

Estado de la Infancia y Adolescencia en Andalucía

Resumen ‘Tecnologías de la Información y Comunicación’

Resumen Cuaderno 'Tecnologías de la Información y Comunicación'

Este cuaderno perteneciente al estudio sobre el Estado de la Infancia y Adolescencia en Andalucía, recopila información sobre el uso que la población infantil y adolescente hace de las tecnologías de la información y de los medios de comunicación (TIC). Se aportan datos sobre uso de ordenadores, Internet y teléfonos móviles; objetivo, lugares, frecuencia y duración de las conexiones a Internet; contenidos más frecuentados en Internet; uso de los chats, y, finalmente, sobre los medios de comunicación, principalmente la televisión. El ámbito geográfico analizado ha sido Andalucía, aunque se han incorporado también datos de España y del resto de Europa. Respecto al ámbito temporal, éste varía desde 2002 hasta 2005 en función de la fuente utilizada. El cuaderno finaliza con un apartado sobre las fuentes de información y terminología utilizadas. A continuación se resumen algunos de los resultados obtenidos en este estudio sobre infancia, adolescencia y tecnologías de la información y comunicación.

En Andalucía, en el año 2005, un 60,7% de menores de 10 a 14 años declaró haber usado el ordenador en los últimos tres meses, un 57,7% Internet y un 52,6% disponer de teléfono móvil. En España, estos datos son superiores, sobre todo en el uso de ordenador y de Internet (70,3% han usado el ordenador en los últimos 3 meses, el 65,1% Internet y el 53,7% dispone de teléfono móvil). Por otra parte, el ordenador personal está presente en un 45,4% de los hogares andaluces, mientras que en el conjunto de España lo está en un 50,3%.

Comparando 2003 con respecto a 2005, en España se ha incrementado el uso del teléfono móvil en casi 20 puntos porcentuales, el uso de Internet en 14,7 y el uso del ordenador en 11 puntos. Respecto al uso de los ordenadores, la población andaluza de 10 a 14 años usa el ordenador principalmente como elemento de ocio y para la realización de trabajos escolares (88,2% y 82,5% respectivamente; datos de 2005). Estas cifras son muy similares al resto de España (87% para ocio y 87,3% para trabajos escolares). Tanto en España como en Andalucía, la población menor se conecta a Internet principalmente desde el centro de estudios (63,4% y 50,6% respectivamente) y desde la vivienda particular (53,2% y 43,1% respectivamente). Por otro lado, en Andalucía los menores se conectan desde cibercafés y similares en mayor porcentaje que en España (31% en Andalucía frente al 19,5% en España).

En 2002, la conexión desde el centro de estudios apenas llegaba a un 17% para el conjunto de España, lo que indica que la penetración de las TIC en los centros escolares ha cambiado las costumbres de los chicos y chicas, quienes en ese año, después de la vivienda, escogían la casa de sus amistades como segundo lugar de conexión (44%). No obstante, el uso de Internet y ordenadores en los centros educativos de España es muy bajo en comparación con otros países de la Unión Europea; por ejemplo, mientras países como Dinamarca están a la cabeza en el número de profesores que usa ordenadores con el alumnado (un 95%), España se encuentra en la penúltima posición con un 55%, superando a Grecia.

En relación al uso de otras TIC, España se encuentra en una posición intermedia-baja en comparación con el resto de los países de la Unión Europea. Los chicos y chicas europeos de 11, 13 y 15 años se comunican a diario con sus amistades por teléfono, correo electrónico o mensajes de texto en mayor proporción que los españoles. Así, en el corte de edad que más uso hace de estas tecnologías para comunicarse con sus

amistades, el de los 15 años, encontramos que el 43,3% de las chicas y el 24% de los chicos españoles lo hace; mientras que Grecia, el país que mayor porcentaje registra en este corte de edad, estas cifras llegan al 62,7% de las chicas y al 50% de los chicos. De manera general, las chicas se comunican a diario con sus amistades mediante estas tecnologías en mayor proporción que los chicos.

Respecto al uso de Internet, los datos de 2002 indican que un 37% de menores internautas españoles de 10 a 17 años dijo sentir la necesidad de conectarse a Internet, siendo el principal motivo para conectarse chatear (36%) y buscar información (34%). Estos motivos cambian en función de la edad. Así, para los niños y niñas de 10 años, el objetivo principal de la conexión es la búsqueda de información (un 36% lo hace), mientras que para los chicos y chicas de 15 años es chatear (un 54%). En cuanto a la frecuencia de las conexiones a Internet, el 48% de los menores de 10 a 17 años se conecta casi a diario, siendo los chicos y chicas de 16 años los que más horas pasan conectados (un 58% de éstos está conectado a Internet más de 5 horas semanales). De manera general, el 65,5% de los menores de 10 a 17 años pasa menos de 5 horas a la semana conectados (el 32% entre 2 y 5 horas semanales).

En relación con las actividades desarrolladas en Internet por la población menor de 18 años en Andalucía, en 2004, un 89,4% de los menores internautas andaluces realizó búsquedas en Internet, un 80,9% se descargó música y un 62,6% leyó noticias de actualidad, entre otras actividades. Por otro lado, el 16,7% de los menores internautas andaluces accedió a páginas de adultos. En este sentido, en España en 2002, el 28% de chicos y chicas internautas de 10 a 17 años declaró haber entrado en páginas web pornográficas (un 19% alguna vez y un 9% con frecuencia), un 38% admitió entrar en páginas con contenidos violentos (un 30% alguna vez y un 8% con frecuencia) y un 16% en páginas racistas o xenófobas (un 13% en ocasiones y un 3% con frecuencia). Estos porcentajes son más elevados en el rango de edad de 14 a 17 años.

Respecto a los chats, en España en 2002, un 45% de los chicos y chicas internautas de 10 a 17 años participó en algún chat al menos una vez a la semana. El corte de edad de 15 años es el que en mayor proporción accede a chats al menos una vez a la semana (61%). Los temas de conversación en el chat cambian con la edad. Así, entre los 10 y 12 años dicen conversar sobre todo de música (entre el 18 y el 26%), mientras que entre los 13 y los 17 años hablan más sobre sexo (entre el 20 y el 29%). Por otro lado, un 30% de menores de 10 a 17 años ha facilitado su número de teléfono al menos una vez y un 16% de ellos su dirección. También, un 23% de menores internautas ha concertado una cita a través de los chats. Finalmente, un 26% de menores de 10 a 17 años accedió a chats específicos de sexo.

Con respecto a los medios de comunicación, en 2003, un 90% de menores de 10 a 15 años de España realizó alguna actividad durante el día relacionada con la lectura, la televisión, la radio o la música. En España, el porcentaje de población de 1 a 15 años que consumió televisión en 2003 todos o casi todos los días fue del 89,3%, mientras que en Andalucía fue del 87,3%. En Andalucía, en 2003, el 29,9% de menores de 6 años, el 3,9% de los de 6 a 11 años y el 2,3% de los de 12 a 15 años no vio la televisión todos o casi todos los días. La frecuencia media de consumo diario de televisión se centra entre 1 y 2 horas, siendo el sector de edad de 6 a 11 años el que mayor porcentaje presenta de consumo televisivo durante este tiempo (38,1%). Sin embargo, es el grupo de edad de 12 a 15 años el que más horas pasa delante del televisor: el 36% ve televisión de 2 a 3 horas diarias y un 16% llega a estar más de 3

horas diarias; además, el consumo de televisión es ligeramente superior en chicas que en chicos en ese grupo de edad. En el conjunto de España, también se observa que las chicas ven televisión en mayor proporción que los chicos. En comparación con el resto de Europa, Estonia y Letonia son los países europeos con mayor porcentaje de consumo televisivo: 4 o más horas diarias o en fines de semana entre la población de 11, 13 o 15 años, mientras que Austria es el que menor porcentaje presenta. Por corte de edad, son los niños y niñas de 13 años los que consumen más televisión, mientras que por sexo, se observa un mayor consumo en los chicos que en las chicas. Respecto a las pautas de consumo de 4 o más horas, tanto diarias como en fines de semana, España ocupa una posición intermedia respecto a los otros países de la UE.

Así pues, el acceso a las TIC en Andalucía y España ha aumentado considerablemente en los últimos años, en especial respecto al uso del teléfono móvil e Internet, aunque el resto de Europa sigue mostrando cifras bastante más elevadas. En relación con el uso de Internet, el centro de estudios se ha convertido en la principal fuente de acceso a la Red, cuya finalidad para la población menor es, principalmente, el entretenimiento, la búsqueda de información y la conversación a través de los chats. El consumo más frecuente de televisión en España y Andalucía está entre una y tres horas diarias; el grupo de edad de 12 a 15 años es el que más televisión ve. Además, en este grupo, las chicas ven más televisión que los chicos, al contrario de lo que ocurre en casi toda la Unión Europea.



Observatorio de la Infancia en Andalucía
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

Paseo de los Coches, s/n (Alhambra)
18009 Granada España
Telf. 958 02 97 60 / 65 / 70 Fax 958 02 97 75
observatorioinfancia.fass@juntadeandalucia.es
www.juntadeandalucia.es/observatoriodelainfancia