

Editorial

Editorial

DOI:10.3916/C36-2011-01-01

Niños y adolescentes: nuevas generaciones interactivas

Children and young people: the new interactive generations

Dr. J. Ignacio Aguaded-Gómez

Asistimos, sin duda, a una época de profundos y revolucionarios cambios en la sociedad. Estar inmersos en ella no nos permite ser conscientes, en el día a día, de las transformaciones que las tecnologías, en general, y las de comunicación en particular, están generando. Si bien toda la población está expuesta a estas nuevas relaciones e interacciones comunicativas, son los niños y adolescentes los que la viven en su plenitud, porque ellos han nacido y crecido en medio de pantallas con estas tecnologías; son, ante todo, una «generación interactiva» que vive plenamente —convive—, con múltiples dispositivos a su alrededor.

En estas nuevas generaciones, el ordenador ya compite plenamente con el televisor, con un nivel de penetración del 95% entre niños de 6 a 9 años y del 97% en los mayores —16 a 18 años—. Las conexiones a Internet están también en los hogares de niños y adolescentes, alcanzando el 82% en los mayores de 10 años. Algo parecido ocurre con el tercer dispositivo definidor de esta nueva generación —y quizás el más revolucionario por su accesibilidad y ya omnipresencia y universalidad—, el terminal móvil, que alcanza porcentajes del 83% en niños de 10 a 18 años y el 100% a partir de los 17 años.

Como muy bien indican Xavier Bringué y Charo Sábada, en «La Generación Interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas» (Madrid: Ariel/Fundación Telefónica), texto en el que nos basamos, por acoger un macroestudio, desarrollado por el Foro Generaciones Interactivas, con casi 13.000 casos analizados de prácticamente toda España, con 113 colegios implicados —pueden verse las encuestas en www.generacionesinteractivas.org—.

El estudio pone de manifiesto que nos encontramos ante una generación precoz en el uso de las tecnologías, cada vez más asequibles y universales. Antes de los 10 años, muchos niños y niñas de este país —como casi en cualquier parte de este mundo, mal llamado desarrollado— tienen acceso a todo tipo de pantallas: más de la mitad cuenta ya con teléfono móvil, tres cuartas partes tienen acceso habitual a Internet y prácticamente todos —9 de cada 10— juegan, de forma más o menos periódica, a los videojuegos.

Televisión, Internet, videojuegos y móviles constituyen ya su «hábitat cotidiano», un universo sin par que les abre un uso mucho más allá del convencional de las pantallas «mass-mediáticas» que hasta ahora nos identificaban. Esta generación multi-pantallas —como señalan Bringué y Sábada— emplean los medios para «comunicar» (mail, sms, chat...), «conocer» (webs, descargas...), «compartir» (redes sociales, fotos, vídeos...), «divertirse» (juegos en red, radio y TV digital) y también «consumir» (compras on-line). Se trata, al mismo tiempo, de una generación autónoma, en cuanto autodidactas. Por primera vez en la historia, los niños no requieren de los mayores para aprender; es más, prefieren descubrir ellos mismos el funcionamiento de los nuevos medios, adquiriendo habilidades que a los mayores se les hacen inasequibles. Se implanta de esta forma el «universo dormitorio», siendo este



Foto: La Generación Interactiva en España. Ed. Ariel

Editorial

Editorial

espacio el privilegiado para acceder en soledad —o a lo sumo, con colegas e iguales— al consumo multipantallas: el 36% tienen ordenador en su cuarto y el 45% tiene televisor propio. Pero ante todo, nos encontramos con la generación del «móvil», dispositivo que ha ganado la partida a todos los demás, convirtiéndose en el «medio de medios» —tal como le ocurrió a la TV en los años setenta—, absorbiendo en sus crecientes pantallas las comunicaciones de voz y datos, pero también los videojuegos en línea, las redes sociales, la navegación por Internet en todas sus expresiones y, por ende, música, agenda, aplicaciones múltiples como los «apps»; sin duda, ya no son móviles convencionales, sino «smartphones» —teléfonos inteligentes— que concentran clientes de correo, organizador personal, TV a la carta, música, podcats infinitos... Todo ello para una «generación multiárea» que ha superado la linealidad del discurso y se siente cómoda con la «cultura mosaico» de la navegación hipervinculada, pero que al tiempo hace múltiples tareas a la vez: se estudia, pero se navega simultáneamente, se escucha música y si se puede se tiene activo el videojuego on-line y por supuesto alguna red social con quien comunicarse con cientos de contactos casi al mismo tiempo.

Esta somera descripción de una nueva generación ni es un canto a esta generación aparentemente hipercomunicada —que lo puede ser, al mismo tiempo, hipocomunicada—, tampoco es una crítica frontal ante el reto que las tecnologías —lo queramos o no— nos ponen en el tapete. Ante los medios, no cabe vivir al margen, solo el aprender a «convivir» con ellos. En consecuencia, frente a actitudes y posturas diluvianas o apocalípticas —por desgracia muy frecuentes en padres y profesores— solo cabe educar a las nuevas generaciones desde posturas positivas e inteligentes que, sin renunciar al uso de estos medios, tome conciencia de sus riesgos y también de sus potencialidades. Es necesario contar con familias y educadores sensibilizados ante esta nueva realidad, y formados inteligentemente para los nuevos medios, no tanto en el marasmo de novedosos términos y nuevos aparatos, como en habilidades sencillas que les hagan acompañar a niños y adolescentes en esta nueva aventura de interacciones comunicativas, que surgen desde sus propias habitaciones e invaden todos los rincones de su existencia. Ni demonizar ni sacralizar... nada de actitudes dicotómicas, poco prácticas y nada constructivas. Móviles, videojuegos, TV e Internet... son parte consustancial de sus vidas y de sus iguales. Por ende, se trata de educarles en el uso crítico de estos medios, acompañándolos, haciéndoles conscientes de sus riesgos, descubriendo sus potencialidades creativas, haciéndoles apropiarse de sus lenguajes y discursos, porque, solo en la medida que así lo hagan, podrán vivir su generación interactiva como sujetos activos, conscientes de su realidad. En este empeño, colabora también, como el Foro Generaciones



Foto: La Generación Interactiva en España. Ed. Ariel

Interactivas, esta revista y el Grupo que le da soporte, «Comunicar», con el convencimiento de que la apuesta de hoy en la educación ante las pantallas de las nuevas generaciones será clave en la formación de los nuevos ciudadanos y ciudadanas de un mundo cada vez más comunicado. La interrogante crítica es saber si, la escuela como institución y la familia como entorno, están caminando en el mismo sentido. Si la respuesta no fuera positiva, las alarmas deberían comenzar a sonar...