordenador personal	33
Adultos (N = 1.199) que usan el ordenador habitualmente	20
De los que lo usan habitualmente (N = 240)	
lo usan habitualmente en el tiempo libre	34
sólo lo usan ocasionalmente en el tiempo libre	31
nunca lo usan en el tiempo libre	35
Adultos estudiantes (N = 110) que usan ordenador	85
Adultos ocupados (N = 492) que usan ordenador	48
De los ocupados que usan ordenador (N = 235)	
sólo lo usan en el trabajo	36
lo usan en el trabajo y ocasionalmente en el tiempo libre	27
lo usan en el trabajo y habitualmente en el tiempo libre	15
sólo lo usan en el tiempo libre	23

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta ASP 98.017 (Analistas Socio-Políticos, 1998).

Por el contrario, los actuales adolescentes y jóvenes, mucho más que sus mayores, se han iniciado en nuevas tecnologías como el ordenador o Internet a la vez que las incorporaban a su vida de ocio y relación social extralaboral o extraacadémica. Incluso, si se han iniciado por razones académicas, hay que tener en cuenta que para un estudiante, su vida en la escuela tiene, probablemente, un componente mucho mayor de vida de ocio y de relación social que para un trabajador en su empresa. Es decir, la iniciación en las NTICs ha debido de ser bastante distinta, por término medio, para los adolescentes actuales y para sus mayores (sus padres, sus maestros): más vivencial, en el primer caso, más técnico-instrumental en el segundo.

Ese hiato añadido, que es claro en los ordenadores, lo es aún más en tecnologías de “explosión” social más reciente, como los teléfonos móviles, Internet (y sus distintas posibilidades, de las que hablaremos), las videocon-

solas o los aparatos reproductores de música comprimida digitalmente (a los que nos referiremos con el término vulgar de "mp3"). Todavía es algo superior el porcentaje de quienes tienen teléfono móvil en los adultos con vida laboral activa que entre los adolescentes o preadolescentes, pero la presencia en la vida social del móvil entre los segundos es distinta a la que tiene en los primeros, como veremos. La inmensa mayoría de los segundos no ha jugado nunca con una videoconsola, y para muchos que lo han hecho, la razón ha sido el intentar aproximarse algo al mundo de su(s) hijo(s). Por supuesto, hasta hace unos meses, la inmensa mayoría de esos adultos no había oído hablar de los mp3, y son muchísimos menos, en términos relativos, los que poseen uno, a pesar de que su poder adquisitivo es muy superior al de los adolescentes.

Recordamos aquí la obviedad de la distancia tecnológica entre los adolescentes y sus mayores como pie para situar en su contexto las notables suspicacias que levanta entre los adultos (padres, profesores) el uso de nuevas tecnologías por parte de adolescentes. En cierta medida, esas suspicacias se derivan de una falta de conocimiento y/o de experiencia directa con las NTICs, lo que las hace aparecer con, probablemente, un exceso de tonos arcanos y terribles.

Recordemos también que ese hiato se ha producido siempre que se han dado cambios tecnológicos de cierto calado. Sin embargo, algunos piensan que en comparación con otros tiempos, por una parte, el cambio actual es muy acelerado, pudiendo ampliar mucho el hiato entre el instrumental técnico habitual de una generación y el de la siguiente; aunque los cambios fueron tan importantes o más en el pasado, si pensamos en el impacto del automóvil, el cinematógrafo, la electricidad o el teléfono. Por otra, los cambios se extienden con mucha rapidez a amplias capas de la población. La innovación tecnológica de la lectura y la escritura tardó muchos siglos en alcanzar a segmentos importantes de la población de occidente; la imprenta ayudó, pero todavía a finales del siglo XIX, en países como España, la mayoría de la población no sabía leer ni escribir, y para una mayoría todavía más amplia no eran actividades habituales. En comparación con ese ritmo de expansión, la velocidad a la que se extienden hoy los ordenadores o los teléfonos móviles parecería muy alta.

Vemos a continuación cómo contribuyen las NTICs a la ordenación que hacen los adolescentes de su mundo propio y de sus vidas individuales. Consideraremos las siguientes: la televisión, la videoconsola, el teléfono móvil, el ordenador personal, Internet y los varios usos de ésta.

## 2. La televisión

La televisión es una de las principales puertas al mundo con que cuentan los adolescentes, por no decir la principal, aunque Internet está ganándole terreno (véase más abajo). Es todavía el principal medio de comunicación que usan, y el principal ejemplo de la cultura audiovisual en que se han criado. La creciente penetración de Internet sugiere, curiosamente, que esa cultura audiovisual se está tiñendo de un mayor componente de escritura/lectura, si bien no a la manera tradicional.

### El cuánto y el cómo

A la altura de 2007, un 90% de los jóvenes de 14 a 19 años ve la televisión, un porcentaje de los más altos por tramos de edad (cuadro 5). Es decir, son casi tres veces más que los que leen diarios (32%), casi el doble de los que escu-

Cuadro 5 **España, 2007. Penetración de distintos medios por edades**

	Diarios (lectores /día)	Suplementos (lectores/ semana)	Revistas (lectores/ período publ.)	Radio (oyentes/ día)	Televisión (espectadores/ día)	Internet (usuarios/ ayer)
14 a 19	32	19	66	46	90	54
20 a 24	44	26	62	59	84	51
25 a 34	46	27	60	62	85	39
35 a 44	46	28	56	62	88	30
45 a 54	49	29	51	60	89	23
55 a 64	43	26	41	92	92	12
65 o más	28	17	26	40	93	2
Total	41	25	49	55	89	26

Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC (EGM, año móvil de febrero a noviembre de 2007).

chan la radio a diario (46%), y casi el doble de los que usaron Internet el día anterior a llevarse a cabo la encuesta de la que se obtienen estos datos (54%).

De todos modos, los adolescentes no son de los que más televisión ven, si bien hay que tener en cuenta que disponen, quizá, de menos tiempo para verla que personas de otras edades, tal como las amas de casa o los jubilados. En un mes con consumo televisivo algo por encima de la media, octubre de 2007 (227 minutos al día, con una media de 222 minutos para el conjunto de noviembre de 2006 a octubre de 2007), con el grupo de adolescentes embarcado en su mayoría en la vida escolar, su consumo televisivo debe de rondar los 150 minutos al día, incluyendo fines de semana.<sup>8</sup> La publicación de TNS-Sofres de la que se obtienen esos datos no los ofrece para el segmento de adolescentes, pero sí para las personas de 4 a 12 años (136 minutos/día) y las de 13 a 24 (146 minutos/día). Podría pensarse que la media del segmento de 13 a 24 años oculta diferencias muy grandes entre adolescentes y el resto, pero es improbable, dado que el consumo televisivo parece aumentar con la edad, desde los 203 minutos/día de los que tienen entre 25 y 44 años hasta los 325 entre los mayores de 64 años.

Además, según el *Informe Juventud en España 2004* (López Blasco *et al.*, 2005), con datos de 2004, el número de horas semanales de televisión consumidas por los varones de 15 a 19 años fue de 13,9, y de 13,6 las mujeres, frente a 11,9 y 12,2, respectivamente, en el tramo de edad de 20 a 24. Esos datos dejarían el consumo diario de televisión en unas dos horas al día en la franja de 15 a 19 años. Dos horas o dos horas y media de televisión al día son bastantes horas, aunque cabe pensar que el consumo en los días laborales sea menor, y que aumente bastante en los fines de semana, en los que no hay jornada escolar. Esto es lo que se comprueba en el estudio *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió a Catalunya*, referido a la población escolar matriculada en ESO en el curso 2005/2006 en Cataluña (Casas, coord., 2007). Según dicho estudio, los adolescentes catalanes verían una media de 2,9 horas de televisión al día, la cual subiría hasta un máximo de 3,8 horas los sábados (y sería de un mínimo de 2,3 horas los lunes y martes).

---

<sup>8</sup> Datos obtenidos de los boletines de audiencias de TNS-Sofres, disponibles en su página web: [www.sofresam.com](http://www.sofresam.com).

En todo caso, no parece que este consumo esté aumentando. En España no es fácil reconstruir una serie homogénea de cierta duración, pero los datos fragmentarios disponibles así lo sugieren. Según la medición de TNS-Sofres, la media de minutos vistos al día en 1998 por los niños de 4 a 12 años fue de 153, mientras que en 2001 fue de 143; la de los jóvenes de 13 a 24 casi no varió, de 155 a 153. Con datos de diciembre, un mes por encima de la media mensual, los minutos medios consumidos por los niños fueron 162 en 2003, bajando a 146 en 2006; los de los jóvenes también descendieron, de 154 a 150.<sup>9</sup> Todo ello se da en un contexto de mantenimiento del consumo medio de televisión. No es extraño, teniendo en cuenta que Internet plantea cada vez más una alternativa a la televisión (véase más abajo).

Uno de los principales cambios en las dos últimas décadas, especialmente la de los noventa, en cuanto a la manera de ver televisión es la creciente presencia de más de un televisor en los hogares, lo que implica la posibilidad de un consumo más individualizado y menos "en familia". Como puede verse en el gráfico 3, a finales de la década de los ochenta sólo había más de un televisor en el 20% de los hogares. Al acabar la década de los noventa dicho porcentaje se situó en el 60%, porcentaje en el que, grosso modo, se ha mantenido desde entonces.

Teniendo en cuenta que muchos hogares los forman una persona o, si acaso, una pareja, ello hace pensar que en casi todos los hogares de tres o más personas hay más de un televisor.

Descontando el segundo televisor que pueda hallarse en estancias comunes de la vivienda (en la cocina, por ejemplo), lo anterior hace suponer que un porcentaje amplio de niños y adolescentes cuentan con un televisor para uso propio, generalmente situado en su cuarto. En 2004, un 36,2% de los niños de 8 a 13 años contaba con un televisor en su habitación (AIMC, 2004). En el año 2000, según una encuesta de ASP, ese porcentaje era del 23%, y del 25% entre los adolescentes de 14 a 16 años.<sup>10</sup> No sería de extra-

---

<sup>9</sup> Datos obtenidos de sus boletines de audiencias, disponibles en su página web: [www.sofresam.com](http://www.sofresam.com).

<sup>10</sup> Elaboración propia con datos de la encuesta ASP 00.030 (ASP, 2000).

ñar que, en la actualidad, el porcentaje de adolescentes (12 a 17 años) con una televisión en su cuarto supere el 50%. En Cataluña, por ejemplo, un 63% de los escolares matriculados en ESO tenía un televisor propio a la altura del curso 2005/2006 (Casas, coord., 2007).

Gráfico 3

### España (1988-2006). Hogares con un televisor o con más de uno



Fuente: Elaboración propia con datos del *Marco general de los medios en España* (AIMC, varios años).

Todo ello quiere decir que para muchos niños y adolescentes, el consumo televisivo se ha convertido en una actividad individual y, probablemente, poco supervisada por sus padres. Éstos, o no están en casa en algunos de los momentos de ese consumo televisivo, o están ocupados en otras tareas hogareñas: en ver sus propios programas de televisión, por ejemplo. En realidad, para una notable proporción de personas, no sólo adolescentes, ver la televisión es una actividad individual: con datos de España para 2002/2003, un 44% del tiempo que se está ante el televisor se está solo, frente a un 36%

en compañía de otra persona, y un 20% en grupos de tres o más personas.<sup>11</sup> Una investigación sobre el público de 4 a 12 años, con datos de octubre de 2003, estimó que veían solos la televisión un 34% del tiempo; un 28% del tiempo estaban acompañados por otra persona y un 38%, por dos o más (Pérez Ornia y Núñez Ladevéze, 2006).

Como es sabido, muchos adultos consideran que no todos los contenidos televisivos son aptos para menores. Al respecto, es obvio que un mayor consumo individualizado por parte de los adolescentes les hace más proclives a entrar en contacto con esos contenidos, y a hacerlo sin supervisión adulta.

## **Las posibles consecuencias negativas de la televisión**

### **a) en el rendimiento escolar**

Es ya un tópico la asociación entre bajo rendimiento escolar y horas de televisión vistas por los estudiantes, aunque no siempre está claro que a más horas vistas, peor rendimiento escolar. En ocasiones también se ha mostrado que si el escolar tiene una televisión en su cuarto, su rendimiento es claramente menor. Por ejemplo, en la encuesta de ASP ya citada, se observa esta relación.<sup>12</sup> Esta variable se relaciona claramente con el rendimiento escolar (número de asignaturas suspensas en una evaluación durante la ESO), aun teniendo en cuenta un conjunto de variables que tradicionalmente se asocian con dicho rendimiento. Como puede verse en el cuadro 6, el que el adolescente tenga un televisor en su cuarto implicaría suspender 0,33 asignaturas más que en el caso de no tenerlo, una vez controlada la influencia de otros factores personales, socioeconómicos y de equipamiento cultural familiar. Datos del estudio PISA 2003 de la OCDE, disponibles sólo para Luxemburgo, confirman esa relación negativa entre el rendimiento escolar y la presencia de una televisión en el cuarto del estudiante (Lacasa, 2007).

---

<sup>11</sup> Datos de TNS-Sofres recogidos en el Anuario de GECA, citado en [http://www.marketingdirecto.com/estudios/anuario2004\\_emisionpubli.pdf](http://www.marketingdirecto.com/estudios/anuario2004_emisionpubli.pdf).

<sup>12</sup> Véase también Borzekowski y Robinson (2005).

Cuadro 6 **España, 2000. Alumnos de secundaria, factores asociados con el número de asignaturas suspendidas en la última evaluación**

	Coeficiente B (1)	Error típico	Significación
(Constante)	-4,42	0,75	0,000
Estudiante varón	0,91	0,14	0,000
Edad del hijo	0,28	0,05	0,000
Status bajo o medio-bajo	0,40	0,17	0,022
El entrevistado tiene sólo estudios primarios	0,65	0,15	0,000
El hijo tiene televisor en su cuarto	0,33	0,16	0,038
El hijo tiene teléfono móvil	0,43	0,17	0,011
No hay ordenador en el hogar	0,58	0,16	0,000
No hay internet en el hogar	0,69	0,18	0,000
El hijo hace menos de 2 horas diarias de deberes	0,42	0,14	0,003
No lleva a cabo actividades extraescolares	0,35	0,15	0,019

N= 960; R2 corregida = 0,21.

(1) El coeficiente B puede leerse así: si el estudiante es varón, suspenderá 0,91 asignaturas más que si es chica; por cada año de edad, se suspenden 0,28 asignaturas más.

Fuente: Elaboración propia con datos de la encuesta ASP 00.030 (Analistas Socio-Políticos, 2000).

De todos modos, con la instantánea fija que nos proporciona una encuesta o una medida tomada en un solo momento, no podemos decir mucho de la causalidad de la relación entre consumo televisivo y rendimiento escolar. Esto es, no sabemos si éste ha caído porque el chico ve más televisión o si, siendo un escolar poco aplicado (y viviendo, quizás, en una familia con padres complacientes) ha conseguido que sus padres le pongan un televisor en su habitación para que esté feliz y contento, o, simplemente, ve más televisión independientemente del cuarto en que esté el aparato. Igualmente, puede ocurrir que los buenos estudiantes se distraigan menos con la televisión pues encuentren más satisfacción en el estudio y en las tareas escolares.

No hay muchos estudios que resuelvan el problema de la dirección de la causalidad, aunque en uno relativamente reciente (Hancox et al., 2005) se

mitiga, pues se mide el rendimiento escolar a largo plazo teniendo en cuenta la cantidad de televisión que se ve cuando se es un niño, y se tienen en cuenta varios factores que pueden influir. Los autores concluyen: "Los resultados ... indican que un mayor tiempo gastado viendo televisión durante la niñez y la adolescencia se asocia con un menor nivel educativo en la primera edad adulta [lo miden a los 26 años]. Estos efectos son independientes de la inteligencia, el status socioeconómico familiar y los problemas de conducta durante la niñez". El perjuicio no es muy grande, pero sí apreciable (y estadísticamente significativo). Los autores recuerdan la cantidad de estudios que muestran una asociación negativa entre la cantidad de televisión que ven los niños y su rendimiento escolar, y, con bastante sensatez, argumentan que "sea o no sea un visionado excesivo de televisión causa directa de un rendimiento escolar pobre, los hallazgos [de esos estudios] indican que es improbable que la mayor parte del visionado de televisión tenga efectos educativos beneficiosos". Quizá hay programas o maneras de ver la televisión que sí los tienen, pero lo que parece claro es que una dieta genérica de abundante televisión no va a ayudar demasiado.

Sin embargo, algún otro estudio nos lleva a matizar las conclusiones de Hancox et al. (2005). Gentzkow y Shapiro (2006) analizan los efectos de la introducción de la televisión en distintas ciudades americanas en las puntuaciones obtenidas en tests escolares aplicados durante la adolescencia en años subsiguientes. Si acaso, la influencia que observan es positiva (un año adicional de exposición a la televisión en la edad de preescolar aumenta la media de los tests en 0,02 desviaciones típicas). Quizá lo más interesante de su estudio es que el consumo de televisión tenía efectos distintos en los niños dependiendo de si sus padres les leían mucho o poco (algo que, añadimos nosotros, tiene un componente de status social): en los segundos, tenían efectos positivos y sustantivos, en los segundos, negativos, pero pequeños. Cabe, por tanto, formular la hipótesis de que el primer grupo de niños puede suplir mediante el contacto con este medio de comunicación las carencias de lenguaje características de su familia y de su medio social, mientras que, en el segundo caso, la televisión puede ser un obstáculo para que el niño aproveche un medio social lingüísticamente más rico.

## **b) en las conductas violentas**

También se ha asociado el consumo de televisión con el desarrollo de tendencias agresivas o violentas de los adolescentes, al estar sometidos éstos a una dieta considerable de imágenes violentas dadas las muchas horas que pasan ante el televisor. Una investigación reciente entre escolares madrileños de 9 a 16 años es un ejemplo de esta asociación. En ella se comprobó una correlación positiva entre las puntuaciones obtenidas en un test de agresividad y la cantidad de horas que dicen los estudiantes ver televisión.<sup>13</sup> De nuevo, nos enfrentamos al problema de la dirección de la causalidad: ¿se vuelven los adolescentes más agresivos por ver más televisión o son los más agresivos los que más televisión ven? Resolver este problema es muy difícil, pues requeriría, por una parte, de estudios longitudinales en los que se pudieran medir en un primer momento, y muy temprano en la vida del niño, las suficientes variables relativas a sus predisposiciones agresivas, así como a otros factores que puedan influir en su conducta agresiva. Y, por otra, requeriría de una medición bastante controlada de la exposición de niños y adolescentes a la televisión y, en particular, a la violencia en televisión. Teniendo en cuenta que algunas de las predisposiciones son genéticas y que quizá esas mismas predisposiciones pueden explicar comportamientos como el mayor consumo televisivo, resulta casi imposible discernir la influencia de la televisión.

Alguno de los principales estudios al respecto, como el de Johnson *et al.* (2002), que descubre una asociación significativa entre el consumo de televisión durante la adolescencia y la probabilidad de cometer agresiones contra otros en el futuro, reconoce lo siguiente: "Habría que tener en cuenta que no podemos hacer inferencias sólidas de causalidad sin llevar a cabo experimentos controlados, y no podemos excluir la posibilidad de que otras variables no controladas en este estudio puedan haber sido responsable de esas asociaciones".

Otra posibilidad de analizar el fenómeno es fijarse en cómo ha evolucionado la "agresividad" de esos adolescentes y jóvenes en el conjunto de un

---

<sup>13</sup> *Comunidad escolar, 760* (<http://comunidad-escolar.pntic.mec.es/760/info5.html>).

país a lo largo de un tiempo en que el consumo televisivo haya aumentado. Glassner (1999), por ejemplo, recuerda que en EEUU, los casos de homicidio cometidos por chicos de menos de trece años en la década de los noventa fueron inferiores a los de la década de los sesenta, a pesar de que esos chicos ven mucha más televisión, y de la gran cantidad de violencia que presencian a través de ella. Lo cual abunda en la ambigüedad de la relación entre consumo televisivo y violencia.

### **c) publicidad y consumo**

Un tercer argumento plantea que a mayor consumo televisivo, mayor consumo de publicidad por parte de niños y adolescentes, y, por tanto, mayores efectos negativos de aquélla, sobre todo dada la indefensión ante esta publicidad de un público tal, menos formado que el adulto. De ahí a prohibir los anuncios de productos considerados dañinos para niños y adolescentes se ha recorrido un trecho no tan largo, de modo que en la actualidad, en muchos lugares, está limitada la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco, por ejemplo, y no son pocos los que proponen una limitación de la publicidad de productos alimentarios también considerados como dañinos (tales como las bebidas carbónicas o la bollería industrial). En realidad, no está del todo claro, por ejemplo, que el verse sometido a la publicidad de las empresas tabaqueras haya llevado a los jovencitos a fumar más. Una revisión amplia de los estudios longitudinales sobre el tema sugiere que una mayor exposición a la publicidad de tabaco provoca un aumento en el inicio del hábito de fumar (Lovato *et al.*, 2003). Sin embargo, los estudios citados no acaban de medir dicha exposición, sino otros fenómenos relacionados, como la mayor o menor receptividad a dicha publicidad de los adolescentes. Podría ocurrir, de nuevo, que hubiera un tercer factor que hiciera a algunos adolescentes más receptivos a ese tipo de publicidad y, a la vez, a experimentar con el tabaco. Un factor que, por ejemplo, les hace más proclives a asumir riesgos o a la experimentación.

Ni tampoco hay evidencia sólida acerca de la relación entre la publicidad de alimentos calóricos y su mayor o menor ingesta (Freese, 2005).

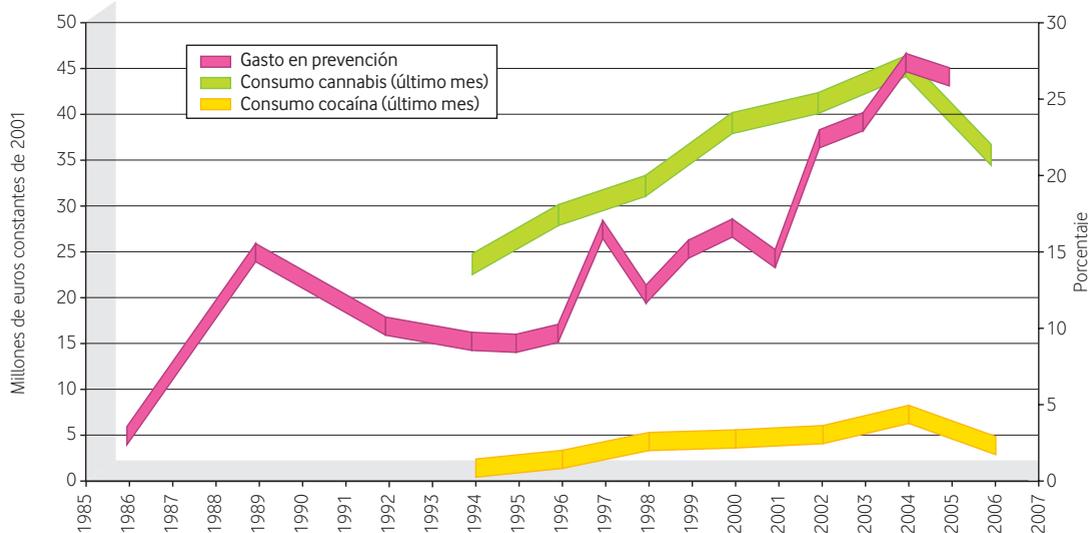
Además, y esto es más importante, niños y adolescentes no son autómatas que reaccionen mecánicamente a la publicidad a ellos dirigida. Muy al contrario, como argumenta Furnham (2002), el consumo de los adolescentes es resultado de un conjunto complejo de factores entre los que se cuenta, sí, la publicidad, pero también la influencia de sus pares, de sus padres, el consumo de medios de comunicación (más allá de la publicidad que contengan), y, obviamente, su poder adquisitivo. Es difícil diferenciar los efectos propios de la publicidad, por lo cual es probable que una regulación que tienda a la prohibición esté basada en una evidencia empírica insuficiente y, además, tenga efectos contrarios a los deseados. Sólo a título de ejemplo, cabría mencionar que el consumo de alcohol entre los adolescentes ha caído muy poco desde mediados de los años noventa (cuadro 3), a pesar de una creciente prohibición de los anuncios de bebidas alcohólicas en televisión y otros medios.

Prueba también de que la publicidad, en televisión u otros medios, no es tan efectiva, o sus efectos no son tan mecánicos como algunos creen, es que publicidad "institucional" dirigida a mejorar la salud y el bienestar de los adolescentes, por ejemplo, disuadiéndoles de que consuman drogas, ha tenido pocos efectos. Judith Rich Harris, en su libro *El mito de la educación*, se refiere a las "cosas estúpidas" que hacen los adolescentes, como consumir productos dañinos para su salud. Ella pone el ejemplo del tabaco, pero sus afirmaciones valen igual para las drogas:

"Exponerse a la relación con compañeros que fuman es lo que determina que un adolescente tenga la experiencia del tabaco. Lo que determinarán sus genes es si se engancha o no ...[señala Harris] Decirles a los adolescentes cuáles son los peligros del tabaco ... no tiene el menor sentido. Es una propaganda de adultos; son razones de adultos. Y es precisamente porque los adultos no aprueban que se fume—porque hay algo peligroso y de mala reputación en ello—por lo que los adolescentes quieren hacerlo ... Decirles que fumar es asqueroso tampoco funciona... Si los adultos piensan que algo es asqueroso, eso mismo se convierte en lo más atractivo para un antiadulto ... Ni tampoco funciona que se reclute a una persona de su edad para que les aleccione. A ese joven se le ve como a un vendido, un adulator y un pelota de los adultos." (Harris, 1999: 355-356).

Gráfico 4

**España (1986-2006). Consumidores de cannabis y cocaína en porcentaje de la población escolar de 14 a 18 años (varones) y gasto de las CC.AA. para prevenir el consumo de drogas**



Fuente: Elaboración propia con datos de las memorias anuales del Plan Nacional Sobre Drogas (gasto), del Observatorio español sobre drogas (consumidores) e INE (IPC para calcular los euros constantes de 2001). En 1992 se produce un cambio de criterio en la serie de gasto, lo cual hace que caiga, aunque el gasto en prevención no caiga en realidad. Las series de consumo de drogas también tienen una discontinuidad en 2004, tal como se comenta en el cuadro 3.

Es decir, puede que las campañas antitabaco, o antidroga, habituales no sirvan. Al contrario, pueden tener un efecto perverso, el de estimular el consumo entre adolescentes, debido a razones como las que aduce Harris. Algo así, nos tememos, podría estar pasando en España. Gastamos cada vez más fondos públicos en campañas de prevención (con el añadido de importantes gastos de origen directamente privado, como el de alguna fundación), pero no está claro que esté sirviendo para mucho. Algo así puede verse en el gráfico 4, aunque, obviamente, no es la única interpretación posible. Lo que parece es que el gasto actual en prevención es mucho mayor en términos reales que hace casi veinte años, pero el consumo de drogas como el cannabis o la cocaína entre adolescentes también lo es. En particular, el gasto casi no deja de subir en la última década, lo cual coincide con un notable aumento en el porcentaje de adolescentes que consumen esas drogas,

si bien hay que señalar la posibilidad de un descenso reciente en ese porcentaje.

#### **d) en la salud**

Independientemente del interés de los estudios que relacionan el consumo de publicidad en televisión con el consumo de bebidas o alimentos excesivamente calóricos, y, por tanto, plantean que el consumo televisivo es una causa, al menos indirecta, de la obesidad,<sup>14</sup> lo cierto es que no es tan difícil argumentar la relación entre el uno y la otra. Si es cierto el incremento de la obesidad infantil en los últimos lustros (y no sólo resultado de maneras diferentes de estimarla), es fácil aducir dos razones principales de ese aumento y asignar en una de ellas un papel a la televisión.<sup>15</sup> Por una parte, es probable que en el pasado los niños tuvieran una vida menos sedentaria, pues jugaban mucho más en la calle y participaban menos en actividades que implican poco ejercicio físico (escuela, estudio, diversiones como la televisión). En la actualidad, van más a la escuela, estudian más tiempo en casa y ven más televisión (además de otras diversiones sedentarias “frente a pantallas”, como el ordenador o la videoconsola). Por otra parte, el aumento de renta lleva a un mayor consumo de alimentos y de calorías, siguiendo inclinaciones innatas desarrolladas para los tiempos de escasez en que evolucionamos los humanos. El resultado de la suma de menos ejercicio más una mayor ingesta de calorías es un aumento del peso corporal.

#### **e) efectos más indirectos**

Por último, cabría mencionar, sin ánimo de exhaustividad, otras posibles consecuencias negativas de ver demasiada televisión, éstas de carácter más indirecto.

---

<sup>14</sup> Por ejemplo, Wiecha *et al.* (2006).

<sup>15</sup> Entre los estudios que relacionan el consumo televisivo en la infancia y la adolescencia con el exceso de peso en la edad adulta, se puede citar Hancox, Milne y Richie (2004). Y entre los que relacionan ambas variables en la niñez, Lumeng *et al.* (2006).

La primera es de Neil Postman (1982), quien resaltó que hoy pueden los adolescentes acceder con bastante autonomía a un medio como la televisión, lo que acaba con el “duopolio” del que gozaban los padres y la escuela sobre el control de los contenidos a los que el adolescente podía acceder. En el pasado, ese control era más fácil, pues llegaba, sobre todo, a través de los libros. No hablemos del otro medio de comunicación de masas por excelencia hoy, Internet.

La segunda la recuerda David Burkett,<sup>16</sup> quien en 1983 afirmó que en EEUU cabía trazar una divisoria entre las generaciones sin televisión ni mando a distancia y las que sí han disfrutado de ellos. Las segundas se habrían acostumbrado a usar libérrimamente ese mando, es decir, a cambiar inmediatamente de canal según su apetencia momentánea. Es decir, se habrían acostumbrado a la satisfacción inmediata de sus cambiantes gustos, con un mero acto de su voluntad. Es dudoso que de ahí puedan extraerse conclusiones generales sobre la autoridad en la sociedad americana o en sus empresas, como hace el autor, pero sí nos ofrece un punto de partida para entender las dificultades de concentración, de esfuerzo continuado y de tolerar aprendizajes no inmediatamente satisfactorios que pueden tener hoy bastantes adolescentes.

### **3. Los videojuegos**

Una de las nuevas tecnologías que más éxito ha tenido en niños y adolescentes es la de la consola de juegos o videoconsola. Su finalidad principal es la del entretenimiento, con juegos de todo tipo: de competiciones automovilísticas, futbolísticas, baloncestísticas...; de rol; de construcción de imperios y civilizaciones; de batallas y guerras, clásicas o de ciencia ficción; de vida cotidiana; de simulación (de vuelo, por ejemplo); infantiles; etc.

#### **El cuánto y el cómo**

Su abaratamiento relativo y la variedad de juegos que ofrecen las empresas del sector seguramente estén tras el creciente auge de esta tecnología

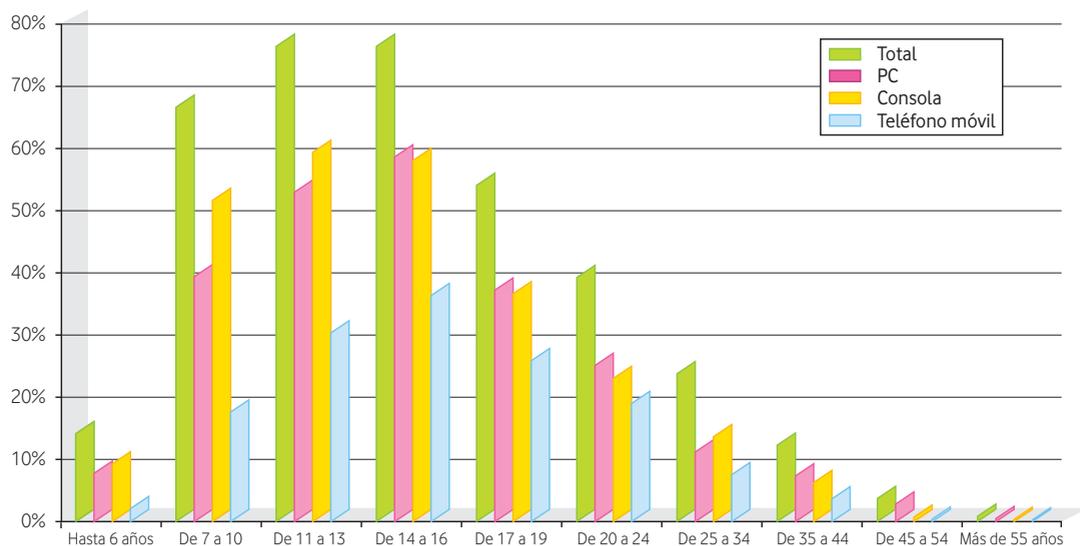
---

<sup>16</sup> Autor de *Very good management: a guide to managing by communicating* (Prentice Hall, 1983), comentado en Schrock-Taylor (2003).

entre jóvenes y no tan jóvenes. En España contamos con datos de una encuesta reciente acerca del uso de videojuegos patrocinada por la asociación de empresarios del sector (Adese, 2006) (gráfico 5). Se refiere tanto a juegos mediante consola como a juegos mediante ordenador o teléfono móvil.

Gráfico 5

**España, 2006. Porcentaje de usuarios de videojuegos, por tramos de edad y por medio utilizado**



Fuente: Elaboración propia con datos de Adese.

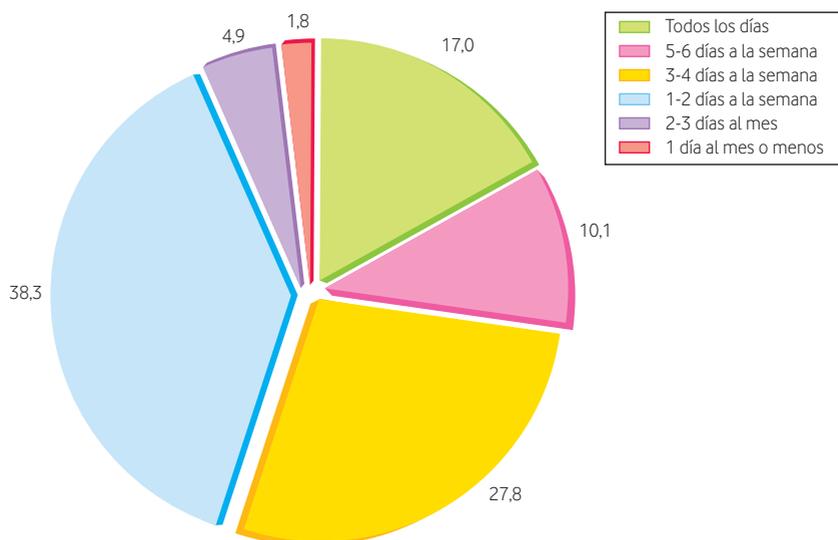
En el conjunto de la muestra, representativa de la población de 15 años o más, son usuarios de estos tipos de juegos el 20%, repartiéndose entre un 12,5% de juegos de ordenador, un 13% de juegos de consola y un 7,4% de juegos con teléfono móvil. Resulta evidente que la penetración de estas tecnologías es mucho mayor en niños y adolescentes que en el resto de la población. Entre los niños de 7 a 10 años, un 67% son usuarios de estos juegos (52,4% de consola), entre los de 11 a 13, lo es un 77% (60,3% de consola) y entre los de 14 a 16 el porcentaje asciende al 79,4% (un 58,8% de consola). A partir de ahí, las cifras caen, hasta un mínimo en el segmento de edad de más de 55 años.

La misma encuesta de Adese nos ofrece algunas pistas sobre cómo se utilizan estos juegos, así como de las actitudes de los usuarios de 7 a 34 años. Fijándonos sólo en los que utilizan videoconsolas (aunque los datos son parecidos para los que juegan con el ordenador), resalta lo siguiente (gráfico 6). La inmensa mayoría de los jugadores de consola juegan al menos un día a la semana, con un 27% de usuarios muy frecuentes (5 días o más), un 27,8% de usuarios bastante frecuentes (3 ó 4 días por semana) y un 38,3% de frecuencia semanal (1 ó 2 días).

No son muchos los jugadores (de cualquier tipo) que afirmen dedicar más tiempo que el año anterior a los videojuegos, aproximadamente un 25%, mientras que cerca de un 20% dice dedicar menos. Entre los primeros, son muy pocos (un 26%, es decir, un 6/7% del total de la muestra), a su vez, los que habrían quitado tiempo a otras actividades para dedicárselo a los videojuegos. La submuestra, en este caso, es muy pequeña, pero parece que una quinta parte se lo habría quitado a ver televisión, y otra quinta parte a otras actividades sociales, así como una cuarta parte se lo habría quitado a leer o estudiar.

Gráfico 6

**España, 2006. Frecuencia de juego con videoconsola**



Fuente: Elaboración propia con datos de Adese (2006).

La mayoría (71,4%) de los que juegan con consola lo hacen habitualmente solos, pero son muchos los que también suelen jugar acompañados (66,3%). Para estos últimos, los acompañantes preferidos son los amigos (33,9%) y los hermanos (26,0%).

## Riesgos de los videojuegos

Quizá son los videojuegos, junto con Internet, la nueva tecnología que más advertencias y bibliografía ha generado recientemente acerca de los riesgos para niños y adolescentes. Suellentrop (2006) cita la siguiente advertencia de un rabino americano en fecha tan temprana como 1982, cuando, prácticamente, sólo había juegos de "marcianitos":

"Cuando los niños pasan horas frente a una pantalla, jugando uno de esos juegos que son inherentemente violentos, tenderán a ver a las personas como ven a esos pequeños destellos en la pantalla a los que hay que disparar —que deben ser muertos antes de que te maten—. Y me temo que en 10 ó 20 años vamos a estar ante un grupo de niños que se convertirán en adultos que no perciban a las personas como seres humanos, sino, más bien, como otros destellitos que destruir —como cosas—".

Quizá el rabino formuló su preocupación en términos muy tremendos, pero algo de ella hay en la discusión pública sobre los videojuegos. No son pocos los que piensan que estimulan la agresividad de niños y adolescentes, su ensimismamiento, su falta de sociabilidad, su alejamiento del mundo real, su tendencia a la satisfacción inmediata, su fracaso escolar, su obesidad, etc.

En realidad, no contamos con buena evidencia de que las peores predicciones del rabino, o algunas menos tremendas, se hayan cumplido. Sí hay estudios en los que se comprueba una asociación entre el uso de videojuegos "violentos" y la agresividad de los que juegan con ellos.<sup>17</sup> Pero, por una parte, volvemos a enfrentarnos al mismo problema de la dirección de la cau-

---

<sup>17</sup> Véase, por todos, Anderson, Gentile y Buckley (2007).

salidad: ¿los videojuegos hacen a los adolescentes agresivos o son los adolescentes más agresivos los que más gustan de jugar con videojuegos? Y, por otra, no está nada claro que aumentos temporales de los niveles de agresividad medidos en un test, inmediatos a jugar con la consola o el ordenador, tengan necesariamente consecuencias a largo plazo.<sup>18</sup> Desde luego, en el país de los videojuegos por excelencia, EEUU, no se ha observado un incremento de las tendencias violentas u homicidas en la última década, justo la de mayor florecimiento y sofisticación de los juegos violentos (Ferguson, 2007), más bien al contrario (Stahl *et al.*, 2007). Más relevante es que una muy reciente revisión de los estudios sobre esta cuestión ha concluido que el uso de los videojuegos no está asociado con mayores conductas agresivas, sino, más bien, con efectos positivos en el ámbito de la cognición visual y espacial (Ferguson, 2007).

Quizá sí estimulen el ensimismamiento de los jóvenes, pero no siempre se juega solo, como hemos visto más arriba. Además, muchos juegos son de competición entre dos o más jugadores, especialmente los más recientes que se juegan online, a través del ordenador o de consolas conectadas a Internet. En este caso, quizás, podrían estar sustituyendo relaciones personales más directas por relaciones a distancia, tecnológicamente mediadas.

De todos modos, muchas veces se juega en compañía de amigos o familiares, quienes, aunque no estén jugando, están participando en el juego, "comentando la jugada" (cuadro 7), aconsejando tácticas y estrategias, o compartiendo la excitación de la partida. Y no son pocos los niños, adolescentes y jóvenes jugadores que dicen haber hecho amigos gracias a los videojuegos (cuadro 7).

---

<sup>18</sup> Ese tipo de investigaciones caben en la etiqueta de estudios de "efectos de los medios" en las actitudes y los comportamientos. Un problema añadido de este tipo de estudios es que, en muchas ocasiones, someten a los sujetos del experimento a condiciones experimentales alejadas de la experiencia cotidiana, es decir, a imágenes fuera de su contexto habitual, a imágenes que las personas normalmente no consumirían y pueden no entender, precisamente por esa falta de contexto (Jenkins, s. f.).

Cuadro 7 **España, 2006. Actitudes y comportamientos sobre los videojuegos de los jugadores de videoconsola (niños y jóvenes)**

	7 a 13 años	14 a 34 años
Están de acuerdo con la frase:		
Si juego con otras personas, al acabar siempre me gusta comentar cómo ha ido.	72,9	72,0
Me gusta jugar a videojuegos en los que para ganar depende de lo que hagan el resto de jugadores.	64,6	-
Una vez que empiezo con un videojuego, necesito seguir jugando con él para acabarlo cuanto antes.	57,4	48,5
Mientras estoy jugando con los videojuegos, me pongo más nervioso [siempre estoy tenso] (1)	51,3	36,4
Juego con videojuegos que sé que no son apropiados para mi edad.	35,0	-
He hecho amigos gracias a los videojuegos.	36,5	32,9
Después de jugar con los videojuegos, termino más nervioso de lo normal [con más tensión de lo normal].	42,3	38,0
Tengo más peleas con mis padres porque no entienden mis aficiones [Mi familia no me entiende / comprende mis aficiones/intereses].	19,4	23,1
Si juego con otra persona, y me hace perder la partida, no quiero volver a jugar con ella [procuro no volver a jugar con ella].	13,1	23,1
Mis padres no saben [Mi familia no sabe] a qué tipo de videojuegos suelo jugar.	8,0	23,8
Jugar con los videojuegos ha influido mucho en la mejora de mi capacidad de superación y habilidades.	-	41,3
Jugar con los videojuegos ha influido mucho en mi capacidad de trabajar en equipo.	-	26,9
N	124	232

(1) Entre corchetes la variante de la pregunta formulada a los jóvenes de 14 a 34 años  
Fuente: Adese (2006).

Respecto al alejamiento del mundo, los defensores de los videojuegos hablan de éstos como instrumentos de aprendizaje, aunque quizá no de las habilidades y conocimientos transmitidos en la enseñanza formal tradicio-

nal. Insisten en que el videojugador tiene que desarrollar estrategias, hacer continuos ensayos de prueba y error—y aprender de sus errores—, cooperar y/o competir, intentar adivinar las intenciones del programador, hacerse cargo de contextos y medios complejos, etc. Si hacemos caso a los adolescentes y jóvenes jugadores, habría que concluir que algo de ello hay: un 41,3% dice que jugar con videojuegos ha influido mucho en la mejora de su capacidad de superación y habilidades.<sup>19</sup> Los escépticos acerca de los daños de los videojuegos recuerdan que los videojuegos los utilizan, cada vez más, organizaciones como el ejército (o algunas corporaciones) para entrenar a sus miembros.<sup>20</sup>

Tampoco está claro que los juegos de ordenador estimulen la inclinación a encontrar satisfacciones inmediatas, como quizá sí lo haga el manejo del mando del televisor (véase más arriba). Es cierto que son bastantes los que dicen que cuando comienzan un videojuego necesitan seguir jugando con él para acabarlo cuanto antes: un 57,4% de los niños jugadores en España y un 48,5% de los adolescentes y jóvenes (14 a 34 años) (cuadro 7). Pero lo mismo nos ocurre, en bastantes ocasiones, con la lectura de novelas o de libros que “enganchan” y que no podemos dejar hasta haber dado cuenta de ellos. Además, aunque algunos juegos duran poco tiempo, muchos de los actuales requieren decenas de horas para completarlos, lo mismo que ocurre con la lectura de casi cualquier novela.

Son más difíciles de defender los videojuegos en otras dos consecuencias. Por una parte, en la medida en que contribuyen al sedentarismo de niños y adolescentes, contribuyen, indirectamente, al mantenimiento o aumento de tasas de obesidad infantil y juvenil que los miembros del establishment médico que mejor se hacen oír consideran como perniciosas. En esto, los efectos de los videojuegos se unirían a los de la televisión, los ordenadores e Internet, pero también a los temores, reales o no tanto, de los padres, que les han llevado a reducir al máximo la vida en la calle de sus hijos, con la consiguiente merma de su ejercicio físico.

---

<sup>19</sup> Hay que entender el acuerdo con esa afirmación con cautela: se supone que el resto de los encuestados está en desacuerdo con esa afirmación (o no contesta). El problema es que no sabemos muy bien qué significa estar en desacuerdo.

<sup>20</sup> Véase, por ejemplo, Jenkins (s. f.) y Suellentrop (2006).

Por otra parte, sin negar los efectos positivos en algunos tipos de aprendizaje de los videojuegos, contamos con alguna evidencia que asocia las videoconsolas con peores resultados académicos. En un trabajo sobre los datos españoles del estudio PISA 2003 (Fernández y Rodríguez 2007), aun controlando por múltiples variables que pueden influir en el rendimiento escolar, se aprecia una asociación positiva entre la presencia de una videoconsola en el hogar del estudiante y el que éste haya repetido algún curso en su carrera escolar hasta los 15 años. Un estudiante típico, con valores medios en las variables explicativas consideradas y con videoconsola en casa tiene una probabilidad de haber repetido del 22%, mientras que el mismo estudiante, si no dispone de ella, presenta una tasa de repetición del 19%.<sup>21</sup> No son diferencias grandes, pero sí apuntan a una realidad a la que prestar más atención. De nuevo, puede ocurrir que sean los estudiantes menos aplicados los más inclinados a jugar con las consolas y los más insistentes ante sus padres para que éstos se las compren. Pero también puede suceder que las consolas, efectivamente, supongan una distracción de la necesaria atención que niños y adolescentes han de prestar a sus estudios y tareas escolares.

Un último problema que pueden plantear los videojuegos a los adolescentes es el de que éstos estén consumiendo juegos no apropiados para su edad sin el conocimiento de sus padres. En la encuesta de Adese, un 35% de los niños de 7 a 13 años reconoce jugar con juegos que saben que no son apropiados para su edad (cuadro 7). Sin embargo, da la impresión de que, aparentemente, las familias de esos niños están al tanto de esa circunstancia, pues sólo un 8% dice que sus padres no saben a qué videojuegos suelen jugar.

#### **4. El teléfono móvil**

Desde el punto de vista de niños y adolescentes, el teléfono móvil implica una gran novedad, en comparación con el teléfono fijo. Éste era bastante más controlable por los padres, era un recurso más escaso que había que compartir con el resto de la familia, y era más “público” (permitía menos conversaciones privadas). El teléfono móvil propio permite conversaciones privadas fuera

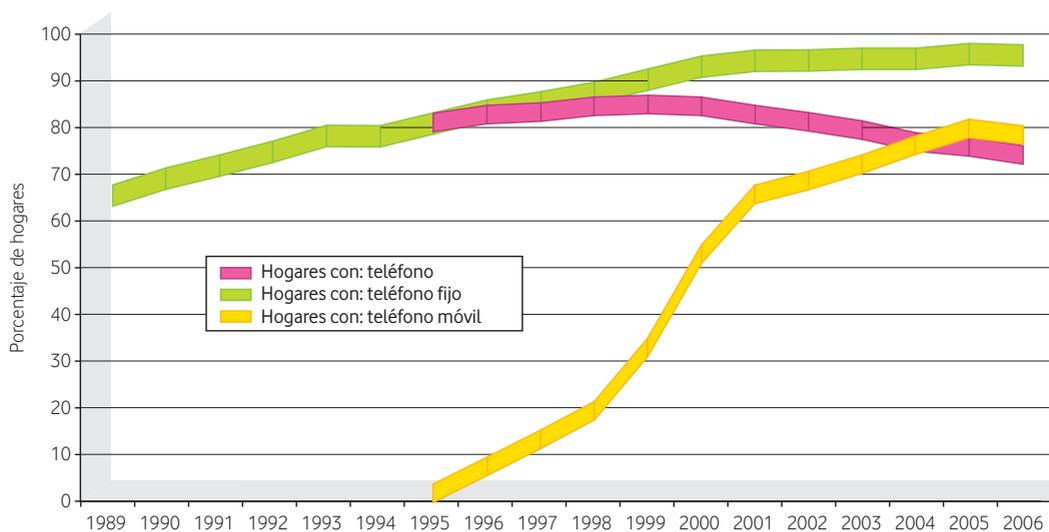
---

<sup>21</sup> Véase también Lacasa (2007).

del alcance de los padres, en cualquier lugar y momento, y, sobre todo, un contacto permanente con los miembros de los distintos grupos de pertenencia del adolescente, es decir, los amigos, los compañeros de clase, de diversión, los distintos pares, pero también la familia. El teléfono móvil permite lo que los anglosajones podrían llamar "non-stop gossiping", es decir, el estar todo el día hablando de las relaciones sociales dentro de esos grupos.

Gráfico 7

### España (1989-2006). Hogares con teléfono, fijo o móvil

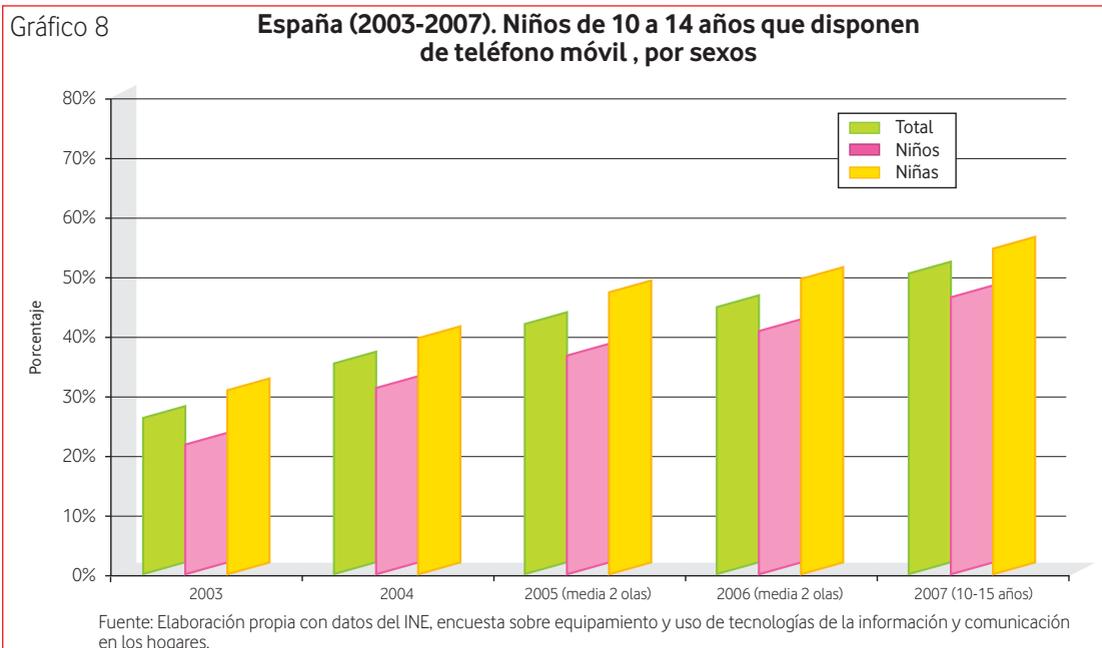


Fuente: Elaboración propia con datos del *Marco general de los medios en España* (AIMC, varios años).

## El cuánto y el cómo

El teléfono móvil es la nueva tecnología de la comunicación que más rápido se ha instalado en las sociedades europeas, también la española. Hasta tal punto es así que, en la actualidad (2006), la tasa de penetración del teléfono móvil en los hogares españoles (80,5%) es superior a la del teléfono fijo (76,2%), como puede verse en el gráfico 7. Incluso, no son pocos los hogares en los que no se dispone de teléfono fijo. Eran un 17,9% a la altura de 2004 (Peleteiro y Gabardo, 2004) y un 23% a comienzos de 2006 (European Commission, 2006a).

Una extensión tan amplia y rápida ha acabado por llegar a niños y adolescentes. El INE ofrece cifras de uso de nuevas tecnologías para niños de 10 a 15 años. En el gráfico 8 se recoge el porcentaje de los que disponen de teléfono móvil. Como puede verse, un 65% de esos niños disponía en 2007 de teléfono móvil, con un crecimiento notable en el último lustro. También se comprueba que son más las niñas con teléfono móvil que los niños (70 y 60%, respectivamente), lo cual sugiere dos hipótesis no excluyentes mutuamente. Por un lado, puede que, como en el pasado, la costumbre de hablar por teléfono con los amigos siga estando más extendida entre las chicas. Una ilustración de esto la ofrece una encuesta de la Sleep Foundation, en Estados Unidos. En ella se les pregunta por actividades que desarrollan una hora antes de acostarse al menos varias noches a la semana: un 51% de las chicas menciona hablar por teléfono, frente a un escaso 29% de los chicos.<sup>22</sup> Por otro lado, puede que los padres sean más sensibles a cuestiones de seguridad y control en el caso de las niñas, y sean más proclives a comprarles un móvil a ellas que a ellos.



<sup>21</sup> 2006 Sleep in America Poll (los resultados están disponibles en: <http://www.sleepfoundation.org/hottopics/index.php?secid=16&id=392>).

Prácticamente todos los adolescentes tienen teléfono móvil. En 2005, afirmaba tenerlo el 90% de los adolescentes de 12 a 17 años encuestados por Cimec y Millward Brown (2005). A finales de 2006, si la tasa de penetración del móvil personal era del 79% de los individuos de 14 años o más, en los de 14 a 19 años era del 94%, escasamente por debajo de las de los de 20 a 24 (98%) o los de 25 a 34 (96%), y similar a la de los de 35 a 44 (94%), pero superior, claramente, a la de los de edades más avanzadas (cuadro 8).

Cuadro 8

**España, 2006. Porcentaje de personas que disponen de teléfono móvil, por edad**

Total	79
14 a 19 años	94
20 a 24 años	98
25 a 34 años	96
35 a 44 años	93
45 a 54 años	83
55 a 64 años	70
65 y más años	35

(1) Fuente: Estudio General de Medios, octubre/noviembre de 2006.

Los datos de una encuesta de Red.es (OTSI, 2005), celebrada en 2004, confirman el mayor uso entre adolescentes que entre niños. Un 71% de los de 10 a 15 años sería usuario de teléfono móvil, frente a un 89% de los de 16 a 17. Además, la frecuencia de uso es mayor entre los segundos que entre los primeros: un 63% de los segundos lo usa diariamente, frente a un 31% de los primeros.

El uso que los adolescentes hacen de los móviles es sustancialmente distinto del que hacen los adultos. Lo utilizan menos para hablar y más para enviar mensajes, sobre todo de texto, aunque, con las nuevas posibilidades de los móviles, debe de estar creciendo el envío de mensajes multimedia (con fotos, sonidos, incluso con pequeños vídeos), y se prevé que siga haciéndolo en el futuro (CIMEC y Millward Brown, 2005). La misma encuesta de Red.es nos permite observar esas diferencias (cuadro 9).

**Cuadro 9 España, 2004. Usos del móvil entre niños, adolescentes y adultos**

Porcentaje de usuarios de teléfono móvil que llevan a cabo determinadas acciones varias veces al día

	10 a 15	16 a 17	18 y más con niños	18 y más sin niños
Recibir llamadas de voz	16	29	34	30
Realizar llamadas de voz	10	20	28	26
Recepción y envío de SMS	30	51	15	20

Porcentaje de usuarios de teléfono móvil que llevan a cabo determinadas acciones con frecuencia igual o superior a varias veces a la semana

	10 a 15	16 a 17
Descargar tonos y melodías	4	7
Mensajes multimedia	3	9
Juegos descargables	4	6
Cámara de fotos	9	15

(1) Fuente: Elaboración propia con datos de Red.es (OTSI, 2005).

Un 29% de los adolescentes de 16 a 17 años recibe llamadas de voz cada día (incluso varias veces al día), un porcentaje algo inferior al de los adultos (entre un 30 y un 34%), pero claramente superior al de los entrevistados de 10 a 15 (16%). Se ve una diferencia mayor en la proporción de los que realizan llamadas de voz cada día, pues son sólo el 20% de los de 16 a 17, frente a un 26/28% de los adultos. La gran diferencia, de todos modos, reside en la recepción y envío de mensajes de texto (SMS), algo que hacen una o más veces al día el 51% de los de 16 a 17 años, frente a unos escasos 15/20% de los adultos. Incluso los de 10 a 15 años presentan una frecuencia superior a la de los adultos (30%). Estas diferencias no son específicas de España, sino que se dan incluso en países de adopción relativamente tardía de la telefonía móvil, tal como Estados Unidos (Lev-Ram, 2006).

El envío de mensajes por los adolescentes es tan usual que hace unos años se publicó un estudio en el que, según los autores, se comprobó que los pulgares (el dedo más utilizado para marcar números y letras al escribir

mensajes) de dichos adolescentes estaba experimentando transformaciones ya mensurables, tanto en grosor como en destreza.<sup>23</sup> Y un libro reciente sobre el impacto social de los móviles se llama *Thumb culture: the meaning of mobiles phones for society (La cultura del pulgar: el significado de los teléfonos móviles para la sociedad)* (Glantz et al., eds., 2005).

Hay alguna otra encuesta con resultados públicos sobre cómo usan el móvil los adolescentes españoles (Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, 2006), pero se refiere sólo a población madrileña, no está claro que sea estadísticamente representativa, y el tipo de preguntas profundiza muy poco en los aspectos sociales o familiares del uso del móvil entre adolescentes.<sup>24</sup>

De todos modos, contamos con encuestas extranjeras, en las que podemos comprobar detalles que, probablemente, sean similares en España. Recientemente se ha publicado *The Mobile Life Youth Report 2006*, con datos referidos a adolescentes de 11 a 17 años en el Reino Unido en junio-julio de 2006 (YouGov, 2006). Asimismo, pueden encontrarse referencias interesantes en los grupos de discusión con niños españoles (9 a 14 años) celebrados en primavera de 2007 en el marco del programa "Safer Internet for Children" (European Commission, 2007).

En lo que toca a la vida social de los adolescentes, la gran mayoría (78%) afirma que su teléfono móvil les permite una vida social mejor, ya que pueden mantenerse en contacto con sus amigos con más facilidad. Y no son pocos los que echan de menos que el teléfono no suene una sola vez en un día: un 26% dicen sentirse poco queridos (unwanted) si algo así pasa. Entre las chicas de 15 a 17 este sentimiento está todavía más extendido (42%). La evidencia cualitativa de "Safer Internet for Children" sugiere ciertas diferencias por sexos: en las chicas, el uso principal de los móviles es la comunicación con sus pares; en los chicos, ese uso está más compensado por los

---

<sup>23</sup> "Thumbs take over for text generation", *BBC News*, 25 de marzo de 2002 (<http://news.bbc.co.uk/1/hi/health/1891920.stm>).

<sup>24</sup> Con los datos ofrecidos en la publicación no podemos asegurar casi nada acerca de dicha representatividad. De todos modos, usaremos algunos de sus hallazgos a título ilustrativo.

usos recreativos (juegos, música, descarga de imágenes y tonos...) (European Commission, 2007).

Pero, como sabemos, esa vida social no se mantiene sólo con llamadas, sino con SMS. El envío de mensajes de texto permea buena parte de la vida social de los adolescentes con móvil. Bastantes habrían recibido un SMS proponiendo una cita (un 24% de los de 11 a 15 años, un 16% de los de 16 a 17), y algunos menos (13 y 16%, respectivamente) lo han utilizado para romper una relación. Los SMS no son exclusivos de los momentos de ocio: aunque bastantes desapruaban enviar o recibir SMS mientras están en clase, la mitad afirma haber enviado un SMS en una ocasión tal. Las chicas de 15 a 17 se resisten todavía menos a hacerlo (67%). Claro que la novena parte de los adolescentes, incluso, ha hecho llamadas o las ha recibido en tiempo de clase.

Los móviles son, posiblemente, un elemento central en la configuración actual del grupo de pares. ¿Lo son también de las relaciones familiares? Por una parte, una mayoría de adolescentes (59%) afirma que sus padres les dan más libertad por el hecho de poseer un móvil, y un 53% dicen que les dejan salir hasta más tarde. A fin de cuentas, es más fácil tenerlos localizados por si surge algún problema. Muy amplias mayorías de padres están de acuerdo con poder localizar, gracias al teléfono móvil, a sus hijos, tanto a los menores de 12 años como a los de 13 a 16. Y una mayoría (71%) de adolescentes también está de acuerdo en lo que respecta al primer grupo, pero sólo una minoría (35%) está de acuerdo con el seguimiento a los más mayores. Como cabía esperar, para los adolescentes, su móvil comporta una privacidad parecida a la de un diario personal. Dos tercios no permitirían a sus padres examinar los SMS enviados y recibidos, ni las fotografías almacenadas en el móvil. En los grupos de "Safer Internet..." se observa algo similar. Los adolescentes se sienten libres en su uso del móvil, y sus padres no controlan a quién llaman o quién usa el móvil. El principal condicionamiento que les imponen es que no gasten demasiado y que no se resienta su rendimiento en los estudios.

Casi más relevante, desde el punto de vista del control paterno, es que casi un tercio (29%) de todos los adolescentes reconozca que el móvil le permite tener amigos o relaciones que sus padres desaprobarían, así como

que un 35% reconozca que el móvil le permite comunicarse con regularidad con personas de las que no quieren que sus padres se enteren.

## Riesgos y usos problemáticos

Como otras nuevas tecnologías de la comunicación, el uso del teléfono móvil puede llevar a dedicar menos tiempo a otras actividades que, al menos los adultos (padres y profesores, por ejemplo) consideran más útiles y necesarias para los adolescentes, tales como la lectura. No es raro ver a los jovencitos en los medios de transporte públicos tecleando con el pulgar a toda velocidad para enviar mensajes, suponemos, a sus amigos, conocidos o parejas. Si no estuvieran “mensajeándose”, ¿estarían leyendo? Lo cierto es que no hemos encontrado evidencia publicada sobre si el móvil distrae de la lectura o del estudio.

Sin embargo, en la ya mencionada encuesta de ASP del año 2000 sí encontramos una asociación entre tener móvil y sacar peores calificaciones en la ESO. Como se ve en el cuadro 6, aun teniendo en cuenta una amplia colección de variables que pueden estar asociadas con el rendimiento escolar, el que el estudiante de ESO tuviera teléfono móvil propio estaba asociado con 0,50 asignaturas suspensas más en la evaluación por la que se preguntó, con una influencia que quizá superaba a ver muchas horas de televisión al día.<sup>25</sup>

De nuevo, esta asociación no implica causalidad. Es decir, puede suceder que tener un teléfono móvil distraiga de los estudios o que abundase más, en un primer momento, el teléfono móvil entre los peores estudiantes. Dejando de lado a las alumnas de ESO, entre las que, según nuestra encuesta, la posesión de teléfonos móviles era entonces superior a la de los chicos (32 frente a 19%), y en las que la posesión de teléfono móvil no parece estar asociada a sus resultados escolares, cabría argumentar de la manera siguiente. Los alumnos con mejores resultados académicos son los que menos vida social tienen en un colegio privado o un instituto público. En parte, es resultado de su propia inclinación a ocuparse más de los estudios.

---

<sup>25</sup> La misma regresión, aplicada a la submuestra de estudiantes varones, suponía que el tener teléfono móvil propio se asociaba con 1,1 asignaturas suspensas más.

En parte, como argumentaría Coleman (1961), podría ser resultado de verse excluidos de unos grupos en los que los buenos resultados académicos son vistos como “cosa de adultos” y, por tanto, como algo menos valioso que otros tipos de comportamientos, cualidades y/o pertenencias. Si esto es así, y puesto que el teléfono móvil es, sobre todo, un instrumento para cultivar la vida social propia, en su mundo propio, de los adolescentes, entonces, los que más vida social tenían (descontando, recordemos, a las chicas), habrían abundado entre los “pioneros” de esta tecnología. Pero si “vida social” entre los adolescentes equivale a no preocuparse demasiado por los estudios, entonces, es lógico que se dé la fuerte asociación entre malos resultados académicos y posesión de teléfono móvil que hemos descubierto.

Como hemos dicho, el teléfono móvil escapa mejor, en principio, del control de los padres que el fijo. Por ello, no es extraño que, en su uso, los adolescentes incurran en comportamientos no especialmente deseados por sus padres (o por los adultos en general). En la encuesta británica antes citada, el uso de tacos u otras expresiones inadecuadas (bad language) es frecuente: casi la mitad de los adolescentes de 11 a 15 años ha enviado o recibido algún mensaje con ese tipo de expresiones, proporción que sube al 70% de los de 16 a 17 años. Más de un cuarto de estos últimos (28%) ha enviado o recibido un mensaje con contenidos sexuales explícitos, y un sexto (16%) ha enviado o recibido una foto o un vídeo de esas características (claramente, más los chicos [20%] que las chicas [11%]). En la encuesta a adolescentes madrileños observamos comportamientos parecidos. Por ejemplo, un 9% de ellos habría recibido fotografías pornográficas (Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, 2006).

Otro problema tradicional de los adolescentes, lo que hoy denominamos “acoso” (como en “acoso escolar” o “acoso sexual”), también puede encontrar una vía de desarrollo en la comunicación mediante móviles. Y, de nuevo, puede escapar, por ello, al control de los adultos. En la encuesta a adolescentes madrileños, con una formulación un tanto ambigua, un 3% de ellos decía haberse sentido acosado sexualmente (así se afirma en el informe) en varias ocasiones a través del móvil, y un 15% en alguna ocasión. Y no serían pocos los que habrían enviado mensajes amenazantes o insultantes: un 4% lo habría hecho en varias ocasiones y un 16% alguna vez.

Por último, una utilidad ya no tan frecuentada de los móviles, como es la de *chatear* con conocidos o desconocidos, también puede ser problemática, pues permite al adolescente ponerse en situaciones de riesgo. Un 14% de los adolescentes madrileños con móvil decía haberlo usado alguna vez para *chatear*, y un 7% (la mitad, por tanto) lo habría hecho con personas desconocidas.

## 5. El ordenador personal

Junto con los teléfonos móviles, los ordenadores personales (e Internet, a la que dedicamos el capítulo siguiente) constituyen la tecnología de la información y la comunicación más revolucionaria en la vida de las personas, especialmente de los adolescentes. En esta sección trataremos de sus usos no vinculados a la comunicación, y sólo mencionaremos Internet como herramienta de búsqueda y almacenamiento de información. En este sentido, los ordenadores pueden ser un importante instrumento de aprendizaje y de entretenimiento. Dejando de lado, por ahora, las ingentes cantidades de información a las que se puede acceder, si se busca bien, en Internet, el ordenador personal puede convertirse en una ayuda para el aprendizaje escolar. Con los programas apropiados, se puede reforzar la enseñanza escolar o, incluso, como hacen muchos *homeschoolers* en Estados Unidos, sustituirla del todo. Enciclopedias, programas de ejercicios, programas que plantean determinadas asignaturas omnicomprendivamente, y algunos ejemplos más pueden conseguirse con creciente facilidad en el mercado. Y son cada vez más las editoriales de libros de texto que suministran, en formato CD-ROM o a través de Internet, un apoyo informático a sus libros en papel.

Los ordenadores, por tanto, bien usados, pueden facilitar al adolescente su estudio, la redacción de trabajos, hacer unos primeros “pinitos” en investigación, el hacer ejercicios prácticos sistemáticamente, etc. En realidad, sin entrar en más juicios, los ordenadores casi forman ya parte de la alfabetización mínima del siglo XXI en las sociedades avanzadas. Desde luego, hay muchos trabajos que no requieren de conocimientos informáticos, pero son cada vez menos. Y, obviamente, podemos sacar adelante vidas plenas sin

tocar un ordenador, pero es más fácil hacerlo si se sabe manejar una herramienta así mínimamente. Entre muchas otras cosas, es más fácil manejar las cuentas del banco, es más fácil adquirir cada vez más productos y servicios (y, sobre todo, buscar información sobre ellos), es más fácil acceder a determinadas posibilidades de ocio (música, sobre todo; también películas), también lo es acceder a información, y también, y esto no es poco importante, compartir con los próximos los quehaceres cotidianos y las ocasiones extraordinarias, así como las impresiones que provocan.

## El cuánto

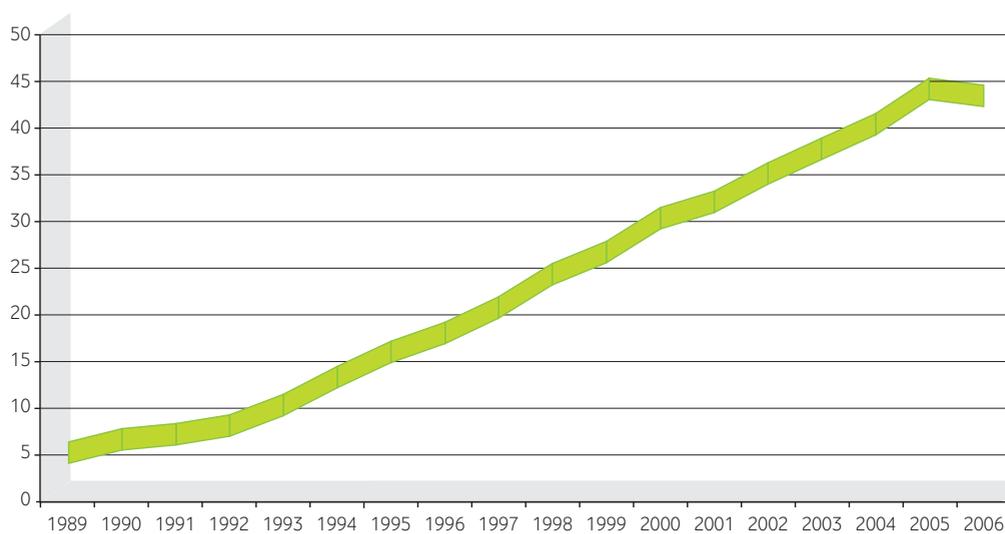
Esta nueva "alfabetización" está asociada al nivel de desarrollo económico de los países de una manera curiosamente problemática. A primera vista parece como si creciera a medida que crece la renta per cápita, pero, obviamente, esto no es algo ni mucho menos automático, y hay países que, por su renta per cápita, probablemente, deberían tener tasas de penetración de los ordenadores personales superiores. Es el caso, por ejemplo, de España (en el marco de la Unión Europea) (véase gráfico 9).



En España, en cualquier caso, el número de usuarios de ordenador personal ha ido creciendo en los últimos lustros, así como la proporción de hogares que cuenta con algún ordenador. En el gráfico 10 se comprueba cómo el ritmo de crecimiento ha caído algo desde principios de los noventa y cómo tiende a estabilizarse. En 2006, el porcentaje de hogares con ordenador era escasamente inferior al 45%.

Gráfico 10

### España (1989-2006). Porcentaje de hogares con ordenador personal



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC (2006).

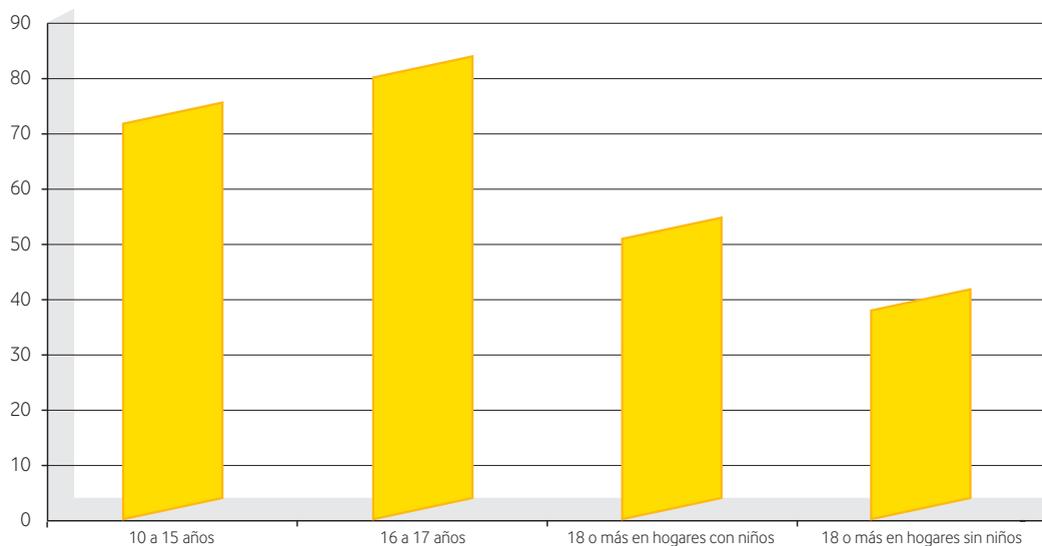
Los niños de cierta edad y los adolescentes son dedicados usuarios de ordenadores. Según la encuesta de Redes para el año 2004 ya citada, usaría ordenador el 75% de los entrevistados de 10 a 15 años, así como el 83% de los de 16 a 17, frente a porcentajes más bajos de los adultos, entre 54 y 41% según se trate de adultos que viven en hogares con niños (más jóvenes, por tanto) o en hogares sin niños (gráfico 11). Hoy, probablemente, esas cifras serán superiores.

El INE nos ofrece datos más recientes para el segmento de 10 a 15 años (gráfico 12). En 2007, un 93% de aquéllos había utilizado un ordenador en los tres meses anteriores. Niños y niñas presentan niveles de uso muy simi-

lares (92 y 94%, respectivamente). El crecimiento reciente en el número de niños usuarios de ordenador ha sido muy notable

Gráfico 11

### España, 2004. Usuarios de ordenador según edad y tipo de hogar, en porcentaje



Fuente: Elaboración propia con datos de Red.es (OTSI, 2005).

En la encuesta de Red.es de 2004, la razón más aducida por niños y adolescentes para explicar por qué no eran usuarios de ordenador (61/62%) era que no disponían de él en su hogar, mientras que eran muy pocos los que decían no necesitarlo (15/16%). Las causas aducidas por los mayores de edad eran algo distintas: seguían siendo mayoritarios los que argüían no tenerlo en el hogar (53/56%), pero no eran pocos los que decían no necesitarlo (38/51%).

### Riesgos del ordenador para los adolescentes

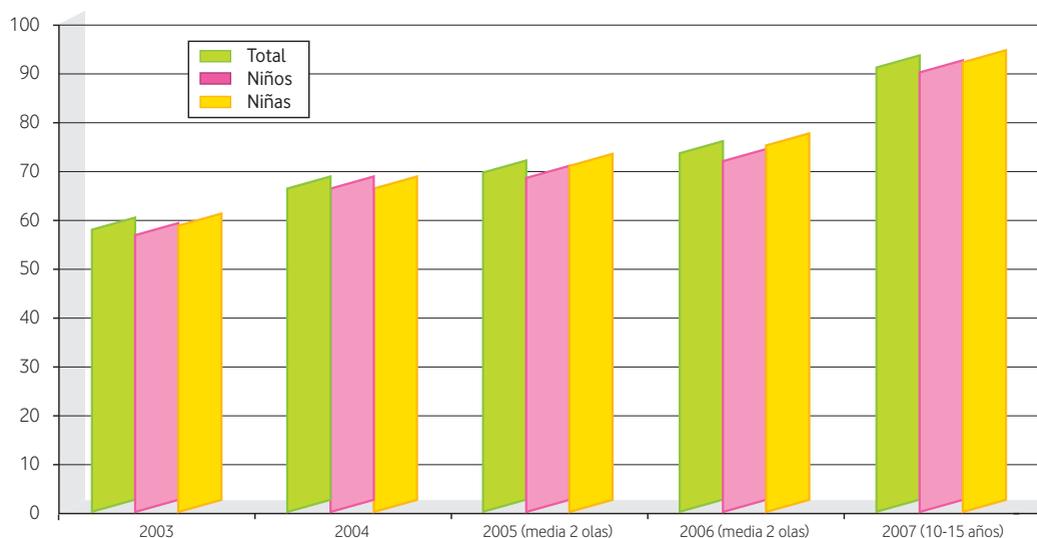
Como las demás tecnologías que analizamos, el uso de los ordenadores (sobre todo el vinculado a Internet) comporta ciertos riesgos para los ado-

lescentes, al menos, desde el punto de vista habitual de los adultos que son responsables de ellos.

Uno de ellos es el acceso a contenidos considerados como inapropiados por esos adultos. Nos referimos, por ejemplo, a imágenes o vídeos pornográficos, a imágenes o vídeos excesivamente violentos, y a páginas web que estimulen el odio entre personas por motivos de sexo, raza, condición social, etc. Los dos primeros contenidos serían moralmente inapropiados. Los segundos añaden el riesgo de participar en las actividades de redes de jóvenes, clandestinas o no, que hacen bandera de esos odios (grupos violentos de extrema derecha o de extrema izquierda).

Gráfico 12

### España (2003-2007). Niños de 10 a 14 años usuarios de ordenador en los últimos 3 meses, por sexos



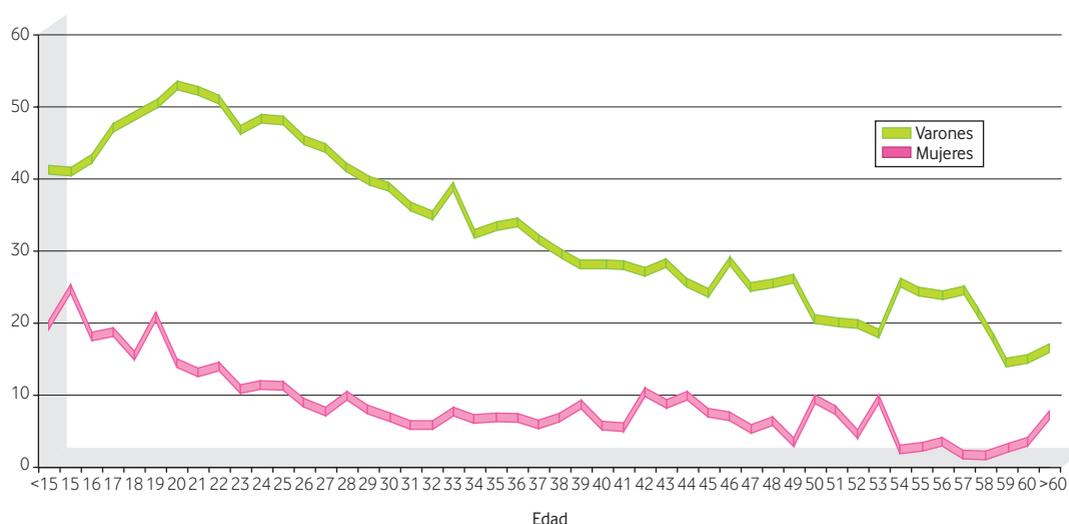
Fuente: Elaboración propia con datos del INE, encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares.

Muchas veces se ha dicho que el sexo, el porno (blando y duro), es ubicuo en Internet. Y no son pocos los usuarios, adultos o no, que dicen que “sin querer” han ido a parar a una página web pornográfica. En realidad, esas

páginas, aunque no son pocas, no son tan ubicuas. Una investigación reciente, encargada por el Departamento de Justicia de EEUU y llevada a cabo por Philip B. Stark, profesor de estadística en la Universidad de California en Berkeley, ha concluido que un 1,1% de los sitios web indexados por Google y Microsoft tienen contenidos sexuales explícitos (Dale, 2006). Además, ir a parar a ese tipo de páginas por casualidad es poco frecuente. Hay que buscarlas. Y son muchos los que las buscan, aunque las búsquedas de contenido sexual no son tantas como a veces se piensa: la investigación de Stark revela que 1,7% de las búsquedas efectuadas a través de AOL, MSN y Yahoo son sexualmente explícitas.

Gráfico 13

**España, 2006. Internautas que han visitado alguna página web de adultos en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

Como es sabido, los adolescentes acceden a esos contenidos, a pesar de que sus padres estén en desacuerdo, y los chicos visitan mucho más que las chicas ese tipo de páginas. Una encuesta de AIMC a usuarios de Internet llevada a cabo a finales de 2006 permite comprobar el patrón de visitas a las

páginas “para adultos” según la edad y el sexo del internauta.<sup>26</sup> Lo primero que resalta es que, en cualquier edad, el porcentaje de mujeres que dice haber visitado alguna página para adultos en el último mes es muy inferior al de varones (gráfico 13).<sup>27</sup> El porcentaje de varones multiplica el de mujeres por tres o cinco, salvo en las edades más avanzadas, en las que las diferencias son menores. En segundo lugar, se observa una asociación de este consumo con la edad de los encuestados, tanto para las mujeres como, mucho más claramente, los varones. En el caso de éstos, da la impresión de que, partiendo de niveles próximos a dos quintos de los internautas de 15 años o menos, el porcentaje asciende hasta unos máximos cercanos al 50% en los de 18 a 25 años (ya adultos, claro). A partir de ahí, se observa una pendiente suavemente descendente que llega a mínimos (en las edades que consideramos) inferiores al 20% a la altura de los sesenta años.

Da la impresión, por tanto, de que no son pocos los adolescentes, sobre todo varones, que incurren en un comportamiento, en principio, poco deseado por los padres. Puede que éstos no se estén enterando. Puede ocurrir, también, que, como con otros comportamientos, en principio, prohibidos o desaconsejados, estén haciendo la vista gorda, en el supuesto de que no son tan dañinos, o ante lo engorroso de enfrentarse a una realidad así. Es

---

<sup>26</sup> Se trata de una encuesta a unos 49.400 internautas, cuyas respuestas se recogieron en un formulario online al que accedían al visitar un conjunto amplio de las páginas web más visitadas en España. Es decir, se trata de una muestra autoseleccionada y, por tanto, no representativa, estadísticamente hablando, de toda la población internauta española. A nuestro juicio, sin embargo, sí deben de reflejar los datos de la encuesta los comportamientos de los internautas más asiduos, los que con más probabilidad habrán entrado en las páginas de la encuesta. Probablemente también comporte una sobrerrepresentación de varones, especialmente jóvenes, a la vista de los datos sobre composición de la población de Internet que se conocen mediante encuestas representativas. A pesar de todo ello, resulta muy útil para hacer comparaciones por edades y por sexos, pues, descontando que la frecuencia de los distintos comportamientos de uso de Internet medidos en la encuesta esté algo hinchada, no hay razones para pensar que la “hinchazón” sea mayor en unos grupos que en otros. Por otra parte, esas comparaciones por sexo y edad arrojan resultados que encajan bien con otras encuestas, estas sí representativas, tanto españolas como foráneas.

<sup>27</sup> Lo cual confirma un hallazgo muy común en los estudios sobre consumo de pornografía. Véase, por ejemplo, Malamuth (1996).

poco probable una tercera alternativa: que hayan instalado programas en el ordenador que impidan la visita a las páginas para adultos. No contamos con buena evidencia cuantitativa al respecto, pero cabe suponerlo teniendo en cuenta el elevado porcentaje de chicos que las visitan y la elevada fiabilidad de esos filtros. En la investigación del Departamento de Justicia americano ya reseñada, se averiguó que el filtro más estricto (el Mature Teen, de AOL) bloqueaba un 90% de las páginas sexualmente explícitas, y que otros filtros, menos restrictivos, bloqueaban, como poco, el 40%. En los grupos de "Safer Internet...", los adolescentes (12-14 años) se topan con frecuencia, sin quererlo, con páginas o publicidad con contenidos pornográficos, pero no lo consideran lo suficientemente importante como para comentarlo con sus padres (European Commission, 2007).

Más recientemente, se ha encendido la alerta acerca de otras páginas web, aquéllas en las que, precisamente, se dan cita adolescentes con problemas alimentarios, como la anorexia y la bulimia. No para ayudarse mutuamente a superarlos, sino, más bien, para encontrarse con los afines, animarse en sus extrañas empresas y desarrollar estrategias y tácticas de resistencia ante los intentos de los adultos por acabar con esas patologías. No sabemos mucho acerca de la extensión de este tipo de páginas, aunque sí han aparecido noticias al respecto en los medios de comunicación y se ha elaborado un primer estudio sobre las características de quiénes las visitan y lo que encuentran en ellas.<sup>28</sup>

## **Ordenadores y rendimiento escolar**

Las dudas que algunos hayan podido albergar hacia la influencia de los ordenadores en el rendimiento escolar no parecen haberse sustanciado. La evidencia empírica disponible habla de una relación positiva entre el uso de ordenador y el rendimiento escolar. La OCDE ha hecho un especial hincapié

---

<sup>28</sup> Se trata del estudio de la asociación Protégeles denominado "Apología de la anorexia y bulimia en Internet". No estamos seguros de que se haya publicado in toto, pero las conclusiones están recogidas en Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid (2005: 467-471).

en ello en su estudio "*Are students ready for a technology-rich world?*" (OECD, 2006), basado en los resultados de las pruebas PISA en un conjunto de países desarrollados y poco desarrollados. El estudio exhaustivo de los datos españoles (Fernández y Rodríguez, 2007) revela una asociación sustantiva y estadísticamente significativa entre el disponer de un ordenador en casa como ayuda para el estudio y el haber repetido curso, una vez controlada la influencia de una amplia colección de variables explicativas. Así, un alumno hipotético con valores medios en cada una de esas variables pero sin ordenador en casa tendría una probabilidad de repetir del 31%, mientras que ese mismo alumno hipotético, pero con ordenador en casa, la tendría del 18%, esto es, un 72% menor. El cuadro 6, ya comentado, en el que se recogen los resultados de un análisis equivalente para explicar las asignaturas suspendidas en una evaluación en la ESO, llega a conclusiones similares. Los estudiantes que no tienen ordenador en el hogar suspenden 0,6 asignaturas más que los que sí lo tienen, aun teniendo en cuenta otros factores que pueden influir.

Obviamente, la existencia de asociación estadística, aunque sea muy sustantiva, no nos dice nada de la causalidad de la relación entre uso de ordenador y rendimiento escolar. Puede ocurrir que, efectivamente, el primero ayude al segundo. Pero también puede suceder que, en parte, los padres adquieran los ordenadores como premio a un buen rendimiento escolar. Entonces, el que hubiera ordenador en casa sería, más bien, efecto del rendimiento, y no su causa. Asimismo, podría explicarse una parte de ese comportamiento de los padres como respuesta a las demandas implícitas o explícitas de los hijos. Podría ocurrir que los más aplicados en la escuela estuvieran más inclinados a experimentar con esta nueva tecnología, y los menos aplicados a experimentar con otras o a otro tipo de actividades. De nuevo, el tener ordenador en casa sería efecto y no causa de un buen rendimiento escolar. También podrían ser ambos efectos de una tercera causa. En cualquier caso, lo cierto es que no se produce una asociación negativa entre ambas variables.

## 4. El papel de Internet en la conformación de los mundos de la adolescencia, y sus riesgos

### 1. Introducción

Ya hemos comentado que uno de los principales usos actuales del ordenador personal es la conexión a Internet, la red mundial de ordenadores. Dentro de este uso cabe distinguir varios que nos interesan. Ya hemos hablado de la visita de páginas web, al resaltar los riesgos de encontrarse con páginas no aconsejables, pero también hay que mencionar un conjunto de utilidades mediante las que se desarrollan las múltiples conversaciones “virtuales” que mantienen los adolescentes: el correo electrónico, la mensajería instantánea, los chats, los blogs y las comunidades virtuales. En esta sección nos ocupamos de los dos primeros.

Cuadro 10	<b>España, 2004. Uso de Internet y frecuencia, por edad y tipo de hogar</b>	10 a 15	16 a 17	18 años o más,	18 años y más,
		años	años	hogares con niños	hogares sin niños
	Durante la última semana	26,0	39,0	24,0	22,0
	Durante los últimos 15 días	4,0	9,0	2,0	2,0
	Durante el último mes	5,0	4,0	3,0	2,0
	Durante los últimos tres meses	11,0	10,0	5,0	2,0
	Sí, pero hace más tiempo	15,0	19,0	10,0	6,0
	Nunca ha utilizado Internet	33,0	16,0	53,0	61,0

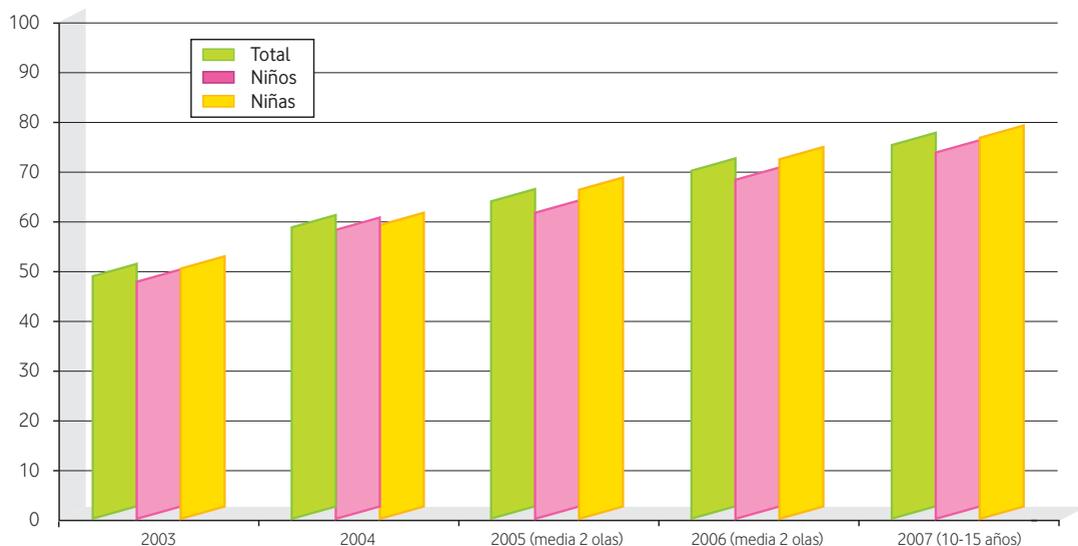
Fuente: Elaboración propia con datos de Red.es (OTSI, 2005).

## Cuántos son los adolescentes internautas, y cuánto navegan

Antes, conviene revisar los datos publicados sobre la proporción de adolescentes que usa Internet. A la altura del año 2004, según la encuesta de Red.es, un 66% de los niños de 10 a 15 años había usado Internet alguna vez, una cifra superada claramente por los adolescentes de 16 a 17 años, con un 84%, siendo ambas bastante superiores a las de los adultos, situadas entre el 47% de los adultos en hogares con niños al 38% de los adultos en los hogares sin niños (cuadro 10). De todos modos, las diferencias no son tan grandes si nos detenemos en los usuarios asiduos (“en la última semana”).

Gráfico 14

### España (2003-2007). Niños de 10 a 14 años usuarios de internet en los últimos 3 meses, por sexos



Fuente: Elaboración propia con datos del INE, Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares.

Contamos con datos más recientes para los niños de 10 a 15 años, referidos al uso en los últimos tres meses. Según la encuesta del INE, los niños usuarios de Internet serían en 2007 el 77% del total (gráfico 14). Como

sugiere este gráfico en comparación con el gráfico 12, casi todos los usuarios infantiles de ordenador han de serlo de Internet.

Por último, contamos con datos recientes de usuarios diarios de Internet del EGM (cuadro 5). Con la media móvil de febrero a noviembre de 2007, podemos saber que usó Internet el día anterior a la encuesta el 26% de los españoles de 14 años o más, una proporción que alcanzó sus mínimos entre los de 65 años o más (2%) y los de 55 a 64 años (12%), y sus máximos entre los de 20 a 24 (51%) y los de 14 a 19, con un 54%.

De este modo, podríamos concluir, grosso modo, que el porcentaje de usuarios asiduos de Internet entre los adolescentes españoles (12 a 17 años) debe de rondar en la actualidad el 50%.

Podemos saber también cuánto tiempo al día dedican a la navegación por Internet. Para ello, contamos con la encuesta "Navegantes en la red" ya citada. Quizá, al no tratarse de una muestra estrictamente representativa, sino con un importante elemento de autoselección, estemos ante los internautas más asiduos y más experimentados, pero nos sirve, sobre todo, para situar a los adolescentes en comparación con los demás tramos de edad.

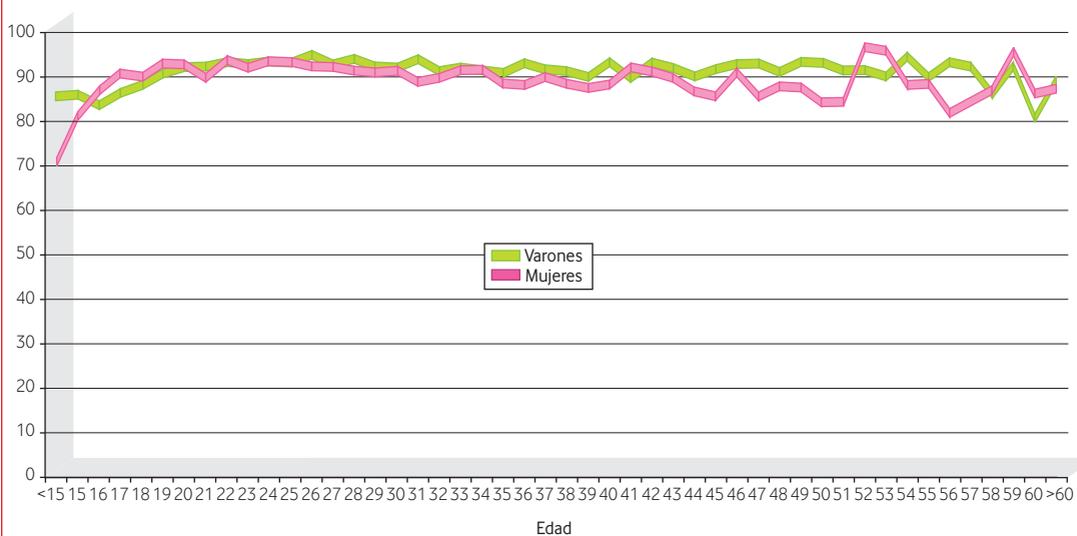
Gráfico 15 **España, 2006. Internautas que estuvieron conectados a Internet dos horas o más desde casa el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

Como se comprueba en el gráfico 15, los adolescentes son quienes más horas al día están conectados a Internet desde el hogar, algo más los chicos que las chicas: si la mitad de los encuestados varones de menos de 15 años pasó conectado dos horas o más, sólo lo hicieron dos quintos de las chicas. El porcentaje máximo en los chicos se da en los 16-20 años, con cifras algo superiores al 60%, mientras que en las chicas los máximos se dan antes, hacia los 17 años, con cifras cercanas al 60%. Desde esas edades se produce un descenso, primero brusco y luego más suave hasta, en el caso de los varones, un valle situado entre los 30 y los 45 años con porcentajes cercanos al 30%, si bien en el caso de las mujeres ese valle es más corto, produciéndose una recuperación de las cifras a partir de la segunda mitad de los treinta. Entre los navegantes en su cincuentena o sesentena (recordemos que son muy pocos, en cualquier caso), parece que el tiempo de navegación es algo superior al que se registra en la cuarentena.

Gráfico 16 **España, 2006. Internautas que hicieron uso del correo electrónico el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

## 2. Correo electrónico y mensajería instantánea

### Más mensajería instantánea que e-mail entre los jóvenes internautas

Dos son las vías de comunicación rápida que utilizan esos usuarios, el correo electrónico y la mensajería instantánea. Con el término “mensajería instantánea” nos referimos al uso de programas como Windows Messenger o Yahoo Messenger. Éstos permiten enviar mensajes instantáneos a través de Internet a uno o varios amigos o conocidos incluidos en unas listas, siempre que éstos estén conectados en ese momento a Internet y hayan hecho saber al resto de miembros de su lista que están conectados. La inmediatez de la comunicación es mayor que con el correo electrónico. En este último caso, salvo que su funcionamiento esté prefijado para alertar de la llegada de correo nuevo en intervalos de tiempo cortos, la llegada de mensajes se “retrasa” hasta que el usuario da la orden de descargar su correo nuevo. En el caso de los messenger, los usuarios reciben los avisos de mensaje en cuanto llegan a su ordenador. No es tan inmediato como una conversación presencial o telefónica, pero lo es bastante, tanto más cuanto más rápido teclean los que conversan; tanto más cuanto más abreviaturas y jerga simplificada usan, y usan mucha, como en los SMS y en los chats.

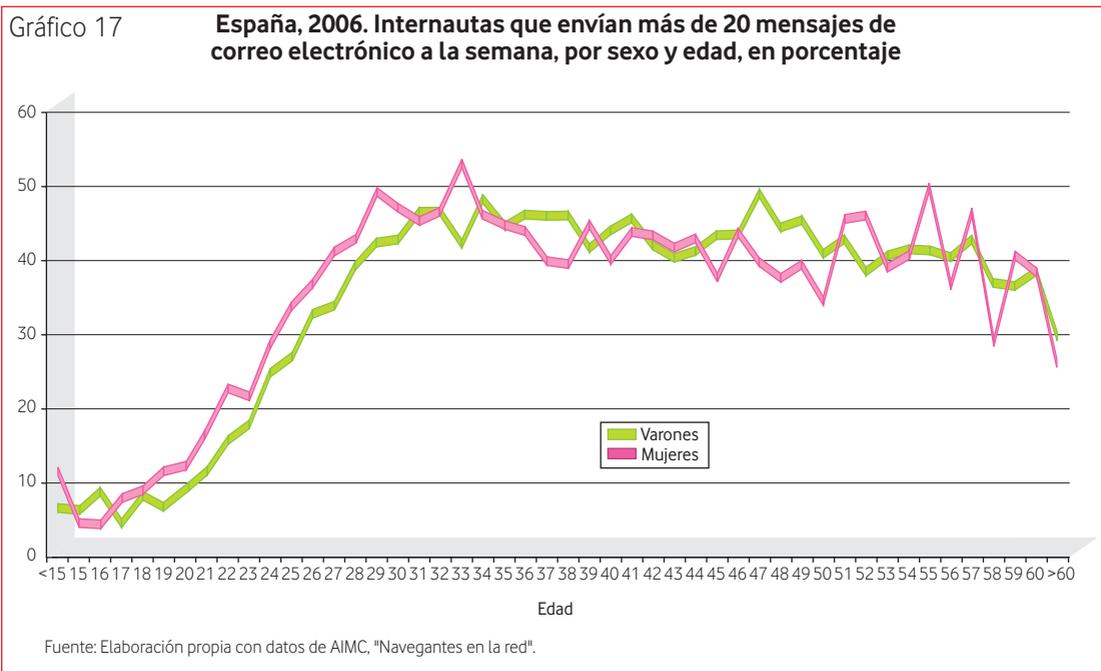
Los adolescentes españoles utilizan cada vez más Internet para permanecer en contacto con sus pares (Nielsen/Netratings, 2007), y así lo reconocen cuando se les pregunta. En una encuesta a internautas de 12 a 17 años en 2005, lo que más les gustaba o valoraban era la posibilidad de *chatear* o hablar con los amigos (lo mencionaba un 31%), a lo que habría que unir el 10% que mencionaba el messenger, el 5% que se refería a la comunicación con varias personas a la vez y el 4% que apuntaba a la posibilidad de comunicarse con gente que está lejos (cuadro 11).

<b>Cuadro 11 España, 2005. Posibilidades de Internet más valoradas por los adolescentes</b>	
	Porcentaje
<b>Comunicación y relaciones sociales</b>	
Chatear, hablar con amigos	31
Messenger	10
Comunicación con varias personas a la vez	5
Conocer gente nueva	5
Comunicarse con gente que está lejos	4
Comunicación (sin especificar)	2
<b>Información</b>	
Buscar información	20
Información para los estudios	4
<b>Ocio</b>	
Diversión	3
Entretenimiento	2
Juegos	5
Bajar música	5
<b>Otras respuestas</b>	
Rapidez	10
Encuentras todo lo que necesitas	9
Hacer muchas cosas	2
N=374 (internautas de 12 a 17 años).	
Fuente: Adaptado de CIMEC y Millward Brown (2005).	

Los datos, de todos modos, sugieren que el correo electrónico está viéndose reducido a usos de adultos, sobre todo profesionales, mientras que la mensajería instantánea es el vehículo de comunicación virtual por excelencia de niños y adolescentes. Las cifras españolas así lo apuntan.

Entre los internautas españoles encuestados por la AIMC en 2006 es muy frecuente el uso del correo electrónico. Casi todos lo habían usado el día anterior a la encuesta. Sin embargo, en el gráfico 16 se observa que su uso es algo menor entre los adolescentes y que parece aumentar desde los 15 a los 18 años.

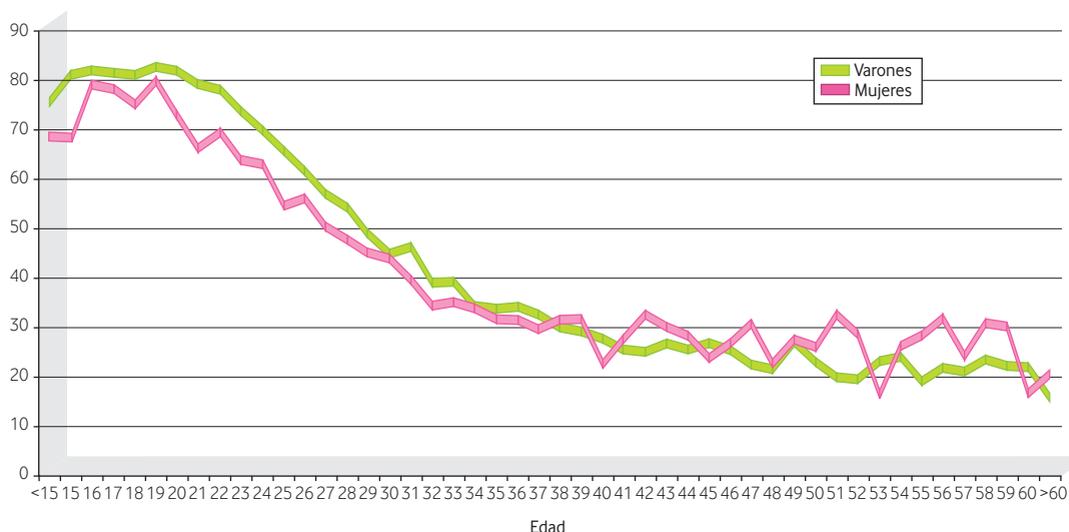
Algo similar puede comprobarse en el gráfico 17, en el que se recoge información sobre el número de mensajes de e-mail enviados a la semana. Son muy pocos (por debajo del 10%) los internautas hasta con 19/20 años que envían más de veinte mensajes de correo electrónico cada semana. El porcentaje sube abruptamente en las edades en las que se va produciendo la incorporación a la vida laboral, llegando a máximos algo inferiores al 50% al acabar la veintena, observándose desde entonces una suave tendencia descendente hasta la edad de sesenta años, y una caída más brusca a partir de ella.



Las mayores diferencias se dan, con todo, en el uso de la mensajería instantánea, como se aprecia en los dos gráficos siguientes. En el gráfico 18 se comprueba cómo los adolescentes, sobre todo los varones, casi usan tanto este modo de comunicación (por encima del 80% los chicos, entre el 70 y el 80% las chicas) como el e-mail, y cómo su uso cae rápidamente con la

edad a partir de los 21/22 años, hasta los mínimos de las edades más avanzadas (alrededor del 20/30%).

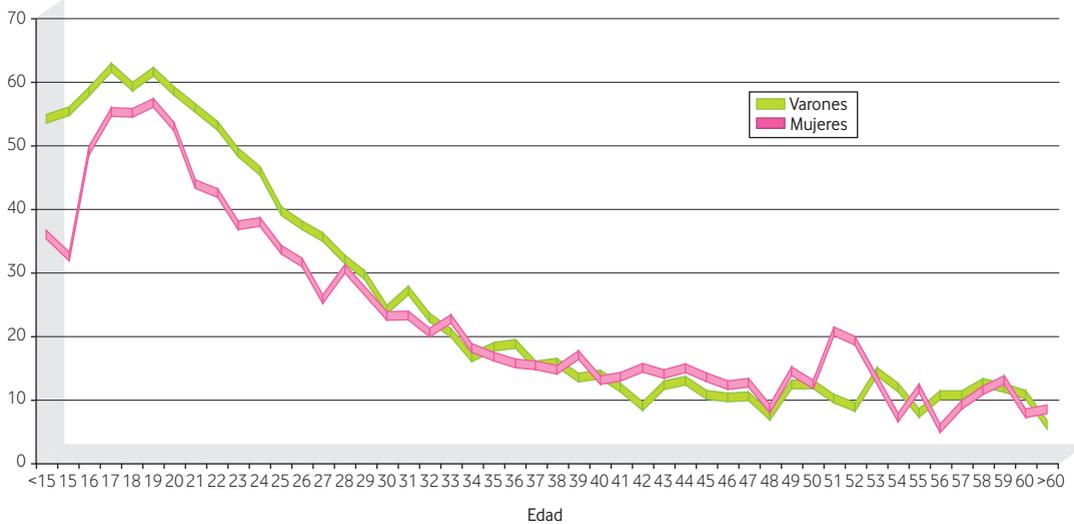
Gráfico 18 **España, 2006. Internautas que hicieron uso de la mensajería instantánea el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

En el gráfico 19 se ve de otro modo la frecuencia de uso de este servicio, pues recoge el porcentaje del total de internautas que lo usa varias veces al día. De nuevo, los adolescentes y los jóvenes entrando en los veinte años están entre los que más lo usan, aunque en esta ocasión, la diferencia favorable a los varones es bastante acusada en los tramos inferiores de edad. De nuevo, a partir de unos niveles máximos hacia los 18-20 años, cae el uso de la mensajería instantánea, aunque es notable que bastantes veinteañeros, más bien en el primer lustro de la veintena, la sigan utilizando varias veces al día. En este caso, el uso entre las personas más mayores es casi testimonial, en torno al 10%.

Gráfico 19 **España, 2006. Internautas que utilizan la mensajería instantánea varias veces al día, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

## Las pautas de la mensajería instantánea (dos encuestas americanas)

Aparte de esos datos sobre frecuencia de uso de la mensajería instantánea no sabemos mucho sobre cómo la están utilizando los adolescentes españoles. No contamos con ninguna encuesta al respecto ni con estudios con una cierta base cuantitativa, pero sí con estudios cualitativos. El informe de CIMEC y Millward Brown (2005) contiene información cualitativa procedente de grupos de discusión sobre las ventajas comunicacionales de la mensajería instantánea y las actividades típicas en este medio. Sobre lo primero, los adolescentes apuntan, frente a otros medios de comunicación (como el teléfono fijo o el móvil), a la gratuidad del messenger, a la posibilidad de comunicarse varias personas a la vez, a la ausencia de control paterno, a las escasas barreras de horario o zona geográfica existentes para participar en esta actividad y, entre otras, a que, aparentemente, permite hacer otras cosas a la vez. Sobre lo segundo, el messenger (y, como veremos más

adelante, las páginas personales en redes sociales como MySpace) se convierte en una especie de habitación del adolescente. Éste lo "decora" a su gusto, lo "personaliza", y le sirve como medio para definir su identidad ante sus amigos. También es un espacio en el que compartir música o fotos. Como las habitaciones, tiene una puerta, que sólo puede abrir el adolescente. Por último, se convierte en una especie de refugio resguardado de las miradas de los adultos, de los padres en particular.

Además, contamos con un par de encuestas a adolescentes estadounidenses. No creemos que se puedan extrapolar sin más sus resultados a la situación española, pero seguramente sí nos alertan de las tendencias en curso entre nuestros adolescentes. Antes de referir esas encuestas, conviene aclarar algo acerca del tipo de relaciones que se mantienen a través de la mensajería instantánea. La mayoría de los contactos que mantienen los adolescentes lo son con su familia y, sobre todo, con amigos conocidos fuera de Internet. Así ocurre con una muestra de adolescentes estadounidenses, cuya investigación (mediante la técnica de informes diarios de actividades) en 2002 reveló que más de un 80% de las personas con las que se comunicaban eran amigos del colegio, y sólo un 7% eran desconocidos (Greenfield *et al.*, 2006).

Una encuesta de Pew Internet & American Life Project (Lenhart *et al.*, 2005) llevada a cabo en otoño de 2004 nos ofrece algunas pistas sobre ello. Aunque los que usan la mensajería instantánea pueden tener "listas de amigos" bastante grandes (casi un 30% tiene en esa lista más de cien "amigos"), la mayoría se comunica regularmente con un grupo relativamente pequeño de amigos y familiares. Sólo un 20% se comunica habitualmente con más de diez personas.

Los adolescentes tienden a personalizar sus comunicaciones por este medio. Más de la mitad de los usuarios ha creado su propio "perfil" y lo ha hecho público de manera que los miembros de su lista de amigos puedan verlo. En una encuesta equivalente, sólo lo habría hecho un tercio de los adultos. Una amplia mayoría (casi nueve de cada diez) hace uso de la posibilidad de publicar un mensaje de "he salido". Entre ellos, son, a su vez, mayoría los que no se conforman con los mensajes estándar que ofrecen los programas de mensajería instantánea, sino que publican uno propio.

Muchos (seis de cada diez) han seleccionado un icono con el que su nombre se ve asociado.

Muchas de las conversaciones mantenidas son múltiples. Casi la mitad de los encuestados que usan mensajería instantánea dice que se embarcan en varias conversaciones distintas a la vez cada día o casi cada día (algo que sólo hace el 16% de los adultos). Son muchos (ocho de cada diez) los que alguna vez han montado un chat de grupo entre varios miembros de su lista (una conversación múltiple reservada a esos miembros seleccionados). Sin embargo, es una práctica poco habitual, que apenas ocurre un par de veces al año.

No todo es hablar por hablar, la mensajería instantánea se usa para planificar y coordinar las actividades diarias, de uno mismo y de las personas con las que tiene relación. Un 80% de los adolescentes que usan la mensajería instantánea dice que la usa para hacer planes. Una proporción similar (78%) dice que la ha usado alguna vez para conversar sobre el colegio, los deberes o los exámenes. Y no son pocos (un 20%) los que la han utilizado para pedir una cita romántica a alguien o para "romper" con alguien (19%).

Por último, la mensajería instantánea es un medio cada vez más usado para compartir con otros objetos personales o culturales de posible interés común. Un 45% la ha usado para enviar fotos u otros documentos (30% de adultos), un 31% ha enviado a través de ella ficheros de música o vídeo (5% de adultos), y un 50% ha transmitido un vínculo a una página o artículo vistos como graciosos o curiosos.

La segunda encuesta, de HarrisInteractive (Markow, 2006), nos ofrece información complementaria. Por lo pronto, permite situar la mensajería instantánea en el marco de otras formas de relacionarse los adolescentes con sus amigos. Porcentajes similares de los entrevistados de 13 a 18 años incluyen entre las actividades que hacen a menudo con sus amigos el envío de mensajes por correo electrónico o por mensajería instantánea, hablar por teléfono, el pasar tiempo con ellos en el colegio o fuera del colegio o el quedar con ellos en persona (74, 76, 83 y 81%, respectivamente). Los niños de 8 a 12 años presentan frecuencias similares, salvo, precisamente, en mensajería instantánea (26%). La mensajería instantánea, en cualquier caso, es preferida a los SMS con el teléfono móvil, pues es algo que sólo hace a

menudo un 37% de los adolescentes (y un 9% de los niños). Es muy probable que en España la diferencia sea mucho menor o, incluso, sea favorable a los SMS, dado que la penetración de los móviles entre los adolescentes ha sido anterior (y mayor) entre los adolescentes españoles que entre los norteamericanos. De todos modos, es probable que el messenger le arrebatase algo de cuota de mercado al móvil en el campo de la comunicación en el grupo de pares (CIMEC y Millward Brown, 2005).

Que se lleven a cabo esas actividades a menudo no nos dice tanto de las preferencias acerca de unas formas u otras de relación. Para una mayoría (53%) de los adolescentes, el modo preferido de hablar o estar en contacto con los amigos es verse en persona. Sin embargo, no son pocos (16%) los que prefieren la mensajería instantánea, el teléfono móvil (11%) o el fijo (8%). La preferencia por la conversación en persona es mucho mayor en los niños (81%), en quienes cae la preferencia por la mensajería instantánea (2%) y el teléfono móvil (3%).

¿Son mejores o más valiosas las relaciones online (mensajería instantánea y otras posibilidades que trataremos más adelante) que las relaciones cara a cara? ¿Permiten el despliegue de virtudes que se ven más coartadas en las relaciones personales directas? La respuesta a ambas preguntas es, más bien, negativa, pero hay diferencias entre adolescentes y niños que la matizan. Sólo un 22% de los niños de 8 a 12 años dice que se comporta más extrovertidamente cuando habla online con sus amigos, pero llega a pensarlo un 41% de los adolescentes de 13 a 18. En ambos casos, son muy pocos los que afirman ser más honestos cuando hablan con sus amigos online, pero lo afirman más los adolescentes (29%) que los niños (22%). Y son muy pocos los que prefieren tratar online temas que son importantes para ellos, más que en persona o por teléfono, pero, de nuevo, son más entre los adolescentes (19%) que entre los niños (11%). Por último, no son muchos los que están de acuerdo con la idea de que pueden compartir más cosas con sus amigos online, pero también son más los adolescentes que lo creen (30%) que los niños que piensan así (17%).

La comunicación online, por otra parte, la perciben los adolescentes como algo fundamentalmente positivo. Un 62% (49% de los niños) dice que hablar online con sus amigos le hace sentir como que siempre pueden estar

conectados, en el buen sentido. Un 34% dice que le hace sentirse guay (cool), pero, como cabe esperar, este sentimiento abunda más entre los niños (52%) que, seguramente, se sienten mayores al comunicarse con sus amigos por Internet. No son pocos (41%) los que afirman que les hace sentirse libres (sólo un 18% de los niños). Y son muy pocos los que mencionan respuestas negativas: no cercano a mis amigos (9%), nervioso (4%), como que siempre puede estar conectado, en el mal sentido (3%).

### **3. Chats, foros, blogs y comunidades virtuales**

En esta sección nos ocupamos de otros tres usos comunicacionales de Internet: los chats, los blogs y las comunidades virtuales o redes sociales (*social networking*).

#### **A. Chats**

Los chats son espacios en Internet en los que se reúnen distintas personas, en principio, para charlar, de ahí la palabra inglesa que los designa. Pueden ser lugares diseñados a propósito como tales con esa única finalidad o pueden ser espacios dentro de sitios web dedicados a otras finalidades. La tecnología del chat permite mantener una conversación simultánea, en principio por escrito, entre varias personas. Todas las que participan pueden leer los mensajes que los demás publican, así como responder a ellos. Sin embargo, es habitual que los chats permitan conversaciones en privado, a las que sólo tendrán acceso los que hayan convenido hablar de esa manera. Más recientemente, con las nuevas técnicas, los chats están incluyendo posibilidades como la conversación de viva voz e, incluso, con vídeo. Lo más habitual es que los participantes en estas conversaciones se identifiquen a sí mismos con un *nickname* o *nick*, un apodo, manteniendo, por tanto, el anonimato, aunque puedan indicar algunas pistas acerca de sus características personales, como sexo, edad o lugar de residencia. Recientemente, con las nuevas posibilidades gráficas de la navegación por internet, esos nicks suelen ir acompañados de "avatares", o imágenes, usualmente, de personas

o animales, reales o ficticios, creados a propósito para la ocasión o adaptados de imágenes creadas por otras personas.

Los fines que persiguen quienes participan en los chats son de lo más diversos, aunque predominan algunos. Muchos de los chats están previstos, explícita o implícitamente, como lugares en los que se buscan contactos sexuales. Muchas otras personas participan en chats como modo de tener compañía. Otros por conocer gente distinta. Otros por curiosidad, o por entretenimiento. También los hay que participan para discutir sobre determinados temas. Puede ocurrir, por ejemplo, que una página web de aficionados a la música, aparte de albergar un foro (véase más adelante), permita a sus usuarios la posibilidad de *chatear*, esto es, de charlar en directo. O que abra esa posibilidad un blog de política para comentar los últimos resultados electorales o el último discurso en el parlamento.

Cuadro 12

**España (1996-2006). Usuarios de Internet:  
servicios utilizados el día anterior a la encuesta (1)**

	1996	1998	1999	2001	2002	2003	2004	2005	2006
FTP	38,1	32,0	33,1	35,3	33,5	33,9	31,5	29,1	28,9
Chats, IRCs	16,2	29,0	27,2	33,5	38,8	31,2	24,0	17,2	15,1
Foros, grupos de discusión	16,2	11,9	13,4	13,7	18,2	22,8	20,6	21,9	23,5
Mensajería instantánea						48,3	50,2	50,3	51,2
Intercambio de ficheros, redes P2P					32,2	37,9	39,2	42,6	45,8

(1) De 1996 a 1999, la pregunta se refería a la última sesión en Internet.

Fuente: elaboración propia con datos de las distintas olas de la encuesta de AIMC, "Navegantes en la red".

Es muy probable que el uso de estos servicios esté reduciéndose, ante el auge de formas de comunicación como la mensajería instantánea o las que permiten las redes sociales en Internet (véase más adelante), o, incluso ante el crecimiento de la comunicación en foros y grupos de discusión (véase más adelante). En España, con datos de las encuestas de AIMC a internautas, algo así parece confirmarse. De un 16% de usuarios de chats entre los internautas entrevistados en 1996 se pasó a un máximo del 39% en 2002,

fecha a partir de la cual el porcentaje de usuarios no ha hecho más que caer, hasta el 15% de 2006 (cuadro 12). El estudio de CIMEC y Millward Brown (2005) apunta a varias razones posibles de este declive, entre las que destacan el que los adolescentes prefieren hablar con conocidos y la mayor seguridad de medios como el messenger, lo cual implicaría que una parte del mayor uso del chat que hacían antes los adolescentes se explicaría por la ausencia de instrumentos más apropiados para la comunicación entre pares, los cuales se habrían desarrollado posteriormente.

A pesar de ese declive, los adolescentes siguen *chateando* mucho más que los internautas de otras edades, aunque, como ya hemos apuntado, usan este servicio mucho menos que la mensajería instantánea. El nivel máximo de uso parece darse en los 15 años, tanto en chicos como en chicas (entre el 35/40% de usuarios el día anterior a la encuesta) (gráfico 20). A partir de esa edad, el uso cae casi muy deprisa hasta unos mínimos en torno al 10% que se mantienen en los varones desde su treintena hasta las edades más avanzadas, pero que recogen un cierto crecimiento en las mujeres a la altura de la cuarentena y la cincuentena.

Gráfico 20

**España, 2006. Internautas que hicieron uso de servicios de chat el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

El uso de los chats es mucho menos frecuente que el de la mensajería instantánea. De nuevo, aunque el porcentaje de usuarios y la frecuencia de uso de los chats haya caído en los últimos años, también entre los adolescentes, no son pocos los que lo usan varias veces al día (cuadro 13): en torno a un 10% de los chicos y un 7% de las chicas internautas. A diario o casi a diario lo usa alrededor del 8% de los chicos, y del 10% de las chicas. Semanalmente lo usa un 16% de los chicos y un 17% de las chicas; mensualmente, un 15% de los chicos, frente a un 12% de las chicas. Con menos frecuencia lo usa cerca de un 46%.

Estas cifras implican, quizás, una frecuencia de uso algo superior a la de los internautas adolescentes estadounidenses, según una encuesta de la Polly Klaas Foundation celebrada en otoño de 2005: un 13% de los adolescentes de 13 a 18 años entraba en chats a diario, un 11% semanalmente, y un 29% había entrado alguna vez con menor frecuencia (Polly Klaas Foundation, 2006).

Cuadro 13 **España, 2006. Internautas adolescentes (12-17 años) según la frecuencia de uso de servicios de chat, por sexo, en porcentaje**

	Varones	Mujeres
Varias veces al día	9,8	7,3
Todos o casi todos los días	8,0	9,8
Varias veces a la semana	10,2	9,8
Una vez por semana	6,2	6,9
Un par de veces al mes	9,5	6,5
Una vez por mes	5,4	5,7
Menos de una vez al mes	11,4	8,5
Nunca o prácticamente nunca	35,0	38,2
Ns/nc	4,5	7,3
N	991	246

Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

No contamos con ninguna evidencia empírica más detallada sobre cómo usan los adolescentes los chats en España. Pero sí hay algún estudio estadou-

nidense, algo superficial, como el de Greenfield *et al.* (2006), en el que se resalta la exploración de la propia identidad que hacen los adolescentes en un mundo “incorpóreo”, así como la búsqueda de apoyo y sostén en el grupo de iguales y, claro, las relaciones románticas. Sobre los riesgos que corren al usarlos, sí puede servirnos la encuesta de la Polly Klaas Foundation, así como la evidencia cualitativa española ya reseñada. Nos ocuparemos de ellos al tratar de manera conjunta las distintas formas de comunicación a través de Internet.

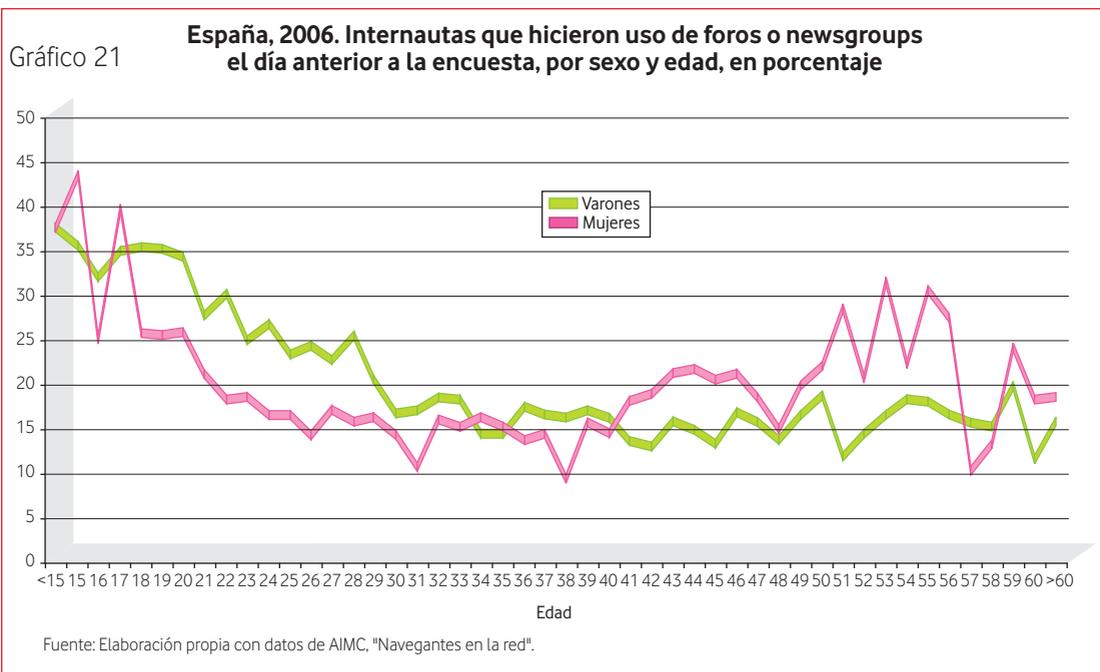
## **B. Foros y grupos de discusión**

Desde los inicios de Internet, ésta ha estado poblada de comunidades de personas conversando sobre los temas que les interesaban en foros, grupos de discusión o de noticias (newsgroups). Los foros o grupos de discusión suelen iniciarlos una o unas pocas personas con interés en un tema definido más o menos estrictamente, las cuales invitan a quienes quieran sumarse a discutir sobre ese tema. Los fundadores del foro pueden hacerlo revelando su identidad o de manera anónima. Los participantes suelen hacerlo, de nuevo, bajo el disfraz de nicks, de manera anónima. En el foro se van abriendo distintos hilos de discusión, sobre cuestiones más concretas dentro de la temática general del foro. Los participantes abren nuevos hilos o emiten sus opiniones a lo largo de esos hilos, en una conversación diferida en la que no todos los miembros del foro participan activamente (unos sólo leen las contribuciones de los demás), ni todos los miembros activos participan con la misma intensidad. Esto último suele ser reconocido con distinciones honoríficas de la veteranía o la frecuencia de participación. Recientemente, al igual que en los chats, esos nicks suelen venir acompañados de avatares gráficos. En los foros suele actuar un moderador, vinculado de algún modo a los fundadores.

La temática de los foros es tan amplia como la temática de las conversaciones humanas. Los adolescentes participan en foros de fans de determinados artistas o cantantes, de aficionados a determinados tipos de música, de aficionados al cine, de lectores de libros, de usuarios de determinado software, de aficionados a distintos hobbies, etc. Incluso los hay de clientes de lugares de ocio para jóvenes y adolescentes, como discotecas.

De nuevo, es un tipo de servicio de Internet muy frecuentado por adolescentes y jóvenes, especialmente varones. Los niveles máximos de uso se dan en internautas varones de 15 a 21 años, quienes responden en un 35/40% haber visitado algún foro el día anterior a ser encuestados (gráfico 21). Las chicas de esas edades los frecuentan mucho menos, con porcentajes que rondan el 15/20%. Los niveles de uso caen desde esas edades hasta las más avanzadas, en el caso de los varones. En el caso de las mujeres, quizá se produce una recuperación en la cincuentena y sesentena (recordemos, en todo caso, que la penetración de Internet en esas edades es mínima).

La participación en los foros es una actividad más cotidiana que la de entrar en los chats. Un 26% de los internautas varones de 12 a 17 años dice visitarlos varias veces al día, aunque sólo un 7% de las internautas de esa edad lo hace con esa frecuencia (cuadro 14). A diario o casi a diario acceden a ellos el 12% de los chicos y el 10% de las chicas. Semanalmente, las frecuencias son del 15,5 y el 17%, respectivamente. Una frecuencia mensual de uso presenta el 9% de los chicos, frente al 12% de las chicas.



Sabemos poco sobre el funcionamiento de este servicio en España. Una mínima exploración por foros de distintas temáticas sugiere lo siguiente. Algunos, los de temática política, por ejemplo, son lugares de discusión pública, mantenida con las reglas de civismo (o falta de civismo) habituales del país al que pertenecen los foristas. Así pueden ser foros no especialmente políticos, sino vinculados a movimientos sociales o a asociaciones de distinto cuño. Pueden ser lugares en los que se manejan conocimientos de especialista, tales como los de usuarios de determinado software o hardware (no sólo ordenadores, sino, por ejemplo, videoconsolas, televisores, equipos de música, etc.), o los de música, o los de cine, o los de hackers. En estos, generalmente, llevan la voz cantante unos cuantos miembros activos, que son los más especializados en la temática del foro y no es infrecuente que la participación de muchos miembros se limite a la solicitud de ayuda o consejo, que suele ser contestado favorablemente. Pueden ser también meros lugares de encuentro de adolescentes que frecuentan un lugar de ocio, como una discoteca. Entonces, la conversación es más prosaica, más cotidiana, con importantes elementos de cotilleo, de planificación de actividades, de ligue, de competición de status, todos ellos muy habituales en las pandillas de adolescentes. Tampoco es inhabitual que los foristas se salgan de la temática propia del foro en sus conversaciones, o que el foro, construido sobre un tema determinado, se convierta en un lugar de conversación general entre miembros convocados allí por ese tema, pero dispuestos a hablar con sus afines sobre lo divino y lo humano. La variedad de experiencias es, por tanto, amplia y, probablemente, requeriría de una investigación de tipo etnográfico, lo cual sería especialmente interesante en el caso de los adolescentes.

Cuadro 14 **España, 2006. Internautas adolescentes (12-17 años) según la frecuencia de uso de servicios de foros o newsgroups, por sexo, en porcentaje**

	Varones	Mujeres
Varias veces al día	26,4	7,3
Todos o casi todos los días	12,2	9,8
Varias veces a la semana	9,1	9,8
Una vez por semana	6,4	6,9
Un par de veces al mes	5,5	6,5
Una vez por mes	3,2	5,7
Menos de una vez al mes	7,2	8,5
Nunca o prácticamente nunca	25,7	38,2
Ns/nc	4,2	7,3
N	991	246

Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

### C. Blogs

La palabra blog viene de weblog, es decir cuaderno de bitácora de la web. Designa una posibilidad de Internet que es utilizada, precisamente, como cuaderno de bitácora o diario en el que el autor (o autores) anota(n), con cierta regularidad, sus impresiones sobre su vida cotidiana o sobre asuntos de interés más general. Esas impresiones se van acumulando cronológicamente (en orden inverso) y, por regla general, son abiertas, es decir, cualquiera puede acceder a ellas. Los blogs suelen ser de autoría individual, pero no son pocos los colectivos, sobre todo entre los que tratan temas menos personales. Es habitual que el o los autores, los bloggers o blogueeros, incluyan en sus anotaciones vínculos a otras páginas web (o a vídeos, imágenes, ficheros musicales, etc.) relacionados con el tema tratado en aquéllas. Y también es normal que pongan a disposición de sus lectores vínculos a los blogs y otras páginas web que prefieren o visitan con frecuencia (blogrolls).

También es frecuente que los blogs permitan la publicación de comentarios de los lectores, convirtiéndose, una vez más, en un modo de mantener una conversación en Internet. En cualquier caso, la conversación principal de los blogs se mantiene a través de los enlaces y menciones mutuas, además de compartiendo la lectura de las referencias que se incluyen en las anotaciones.

La difusión de los blogs es muy variada, desde los leídos a diario por unas pocas decenas de personas hasta los leídos por decenas o centenares de miles de internautas. La existencia del "fenómeno blog" es corta. Evolucionaron a partir de diarios online, en la medida en que se perfeccionaron las herramientas de edición y, especialmente, las de almacenamiento en orden cronológico inverso. Según la Wikipedia, la palabra "weblog" se acuñó a finales de 1997 y la forma corta "blog" a la altura de 1999.<sup>29</sup> Su expansión, sin embargo, ha sido muy acelerada en los últimos años. Technorati.com, un sitio web con una base de datos de todos los blogs que consiguen encontrar, afirma, a la altura de diciembre de 2007, hacer un seguimiento de más de 110 millones de blogs en todo el mundo.<sup>30</sup> Sin embargo, según sus propias cifras (de marzo de 2007), lo más probable es que sólo un 20% de esos blogs estén activos, es decir, hayan sido actualizados en los últimos tres meses,<sup>31</sup> lo cual ofrece una imagen bastante más sobria del fenómeno blog.

En cualquier caso, lo que comenzó siendo la actividad de unos pocos se está convirtiendo en un fenómeno muy extendido, de manera que incluso los medios de comunicación de masas tradicionales (periódicos, televisiones, radios) han añadido un servicio de blogs a sus páginas en Internet. Es muy probable que una parte de ese ingente crecimiento se deba a los blogs de adolescentes y jóvenes.<sup>32</sup> En España, la encuesta "Navegantes en la red"

---

<sup>29</sup> Véase la entrada "blog" en <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>.

<sup>30</sup> Véase "Technorati: about us", en <http://technorati.com/about/>.

<sup>31</sup> Véase Heather Green, "With 15.5 Million Active Blogs, New Technorati Data Shows that Blogging Growth Seems to be Peaking", de 25 de abril de 2007, en [http://www.businessweek.com/the\\_thread/blogspotting/archives/2007/04/blogging\\_growth.html](http://www.businessweek.com/the_thread/blogspotting/archives/2007/04/blogging_growth.html).

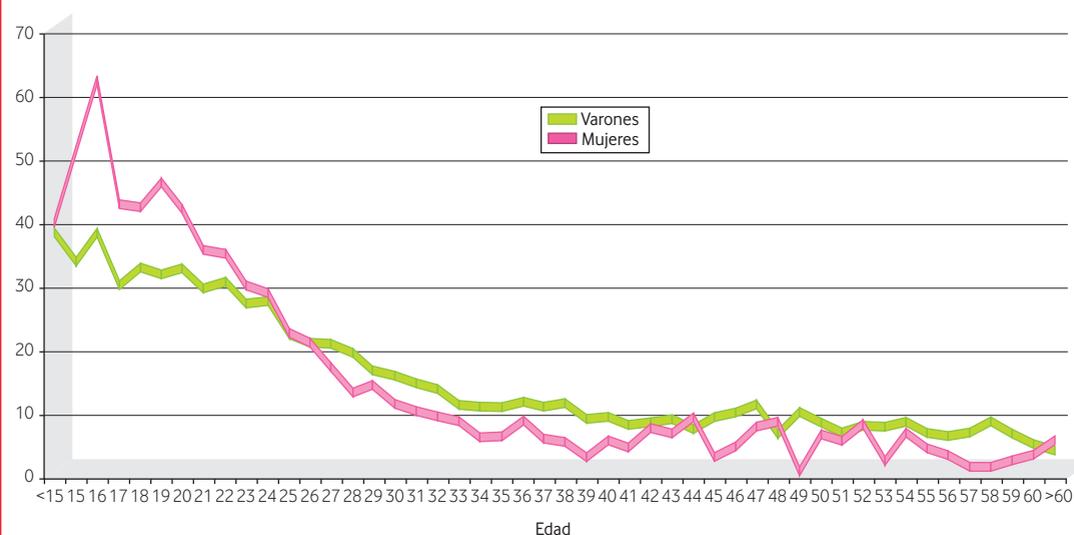
<sup>32</sup> Para Estados Unidos, el país en que más ha crecido el número de blogs, véanse las referencias citadas por Huffaker y Calvert (2005).

permite comprobarlo. Ya sabemos que es una encuesta que probablemente esté sesgada hacia los usuarios más asiduos de Internet. Por ello, no han de extrañar las altas cifras de blogueros que se extraen de ella. Nada menos que un 27% de los encuestados a finales de 2006 habría tenido alguna vez un blog propio (un 19% a finales de 2005). Sin embargo, sólo un 7% lo actualiza con frecuencia (y un 11% ocasionalmente, el resto lo habría abandonado). Estas cifras, por cierto, permiten comprobar una de las características más habituales de la llamada blogosfera: son muchos los que comienzan un blog, pero no tantos los que lo continúan.

Sea como fuere, y con la salvedad de que esas cifras quizá estén hinchadas,<sup>33</sup> sí está claro que el porcentaje de blogueros entre los adolescentes y los jóvenes es bastante mayor que en otras edades (gráfico 22).

Gráfico 22

**España, 2006. Internautas que tienen un blog y lo actualizan, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

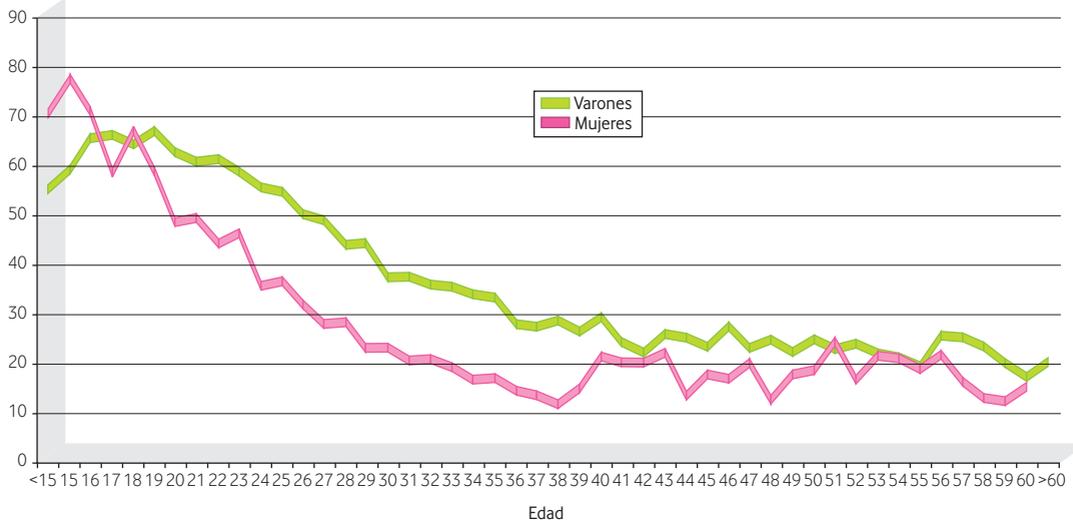
<sup>33</sup> Si en España, según el EGM, habría en 2007 algo menos de 10 millones de usuarios de Internet (se conectaron el día anterior a la encuesta), entonces, aplicando los porcentajes obtenidos para 2006 con la encuesta "Navegantes en la red", habría hoy, sólo en España, unos 2,5 millones de blogs, lo cual representaría algo más de un 2% de todos los blogs seguidos por Technorati.

De nuevo, se repite el patrón que hemos observado varias veces. El porcentaje máximo de blogueros se da entre los adolescentes, y empieza a caer abruptamente con la llegada de la edad adulta, hasta alcanzar unos mínimos en las edades más avanzadas. En este caso, a diferencia de otros, son las chicas las que parecen llevar la voz cantante, quizá hasta los 22/23 años. Podría aventurarse la hipótesis de que estarían trasladando a Internet una práctica en la que ya llevaban ventaja a los varones de su edad, la escritura de diarios personales, y, quizá, la práctica de la escritura en general.

Si los principales autores de blogs son adolescentes, es normal que su público principal también lo sea. Además, como es lógico, un camino habitual para llegar a ser blogger es ser lector asiduo de blogs. La misma encuesta de AIMC confirma esa idea acerca del público lector (y comentarista) de blogs (gráfico 23).

Gráfico 23

**España, 2006. Internautas que han accedido a algún blog en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

Se aprecia un patrón similar al de la producción de blogs, si bien los porcentajes de lectores son, lógicamente, superiores a los de escritores de

blogs. También se comprueba que las chicas internautas son más proclives a leer blogs que los chicos, aunque es una diferencia favorable que se reduce antes que en el caso de la escritura de blogs, y que se convierte en favorable a los varones al entrar en la veintena.

Tampoco sabemos mucho de la relación de la blogosfera y la adolescencia en España. Las pocas encuestas que se han hecho entre bloggers no son representativas, pues se han dirigido a los blogueros con más visitantes, los más conocidos,<sup>34</sup> dejando de lado, probablemente, el grueso de la producción bloguística en España, la que hacen los más jovencitos.

Con la encuesta de AIMC, al menos, podemos saber si los adolescentes tienen más o menos constancia que los demás blogueros en el mantenimiento de su blog. Da la impresión de que las diferencias no son llamativas (cuadro 15). Entre los chicos de 12 a 17 años, un 25% de los que han empezado alguna vez un blog lo actualiza con frecuencia; así lo hace también un 25% de los varones adultos. En el caso de las chicas, son un 39% las que lo actualizan con frecuencia, frente a un 27% de las mujeres adultas. Las adolescentes se revelan, pues, como las más constantes en esta dedicación.

Cuadro 15

**España, 2006. Blogueros, según la frecuencia de actualización del blog, por sexos y edad, en porcentaje**

	Varones		Mujeres	
	12 a 17 años	18 en adelante	12 a 17 años	18 en adelante
Lo actualiza frecuentemente	25,0	25,3	39,2	26,9
Lo actualiza ocasionalmente	44,9	41,4	41,1	42,1
No lo actualiza	30,1	33,3	19,6	31,0
N	501	9.126	158	3.783

Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

<sup>34</sup> Resultados de dos de ellas en [http://tintachina.com/archivo/cat\\_ii\\_encuesta\\_webloggers.php](http://tintachina.com/archivo/cat_ii_encuesta_webloggers.php).

Una técnica que sería de utilidad para conocer el uso que están haciendo los adolescentes de los blogs (y, por ejemplo, también de los chats) sería el análisis de contenido de las anotaciones que en ellos publican. Contamos con algunas investigaciones (Huffaker y Calvert, 2005; Huffaker, 2006) basadas en esa técnica sobre adolescentes estadounidenses, y resultan reveladoras, aunque son todavía insuficientes.

Huffaker y Calvert (2005) analizan los blogs como uno de los medios online que utilizan los adolescentes para explorar su identidad, de ahí que les interesen determinados contenidos.<sup>35</sup> Con una muestra aleatoria de blogs de adolescentes averiguan, por ejemplo, que la inmensa mayoría ofrece algún tipo de información personal (nombre, 70%; información de contacto, como e-mail o nombre de usuario de mensajería instantánea, 61%; edad, 67%), y son bastantes (20%) los que ofrecen, a nuestro modo de ver, un nivel importante de información personal, esto es, un nombre completo.

Tres quintos de estos bloggers adolescentes usan emoticones, es decir, elementos de texto o imágenes para expresar emociones (emoticons <—emotion + icon) no tan fáciles de transmitir en la lengua escrita, tales como :- ) o 😊 para expresar alegría, o :-( o ☹ para expresar tristeza. En contra de las expectativas de los investigadores, basadas en una concepción tradicional de las chicas (más propensas a expresar emociones), no encontraron diferencias significativas por género.

La mitad mencionaba relaciones sentimentales con otros chicos o chicas. Tampoco se encontró una diferencia entre chicos y chicas. Sin embargo, sí es posible que los chicos homosexuales se encuentren sobrerrepresentados en la muestra, pues hasta un 14% del total de la muestra eran chicos que manifestaban una relación de ese tipo.

En Huffaker (2006) se analizan, además de los anteriores, otro tipo de contenidos, probablemente con la misma muestra. Quizá los más interesantes se refieren a la temática de los blogs, sobre todo porque el análisis confirma, por una parte, que los blogs (como otras utilidades de Internet), permiten a los adolescentes una forma más de conversación sobre sus temas

---

<sup>35</sup> Sobre el tema general de la exploración de la identidad propia de los adolescentes a través de la publicación de blogs o páginas web personales, puede verse Stern (2008).

de interés habituales. En más de un 70% se habla de la escuela, en casi un 50% de música, y en una proporción similar de relaciones sentimentales. Por otra, sugiere que los blogs y otras formas de conversación virtual, al no hacerse "en directo", permiten discutir cuestiones personales que cuesta más de afrontar en persona, tal como la propia homosexualidad (que menciona un 17% de los blogs). También se analizan algunos elementos de los blogs que permiten la formación de redes o comunidades sociales en Internet, tal como vínculos a otros blogs o una sección de comentarios. La mitad incluye los primeros, mientras que las segundas están presentes en dos tercios de los blogs.

#### **D. El nuevo mundo de las redes sociales (Myspace y otras)**

La última tecnología de Internet que están haciendo suya los adolescentes y los jóvenes es la de las redes sociales o comunidades virtuales. Nos referimos a sitios web como Friendster, Xanga, Facebook o MySpace, especialmente a este último. Su característica común es que se convierten en una más de las maneras de localizar y contactar a una persona: podemos tener su dirección física, su teléfono fijo, su móvil, su dirección de e-mail, su nombre de usuario del messenger y, por ahora, su nombre de usuario de uno de esos sitios web. Y como ocurre con buena parte de esas otras localizaciones, los usuarios, en particular, los jóvenes y adolescentes, hacen gala de personalizarlas, de manera que contactar con un usuario no es un procedimiento meramente formal, sino que implica entrar en el conocimiento de una parte de su identidad.

En Estados Unidos, estas redes sociales son enormemente populares entre los adolescentes, hasta tal punto que a finales de 2006, más de la mitad (55%) de los internautas de 12 a 17 años entrevistados para el Pew Internet Project afirmaban usarlas y la misma proporción había creado algún perfil en una de ellas (cuadro 16). Casi la mitad (48%) de los usuarios las visitaba una o más veces al día y sólo un 20% lo hacía con una frecuencia inferior a la semanal. La red más popular es MySpace, que menciona un 85% de los entrevistados cuando se les preguntan por el perfil que usan o actualizan con más frecuencia; Facebook queda en segundo lugar, con un 7%.

<b>Cuadro 16 Adolescentes estadounidenses (12 a 17 años) y páginas de redes sociales en Internet (octubre-noviembre de 2006)</b>	
	Porcentaje
Han usado redes sociales como MySpace o Facebook	55
Han creado un perfil en esas páginas	55
Sólo a quienes las usan (N=493)	
Frecuencia de uso	
varias veces al día	22
una vez al día	26
3 a 5 días por semana	17
1 ó 2 días por semana	15
con menos frecuencia	20
Red que usan con más frecuencia	
MySpace	85
Facebook	7
Xanga	1
Tipo de relaciones sociales. Las usan para...	
estar en contacto con amigos a los que ven con frecuencia	91
estar en contacto con amigos a los que raras veces se ve en persona	82
hacer planes con sus amigos	72
hacer nuevos amigos	49
flirtear	17
Tipo de comunicaciones	
escriben mensajes en la página de un amigo	84
envían mensajes privados a un amigo	82
escriben comentarios en el blog de un amigo	76
envían un boletín o un mensaje de grupo a todos sus amigos	61
Fuente: Elaboración propia con datos del Pew Internet & American Life Project en Lenhart (2007).	

Como MySpace es la red social que tiene más usuarios, probablemente del orden del centenar de millones, y es la más poblada de adolescentes,

nos centraremos en ella para describir el funcionamiento de este nuevo fenómeno virtual, aunque usaremos los datos del Pew Internet Project para tener una idea de la dimensión de los comportamientos.<sup>36</sup>

Los usuarios de MySpace tienen un lugar propio cuya faz ante quienes lo visitan es un "perfil" de esos usuarios. En ese perfil se encuentran distintas secciones. Dos aparecen por defecto, un "acerca de mí" y un "a quién me gustaría conocer". Otras dos aparecen si los usuarios las rellenan, una de "intereses" y otra de "detalles". El perfil también consta de un blog. Los usuarios pueden cargar imágenes y vídeos. Por defecto, el perfil lo puede ver cualquier usuario de MySpace. En el caso de los usuarios adolescentes, tienen la posibilidad de permitir el acceso sólo a un número restringido de usuarios, sus "amigos".

El segundo elemento principal es el espacio de "amigos", que incluye un listado de éstos, con los vínculos correspondientes a sus cuentas de MySpace u otras páginas web. Los preferidos, por diversas razones, se incluyen en un listado más restringido de "top friends". Los amigos no son necesariamente amigos reales, a los que el usuario conoce. Pueden serlo, pero también pueden ser personas a las que quiere conocer, y muchas veces, simplemente, personajes a los que admira, generalmente, celebridades del mundo de la música, de la moda, o de otros ámbitos de interés juvenil. Igualmente, no todos los usuarios de MySpace son gentes del común, también lo son empresas o personajes del mundo del espectáculo, por ejemplo. El tercer elemento de relieve es la sección de "comentarios", situada por debajo del espacio de amigos. Los amigos del usuario pueden anotar los comentarios que quieran, y estarán a la vista del resto de visitantes del espacio del usuario.

Una característica básica de MySpace es que los usuarios pueden personalizar sus páginas de usuario y su perfil, casi como si diseñasen su propia página web: pueden añadir texto, imágenes, vídeos, ficheros musicales, etc.

---

<sup>36</sup> El artículo de la Wikipedia es bastante informativo ("MySpace", <http://en.wikipedia.org/wiki/MySpace>). De él, y de una somera observación del funcionamiento de MySpace extraemos algunas de sus características, así como de las investigaciones de Danah Boyd, que citamos a lo largo del texto. Véase, en particular, la más reciente: Boyd (2008).

Además de comunicarse con los visitantes de su espacio a través del blog (y de la modificación de su perfil), también pueden hacerlo mediante “boletines”, es decir, mediante el envío de un mensaje colectivo, normalmente a una parte de la lista de amigos. Recientemente, se ha añadido una utilidad de mensajería instantánea (MySpaceIM), de creciente éxito.

Al parecer, MySpace comenzó como un lugar puesto a disposición de los músicos de bandas de alcance local, para que pudieran difundir sus creaciones y compartir experiencias. De otras redes sociales se cuentan orígenes parecidos (Boyd, 2006a). Gracias al “boca a boca” fue creciendo y personas ajenas al mundillo de la música fueron ingresando en la red, en especial, adolescentes y jóvenes, y, más adelante, gente de mayor edad. Su crecimiento ha sido exponencial y, hoy, es raro que algún adolescente estadounidense no lo conozca, y casi tan raro que alguno de ellos no tenga su propio espacio en esta red.

¿Cómo usan los adolescentes esta nueva posibilidad de Internet? Danah Boyd, la principal investigadora de este fenómeno, dice que los adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo en MySpace “modificando su perfil, cargando fotos, enviando mensajes, visitando los perfiles de sus amigos y dejando comentarios en ellos” (Boyd, 2006d).

La modificación del perfil y de su espacio propio viene a ser como la decoración de la habitación que ocupa el adolescente, normalmente, en casa de sus padres, con los posters de sus ídolos, símbolos varios, objetos que dicen algo de cómo se ve y cómo se siente el adolescente, expresiones de su identidad en formación, en suma. Por eso, porque se trata de una exploración, lo lógico es que ese perfil, y la decoración (las fotos, por ejemplo) cambie con una cierta frecuencia. El blog también se utiliza en un sentido similar, además de para ir dando cuenta de los acontecimientos cotidianos, o extracotidianos, de los que quiere hacer partícipe el usuario a sus lectores.

Los adolescentes “se visitan” en MySpace como, en parte, lo hacen en sus casas, pero con más libertad, pues su espacio aquí está todavía menos controlado por sus padres, aparentemente. En estas visitas se enteran de las novedades de la vida de su amigo, de sus cambios de gusto, de sus cambios de preferencias, de sus planes, de sus fobias y filias actuales, de lo que está haciendo, etc. Y se aprovecha para dejar mensajes referentes a todo ello.

Los jovencitos utilizan la posibilidad de dejar mensajes en las páginas de sus "amigos" como un complemento del medio principal que usan para comunicarse en Internet, la mensajería instantánea. En la encuesta ya citada del Pew Internet Project, un 84% de los usuarios de redes sociales escribe mensajes en la página de un amigo, un 82% les envían mensajes privados y un 76% escriben comentarios en los blogs de los amigos (cuadro 16). Estos mensajes no implican tanto una conversación como un prestar atención, un estar atentos, un hacer acto de presencia, un dejarse notar, un mostrar preocupación o alegría según lo requiera la ocasión. Implican, en gran medida, por tanto, una representación ante el usuario en cuestión y ante el grupo de personas que tiene acceso a esos mensajes o comentarios. Boyd piensa, efectivamente, que las redes sociales tienen una dimensión de representación (performance) muy importante (Boyd, 2004), y que los comentarios son la "divisa cultural" en estas redes sociales (Boyd, 2006d).

Hay que tener en cuenta que los adolescentes utilizan MySpace (y redes sociales parecidas) no, principalmente, para conocer a más gente, para hacer amigos, sino para estar en contacto con sus amigos del mundo real (Boyd, 2006c). En 2006, un 91% de los adolescentes estadounidenses usuarios de estas redes sociales las usaba para comunicarse con amigos a los que ven con frecuencia, y un 82% para mantener el contacto con amigos a los que se veía raras veces (cuadro 16). Participar en estas redes es una manera más de no estar aislado, de estar conectado. Por eso, en la medida en que los amigos de uno tienen una página en MySpace, se hace necesario tener la propia. Entonces, igual que en el mundo real, en el que los adolescentes aprovechan cualquier resquicio para estar junto a con sus pares, o en contacto con ellos, en esta parte del mundo virtual ocurre lo mismo. De nuevo Boyd (2006b) lo dice con claridad y expresividad:

"Están pasando el rato (*hanging out*). Están bailando delante de espejos digitales. Están dándoles palmaditas a sus amigos en sus espaldas digitales. Están reforzando sus relaciones compartiendo cosas. Están consumiendo y produciendo artefactos culturales que les posicionan dentro de la sociedad. Están riendo, explorando y entreteniéndose."

Y como en el mundo real, también aquí se producen las habituales competiciones de status o popularidad. Por ejemplo, dejar de estar en el "top

ten” de los amigos de un usuario puede ser toda una tragedia; ingresar en él toda una alegría (Boyd, 2006a).

Están, en definitiva, haciendo suyo, en la medida de lo posible, un nuevo espacio a su disposición. Están dotando de una nueva dimensión a los mundos actuales de la adolescencia.

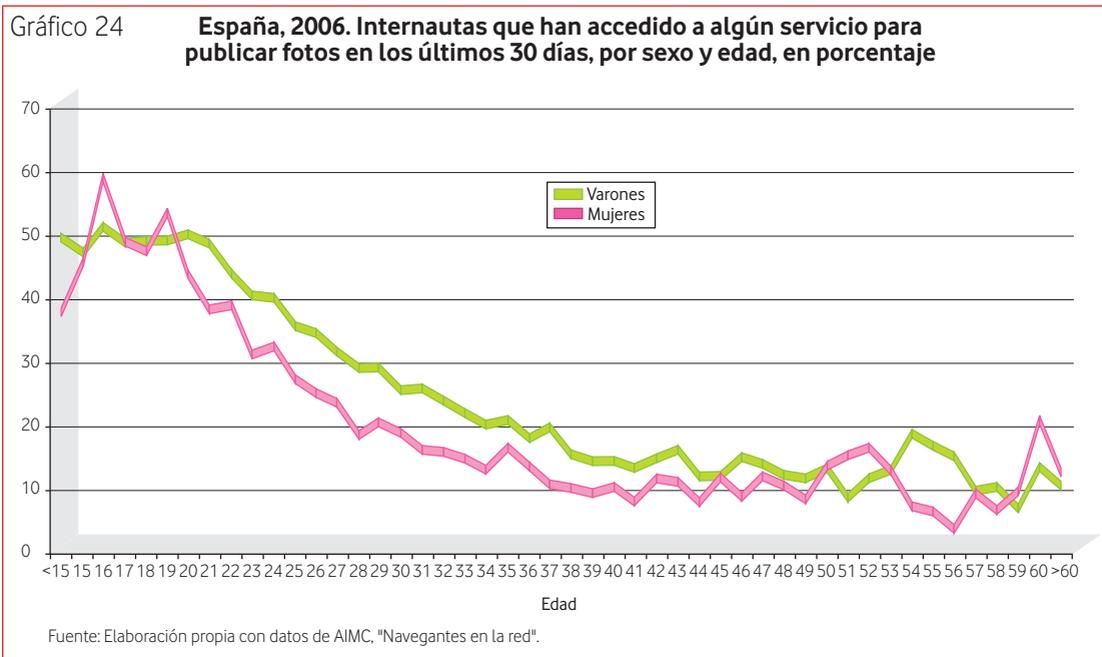
En sus análisis, la propia Boyd (2008) habla del crecimiento orgánico de las redes sociales tipo MySpace: orgánico y, por tanto, no planificado. Es decir, a partir del uso y las costumbres que los usuarios individuales van creando poco a poco. No es que se inventen del todo las reglas, pues hay unas cuantas básicas –como una constitución de estos sitios– que no pueden tocar. Pero sí dotan de nuevo sentido a instrumentos pensados para otros fines, permitiendo desarrollos imprevistos por los fundadores de estos sitios. Por una parte, los usuarios utilizan el software puesto a su disposición de manera no prevista por esos fundadores: entran adolescentes, y no miembros de bandas locales, y se ponen a usarlo para socializar entre ellos, por ejemplo. A pesar de las intenciones, y las acciones, de los fundadores, las normas sociales de estos lugares acaban estableciéndolas, sin ningún plan prefijado y sin un acuerdo explícito, los usuarios.

Por otra, y esto es interesante, los usuarios no lo utilizan por sus capacidades para establecer redes sociales, es decir, no lo ven como un instrumento para tender redes. Con todo, hasta un 49% de los usuarios adolescentes norteamericanos las han usado para hacer nuevos amigos. Más bien, pues, se trata de una herramienta que encaja con sus vidas previas, y, por tanto, con redes preexistentes. Sin embargo, también de manera en gran parte imprevista, tiene el efecto de expandir esas redes sociales. Gracias a las características de la nueva tecnología aumenta el número de personas con las que puede merecer la pena entrar en contacto. Boyd (2006a) refiere esas características de las que es fácil entender sus consecuencias. La persistencia, junto con la posibilidad de buscar (searchability), hace que los contenidos de los perfiles de cada usuario, así como las anotaciones en sus blogs o los comentarios de los visitantes, estén disponibles para todo aquél que quiera entrar, mirar y leer. Estos pueden ser muchos, y, sobre todo, pueden ser perfectos desconocidos, dado que las audiencias de estos sitios son “invisibles” (tercera característica), es decir, no podemos saber quién lee lo que se publica en cada perfil o blog

—si acaso, podemos saber cuántos son, pero no quiénes—. Por último, la replicabilidad de la tecnología hace extremadamente sencillo el imitar el comportamiento de quienes, picados por la curiosidad, por el interés o por la necesidad de imitar a los afines o a los competidores, deciden montar su propio perfil, blog o medio equivalente de expresión.

Así, por la necesidad percibida de estar donde están los iguales (o los familiares) y por la expansión de redes sociales preexistentes a personas que se conocen a través de estos sitios web, crece muchísimo el número de usuarios, frustrándose, por tanto, el (supuesto) intento de los fundadores de mantener las nuevas comunidades en un tamaño manejable (Boyd, 2006a).

Se da, por tanto, un nuevo orden semiespontáneo, sólo que ya no en el mundo real, sino en el virtual.



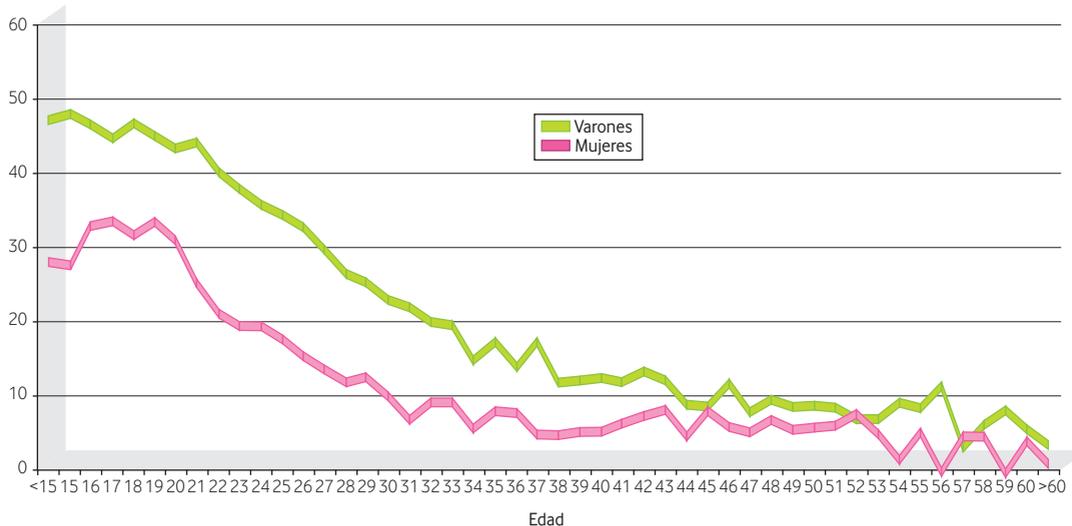
## Sabemos muy poco de estas redes sociales en España

No sabemos cuántos adolescentes españoles pertenecen a redes sociales tipo MySpace: no contamos con encuestas como la del Pew Internet Project

ni contamos con investigaciones etnográficas de su funcionamiento, como las que ha llevado a cabo Danah Boyd. Podemos, de todos modos, tener una idea aproximada de su extensión entre los internautas adolescentes a partir de varios indicadores indirectos, que, en todo caso, indican la dimensión de la proclividad a participar en este tipo de redes. En primer lugar, más arriba hemos visto la notable extensión, quizá exagerada, del uso de blogs entre los adolescentes españoles. Buena parte de ellos deben de ser blogs en MSN Spaces, un portal de Microsoft que funciona de manera similar a las redes comentadas más arriba. En segundo lugar, puesto que gran parte de la decoración de los perfiles propios consiste en "colgar" fotos para compartirlas con amigos y conocidos, la afición a esta tarea puede darnos otra idea aproximada de la extensión de las redes. Según la encuesta "Navegantes en la red" de AIMC, con datos de finales de 2006, son muchos los internautas adolescentes que hacen uso de servicios de publicación de fotos, en torno a un 50% de los que tienen entre 15 y 18 años los habría usado en el mes anterior a la encuesta (gráfico 24). De nuevo, se trata de un comportamiento típicamente adolescente, pues cae con rapidez con la edad, hasta unos mínimos cercanos al 10% para los que tienen más de 40 años.

Gráfico 25

**España, 2006. Internautas que han accedido a algún servicio para publicar vídeos en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje**

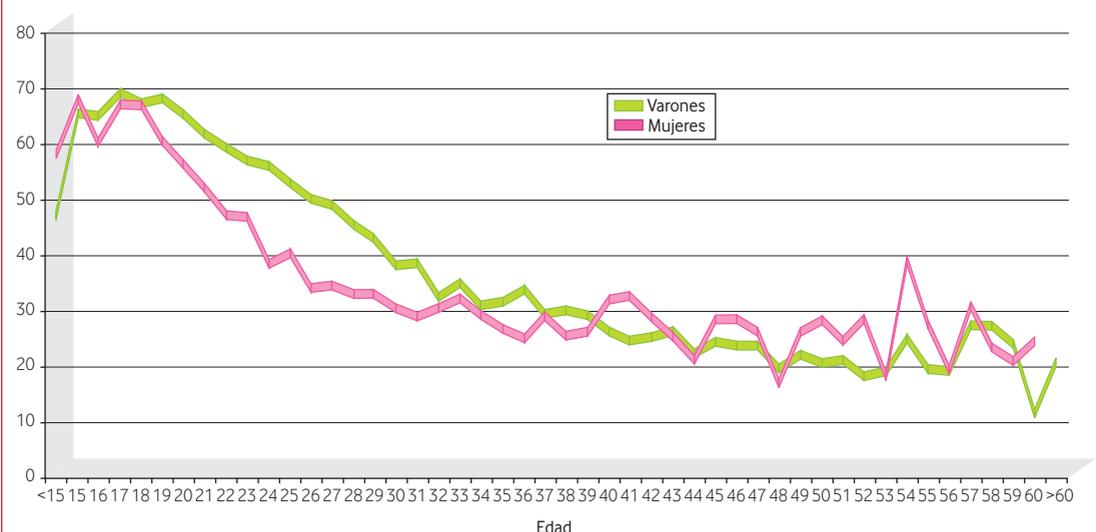


Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la red".

En tercer lugar, otro de los elementos que se han convertido en moneda corriente en las redes sociales son los vídeos "colgados" en Internet, que ocupan un lugar cada vez más relevante en el ocio (y la información) de adolescentes y jóvenes, a través de páginas como YouTube. Según la citada encuesta de la AIMC, el uso de servicios de publicación de vídeos es, de nuevo, patrimonio principal de adolescentes y jóvenes. A finales de 2006, los habían usado el mes anterior a la encuesta algo menos de la mitad de los adolescentes varones, y cerca de un tercio de las adolescentes (gráfico 25). El uso entre los adultos maduros (40 años o más) es muy reducido (alrededor del 10%), y es testimonial entre los que se aproximan a la sesentena.

Por último, contamos con alguna información acerca de uno de los efectos de la pertenencia a esas redes, la expansión de las relaciones personales de los adolescentes. No quiere decir que esa expansión se haya producido por pertenecer a MySpace o MSN Spaces, o sitios parecidos, sino que se ha debido a tecnologías parecidas, tales como la conversación en foros o los blogs (incluso, los chats), de los cuales ya hemos visto evidencia más arriba. En la encuesta de AIMC citada, se preguntó a los internautas si habían

Gráfico 26 **España, 2006. Internautas que han establecido nuevas relaciones gracias a Internet, por sexo y edad, en porcentaje**



Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC. "Navegantes en la red".

establecido nuevas relaciones a través de Internet. Hasta dos quintos afirmaron haberlo hecho: en una sexta parte de los casos se mantenían sólo por Internet, en una cuarta parte se desarrollaban tanto dentro como fuera de la red. De nuevo observamos una pauta similar en lo que toca a las diferencias de niños y adolescentes frente al resto, aunque las diferencias, esta vez, no son tan acusadas (gráfico 26). Cerca de la mitad de los internautas menores de 15 años habría establecido relaciones de esta manera, pero pesan claramente más (un tercio) las que se mantienen sólo por Internet que las que implican otro tipo de contactos, lo cual es esperable, por su edad. De todos modos, llama la atención que un 18% de esos niños y adolescentes internautas tenga este otro tipo de relaciones. En los adolescentes de 15 a 17 años encontramos el máximo de "nuevas relaciones": más de dos tercios las han establecido, repartiéndose por mitades los que las mantienen sólo por Internet y los que añaden otros contactos. Chicos y chicas se diferencian muy poco. A partir de los 17-19 años, caen los porcentajes, hasta los mínimos en las edades más avanzadas.

#### **4. Riesgos para los adolescentes de la conversación en Internet**

En esta sección nos ocupamos de los riesgos que plantean para los adolescentes las diversas formas de su conversación a través de Internet (chats, foros, blogs, redes sociales) por ser parecidos. Serían, sobre todo, de dos tipos: desatención de otras tareas, y de manejo prudente de información privada, con el riesgo máximo de exposición a adultos "depredadores". Antes, consideramos brevemente lo que podemos saber del comportamiento de los adultos más cercanos, esto es, los padres, para prevenir esos riesgos.

##### **¿Supervisión de los adultos?**

A pesar de la sensación que tienen los adolescentes de habitar mundos virtuales propios, fuera del alcance de los adultos, éstos no son del todo ajenos a la navegación internáutica de sus hijos. Al menos, no lo son en Estados Unidos, según los datos del Pew Internet Project ya citado (véase cuadro

17). En 2006, una gran mayoría de los padres de internautas adolescentes norteamericanos había establecido reglas sobre las páginas que pueden visitar (un 85% lo había hecho), así como sobre el tipo de información personal que pueden compartir con personas con las que se comunican a través de Internet (de nuevo, lo había hecho un 85%). Eran algunos menos, pero todavía una mayoría amplia (69%) los que habían establecido reglas sobre el tiempo que sus hijos pueden permanecer conectados. Quizá más interés tiene el que no son pocos los padres que admiten “fisgar” en el ordenador de sus hijos después de que éstos lo hayan usado para navegar por Internet: admite haber comprobado alguna vez las páginas que ha visitado su hijo un 65%, aunque no sabemos con qué frecuencia lo hacen. Si es baja, la navegación de los hijos será bastante “autónoma”.

<b>Cuadro 17 Padres de internautas adolescentes (12-17 años) estadounidenses: reglas sobre la navegación internáutica de sus hijos y juicio sobre ésta (2006)</b>	
	Porcentaje
En su hogar tienen reglas sobre...	
las páginas de internet que su hijo pueden o no visitar	85
el tipo de información personal que su hijo pueden compartir con personas con las que habla en Internet	85
el tiempo que su hijo pueden pasar online	69
Alguna vez comprueba qué páginas ha visitado su hijo después de que éste haya estado en Internet	65
Para su hijo, Internet y el correo electrónico han sido...	
algo bueno	59
algo malo	7
ni una cosa ni la otra	30
N = 790.	
Fuente: Elaboración propia con datos del Pew Internet Project, obtenidos de Macgill (2007).	

Los datos vistos más arriba acerca de la proporción de adolescentes que visita páginas “para adultos” sugieren que la supervisión paterna no es todo lo exhaustiva que sugieren las cifras americanas, ni la activa ni la pasiva a tra-

vés de filtros. Los grupos de discusión de "Safer Internet..." (European Commission, 2007) muestran a niños y adolescentes convencidos de que navegan por Internet con mucha libertad, sintiéndose muy poco controlados. La principal limitación que perciben es la amenaza de castigo con no usar Internet si se sacan malas notas. Tampoco perciben que haya límites temporales estrictos o preestablecidos, sino que, más bien, se establecen ad hoc, cuando los padres consideran que la navegación ya ha durado demasiado. La mención de filtros que prevengan la visita de páginas no aconsejables es minoritaria.

### **Desatención de otras ocupaciones**

Como se dice vulgarmente, el día tiene sólo 24 horas, de manera que si los adolescentes dedican más tiempo a Internet, como efectivamente ocurre, estarán quitándoselo a otras ocupaciones, que pueden ser importantes en su presente y, especialmente, en su futuro. Pueden restar tiempo al sueño, a los estudios, a la lectura, a las relaciones familiares en persona, a las relaciones en persona con sus amigos, al deporte, a la televisión, entre otras actividades. Como gran parte del tiempo que pasan en Internet se ocupan en las prácticas de conversación antedichas, corresponde analizar aquí esta cuestión.

Los internautas adolescentes españoles reconocen que navegar por Internet les quita tiempo para otras cosas. También los adultos, claro. Aparentemente, Internet compite, especialmente, con otros entretenimientos, diríamos, pasivos, como la televisión o el "estar sin hacer nada" (¿el dulce far niente?). Centrándonos en los chicos y chicas de 15 a 17 años, son muchísimos los que contestan que Internet les quita tiempo de "estar sin hacer nada" (un 79% de los chicos; 77% de las chicas) o de "ver la tele" (74 y 78%) (cuadro 18). Lo cual no sería especialmente problemático, sobre todo lo segundo, a la vista de las dudas que despierta entre los adultos un excesivo visionado de televisión. Algunos dicen que Internet les quita tiempo de escuchar la radio (30 y 24%) y otros de ir al cine (19 y 16%).

**Cuadro 18 España, 2006. Actividades a las que Internet quita tiempo, según los encuestados, en porcentaje**

	Todas las edades	Menos de 15	15 a 17	18 a 24	25 a 29
<b>Varones</b>					
Estar sin hacer nada	63,8	76,5	78,8	73,3	65,4
Dormir	19,1	26,1	25,2	23,2	18,4
Pasear/estar con amigos/pareja	11,1	23,5	14,9	10,5	9,3
Ver la tele	71,0	71,2	74,4	75,4	72,1
Oír la radio	19,6	29,4	29,7	26,1	19,2
Ir al cine	16,6	20,3	19,4	18,7	17,1
Leer	24,6	32,7	30,9	25,2	23,1
Estudiar	12,8	38,6	39,0	23,9	12,3
Trabajar	5,6	9,2	5,9	4,9	6,7
Practicar algún deporte	16,1	22,9	21,1	18,1	15,7
Buscar información en bibliotecas, catálogos	40,7	39,2	45,9	44,8	42,5
Otras actividades	1,9	4,6	3,0	2,2	1,6
N	34.378	153	844	8.143	7.334
<b>Mujeres</b>					
Estar sin hacer nada	59,6	71,4	76,6	70,1	62,4
Dormir	14,8	26,5	25,9	19,4	12,5
Pasear/estar con amigos/pareja	7,2	18,4	17,4	7,3	6,1
Ver la tele	62,0	63,3	77,6	68,4	60,9
Oír la radio	13,5	28,6	23,9	18,9	12,4
Ir al cine	9,5	8,2	15,9	11,0	9,0
Leer	20,3	40,8	31,8	22,6	18,4
Estudiar	10,9	30,6	35,8	20,7	10,3
Trabajar	5,6	10,2	8,0	4,4	7,0
Practicar algún deporte	10,3	18,4	20,9	14,3	8,8
Buscar información en bibliotecas, catálogos	47,7	38,8	59,7	51,7	48,3
Otras actividades	2,5	6,1	4,5	2,3	2,4
N	14.836	49	201	3.778	3.448

Fuente: Elaboración propia con datos de AIMC, "Navegantes en la Red".

Sin embargo, no son pocos los que restan tiempo a actividades cuya menor práctica podría ir en menoscabo de la vida académica (y profesional

futura), familiar o social de los internautas, o, incluso, de su salud. Téngase en cuenta, en todo caso, que no podemos saber cuánto tiempo detrae Internet de las ocupaciones que vemos a continuación.

En cuanto a la vida académica, a más de un tercio (39 y 36%) le quita tiempo de estudiar, y a casi otro tercio (31 y 32%) de leer. A ello habría que añadir el 6/8% que dice que le quita tiempo de trabajar. Sin embargo, Internet representa un ahorro de tiempo en la búsqueda de información en los catálogos de las bibliotecas: un 46% de los chicos dice que le quita tiempo de esta actividad, e incluso son más las chicas que así lo afirman (60%). De todos modos, en el estudio de Fernández y Rodríguez (2007) sobre los condicionantes individuales de la repetición de curso, si bien se observa una relación negativa entre repetición y tener un ordenador en casa para estudiar, no se observa ninguna relación significativa entre repetición y tener conexión a Internet. Es decir, que no parece afectar ni para bien ni para mal. Probablemente ocurra que a quienes más tiempo quite Internet de sus estudios se lo hubiera quitado cualquier otra distracción.

En cuanto a la vida familiar y social, cerca de un sexto (15 y 17%) reconoce que Internet les quita tiempo de pasear o estar con los amigos y la pareja.

En cuanto a la salud, es notable que un cuarto (25/26%) admita que Internet le quita tiempo de dormir, lo cual es llamativo dada la tendencia que tienen los adolescentes a dedicar menos horas de sueño de las vistas como necesarias. Asimismo, un quinto (21%) dice que le quita tiempo de practicar algún deporte.

Esos porcentajes no son particularmente distintos de los obtenidos para el conjunto de los internautas (cuadro 18). Y es quizá preocupante que los porcentajes sean muy parecidos para los menores de 15 años, entre los que, si acaso, se observa, en contraste con los adolescentes, un mayor descuido de las relaciones personales por causa de la navegación por Internet.

## **Las supuestas habilidades “multitarea”**

Conviene hacer, por último, una referencia, siquiera somera, a las supuestas habilidades multitarea (multitasking) que estarían desarrollando los ado-

lescentes más asiduos a las nuevas posibilidades de Internet, al parecer, bastante habitual entre los adolescentes norteamericanos (Foehr, 2006). No es infrecuente encontrarse con reportajes en prensa en los que se nos presenta a un adolescente que está, a la vez, haciendo los deberes, escuchando música, conversando con sus amigos mediante el messenger, consultando su e-mail, actualizando su perfil en MySpace y, de vez en cuando, echando una mirada a la televisión que tiene en su cuarto, por exagerar un poco. Estos "nuevos adolescentes" estarían desarrollando la capacidad de atender simultáneamente a una multiplicidad de tareas, aparentemente, sin merma de su productividad en ninguna de ellas. En realidad, no hay nada de eso.

En una charla a jóvenes en 2004, Danah Boyd (2004) era, de nuevo, muy expresiva en su juicio sobre esa supuesta capacidad para la multitarea. Dirigiéndose a ellos, decía:

"Muchos de vosotros estáis mirando a vuestros ordenadores portátiles, embarcados en la multitarea. Aunque sólo recordaréis un fragmento de esta charla, probablemente me diríais que recordábais la parte principal, o que estábais poniendo en práctica vuestra atención parcial continua. Algunos podéis ser ya unos maestros ninja en esta cuestión, pero la mayoría de vosotros, probablemente, está prestando poca atención tanto al ordenador como a mí misma. Pero 'queréis' ser un maestro ninja en atención parcial continua porque os han dicho que los chicos guay lo son."

Quizá unos pocos puedan ser maestros ninja y no perder atención ni productividad al combinar tantas tareas "a la vez", pero para los adolescentes y demás mortales del común, las cosas no funcionan así. Como dice un reportaje de *Time* sobre la generación multitarea, "hay una abundante bibliografía sobre cómo maneja el cerebro la multitarea. Y, básicamente, no la maneja" (Wallis, 2006). Puede parecer que se está produciendo un procesamiento simultáneo de distintas informaciones, pero, en realidad, lo que ocurre es que se va saltando de un proceso a otro. Sí que hay tareas, muy sencillas (o muy ensayadas), que pueden llevarse a cabo automáticamente mientras se piensa en otras cosas: hacer punto mientras se charla, o mientras se ve la televisión; charlar con el compañero de andanzas ciclistas; pelar patatas mientras se charla, etc. Pero no ocurre lo mismo con tareas algo complejas

o que implican tomar decisiones sobre las que hay que reflexionar mínimamente. De hecho, cuando intentamos llevar a cabo dos o más tareas relacionadas a la vez o cambiando rápidamente de una a otra, cometemos muchos más errores y nos lleva más tiempo completarlas que si las hubiéramos emprendido secuencialmente. Por otra parte, no hay que olvidar que la vida multitarea de adolescentes como los descritos más arriba plantea otro posible problema, el de la sobreestimulación. El cerebro necesita del descanso, para recuperarse y para consolidar pensamientos y la memoria. Si llenamos todo nuestro tiempo con estímulos de todo tipo y, además, le quitamos tiempo al sueño, esa tarea de reparación y asentamiento probablemente se produzca menos, y con peor calidad.

### **Prudencia e imprudencia en el manejo de la información privada. La amenaza de los adultos depredadores online**

En sus conversaciones y anotaciones en chats, blogs, mensajes instantáneos y perfiles de MySpace o equivalentes, los adolescentes pueden revelar, consciente o inadvertidamente, información personal que puede ser utilizada, por así decirlo, en su contra.<sup>37</sup>

Que caigan en lo que puede ser un error desde el punto de vista de sus intereses puede deberse tanto a la mayor proclividad al riesgo de los adolescentes como a la sensación de que muchas de esas comunicaciones parecen hacerse en un entorno privado. Los adolescentes pueden creer que su blog sólo lo leen sus amigos y conocidos, apenas unas decenas de personas, pero no es así. Sus perfiles de MySpace, si no se han cuidado de hacerlos privados, parecen cosa de unos pocos colegas, pero están abiertos a un público inmenso. Incluso las comunicaciones a través del messenger, en apariencia privadas, dejan rastro en los ordenadores, tanto del emisor como del receptor. En ambos pueden entrar personas maliciosas, como dicen en un curioso castellano las advertencias de seguridad de las empresas de software, que utilicen esa información para fines no deseados por el adolescente. O pueden ser sus padres los que se enteren, ya no como per-

---

<sup>37</sup> Sobre estas cuestiones puede verse, entre otros, Barnes (2006).

sonas maliciosas, sino bienintencionadas, de conversaciones que el adolescente cree privadas. O puede ocurrir, por último, que sus correspondientes del messenger envíen sus conversaciones a terceras personas, traicionando la confianza propia de ese tipo de diálogos.

Las palabras pronunciadas en todos esos foros pueden permanecer mucho tiempo en Internet, pues es un medio con mucha persistencia, más de la que a veces se piensa. Lo publicado en Internet vive incluso más allá de que un usuario haya dado de baja su blog o su espacio en MySpace. Vive, por ejemplo, en el caché que mantiene Google, en el cual se pueden encontrar millones de páginas enteras que ya han desaparecido de su ubicación original en Internet. Es decir, las palabras pronunciadas de niño o adolescente, o los datos personales revelados, o, incluso, las fotos comprometedoras publicadas “sólo” para un grupo de amigos –o, peor, para otro (supuesto) adolescente con el que se conversa en el chat o en el messenger–, todo ello puede ser accesible más allá de la voluntad de privacidad del adolescente.

¿Quiénes pueden acceder a esos datos? Otros adolescentes, y los adultos. Otros adolescentes pueden hacer un buen uso de esas informaciones, en una relación de confianza y amistad (o de “colegas”) o pueden hacer un mal uso o un uso interesado, poniendo al adolescente en cuestión ante situaciones incómodas, por ejemplo, ante su grupo de iguales.

Asimismo, una variedad de adultos puede usar esa información para fines distintos de los previstos por el adolescente. Sus padres pueden enterarse de comportamientos de los que los adolescentes preferirían que sus padres no se enterasen. Es decir, sus padres pueden supervisarles y controlar su “vida virtual privada”, a pesar de los intentos de los adolescentes por mantenerla así. Pero, al menos, son sus padres.

Lo que ocurre es que también pueden enterarse de aspectos inconvenientes de su vida los profesores y directivos de centros de enseñanza. En la medida en que esas inconveniencias tengan relación directa (o indirecta) con la vida en los centros, podrán utilizarla, incluso, para adoptar medidas disciplinarias contra los estudiantes. Piénsese, por ejemplo, en comentarios despectivos o denigratorios, o meramente críticos, hacia profesores (o cargos directivos del centro), los cuales son relativamente habituales entre los estudiantes. Inconsecuentes en la conversación oral entre dos alumnos,

pueden tener consecuencias graves por su persistencia en las conversaciones escritas que se mantienen en Internet. En países como Estados Unidos, en que tanta importancia tienen los procesos individualizados de admisión en la enseñanza superior, los encargados de las oficinas de admisión pueden intentar recabar información sobre los candidatos en blogs y, especialmente, en lugares como MySpace. Y no sería extraño que los jefes de personal de las empresas estuvieran tentados de usar esta fuente en los procesos de selección de personal. Y también puede estar al tanto de las correrías de los adolescentes en esos sitios virtuales la policía (Koppelman, 2006).

Por último, como problema más mencionado por los medios de comunicación, habría que tener en cuenta la posibilidad de que a niños y adolescentes les acechen en Internet "depredadores" adultos, dispuestos a abusar de ellos de un modo u otro. Son conocidos los casos, en Estados Unidos, pero también en España, de adultos que se hacen pasar por adolescentes para conseguir citas con jovencitas o jovencitos menores de edad. Un caso reciente en España es el de un varón adulto que se hizo pasar por una persona joven, utilizando la foto de un hijo suyo, para entablar relaciones con una menor.<sup>38</sup> Ésta le envió fotos comprometedoras y aquél, ante la insistencia de la joven por conocerle en persona, se negó y decidió "asesinar" a su personaje, interviniendo, a partir de un día, en las conversaciones como el supuesto padre de un hijo que habría fallecido en un accidente, pretendiendo, con notable empeño, seguir la conversación, y la relación, y amenazando, de paso, a la menor con la revelación de las fotografías que estaban en su posesión.

En este caso, el problema no llegó a mayores, como sí han llegado en otros casos, por ejemplo, en Estados Unidos. Allí, la trascendencia mediática de esos casos ha sido enorme, tanto que se está discutiendo en la Cámara de Representantes la "Deleting Online Predators Act", presentada, por primera vez, por un representante republicano en mayo de 2006. Con ella se pretende que las escuelas y bibliotecas financiadas con fondos federales sean más estrictas en el cumplimiento de sus tareas de protección de los menores frente a los depredadores de Internet. La ley impediría a escuelas y bibliotecas ofrecer

---

<sup>38</sup> "Detenido tras suplantar a su hijo en un 'chat' para obtener fotos eróticas de una menor", *El Mundo*, 13 de enero de 2007.

acceso a menores a “sitios de internet comerciales dedicados a las redes sociales”. La ley ha despertado bastante controversia, pues, pensada para impedir el acceso a sitios como MySpace, en una definición amplia de “sitios de internet comerciales...” se incluirían también páginas como Yahoo o Amazon. Algunos representantes de bibliotecas escolares se quejan de que eso les impediría, no sólo proporcionar a los estudiantes las útiles herramientas para sus estudios que se derivan de bastantes redes sociales,<sup>39</sup> sino acompañarles y ayudarles en su aprendizaje del manejo prudente de dichas redes. Algunos expertos han criticado que esas prohibiciones irían en detrimento de este aprendizaje, y de los aprendizajes propios de la vida en sociedad actual. Henry Jenkins, co-director del programa de Comparative Media Studies en el Massachusetts Institute of Technology, es muy gráfico al respecto:

“De igual modo que en una sociedad de cazadores los jóvenes juegan con arcos y flechas, los jóvenes en una sociedad de la información juegan con información y redes sociales (...) Más que apartarles de las herramientas propias de las redes sociales, deberíamos enseñar a los chicos como explotar el potencial de aquéllas y mitigar sus riesgos.”<sup>40</sup>

Las empresas que ofrecen los servicios de redes sociales, por su parte, como MySpace, han tomado algunas medidas para que no vuelvan a repetirse o se reduzcan al mínimo los casos problemáticos advertidos.

¿Están los adolescentes revelando información que otros puedan utilizar para sus propios intereses? Seguramente, sí. ¿En qué medida? Sobre esto sabemos menos, pero algunas encuestas apuntan a que puede ser más de lo deseable desde el punto de vista de esos adolescentes. Usamos la encuesta ya citada de la Polly Klaas Foundation por su objeto y por ser

---

<sup>39</sup> Sobre los usos beneficiosos de redes y conversaciones en Internet para el aprendizaje escolar de los estudiantes de secundaria puede verse la colección de anotaciones en el blog de la Yalsa (*Young Adult Library Services Association*) titulada “Social networking and DOPA” (Yalsa, 2006).

<sup>40</sup> Declaraciones en una entrevista con la MIT News Office, aparecidas en Boyd y Jenkins (2006). Sobre las habilidades y competencias culturales que necesitan los jóvenes en esa sociedad de la información del siglo XXI puede verse el trabajo de Jenkins para la MacArthur Foundation titulado *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century* (Jenkins et al., 2006).

representativa de la población internauta adolescente (13 a 18 años) en Estados Unidos, y porque sus resultados ilustran de lo que puede estar ocurriendo, o ir a ocurrir, en España.<sup>41</sup>

La encuesta permite afirmar que los adolescentes estadounidenses incurren en algunos comportamientos que podríamos denominar de riesgo, aunque no todos ellos implican que adultos maliciosos estén acechando. A más de la mitad (56%) de los adolescentes internautas le habrían planteado alguna vez por e-mail, messenger, o chat, preguntas personales, tales como la edad, su sexo o su localidad de residencia. Porcentajes notables se habrían comunicado por las distintas vías que ofrece Internet con personas que no conocen en persona: por mensajería instantánea (54%), por e-mail (50%) o por chat (45%). Dos quintos (42%) habrían publicado o actualizado información en un foro o en una lista de correo. En principio, la conducta más arriesgada, hablar acerca de encontrarse en persona con alguien a quien sólo se conoce por Internet, la habría llevado a cabo un 30%. A un 21% le habrían propuesto un encuentro en persona. Recordemos, en todo caso, las cifras del estudio "Navegantes en la red" aplicables a España: son muchos los que han iniciado relaciones personales a través de Internet.

No son pocos los adolescentes que han recibido alguna vez vínculos sexualmente explícitos a través de e-mail, mensajería instantánea o chat (un 37%), aunque cabe imaginar que la inmensa mayoría de esos vínculos les han llegado de sus pares, y no de adultos. Imaginamos también que el 27% que alguna vez ha hablado de sexo con alguien que no conoce personalmente también lo habrá hecho con gente de su edad, pero quizá no. Y a un 25% le ha preguntado alguna vez sobre temas sexuales o le ha solicitado favores sexuales alguien que no conocen personalmente. Más problemático es que un 12% haya encontrado alguna vez a un adulto que se hacía pasar por alguien mucho más joven.

Conductas con alguna dosis de imprudencia u ocultación por parte del adolescente en cuestión también son relativamente frecuentes. Más de dos

---

<sup>41</sup> No utilizamos la encuesta llevada a cabo por la asociación Protégeles (<http://www.protegeles.com/costumbres.asp>) porque el estudio no está disponible y por nuestras dudas acerca de la recogida de los datos y la representatividad de la muestra.

quintos (44%) han mentido alguna vez acerca de su edad mientras se comunicaba por Internet, y dos quintos (40%) han pretendido ser alguien distinto. Un 32% ha enviado una fotografía u otro tipo de información personal a alguien con quien nunca se ha encontrado en persona.

En definitiva, la población en situación de riesgo potencial es amplia. Otra cosa es que ese riesgo potencial lo sepan administrar con prudencia los adolescentes. Esto no lo sabemos. Podemos suponer que la inmensa mayoría sí lo hace, pues el número de casos problemáticos, a pesar del eco mediático, ha sido mínimo. La mayor reticencia a usar el chat, precisamente por problemas de seguridad, y el mayor uso del más controlable messenger apuntan a que la navegación internáutica de nuestros adolescentes no es tan despreocupada como a veces pensamos. Los grupos de discusión de "Safer Internet..." también sugieren la existencia de una conciencia clara de todos estos problemas, especialmente entre los adolescentes de 12 a 14 años, quienes también parecen conscientes de las principales precauciones que pueden adoptar, como utilizar datos identificativos no reales, no hablar con extraños en el chat, no usar la web cam en el messenger o nunca dar el número de móvil a extraños. Sin embargo, no sabemos en qué medida ponen en práctica esas precauciones, y algunos de los comentarios en dichos grupos sugieren una excesiva sensación de seguridad en los adolescentes, que se verían capaces para lidiar por sí mismos con esas amenazas potenciales. Lo que sí es notorio en esos grupos es que este tipo de problemas casi nunca se comenta con los padres, en parte, por el temor de que estos limiten el uso de Internet de los adolescentes. Si acaso, se consultan con hermanos mayores o amigos.

De todos modos, carecemos de estudios que midan más específicamente este tipo de vulnerabilidades, tanto en Estados Unidos como en España. En cualquier caso, la preocupación por los "depredadores" *online* no debería hacernos olvidar que la mayor parte de los abusos, sexuales, por ejemplo, los cometen personas próximas a las víctimas, frecuentemente de su propia familia.

# Consideraciones finales

## Una doble perspectiva

Este trabajo ha examinado los usos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs) que hacen los adolescentes, los españoles en particular, así como los nuevos riesgos o vulnerabilidades en que incurren por ello. Lo ha hecho desde una perspectiva doble, que parte de que, como fenómeno sociológico, la adolescencia es una creación de las sociedades contemporáneas, y la de que es un mundo construido por los propios adolescentes en gran parte. Aunque, conviene recordarlo, esto sólo es cierto en parte, puesto que en su forma y en su contenido ha sido y es profundamente influido por los adultos, que son sumamente responsables de él, e incluso responsables, en buena medida, del estímulo al narcisismo de los adolescentes y los jóvenes, que les lleva a pensar que son creadores de sí mismos (pero, obviamente éste es un tema cuyo desarrollo requiere un trabajo aparte). Lo cierto es que los adultos, por las decisiones que han tomado (escolarización prolongada, postergar el ingreso en el trabajo...), han permitido la emergencia de unos espacios sociales en los que los adolescentes campan, aparentemente, a sus anchas, tomando de aquí y de allá contenidos que llenan sus relaciones y sus diversiones, y que han sido creados, en buena medida, por esos adultos lejanos.

## Las NTICs y la construcción de los mundos de la adolescencia

Con las nuevas tecnologías prosigue ese proceso de autoconstrucción, sólo que en ámbitos distintos de los tradicionales. En particular, los adolescentes han abrazado casi como propia Internet, la cual usan bastante más que los adultos, especialmente como nuevo espacio de conversación con los suyos, esto es con la familia y los amigos. Y, sobre todo, como nuevo espacio en el que pasar el rato y disfrutar de la compañía de sus iguales.

Por cómo encajan con sus vidas de adolescentes los nuevos lugares de encuentro provistos por Internet, no es de extrañar que estén complemen-

tando, incluso sustituyendo, a los lugares tradicionales, mediante servicios como la mensajería instantánea, el chat, los foros o los blogs. Y tampoco extraña, por lo mismo, la enorme aceptación de los teléfonos móviles, convertidos, sobre todo, en terminales de envío y recepción de mensajes de texto. Los espacios públicos propios de los adolescentes, la calle, por ejemplo, están más limitados, sobre todo en países como Estados Unidos, no tanto en España. La calle es insegura, y hay que retirar a los chicos de ella.

Las pruebas de la construcción de un mundo relativamente separado de los adultos son diversas. Primero, los adolescentes “invaden” los nuevos medios de comunicación (véase el ejemplo de MySpace), que adquieren un carácter juvenil, lo cual, quizá, puede detraer a los adultos de un uso más intenso de esos medios. Éstos, de todos modos, en tanto que adultos, estarán mucho menos a la última que los adolescentes, especializados en descubrir las novedades en lo que toca a entretenimiento y vida social, y con energías y tiempo para ello. Segundo, en sus conversaciones por teléfono móvil, messenger, chats y foros, los adolescentes se dotan de un lenguaje propio, más bien una nueva taquigrafía, llena de abreviaturas que ahorran tecleos y de símbolos para expresar una variedad de sentimientos. Se trata de una taquigrafía un tanto opaca para los adultos, que pueden imitarla en sus comunicaciones por los mismos medios, pero sin llegar a ser tan duchos en ella. Tercero, y sobre todo, los adolescentes usan para sus propios fines nuevas tecnologías desarrolladas por adultos para fines (parcialmente) distintos. Por eso, en último lugar, las normas sociales de esos lugares de encuentro y conversación emergen, en gran medida, de las interacciones entre los usuarios (los jóvenes y adolescentes), y son un híbrido entre estas reglas autogeneradas y las “normas constitucionales” dadas por los adultos fundadores de esos lugares.

## **Vulnerabilidades de la adolescencia contemporánea**

Las vulnerabilidades de la adolescencia son, en parte, intrínsecas a esa fase de la vida, y, en parte, circunstanciales al momento histórico que se vive. Muchas de las que nos preocupan hoy son “creación” de las sociedades avanzadas actuales y no existían en el pasado. Tales son el fracaso esco-

lar, la adicción a drogas y sustancias como el tabaco o el alcohol, los accidentes de tráfico, los embarazos no deseados y sus consecuencias, entre otras. En cualquier caso, medidas en términos de vidas perdidas y de enfermedad, esas vulnerabilidades son muy inferiores a las de hace escasamente un siglo.

## **NTICs y nuevas vulnerabilidades**

Todo cambio tecnológico trae consigo nuevas oportunidades y nuevos riesgos. En este trabajo hemos analizado las unas y los otros en relación con la adolescencia y las NTICs. Hemos incluido la televisión por su gran relevancia en la vida de los jóvenes y como elemento de contraste con ordenadores, videoconsolas e Internet (y sus variantes). En nuestro análisis, hemos apuntado resultados que se mueven en una línea de ambigüedad, con una interpretación más cauta que la que suele dominar los titulares de los medios de comunicación.

Así, la televisión puede ir en detrimento del rendimiento escolar, pero hay investigaciones serias que no encuentran en absoluto esta relación. El ordenador se asocia con un buen rendimiento escolar, pero no tenemos del todo clara la dirección de la causalidad, y hay usos específicos que dudosamente beneficiarán ese rendimiento, como el pasar muchas horas con el messenger, supuestamente practicando una habilidad en la que estarían especializados los adolescentes, la multitarea, la cual, tal como se suele entender, es imposible, dadas las limitaciones del cerebro humano. Los teléfonos móviles se asocian con peores resultados escolares, pero, de nuevo, la dirección de la causalidad –de haberla– no está clara y, de todos modos, con la universalización de estos aparatos, va a ser difícil comprobar esta relación. Las videoconsolas también se asocian con un peor rendimiento escolar, pero las dudas sobre la dirección de la causalidad son las mismas, y, desde luego, no parece que estén causando los estragos de agresividad y violencia que pronosticaron los más agoreros. Internet abre a los adolescentes nuevas oportunidades de aprendizaje y de construcción autónoma de su propio mundo, pero también les sitúa frente a nuevos riesgos. Entre ellos, hemos analizado la desatención de otras ocupaciones (algunas de ellas

necesarias o benéficas), los problemas de privacidad y del uso que otros hagan de la información personal puesta a disposición de un público invisible, en especial, de los depredadores online. Sin embargo, no hemos de olvidar que el número de esos nuevos depredadores es mínimo en comparación con los que acechan en el mundo real, mucho más cerca de niños y adolescentes, incluso en sus familias.

Lo interesante es que lo que la nueva tecnología les quita a los adultos, en la forma de un nuevo mundo virtual propio de los adolescentes, en el que no serían bien recibidos los adultos, se lo da, pues les permite a aquéllos tanto un acceso fácil a herramientas de supervisión y control de ese mundo virtual como su propia observación participante en esos mundos. Que aprovechen ambas oportunidades o no depende de ellos, como también depende de ellos que opten por cerrar los ojos, o cerrar el acceso de sus hijos a los nuevos mundos virtuales (con el riesgo de que sea contraproducente), o, quizá lo más sensato, acompañarles en esta nueva andadura con mayor conocimiento de causa y ayudados de la experiencia y madurez que puede dar la edad. En realidad, podría decirse que las nuevas tecnologías, en particular Internet, les ofrecen una oportunidad, la de estar cerca de sus hijos sin necesidad de estar encima de ellos, algo que no ocurre en otros de los mundos de la adolescencia (escuela, barrio, lugares de ocio, etc.). O, al menos, les permite estar más al tanto de sus andanzas, si los padres se toman la molestia.

### **Nos hace falta saber bastante más**

En realidad, todavía sabemos bastante poco de cómo están los adolescentes haciendo suyas las nuevas tecnologías y construyendo su propio mundo gracias a ellas. Sobre lo que está ocurriendo en Estados Unidos (o en el Reino Unido) sabemos más, aunque todavía de manera muy provisional y, a veces, superficial. Para España, contamos con alguna información cuantitativa, bastante mejorable, pero casi no conocemos nada del detalle del uso comunicacional de Internet que hacen los jóvenes, en particular de utilidades como el messenger, los chats, los foros o los blogs. Nos hace falta, por tanto, avanzar mucho más en la investigación de estos fenómenos, por vías

como las siguientes. Primero, conviene llevar a cabo más encuestas auténticamente representativas, y no con muestras ad hoc o autoseleccionadas, por lo sesgos que éstas puedan tener; encuestas centradas, quizás, en uno o dos de los usos analizados en el trabajo, de manera que se pueda entrar en el detalle de la descripción y la motivación de esos usos. Segundo, son necesarios estudios etnográficos, de observación directa y sistemática de los comportamientos –sobre todo del lenguaje– de los adolescentes en sus comunicaciones a través de Internet; los estudios norteamericanos son sugerentes, pero insuficientes. Por último, en el marco de estos estudios, son necesarios rigurosos análisis de contenido de la ingente conversación en curso en Internet, para comprobar si está emergiendo, como algunos sugieren, una nueva cultura de la adolescencia contemporánea o si es una variación de las anteriores aplicable a las nuevas condiciones técnicas.

Esas investigaciones deberían profundizar más en la experiencia de los adolescentes con las nuevas tecnologías, en la línea de argumentos como los siguientes. En primer lugar, sería interesante saber cuánto tiene de innovación y creación la construcción de su propio mundo que hacen los adolescentes a través de esas NTICs y cuánto tienen de imitación. La duda (muy razonable) que surge ante el crecimiento explosivo de servicios como el messenger o redes como la de MySpace es la de si no estaremos asistiendo a un proceso de imitación con un recorrido relativamente corto, casi tanto como la sintaxis de muchos de los mensajes intercambiados por aquellos medios. Y además a un proceso de imitación cada vez más acelerado. ¿Son experiencias como la de MySpace poco más que un mundo de espejos, o hay algo más detrás de esas superficies reflectantes?

Sería interesante, en segundo lugar, conocer en qué circunstancias concretas se dan los usos comunicacionales de estas NTICs. Aunque algo se ha dicho en el texto, habría que ahondar más en si, efectivamente, se dan en un ambiente de "multitarea" o no, o qué tipo de redes implican (familia, amigos, conocidos, nuevas relaciones...), por ejemplo. Convendría también un mayor énfasis en los contenidos específicos de esos usos: los "qués", más que los "cómo" o los "dónde".

En tercer lugar, y esto es quizá lo más importante, esas investigaciones deberían permitir poner en relación los usos que hacen los adolescentes de

las NTICs con el contexto de esos usos. Es decir, en una encuesta, por ejemplo, tendríamos que preguntar por esos usos pero también por determinados aspectos de su vida familiar, de su vida en el grupo de iguales, por su experiencia educativa, así como por sus otros consumos culturales (tipos de música, tipos de lecturas, etc.). Sólo así podremos cerciorarnos con alguna seguridad del sentido que otorgan a las NTICs y el lugar que ocupan en sus vidas de adolescentes.

Por último, esas investigaciones ganarían en perspectiva si implicaran un cierto elemento comparativo internacional. En este estudio hemos utilizado datos de Estados Unidos y del Reino Unido, sobre todo, ante la ausencia de datos españoles, pero cabe una comparación sistemática, que resalte lo que tienen de común, por ejemplo, las experiencias con Internet de los adolescentes españoles y otros europeos, así como sus rasgos distintivos.

## Referencias

- Adese. 2006. *Estudio de hábitos y usos de los videojuegos. Fase omnibus*. Disponible en [http://www.adese.es/pdf/Estudio-Habitos-y-usos-videojuegos\\_02-02-2005.pdf](http://www.adese.es/pdf/Estudio-Habitos-y-usos-videojuegos_02-02-2005.pdf).
- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación). 2004. *La generación “.com”*. Disponible en <http://www.aimc.es/09notas/ninos04.pdf>.
- AIMC. 2006. Encuesta “*Navegantes en la Red*”. Tabulaciones on-line disponibles en <http://www.aimc.es/03internet/tabulacion.html>.
- AIMC. Varios años. *Marco general de los medios en España*.
- AIMC. Varios años. *Estudio General de Medios*.
- Analistas Socio-Políticos. 1998. Encuesta ASP 98.017. *Encuesta sobre los españoles ante las tecnologías de la información (noviembre 1998)*.
- Analistas Socio-Políticos. 2000. Encuesta ASP 00.030. *Encuesta sobre educación a padres de familia con hijos de 6 a 16 años (junio-julio 2000)*.
- Anderson, Craig A., Douglas A. Gentile y Katherine E. Buckley. 2007. *Violent video game effects on children and adolescents: theory, research, and public policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Barnes, Susan B. 2006. “A privacy paradox: social networking in the United States”, *First Monday*, septiembre de 2006. Disponible en [http://www.firstmonday.org/issues/issue11\\_9/barnes/index.html](http://www.firstmonday.org/issues/issue11_9/barnes/index.html).
- Borzekowski, Dina L. G. y Thomas N. Robinson. 2005. “The remote, the mouse, and the no. 2 pencil”, *Archives of Pediatric and Adolescent Medicine*, 4 de julio.

Boyd, Danah. 2004. "Autistic social software". Supernova conference, 24 de junio de 2004. Disponible en <http://www.danah.org/papers/Supernova2004.html>.

Boyd, Danah. 2006a. "Friends, Friendsters, and Top 8: writing community into being on social network sites", *First Monday*, noviembre/diciembre. Disponible en [http://www.firstmonday.org/issues/issue11\\_12/boyd/index.html](http://www.firstmonday.org/issues/issue11_12/boyd/index.html).

Boyd, Danah. 2006b. "Friendster lost steam. Is MySpace just a fad?", *Apophenia Blog*, 21 de marzo, <http://www.danah.org/papers/FriendsterMySpaceEssay.html>.

Boyd, Danah. 2006c. "G/localization: when global information and local interaction collide". *O'Reilly Emerging Technology Conference*, San Diego, CA, 6 de marzo. Disponible en <http://www.danah.org/papers/Etech2006.html>.

Boyd, Danah. 2006d. "Identity production in a networked culture: why youth heart MySpace", American Association for the Advancement of Science, St. Louis, MO, 19 de febrero. Disponible en <http://www.danah.org/papers/AAAS2006.html>.

Boyd, Danah. 2008. "Why youth ? social network sites: the role of networked publics in teenage social life", en David Buckingham, ed., *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: The MIT Press, pp. 119-142.

Boyd, Danah y Henry Jenkins. 2006. "MySpace and Deleting Online Predators Act (DOPA)", *MIT Tech Talk*, 26 de mayo. Disponible en <http://www.danah.org/papers/MySpaceDOPA.html>.

Bryant, J. Alison; Ashley Sanders-Jackson y Amber M. K. Smalwood. 2006. "I'ming, text messaging, and adolescent social networks", *Journal of Computer Mediated Communication*, 11, 2, artículo 10. Disponible en <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/bryant.html>.

- Camarata, Stephen y Richard Woodcock. 2006. "Sex differences in processing speed: Developmental effects in males and females", *Intelligence*, 34, 3: 231-252.
- Casas, Ferran, coord. 2007. *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió a Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- CIMEC y Millward Brown. 2005. *Adolescentes y nuevas tecnologías del ocio. Presentación de resultados*. Ejemplar fotocopiado.
- Coleman, James. 1961. *The adolescent society*. Nueva York: The Free Press.
- Dale, Maryclaire. 2006. "1 percent of Web sites deemed pornographic", *MSNBC.com*, 14 de noviembre. Disponible en <http://www.msnbc.msn.com/id/15721799>.
- Daly, Martin y Margo Wilson. "Risk-taking, intrasexual competition, and homicide", *Nebraska symposium on motivation*, 47: 1-36, 2001.
- Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid. 2005. *Informe anual 2004*. Madrid: El Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid.
- Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid. 2006. "Seguridad infantil y costumbres de los menores en el empleo de la telefonía móvil", en *Estudios e investigaciones 2005*. Madrid: El Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid.
- Demunter, Christoph. 2005. "The digital divide in Europe", *Statistics in Focus*, 38/2005.
- European Commission. 2006a. *E-communications household survey. Special Eurobarometer 249*.
- European Commission. 2006b. *Statistical Annex of European Economy*. Otoño 2006.

- European Commission. 2007. *Safer Internet for Children. Qualitative study in 29 European countries. National analysis: Spain*. Disponible en: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/sip/docs/eurobarometer/qualitative\\_study\\_2007/spain.pdf](http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/docs/eurobarometer/qualitative_study_2007/spain.pdf).
- Ferguson, Christopher John. 2007. "The good, the bad and the ugly: a meta-analytic review of positive and negative effects of violent video games", *Psychiatric Quarterly*, 78: 309-316.
- Fernández, Juan Jesús y Juan Carlos Rodríguez. 2007. "Los orígenes del fracaso escolar en España. Un estudio empírico". No publicado.
- Foehr, Ulla G. 2006. *Media multitasking among American youth: prevalence, predictors and pairings*. The Henry J. Kaiser Family Foundation. Disponible en "<http://www.kff.org/entmedia/upload/7592.pdf>" <http://www.kff.org/entmedia/upload/7592.pdf>.
- Freese, Duane D. 2005. "Food fantasies", *Tech Central Station*, 11 de enero de 2005. Disponible en <http://www.techcentralstation.com/011105D.html>.
- Furnham, Adrian. 2002. *Growing up with advertising*. Londres: The Social Affairs Unit.
- Gentzkow, Matthew, y Jesse M. Shapiro. 2006. "Does television rot your brain? New evidence from the Coleman study", *NBER Working Paper*, 12021.
- Glassner, Barry. 1999. *The culture of fear*. Nueva York: Basic Books.
- Glutz, Peter; Stefan Bertschi y Chris Locke, eds. 2005. *Thumb culture: the meaning of mobile phones for society*. Bielefeld: Transcript.
- Greenfield, Patricia M., Elisheva F. Gross, Kaveri Subrahmanyam, Lalita K. Suzuki y Brendesha tynes. 2006. "Teens on the internet: interpersonal connection, identity, and information", en R. E. Kraut, M. Brynin y S. Kiesler, eds., *Computers, phones and the internet: domesticating information technology*. Nueva York: Oxford University Press, pp. 201-218.

- Hancox, Robert J.; Barry J. Milne y Richie Poulton. 2005. "Association of television viewing during childhood with poor educational achievement", *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 159: 614-618.
- Hancox, R.; B. Milne y R. Poulton. 2004. "Association between child and adolescent television viewing and adult health: a longitudinal birth cohort study", *The Lancet*, 364, 9430: 257-262.
- Harris, Judith Rich. 1999. *El mito de la educación*. Barcelona: Grijalbo.
- Harris, Judith Rich. 2006. *No two alike. Human nature and human individuality*. Nueva York, Londres: W. W. Norton & Co.
- Huffaker, David A. 2006. "Teen Blogs Exposed: The Private Live of Teens Made Public". Presentado en el Annual Meeting of the American Association for Advancement of Science (AAAS), St. Louis, MO, 19 de febrero de 2006.
- Huffaker, David A. y Sandra L. Calvert. 2005. "Gender, identity, and language use in teenage blogs". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10, 2. Disponible en <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>
- Injuve (Instituto de la Juventud). S. f. *Sondeo de opinión. 4ª encuesta 2003. Avance de resultados. Ocio y tiempo libre. Noche y fin de semana. Salud y sexualidad*. Disponible en: <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.downloadatt.action?id=905864685>.
- Irvine, Martha. 2006. "'Tweens' are fast becoming the new teens", *Yahoo! News*, 25 de noviembre.
- Jenkins, Henry. s. f. "Reality bytes: eight myths about video games debunked". Disponible en <http://www.pbs.org/kcts/videogamerevolution/impact/myths.html>.
- Jenkins, Henry; Katie Clinton, Ravi Purushotma, Alice J. Robinson y Margaret Weigel. 2006. *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. MacArthur Foundation. Disponible en

[http://www.digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS\\_WHITE\\_PAPER.PDF](http://www.digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF).

Johnson, Jeffrey G.; Patricia Cohen, Elizabeth M. Smailes, Stephanie Kasen y Judith S. Brook. 2002. "Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood", *Science*, 295, 5564: 2468-2471.

Koppelman, Alex. 2006. "MySpace or OurSpace?", *Salon.com*, 8 de junio. Disponible en <http://feeds.salon.com/salon/index?m=346>.

Lacasa, José M. 2007. "TV en el cuarto=cates", *Padres y colegios*, 20 de febrero de 2007.

Lenhart, Amanda. 2007. "Social networking websites and teens: an overview". Pew Internet Project data memo. Disponible en [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_SNS\\_Data\\_Memo\\_Jan\\_2007.pd](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SNS_Data_Memo_Jan_2007.pd).

Lenhart, Amanda; Mary Madden y Paul Hitlin. 2005. *Teens and technology. Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation*. Washington D. C.: Pew Internet & American Life Project.

Lev-Ram, Michal. 2006. "Ohmigod, teens are so over e-mail!", *Business 2.0 Magazine*, 26 de julio. Disponible en: <http://money.cnn.com/2006/07/26/technology/thirdscreen0726.biz2/index.htm>.

López Blasco, Andreu; Lorenzo Cachón, Domingo Comas, Jaime Andreu, Josune Aguinaga y Lorenzo Navarrete. 2005. *Informe Juventud en España 2004*. Madrid: Instituto de la Juventud.

Lovato, C.; G. Linn, L. F. Stead y A. Best. 2006. "Impacto de la publicidad y la promoción del tabaco sobre el aumento del hábito de fumar en los adolescentes (Revisión Cochrane traducida)", *La Biblioteca Cochrane Plus*, 4.

Lumeng, Julie C.; Sahand Rahnema, Danielle Appugliese, Niko Kaciroti y Robert H. Bradley. 2006. "Television exposure and overweight risk in preschoolers", *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 160, 4: 417-422.

- Macgill, Alexandra Rankin. 2007. "Parent and teenager Internet use". Pew Internet Project data memo. Disponible en [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_Teen\\_Parents\\_data\\_memo\\_Oct2007.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_Teen_Parents_data_memo_Oct2007.pdf).
- Malamuth, Neil M. 1996. "Sexually explicit media, gender differences, and evolutionary theory", *Journal of Communication*; 46, 3 (verano): 8-31.
- Markow, Dana. 2006. "Friendship in the age of social networking websites", *HarrisInteractive. Trends & Tudes*, 5, 9.
- Martín Serrano, Manuel y Olivia Velarde Hermida. 2001. *Informe juventud en España 2000*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- Nielsen/Netratings. 2007. "El 90% de los adolescentes españoles utiliza la red para comunicarse con sus amigos", agosto de 2007. Disponible en [http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr\\_070821\\_ES.pdf](http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_070821_ES.pdf).
- OECD. 2006. *Are students ready for a technology-rich world?: What PISA studies tell us*. París: OECD.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo). 2006. *La eliminación del trabajo infantil: un objetivo a nuestro alcance*. Ginebra: OIT.
- OTSI (Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información). 2005. *Infancia y adolescencia en la sociedad de la información. Análisis de la relación con las TIC en el hogar*. Red.es. Disponible en [http://observatorio.red.es/estudios/documentos/infancia\\_tecnologia.pdf](http://observatorio.red.es/estudios/documentos/infancia_tecnologia.pdf).
- Peleteiro, Isabel y José Andrés Gabardo. 2004. "Los hogares 'exclusivamente móviles' en la investigación telefónica de audiencia". Ponencia en el 9º Seminario de medios AEDEMO, Palma de Mallorca, noviembre de 2004.
- Pérez Ornia, José Ramón y Luis Núñez Ladevéze. 2006. "La audiencia infantil en España. Cómo ven los niños la televisión", *Telos*, 66 (enero-marzo).
- Pérez-Díaz, Víctor y Juan Carlos Rodríguez. 2007. "Juventud y riesgos al volante. Discusión general y referencia al caso español", en *Informe de la*

*comisión de expertos para el estudio de la problemática de los jóvenes y la seguridad vial*. Fundación RACC.

Pérez-Díaz, Víctor, y Juan Carlos Rodríguez. 2003. *La educación general en España*. Madrid: Fundación Santillana.

Polly Klaas Foundation. 2006. *Topline findings from Omnibuzz® Research*. Disponible en: <http://www.pollyklaas.org/internet-safety/internet-pdfs/PollingSummary.pdf>.

Postman, Neil. 1982. *The disappearance of childhood*. Nueva York: Vintage Books.

Reyna, Valerie F. y Frank Farley. 2006. "Risk and rationality in adolescent decision making. Implications for theory, practice, and public policy", *Psychological Science in the Public Interest*, 7, 1: 1-44.

Schrock-Taylor, Linda. 2003. "Print people, television people", 12 de mayo de 2003. Disponible en <http://www.lewrockwell.com/taylor/taylor22.html>.

Stahl, Anne L., Charles Puzzanchera, Sarah Livsey, Anthony Sladky, Terrence A. Finnegan, Nancy Tierney, and Howard N. Snyder. 2007. *Juvenile court statistics 2003–2004*. Pittsburgh, PA: National Center for Juvenile Justice.

Stern, Susannah. 2008. "Producing sites, exploring identities: youth online authorship", en David Buckingham, ed., *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, MA: The MIT Press, pp. 95-118.

Suellentrop, Chris. 2006. "Are video games evil?", *The Wilson Quarterly*, verano. Disponible en [http://www.wilsoncenter.org/index.cfm?fuseaction=wq.essay&essay\\_id=193155](http://www.wilsoncenter.org/index.cfm?fuseaction=wq.essay&essay_id=193155).

Wallis, Claudia. 2006. "The multitasking generation", *Time*, 27 de marzo.

Wiecha, Jean L.; Karen E. Peterson, David S. Ludwig, Juhee Kim, Arthur Sobol y Steven L. Gortmaker. 2006. "When children eat what they watch: impact of television viewing on dietary intake in youth", *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 160, 4: 436-442.

Williams, Allan F. 2003. "Teenage drivers: patterns of risk", *Journal of Safety Research*, 34, 5: 5-15.

Yalsa (Young Adult Library Services Association). 2006. *Social networking and DOPA*. Disponible en [http://www.leonline.com/yalsa/positive\\_uses.pdf](http://www.leonline.com/yalsa/positive_uses.pdf).

YouGov. 2006. *The mobile life youth report 2006. The impact of the mobile phone on the lives of young people. The Carphone Warehouse*. Disponible en [http://www.yougov.com/archives/pdf/CPW060101004\\_2.pdf?jID=2&ald=2174&sID=6&UID=](http://www.yougov.com/archives/pdf/CPW060101004_2.pdf?jID=2&ald=2174&sID=6&UID=).

## Índice de cuadros

	Página
1. España, 2005. Tasa de mortalidad por edad y sexo (tanto por 100.000 de cada grupo).....	22
2. España, 2003. Número de parejas sexuales habidas a lo largo de la vida, según sexo y edad.....	26
3. España (1994-2006). Prevalencia de consumo de sustancias psicoactivas entre los escolares de enseñanza secundaria de 14 a 18 años (“últimos 30 días”).....	28
4. España, 1998. Algunos indicadores de uso del ordenador en la población adulta.....	34
5. España, 2007. Penetración de distintos medios por edades....	36
6. España, 2000. Alumnos de secundaria, factores asociados con el número de asignaturas suspendidas en la última evaluación.	41
7. España, 2006. Actitudes y comportamientos sobre los videojuegos de los jugadores de videoconsola (niños y jóvenes)....	53
8. España, 2006. Porcentaje de personas que disponen de teléfono móvil, por edad. ....	58
9. España, 2004. Usos del móvil entre niños, adolescentes y adultos.	59
10. España, 2004. Uso de internet y frecuencia, por edad y tipo de hogar.....	73
11. España, 2005. Posibilidades de internet más valoradas por los adolescentes. ....	78
12. España (1996-2006). Usuarios de internet, servicios utilizados el día anterior a la encuesta. ....	86

13. España, 2006. Internautas adolescentes (12-17 años) según la frecuencia de uso de servicios de chat, por sexo, en porcentaje.	88
14. España, 2006. Internautas adolescentes (12-17 años) según la frecuencia de uso de servicios de foros o newsgroups, por sexo, en porcentaje.....	92
15. España, 2006. Blogueros, según la frecuencia de actualización del blog, por sexos y edad, en porcentaje.....	96
16. Adolescentes estadounidenses (12-17 años) y páginas de redes sociales en internet (octubre-noviembre de 2006). ....	99
17. Padres de internautas adolescentes (12-17 años) estadounidenses: reglas sobre la navegación internáutica de sus hijos y juicio sobre ésta (2006).....	108
18. España, 2006. Actividades a las que Internet quita tiempo, según los encuestados, en porcentaje.....	110

## Índice de gráficos

1. España (1975-2005). Nacidos vivos y abortos en mujeres de 15 a 19 años, en tanto por 1.000 de las mujeres de esas edades.	25
2. España y UE15 (1992-2006). Abandono escolar temprano. ...	29
3. España (1988-2006). Hogares con un televisor o con más de uno.....	39

4. España (1986-2006). Consumidores de cannabis y cocaína en porcentaje de la población escolar de 14 a 18 años (varones) y gasto de las CC.AA. para prevenir el consumo de drogas. ....	46
5. España, 2006. Porcentaje de usuarios de videojuegos, por tramos de edad y por medio utilizado.....	49
6. España, 2006. Frecuencia de juego con videoconsola. ....	50
7. España (1989-2006). Hogares con teléfono, fijo o móvil. ....	56
8. España (2003-2007). Niños de 10 a 14 años que disponen de teléfono móvil, por sexos.....	57
9. Unión Europea, 2004. Riqueza y uso de ordenadores.....	65
10. España (1989-2006). Porcentaje de hogares con ordenador personal.....	66
11. España, 2004. Usuarios de ordenador según edad y tipo de hogar, en porcentaje.....	67
12. España (2003-2007). Niños de 10 a 14 años usuarios de ordenador en los últimos 3 meses, por sexos.....	68
13. España, 2006. Internautas que han visitado alguna página web de adultos en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje.	69
14. España (2003-2007). Niños de 10 a 14 años usuarios de internet en los últimos 3 meses, por sexos. ....	74
15. España, 2006. Internautas que estuvieron conectados dos horas o más desde casa en el día anterior a la encuesta, por sexos y edad, en porcentaje. ....	75
16. España, 2006. Internautas que hicieron uso del correo electrónico el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje.....	76

17. España, 2006. Internautas que envían más de 20 mensajes de correo electrónico a la semana, por sexo y edad, en porcentaje.	79
18. España, 2006. Internautas que hicieron uso de la mensajería instantánea en el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje.....	80
19. España, 2006. Internautas que utilizan la mensajería instantánea varias veces al día, por sexo y edad, en porcentaje. ....	81
20. España, 2006. Internautas que utilizaron servicios de chat el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje.....	87
21. España, 2006. Internautas que hicieron uso de foros o news-groups el día anterior a la encuesta, por sexo y edad, en porcentaje. ....	91
22. España, 2006. Internautas que han accedido a algún blog en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje.....	94
23. España, 2006. Internautas que han visitado alguna página web de adultos en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje.....	95
24. España, 2006. Internautas que han accedido a algún servicio para publicar fotos en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje.....	104
25. España, 2006. Internautas que han accedido a algún servicio para publicar vídeos en los últimos 30 días, por sexo y edad, en porcentaje.....	105
26. España, 2006. Internautas que han establecido nuevas relaciones gracias a Internet, por sexo y edad, en porcentaje.....	107



## RESUMEN EJECUTIVO

# La adolescencia, sus vulnerabilidades y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Víctor Pérez-Díaz y Juan Carlos Rodríguez



**Fundación  
Vodafone  
España**

## Resumen ejecutivo

El objeto principal de este trabajo ha sido, por una parte, el análisis del uso que hacen los adolescentes, los españoles en particular, de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs), y, por otra, los nuevos riesgos en que incurren por ese uso. Para ello se ha partido de una idea de la adolescencia como fenómeno social propio de las sociedades contemporáneas, como un mundo, en buena medida, construido por los propios adolescentes, y con vulnerabilidades, en parte, intrínsecas a esa edad y, en parte, propias del tiempo que vivimos.

El estudio ha procurado recoger la suficiente evidencia empírica para estudiar esos usos y esos riesgos, principalmente española, pero acudiendo a evidencia foránea cuando la española era insuficiente, siquiera, para una primera aproximación a los fenómenos. Las principales averiguaciones efectuadas a partir de dicha evidencia se sintetizan a continuación.

## 1. Los adolescentes y la televisión, la videoconsola, el teléfono móvil y el ordenador, y sus riesgos

### a) televisión

1. El hiato tecnológico entre la generación de los actuales adolescentes (grosso modo, 12-17 años) y la de los adultos es amplio, probablemente por la aceleración del cambio tecnológico en los últimos lustros.
2. La televisión sigue siendo el principal medio de comunicación que usan los adolescentes. En 2007, la veía el 90% de los jóvenes de 14 a 19 años; es decir, el triple de los que leen diarios (32%), casi el doble de los radioyentes (46%) o de los internautas asiduos (54%).
3. Sin embargo, no son los que más televisión ven: les superan, con creces, los adultos y, en particular, las personas de mayor edad. Tampoco está aumentando el consumo televisivo de los adolescentes, quizá por la competencia de Internet.
4. Los adolescentes cada vez ven televisión de manera más individualizada. Es probable que más de la mitad cuente con un televisor en su dormitorio.
5. Tener una televisión en el propio cuarto se asocia con un peor rendimiento escolar. Algunos estudios han comprobado que un mayor consumo televisivo en la infancia se refleja en un peor rendimiento educativo en la primera edad adulta. Algún otro observa efectos nulos o, incluso, positivos, especialmente entre los niños de status socioeconómico más bajo.

6. No hay estudios concluyentes sobre la influencia del consumo televisivo en las conductas agresivas o violentas de niños y adolescentes. También hay dudas acerca de los efectos de la publicidad, televisiva o no, en hábitos como el del inicio en el tabaco o el excesivo consumo de alimentos calóricos. La propaganda institucional, por ejemplo, en contra del consumo de drogas, no parece muy efectiva.
7. Es fácil argumentar la relación entre consumo televisivo y obesidad, aunque la televisión sería sólo uno de los factores de la mayor sedentarización de la vida actual de niños y adolescentes.

## **b) videoconsolas**

8. Los videojuegos son un sector en auge entre los adolescentes (y entre los de mayor edad). Según una encuesta de 2006, entre los niños de 7 a 10 años, un 67% son usuarios de estos juegos (52% de consola), entre los de 11 a 13, lo es un 77% (60% de consola) y entre los de 14 a 16, el 79,4% (59% de consola). La mayoría (55%) de los jugadores de consola juegan 3 días o más a la semana.
9. Una cuarta parte dice jugar menos que el año pasado, una quinta parte dice jugar más. Sólo un 7% dice que los videojuegos le han quitado tiempo de otras actividades, sobre todo, ver televisión, actividades sociales, leer o estudiar.
10. No contamos con buena evidencia que sustente el extendido temor acerca de que los videojuegos estimulan la agresividad y la violencia de los jugadores, entre otros efectos negativos de los videojuegos.

11. Sin embargo, sí se observa una relación estadística sólida entre el ser usuario de videoconsola y un peor rendimiento escolar, más allá de cuál sea el efecto y cuál la causa. Y también se observa que más de un tercio de los niños de 7 a 13 años reconoce jugar con juegos no apropiados para su edad, quizás con la aquiescencia de sus padres.

### **c) el móvil**

12. La expansión de la telefonía móvil ha sido tan grande en los últimos años, que en 2006 tienen un móvil personal casi todos los adolescentes (14-19 años), esto es, un 94%. Incluso lo tiene el 65% de los niños de 10 a 14 años (en 2007).
13. El uso que hacen los adolescentes del teléfono móvil es muy distinto del de los adultos, sobre todo en lo tocante al envío de mensajes de texto: en 2004, lo hacía una vez o más al día el 51% de los de 16-17 años, frente a un 15/20% de los adultos.
14. Una encuesta británica del año 2006 revela la importancia de los móviles en el mantenimiento de las redes sociales (entre iguales) de los adolescentes (11-17 años): un 78% piensa que su móvil les permite una vida social mejor, por mantenerse más fácilmente en contacto con sus amigos. También afecta a las relaciones familiares, de una manera ambigua, pues permite más libertad (de horarios) a los adolescentes, pero también permite más control a los padres. De todos modos, un 35% reconoce que, gracias al móvil, puede comunicarse con personas de las que no quieren dar noticia a sus padres.
15. Al menos hace unos años (2000), el poseer un teléfono móvil se relacionaba en los alumnos de la ESO con un peor rendimiento

escolar: implicaba suspender hasta 0,50 asignaturas más. Puede que el móvil sea una distracción o que los más distraídos (y más “sociables” en la escuela) fueran los usuarios más asiduos.

16. No son pocos los adolescentes británicos que incurren en prácticas poco deseadas por sus padres. Por ejemplo, un 28% de los de 16-17 años ha enviado/recibido mensajes con contenidos sexuales explícitos, y un 16% ha enviado/recibido fotos o vídeos de esas características.
17. En una encuesta a adolescentes madrileños (2004) también se observan otras conductas de riesgo, como el usar el móvil para chatear con personas desconocidas (7%), y el haberse sentido acosado sexualmente (lo afirma el 18%).

#### **d) el ordenador**

18. El número de usuarios de ordenador sigue creciendo en España, aunque, probablemente, está algo por debajo del potencial económico del país.
19. Niños de cierta edad y adolescentes se cuentan entre los principales usuarios de ordenador: un 93% de los niños de 10-15 años en 2007.
20. El riesgo de que los adolescentes usen el ordenador para acceder a contenidos no deseables (pornografía, por ejemplo) en Internet es evidente, aunque eso no implique que Internet sea un lugar poblado de páginas con contenido sexual explícito. Según una encuesta de 2006, los internautas adolescentes españoles, más bien los varones, son asiduos visitantes de páginas “para adultos”: alrededor de un 40% de los internautas adolescentes varones

habría visitado alguna de esas páginas en el último mes. Son más (50%) los jóvenes (18-25) que las visitan, pero ambos grupos las visitan mucho más que los adultos de mayor edad.

21. Los ordenadores no parecen afectar negativamente al rendimiento escolar. Más bien el uso de los primeros se asocia positivamente con el segundo, lo cual confirman varias investigaciones. De nuevo, no está clara la dirección de la causalidad.

## **2. El papel de Internet en la conformación de los mundos de la adolescencia**

22. El porcentaje de usuarios asiduos de Internet entre los adolescentes españoles ronda el 50% en la actualidad. Los internautas adolescentes son de los que hacen un uso más frecuente de este medio, con porcentajes de uso superior a dos horas en torno al 50%.

### **a) correo electrónico y mensajería instantánea**

23. El correo electrónico parece estar limitándose a usos de adultos, sobre todo profesionales, mientras que la mensajería instantánea es el medio de comunicación virtual por excelencia de niños y adolescentes. El uso del e-mail es amplio entre los adolescentes españoles, pero inferior al de personas de más edad. El uso de las distintas formas de messenger es, en cambio, muy superior en los primeros: alrededor del 50% de internautas adolescentes lo usa varias veces al día.

24. El messenger se usa, sobre todo, para el mantenimiento de relaciones previamente existentes en el mundo real, y no tanto para iniciar nuevas relaciones.
25. Una encuesta norteamericana, de 2004, recoge que la mayoría de los usuarios adolescentes de mensajería instantánea se comunica regularmente con un grupo relativamente pequeño de amigos y familiares, aunque puedan tener larguísimas “listas de amigos”. Casi la mitad se embarca en varias conversaciones distintas a la vez cada día o casi cada día. Muchos (80%) usan este medio para hacer planes, y también son muchos (78%) los que lo usan para conversar sobre asuntos escolares. No son pocos los que lo han usado para pedir una cita (20%) o para romper una relación sentimental (19%).
26. Otra encuesta norteamericana, de 2006, permite situar las comunicaciones del messenger en su contexto. Para un 53% de los adolescentes, el modo preferido de hablar con sus amigos es verse en persona; un 16% prefiere el messenger, un 11% el teléfono móvil, un 8% el teléfono fijo. En general, los adolescentes usuarios de messenger resaltan sus efectos positivos en sus vidas: a un 62% les hace sentir que siempre pueden estar conectados—en el buen sentido—, y a un 41% les hace sentirse libres; muy pocos mencionan respuestas negativas, como el no estar cercano a los amigos (9%).

## **b) chats, foros, blogs y comunidades virtuales**

27. La proporción de internautas que hace uso de servicios de chat se está reduciendo: de un máximo del 39% de internautas usuarios en 2002 se ha pasado a un 15% en 2006. Los adolescentes son sus principales usuarios, pero en niveles bastante inferiores al

messenger: menos de un 19% lo usa varias veces al día; también menos de un 10% lo usa a diario o casi.

28. Los foros o grupos de discusión, de raigambre en la historia de Internet, siguen siendo un servicio muy usado por adolescentes y jóvenes. Un 26% de los internautas varones de 12 a 17 años los visita varias veces al día, aunque sólo lo hace un 7% de las internautas de esa edad. A diario o casi a diario acceden el 12% de los chicos y el 10% de las chicas.
29. En gran medida, el auge de los blogs en Internet (Technorati hace el seguimiento de más de 100 millones de blogs) se debe a adolescentes y jóvenes. En España, el porcentaje de internautas adolescentes blogueros es mucho más alto que otras edades, especialmente entre las chicas, y también lo es el porcentaje de lectores de blogs. Asimismo, los adolescentes son más constantes que los adultos en la actualización del blog, y las mujeres más que los varones.

### **c) redes sociales (MySpace)**

30. La última tecnología de Internet que están haciendo suya los adolescentes y los jóvenes es la de las redes sociales o comunidades virtuales, sitios como Friendster, Xanga o MySpace. No tenemos cifras de su extensión en España, aunque el auge de los blogs y de los servicios de publicación de fotos y vídeos apunta a un gran potencial de crecimiento.
31. No sabemos casi nada de cómo se están usando esas redes en España, pero sí contamos con algunos estudios para Estados Unidos. Por una parte, las encuestas dicen que más de la mitad de los adolescentes estadounidenses son usuarios de esas redes, sobre todo de MySpace (85%).

32. Por otra, esas encuestas y estudios etnográficos como los llevados a cabo por Danah Boyd permiten comprobar que los adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo en MySpace “modificando su perfil, cargando fotos, enviando mensajes, visitando los perfiles de sus amigos y dejando comentarios en ellos”. No implican tanto una conversación (como el messenger), sino, más bien, un prestar atención, un hacer acto de presencia, un mostrar preocupación o alegría según lo requiera la ocasión. No se usa principalmente para conocer a más gente, sino para estar en contacto con los amigos del mundo real; lo cual no quiere decir que no surjan esas nuevas relaciones (para muchos internautas, según los datos españoles) a raíz de pertenecer a ese tipo de comunidades.
33. Se trata de redes que crecen de manera orgánica, no planificada, a partir de las costumbres que los usuarios individuales van creando.

### **3. Riesgos para los adolescentes de la conversación en Internet**

34. Estos riesgos cabe agruparlos en dos categorías: la desatención de otras ocupaciones importantes (un efecto crowding out), y los relativos al manejo prudente de la información privada que se publica en Internet.
35. Los internautas adolescentes españoles reconocen que navegar por Internet les quita tiempo para otras cosas. También los adultos. Internet compete, especialmente, con otros entretenimientos

pasivos, como la televisión o el “estar sin hacer nada”: alrededor de dos tercios dicen que les quita tiempo de una de esas dos cosas.

36. Pero no son pocos los que restan tiempo a actividades cuya menor práctica podría ir en menoscabo de la vida académica, familiar o social de los internautas, o, incluso, de su salud: a más de un tercio le quita tiempo de estudiar, y a casi otro tercio de leer; a un quinto les quita tiempo de pasear o estar con los amigos o la pareja; un cuarto admite que le quita tiempo de dormir, y un quinto tiempo de practicar algún deporte.
37. Esos porcentajes no son particularmente distintos de los obtenidos para los internautas adultos. Tampoco hay diferencias notables según el sexo del adolescente.
38. Según el cliché al uso, los adolescentes de esta generación estarían desarrollando la capacidad de atender simultáneamente a una multiplicidad de tareas, aparentemente, sin merma de su productividad en ninguna. En realidad, no hay nada de eso; las limitaciones del cerebro humano no son fácilmente superables.
39. En sus conversaciones y anotaciones en chats, blogs, mensajes instantáneos y perfiles de MySpace o equivalentes, los adolescentes pueden revelar, consciente o inadvertidamente, información personal que puede ser utilizada, por así decirlo, en su contra.
40. Otros adolescentes pueden hacer un buen uso de esas informaciones, en una relación de confianza y amistad o pueden hacer un mal uso o un uso interesado, poniendo al adolescente en cuestión ante situaciones incómodas, por ejemplo, ante su grupo de iguales.
41. Y una variedad de adultos puede usar esa información para fines distintos de los previstos por el adolescente. Sus padres pueden

supervisarles y controlar su “vida virtual privada”, a pesar de los intentos de los adolescentes por mantenerla así.

42. También pueden enterarse de aspectos inconvenientes de su vida los profesores y directivos de centros de enseñanza, pudiendo utilizarlos para adoptar medidas disciplinarias contra los estudiantes.
43. En países como Estados Unidos, en que tanta importancia tienen los procesos individualizados de admisión en la enseñanza superior, los encargados de las oficinas de admisión pueden intentar recabar información sobre los candidatos en blogs y, especialmente, en lugares como MySpace. Y no sería extraño que los jefes de personal de las empresas estuvieran tentados de usar esta fuente en los procesos de selección de personal.
44. También puede estar al tanto de las correrías de los adolescentes en esos sitios virtuales la policía.
45. Por último, hay que tener en cuenta la posibilidad de que a niños y adolescentes les acechen en Internet “depredadores” adultos, dispuestos a abusar de ellos de un modo u otro. Los casos habidos en EEUU han motivado la presentación de nueva legislación al respecto, así como la respuesta de empresas como MySpace, en el sentido de reforzar la protección de los menores.
46. Lo cierto es que los adolescentes están revelando información que otros pueden utilizar para sus propios intereses. Una encuesta norteamericana permite afirmar que los adolescentes estadounidenses incurren en comportamientos de riesgo: proporciones notables se habrían comunicado por las distintas vías que ofrece Internet con personas que no conocen en persona; y no son pocos (casi un tercio) los que habrían hablado de encontrarse en persona con alguien conocido a través de Internet (a un

quinto le habrían propuesto ese tipo de encuentros); casi dos quintos habrían recibido vínculos sexualmente explícitos, y más de un cuarto habría hablado de sexo con alguien que no conoce personalmente; a otro cuarto le habría preguntado alguna vez sobre temas sexuales o le habría solicitado favores sexuales alguien que no conoce personalmente. Más problemático es que un 12% haya encontrado alguna vez a un adulto que se hacía pasar por alguien mucho más joven.

47. En definitiva, la población en situación de riesgo potencial es amplia, pero el número de casos problemáticos conocidos es muy bajo. En cualquier caso, la preocupación por los “depredadores” online no debería hacernos olvidar que la mayor parte de los abusos, sexuales, por ejemplo, los cometen personas próximas a las víctimas en el mundo real.

### **Temas pendientes**

48. Conviene comentar los límites de lo que se sabe. Son muchas las informaciones que faltan y las preguntas aún sin respuesta, sobre la dirección de la causalidad en el juego de los factores, sobre los usos comunicativos de Internet, y sobre el contexto, las tendencias y el sentido de esos usos.

