



I Congreso internacional de comunicación infantil

Un debate sobre técnicas, efectos
y cuestiones éticas

ACTAS DEL I CONGRESO INTERNACIONAL
DE COMUNICACIÓN INFANTIL

Editores: Patricia Núñez y Antón Álvarez

ACTAS ICONO14, Nº 15

ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN DE LAS
NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN



icono14

MADRID, 25 Y 26 DE JUNIO, 2014

EDITORES

PATRICIA NUÑEZ
ANTÓN ÁLVAREZ



*I Congreso internacional
de comunicación infantil*

Un debate sobre técnicas, efectos
y cuestiones éticas

ACTAS ICONO14 - Nº 15

ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE
LA COMUNICACIÓN

Evento organizado por:

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I | Asociación científica ICONO14

Evento apoyado por:



icono14



FESTIVAL INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INFANTIL



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Actas icono14, nº 15



ACTAS DEL I CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INFANTIL

UN DEBATE SOBRE TÉCNICAS, EFECTOS Y CUESTIONES ÉTICAS

Primera edición: Madrid, 25 de Junio de 2014

ICONO14

C/ Salud, 15 5º Dcha. 28013 Madrid

info@icono14.es

www.icono14.es/actas

Actas Icono14

Dirección: Francisco García García / Manuel Gértrudix Barrio

Coordinación General: M^o del Carmen Gertrudis Casado

Coordinación de las Actas: Patricia Núñez / Antón Álvarez

Diseño y maquetación: Jose Luis Rubio-Tamayo

Diseño del logotipo: Seve Ruiz

ISBN: 978-84-15816-12-6

Impreso en España - Printed in Spain

COMITÉ DE HONOR

María del Carmen Pérez de Armiñán García Fresca, Decana de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid

Ilma. Rocío Albert López-Ibor, Dirección General de Universidades e Investigación, Comunidad de Madrid

Raúl Eguizábal Maza, Catedrático, Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1, Universidad Complutense de Madrid

Francisco García García, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Complutense de Madrid

COMITÉ CIENTÍFICO

NACIONAL

Antonio García Jiménez, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid

M^o del Carmen García Galera, Presidenta de Kid&Com

Victoria Tur Viñes, Universidad de Alicante, España/Kids&Com

Luis Núñez Ladeveze, Universidad Complutense de Madrid

Carmen Fuentes Cobo, Centro Universitario Villanueva, Madrid/Kids&Com

Isabel de Salas Nestares, Universidad CEU Cardenal Herrera, Valencia

Maialen Garmendia Larrañaga, Investigadora Principal EU Kids Online España

M^o Esther del Moral, Universidad de Oviedo

Patricia Núñez Gómez, Universidad Complutense de Madrid

Pilar Lacasa Díaz, Universidad de Alcalá de Henares

Miguel Ángel Casado del Río, Universidad País Vasco, España/EU Kids Online España

Xavier Bringué Sala, Universidad de Navarra, España/Foro Generaciones Interactivas

Anton Álvarez Ruiz, Universidad Complutense de Madrid

Ricardo Zugasti Azagra, Universidad San Jorge, Zaragoza

INTERNACIONAL

Sergio Ferreira do Amaral, Universidad de Campinas, Sao Paulo, Brasil

Jacob Bañuelos Capistrán, Tecnológico de Monterrey, México

Albert John Alos, Pan African University, Lagos, Nigeria

Sirkku Kotilainen, EU Kids Online Finland

Juan Pablo Rocha, Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia

Nzachée Noubissi, Université Cheikh Anta Diop, Dakar, Senegal

Sara Pereira, Universidade do Minho, Braga, Portugal

Ida Cortoni, Università La Sapienza, Roma, Italia

Anna Latos, Uniwersytet Slaski w Katowicach/Universidad de Silesia, Katowice, Polonia

Mary McDonald-Rissanen, Tampereen yliopisto/Universidad de Tampere, Finlandia

María Fabiola Espinosa Morazán, Universidad Americana, Managua, Nicaragua

Mario Luis Cortés Mencía, Universidad Panamericana, México

COMITÉ ORGANIZADOR

Karla Souza, Universidad de Campinas, Sao Paulo, Brasil

Nancy Enciso Ramírez, Universidad Sergio Arboleda, Bogotá, Colombia

Anton Álvarez Ruiz, Universidad Complutense de Madrid, España

María Luisa Pinar Selva, Universidad Técnica de Ambato, Ecuador

Laia Falcón Díaz Aguado, Universidad Complutense de Madrid, España

Leticia Porto Pedrosa, Universidad Complutense de Madrid, España

Luis Rodrigo Martín, Universidad de Valladolid, Campus de Segovia, España

M^a Visitación Mengual Díaz, Colegio Los Ángeles SCM, Getafe, España

Javier Presol Castillo, Colegio Internacional SEK Santa Isabel, Madrid, España

María Hurtado, Colegio El Poeta, Serranillos del Valle, Madrid, España

Así como los años 60 supusieron la irrupción de los jóvenes en la sociedad, este inicio de siglo está presenciando la emergencia de niños y preadolescentes –entre 4 y 12 años– en el panorama social y económico. Su protagonismo ha dado un salto en los últimos diez años, no sólo por la autonomía de los padres en sus decisiones de compra y por su nivel de gasto, sino también porque pueden prescribir a sus progenitores un gran número de productos, desde cereales para el desayuno a automóviles, excediendo con mucho su papel, hasta hace pocas décadas limitado casi estrictamente a la compra de productos del sector de los juguetes.

Por otra parte, los niños y adolescentes centralizan un gran número de los esfuerzos comerciales realizados por nuevos sectores de la industria del entretenimiento, como filmes, canales de televisión, juegos y aplicaciones digitales, tabletas, teléfonos inteligentes, etc., de gran importancia en el plano económico, pero también muy significativos por su capacidad para proyectar pautas y referentes sociales sobre el resto de la sociedad.

En consecuencia, tanto el marketing de productos y servicios como la publicidad, están prestando un interés creciente al público infantil y adolescente, precisamente en el momento en que estas técnicas están explorando nuevas vías y maneras de llegar al público.

Todo ello ha creado en pocos años un panorama de enorme interés para los investigadores en comunicación que, creemos, permanece poco explotado desde el punto de vista científico. Cuestiones que abarcan desde la eficacia de la comunicación persuasiva en este campo hasta sus consecuencias sociales, psicológicas y educativas, incluyendo el debate sobre las cuestiones éticas y la eficacia de las medidas legislativas, han sido estudiadas sólo de una manera incipiente y merecen una reflexión más amplia y profunda.

Estos son temas que interesan por diferentes motivos a investigadores en comunicación social, sociólogos, psicólogos, expertos en marketing y publicidad, padres y educadores, entre muchos otros. Y este 1er Congreso Internacional de Comunicación Infantil solo pretende abrir el debate científico para que todos ellos puedan expresarse, contrastar sus ideas y ofrecer una visión más amplia y completa de esta nueva realidad social.

LÍNEAS DE PONENCIAS /

1 / COMUNICACIÓN PUBLICITARIA: CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS

LA UTILIZACIÓN DE LA IMAGEN DEL MENOR EN LA PUBLICIDAD DIRIGIDA A ADULTOS	13
REPERCUSIÓN DE UN GRAN CAMBIO EN LA INFANCIA: DEL CONSUMO TRADICIONAL AL CONSUMO MODERNO DE LA SOCIEDAD INFANTIL	27
"ADVERTISING LITERACY". LOS NUEVOS FORMATOS PUBLICITARIOS. UN ESTADO DE LA CUESTIÓN	41
EFFECTOS SOBRE NIÑOS Y ADOLESCENTES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EMITIDA POR UNA MARCA COMERCIAL: EL CASO DE COCA-COLA.	53

2 / MARKETING: DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

LAS REVISTAS INFANTILES COMO PRODUCTO DE CONSUMO Y MEDIO PUBLICITARIO	69
EL ENVASE DE JUGUETES COMO ELEMENTO PUBLICITARIO	85

LÍNEAS DE PONENCIAS /

3 / CINE INFANTIL

LA INFANCIA EN EL ESPACIO PÚBLICO DE SANTIAGO DE CHILE. REPRESENTACIONES EN LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA NACIONAL. 105

EDUCACIÓN EMOCIONAL DEL PÚBLICO INFANTIL A TRAVÉS DE LA SAGA ANIMADA DE "TOY STORY" 121

EL CINE EN EL SEGUNDO CICLO DE EDUCACIÓN INFANTIL: METODOLOGÍA DEL USO DE LO CINEMATOGRAFICO COMO CONTENIDO PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA. 135

4 / TELEVISIÓN

INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN NIÑOS Y PREADOLESCENTES: ASPECTOS DEONTOLÓGICOS Y PSICOSOCIALES 149

PUBLICIDAD Y JUGUETES: ¿SE AJUSTA LA PUBLICIDAD DE JUGUETES A LA NORMATIVA Y A LOS CÓDIGOS DE REGULACIÓN? 165

PERCEPCIÓN INFANTIL DE LA ASIGNACIÓN DE ROLES EN SERIES ANIMADAS: CLAVES PARA SU ALFABETIZACIÓN VISUAL. 177

5 / VIDEOJUEGOS

LA IDENTIDAD DE LOS NIÑOS: APRENDIENDO EN EL MUNDO VIRTUAL DE LOS SIM 2 Y HARRY POTTER. 197

POR UN OCIO INTELIGENTE: FARM HEROES SAGA, UN VIDEOJUEGO AL SERVICIO DEL APRENDIZAJE. 211

LÍNEAS DE PONENCIAS /

6 / TECNOLOGÍA

LAS TIC EN LA EDUCACIÓN INFANTIL. ALTERNATIVAS FORMATIVAS MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS 227

7 / REDES SOCIALES, INTERNET Y ENTORNOS VIRTUALES

LA CONFORMACIÓN DE ESCENARIOS DE FUTURO EN LOS TEXTOS CIENTÍFICOS SOBRE VIDEOJUEGOS Y ENTORNOS VIRTUALES. 247

RIESGOS COMERCIALES VS. RIESGOS TÉCNICOS. VALORACIÓN DE RIESGOS EN INTERNET. 259

ANÁLISIS DE LOS PERFILES EN FACEBOOK DE LOS CANALES TEMÁTICOS INFANTILES DE CARÁCTER PRIVADO 273

¿PARA QUÉ UTILIZAN INTERNET LOS PREADOLESCENTES? ESTUDIO SOBRE EL USO DE LA RED POR ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE ANDALUCÍA 291

USER GENERATED CONTENT Y MARCAS: NIÑOS Y ADOLESCENTES COMO CREADORES DE CONTENIDOS. 311

8 / OTRAS EXPERIENCIAS

¿DESCUBRIENDO NUNCA JAMÁS?: LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN LA LOMCE Y EL PAPEL DE LA CNMC EN LA PROTECCIÓN DE LA INFANCIA ANTE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES 323

NARRATIVA TRANSMEDIA Y ANIMACIÓN. UNA RELACIÓN SIMBIÓTICA. 341

LOS TRES PILARES QUE FAVORECEN EL EMPRENDIMIENTO: EXPERIENCIA, INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD. LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA ESCUELA INFANTIL 363

9 / RESÚMENES ACEPTADOS 380

¿PARA QUÉ UTILIZAN INTERNET LOS PREADOLESCENTES? ESTUDIO SOBRE EL USO DE LA RED POR ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN PRIMARIA DE ANDALUCÍA

Laura López Romero

Docente-Investigador

Facultad Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga.

Campus de Teatinos s/n (España) 29010

Tlfn: 952132932

Email: lauralopezr@uma.es

María Cinta Aguaded Gómez

Docente-Investigador

Facultad Ciencias de la Educación. Universidad de Huelva. Campus El Carmen.

Avda. Tres de Marzo s/n (España) 21071

Tlfn: 959219354

Email: mariacinta.aguaded@dedu.uhu.es

Pedro Román Graván

Docente-Investigador

Facultad Ciencias de la Educación.

Universidad de Sevilla. C/ Pirotécnica s/n (España) 41013

Tlfn: 954551700

Email: proman@us.es

Resumen

El uso temprano de Internet es un hecho consumado y demostrado entre la población infantil. Sus habilidades como nativos digitales, la atracción que ejercen las pantallas y la comodidad de formatos más manejables como las tabletas y teléfonos móviles propician (ayudan) un acercamiento cada vez mayor. En este estudio se ofrecen los resultados derivados de un análisis descriptivo y cuantitativo sobre el consumo de Internet en la enseñanza primaria efectuado en las ocho provincias andaluzas a alumnos con edades comprendidas entre los 9 y los 12 años. Este estudio se enmarca dentro de un Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía, dirigido por el Dr. D. José Ignacio Aguaded-Gómez, que lleva por título "La competencia audiovisual de la ciudadanía andaluza: estrategias de alfabetización mediática en la sociedad del ocio digital" (referencia P10-SEJ-5823), con fecha de inicio en el año 2010. Los resultados ofrecen una clara visión sobre la funcionalidad de la red en este segmento población y permite dar orientaciones sobre la necesidad de una educación en pantallas. Sectores como la escuela y la propia familia deberían asumir.

Palabras clave

Pre-adolescencia, internet, alfabetización mediática, educación primaria, redes sociales, deberes

Abstract

The early use of the Internet is accomplished and demonstrated fact among children. His skills as digital natives, the attraction of the screens and the convenience of manageable formats such as tablets and mobile phones conducive (help) a growing approach. Through this research the results from a quantitative analysis of Internet consumption in primary education conducted in the eight Andalusian provinces pupils aged between 9 and 12 years is. This study is part of a Project Excellence Andalusian, directed by Ph. Dr. D. José Ignacio Gómez - Aguaded, titled "The jurisdiction of the Andalusian audiovisual citizenship: strategies for media literacy in the digital society of leisure" (reference P10-SEJ-5823), with a start date in 2010. The results provide a clear vision of the network functionality in this population segment and allows to give guidance on the need for education displays. Sectors such as the school and the family itself should take assume.

Key words

Pre-teens, internet, media literacy, elementary education, social media, homeworks.

Introducción

El uso de las TIC por parte de jóvenes y adolescentes con finalidades de ocio es masivo. Aunque la televisión sigue siendo un reclamo en el tiempo libre, Internet, los teléfonos móviles y videojuegos lideran el consumo de pantallas (Injuve, 2012). Esta situación mantiene en jaque a padres y educadores, en tanto que los nativos digitales (Prensky, 2001) mantienen posturas divergentes tanto en el uso como en el nivel de manejo de estas tecnologías.

En las últimas décadas, educadores y comunicadores han tomado partida para investigar la relación existente entre el uso de los medios de comunicación y la educación. Según Cáceres, “la iniciativa por parte de los profesionales del sector educativo ha sido mayor que por parte de los que proceden del campo de la comunicación” (2006, p. 2). Así, “los estudios realizados son básicamente sectoriales ya que se centran en un solo medio, en general la televisión, marginando otros terrenos como la prensa o la radio. No obstante, en los últimos años, las nuevas tecnologías y el multimedia copan el interés de la literatura científica” (2006, p. 5). En la actualidad, un tema recurrente en las investigaciones publicadas es el reto que se le plantea a la escuela y a las familias la llamada sociedad de la información.

El interés académico español por la relación de los niños y jóvenes con los medios de comunicación se ha incrementado a lo largo de estos últimos años hasta tal punto que constituye una línea de investigación destacada en muchas universidades. De hecho, un estudio publicado recientemente cifra en 19 los grupos de investigación, centros u observatorios que desarrollan sus actividades en el ámbito de la educomunicación en gran parte de la geografía española: Madrid, Cataluña, Andalucía, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Canarias, País Vasco, Murcia y Navarra (Ruiz San Román et al, 2013, p. 59).

El alcance de Internet constituye uno de los retos para educadores, familias y comunicadores. Internet como herramienta educativa, como herramienta de comunicación o como herramienta de ocio y entretenimiento, etc. Existen, por el contrario, otras líneas de investigación que intentan alertar sobre las disfunciones que Internet está provocando en el cerebro. Un caso paradigmático constituye la obra de Nicholas Carr, *Superficiales, ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* (2011).

Los defensores de alfabetizar mediáticamente a la población para que el ciudadano haga un uso crítico antes los medios (Ferrés, Aguaded, García Matilla, 2011), son partidarios de introducir en las escuelas una enseñanza basada en la competencia mediática (Aguaded, 2012; Buckingham, 2013). Incluso a nivel europeo, es cada vez más palpable el apoyo gubernamental que la educomunicación está recibiendo en los últimos años (Aguaded, 2013).

Algunas aportaciones científicas han investigado la transversalidad de la educomunicación en el currículum de la enseñanza reglada. En el caso de la educación infantil, los objetivos pedagógicos están orientados a “descubrir, experimentar, interpretar y utilizar diversas formas de comunicación y representación, tales como los lenguajes musical, gestual, plástico, audiovisual y de las tecnologías de la información y la comunicación, desarrollando, de forma progresiva, actitudes de cooperación y ayuda a los demás.” (Renés et al, 2013, p. 808-809).

En la etapa de primaria, la educomunicación está planificada en el currículum como materia transversal en asignaturas como lengua castellana y extranjera o incluso en otra como educación física, donde, a modo de ejemplo, se promueve la identificación y el análisis sobre los estereotipos que muestra la publicidad desde el punto de vista del cuerpo humano. En estas edades se pretende que el alumnado sea capaz de crear mensajes, de buscar información en los medios y de iniciar el fomento del espíritu crítico a través del contraste de informaciones. (Renés et al, 2011). En ese sentido, es también de igual importancia la formación del profesorado que imparte contenidos relacionados con educomunicación (Gálvez de la Cuesta, 2013).

En etapas como secundaria existen asignaturas optativas que pueden ser o no ofertadas por los centros docentes, tales como Información y Comunicación, Medios de Comunicación e incluso Cine y Educación. Sin embargo, en la actualidad, hay constancia de una disminución en el número de institutos que ofertan este tipo de materias, siendo los proyectos integrados los que en ocasiones se centran en desarrollar un periódico escolar, una radio, escolar, etc. (García-Ruiz, 2013).

En esta investigación se recoge la exposición de los resultados correspondientes al ítem número 12 del Proyecto de Excelencia ALFAMED (SEJ5823) y titulado “La competencia audiovisual de la ciudadanía andaluza. Estrategias de alfabetización mediática en la sociedad del ocio digital”, el cual hace referencia a la competencia mediática utilización de internet por los estudiantes de educación primaria (<http://uhu.es/alfamed/primaria>).

Este proyecto de investigación ha tenido como objeto implementar en la ciudadanía andaluza el concepto de “competencia audiovisual” (audiovisual skills), diagnosticando rigurosamente sus puntos de partida, detectando sus necesidades y carencias y estableciendo un amplio programa evaluativo que derive en propuestas formativas ciudadanas, centrado en los espacios de ocio y tiempo libre y en los entornos mediáticos del hogar, a través de los medios de comunicación y de manera especial en la televisión. Por tanto, la investigación que presentamos está centrado en la repercusión que Internet cobra en la actualidad, dentro y fuera de las aulas. Pero, ¿cómo es el alumnado que se sienta en el pupitre? ¿Tienen los medios de comunicación algo que ver en su aprovechamiento o desaprovechamiento académico? ¿Internet ayuda o perjudica? Estas cuestiones son dudas reiteradas que se plantean y se debaten en foros tanto escolares como familiares.

El estudiante actual, ante el impacto de los nuevos medios en la sociedad, es más creativo, está más acostumbrado y necesitado de grandes dosis de motivación para aprender, capta con dificultad los largos razonamientos lógicos, tiende a la acción y poco a la reflexión, y se aburre con las explicaciones teóricas tradicionales (Fernández, 2004). Sin embargo, al mismo tiempo hay que valorar que “la capacidad de aprendizaje de las nuevas generaciones es notable sobre todo desde el punto de vista instrumental orientado a la sociabilidad, la relación y la identidad. No debemos mitificar o sobrevalorar esta capacidad. Los jóvenes no tienen un don especial: sencillamente han crecido en un entorno en que se familiarizan pronto con el uso de ciertas tecnologías” (Busquet et al, 2013, p. 213).

Por otro lado, cabe cuestionarse la actitud que tiene el profesorado de secundaria sobre el uso de Internet en sus clases. Según un reciente estudio, el cuerpo docente que participó en la investigación expresó un actitud positiva ante la red, más de la mitad de ellos afirmó estar de acuerdo con los recursos que ofrece, un 92% está conforme con su valor formativo, siendo el balance más negativo el que un 70% confirme que la falta de experiencia o preparación sean los motivos por los cuales el uso de la red en clase no sea tan elevado como quisieran. (Ramírez et al, 2012, p. 151).

En la literatura científica, existen muchos documentos que advierten de los riesgos en un mal uso de la red. Conceptos tan actuales como ciberbylling o grooming entran a formar parte de los peligros más destacados. Así, según estudios recientes, el 44% de menores en España se ha sentido acosado sexualmente en Internet en alguna ocasión (Tejedor & Pulido, 2012).

Junto a los estudios de carácter cuantitativo, otros se centran en aportar las experiencias educacionales en el ámbito de las TIC desde el punto de vista de las familias, con la aportación de normas y consejos útiles así como la puesta en evidencia de la necesidad de cursos formativos para los progenitores (Marín, 2003; Sureda, 2010).

Objetivos

Esta investigación centra su objeto de estudio en la utilización que los estudiantes de Educación Primaria de Andalucía hacen de Internet, con especial atención al uso pedagógico que le dan a las nuevas tecnologías. En este sentido, se pretende analizar si existe un aprovechamiento o un desaprovechamiento académico de la red.

La hipótesis de partida que se establece en esta investigación es que el alumnado entre 9 y 12 años utiliza la red para el ocio y la distracción, y no tanto como herramienta de trabajo.

Metodología

La fase cuantitativa de la muestra para Educación Primaria ha consistido en la gestión de 461 cuestionarios administrados en la comunidad autónoma de Andalucía (España). El diseño de la muestra ha estado sujeta a las variables: provincia de residencia, edad, género y tipo de titularidad del centro.

Parece lógico suponer que las diferencias con respecto a la edad pueden afectar a la utilización de internet, asimismo también el sexo, si el centro es de titularidad pública, concertada o privada o la provincia de residencia pudieran primar el uso que se le da a la red.

A nivel de propuesta se administró a 600 personas en la comunidad autónoma de Andalucía, de las cuales se lograron recoger 461 cuestionarios.

El diseño del instrumento ha sido posible gracias a la participación de representantes de 17 universidades españolas que han validado mediante la técnica de juicio de expertos el cuestionario de recogida de información (Barroso y Cabero, 2010). Dicho instrumento fue pilotado por estudiantes de la provincia de Huelva mediante la administración a diez estudiantes de primaria y con el compromiso de que hubiera representación de todas las variables mencionadas anteriormente.

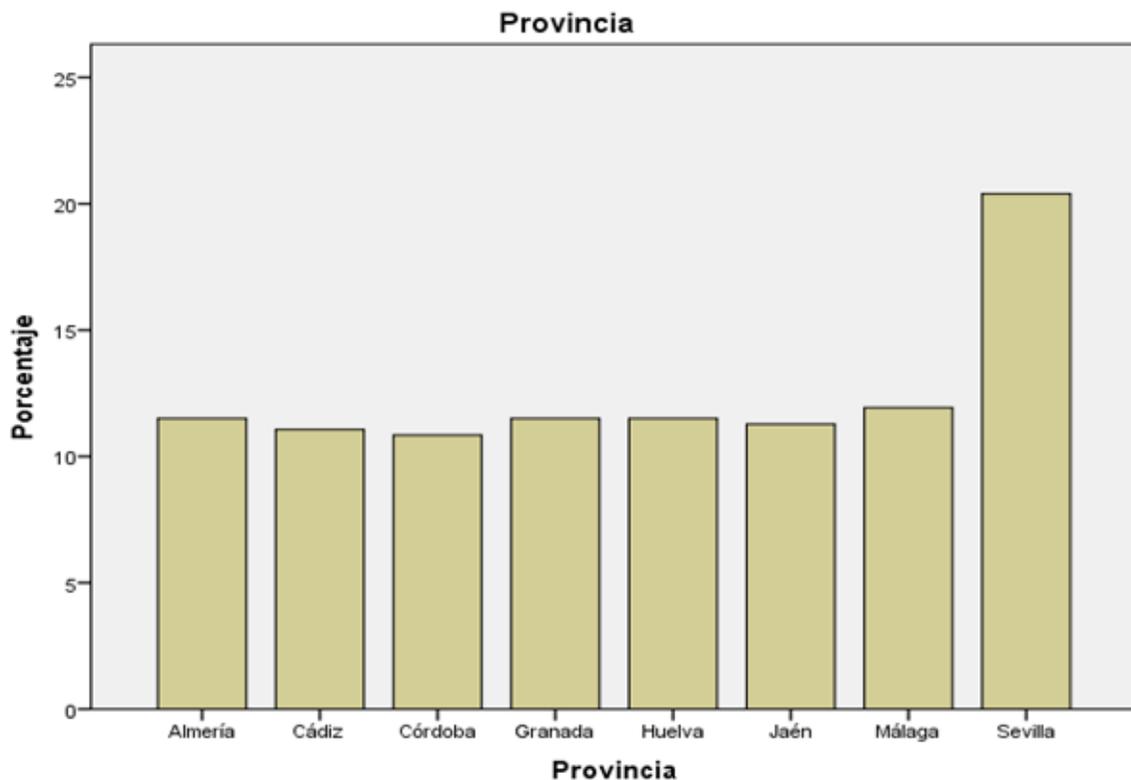


Figura 1. Participantes encuestados en el estudio.

Para la validación del cuestionario se tuvieron en cuenta los resultados obtenidos en las pruebas de control junto con las opiniones de expertos en metodología y los comentarios de los investigadores encargados de la administración de las encuestas.

1. Resultados y discusión

En un primer lugar expondremos las características de la muestra seleccionada: distribución por provincias, edad, sexo y titularidad del centro (público o privado) :

Los datos arrojan una distribución representativa de todas las provincias andaluzas, con resalte de la de Sevilla, en donde los grupos de clase son más numerosos y ya que trabajábamos con clases completas el equipo de investigación decidió no eliminar los excedentes al desconocer si las otras provincias pudieran tener déficits de cuestionarios recogidos.

Los resultados obtenidos en la variable edad se representan en la siguiente tabla:

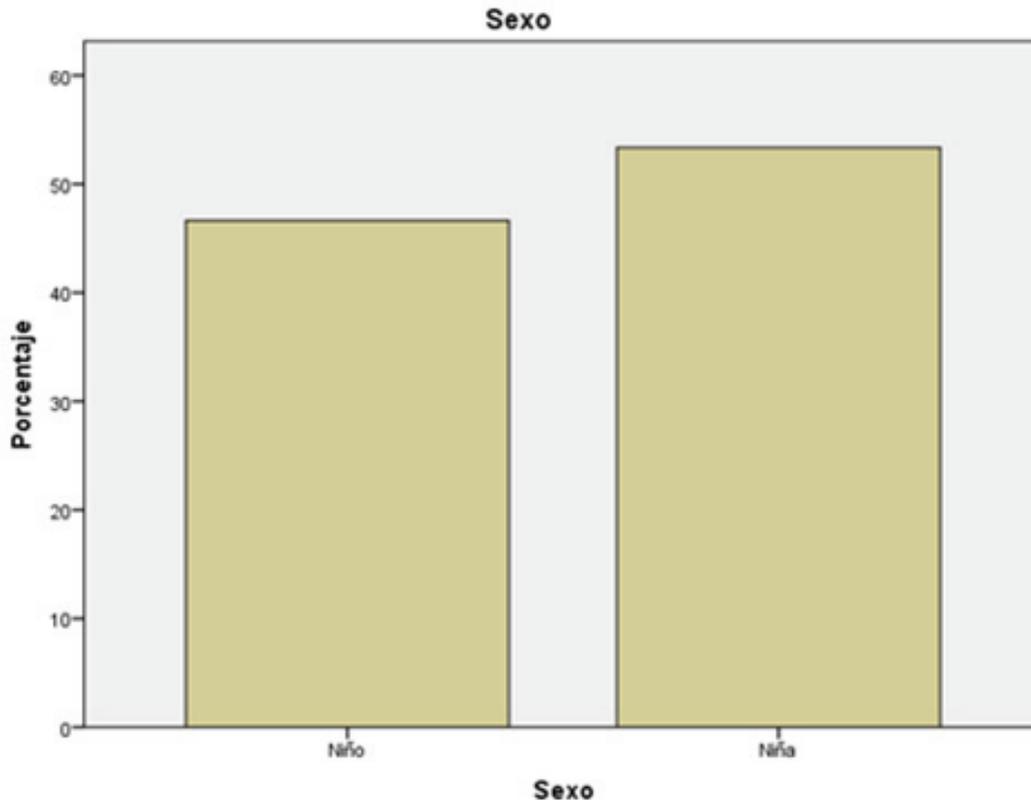
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	9	161	34,9	34,9	34,9
	10	231	50,1	50,1	85,0
	11	49	10,6	10,6	95,7
	12	20	4,3	4,3	100,0
	Total	461	100,0	100,0	

Tabla 1. Resultados por edades.

Los resultados de los cuestionarios arrojan una distribución de edades comprendidas entre los 9 años, correspondiente a un cuarto curso de educación primaria, 10 años (quinto de primaria), 11 años (sexto de primaria) y 12 años (primero de educación secundaria obligatoria).

Los resultados de los cuestionarios por sexo se muestran en la gráfica siguiente:

Figura 2. Sexo de los estudiantes participantes.



En cuanto a los resultados obtenidos según la titularidad del centro al cual pertenecen los estudiantes encuestados se representan en esta tabla:

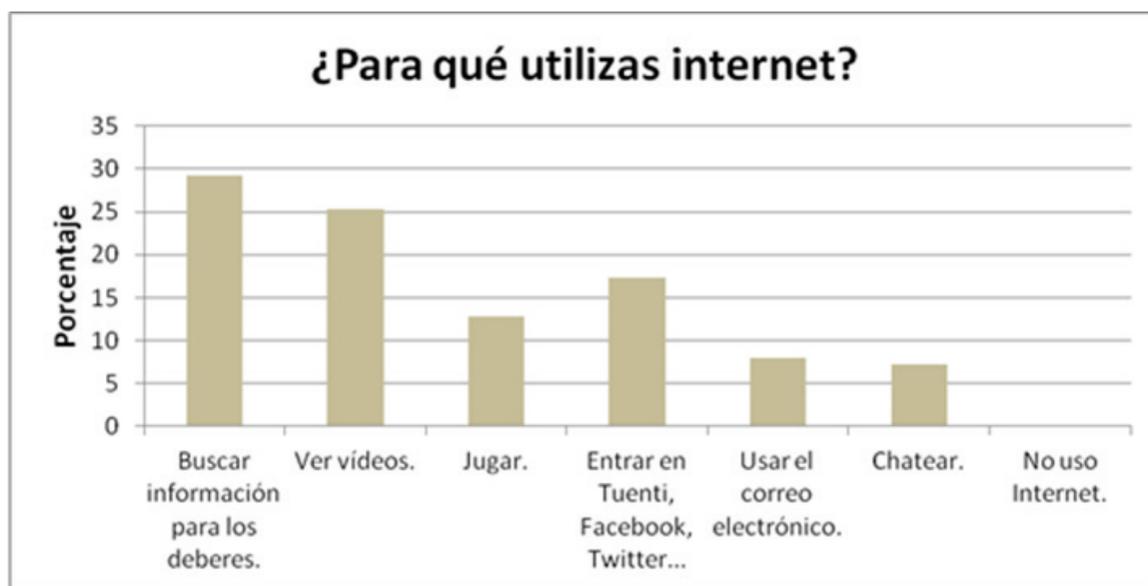
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Público	357	77,4	77,4	77,4
	Concertado	78	16,9	16,9	94,4
	Privado	26	5,6	5,6	100,0
	Total	461	100,0	100,0	

Tabla 2. Titularidad de los centros encuestados.

Debido a la alta representatividad existente de los centros de titularidad pública en Andalucía, es por lo que se han recogido más cuestionarios correspondientes a estos colegios, sin obviar claro está los de titularidad privada o privada-concertada.

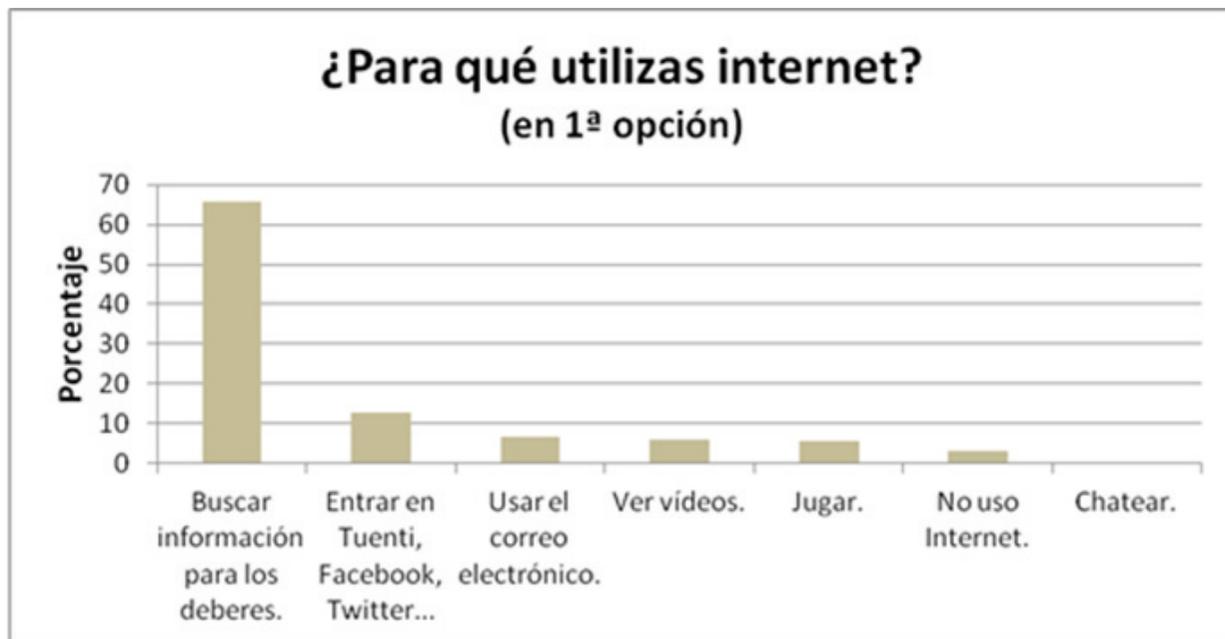
Una vez explicado el muestreo, expondremos los resultados obtenidos según los usos que le dan los estudiantes encuestados a internet. Cuando se les preguntó para qué utilizan internet, éstas han sido sus respuestas de manera agrupada en esta figura:

Figura 3. Usos de internet (opciones agrupadas).



Como podían marcar más de una opción, en el siguiente gráfico se representan los resultados correspondientes a la primera opción de respuesta:

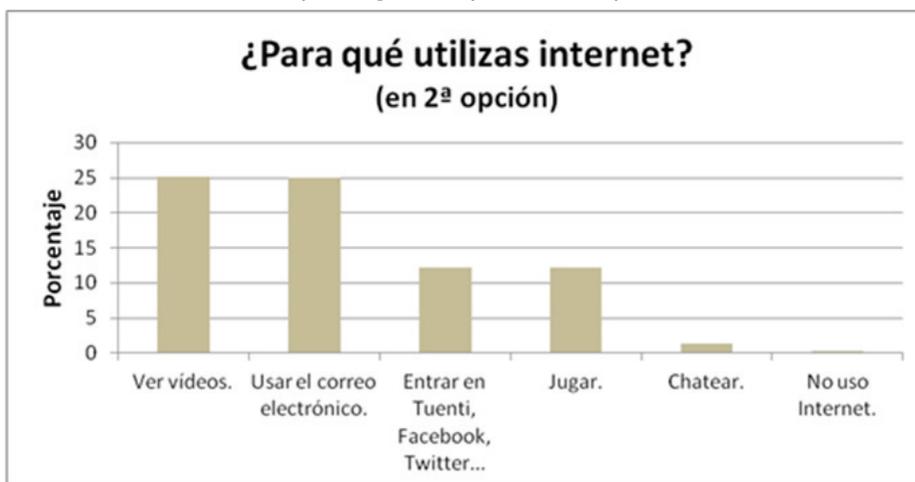
Figura 4. Usos de internet (resultados por primera opción de respuesta).



Se puede apreciar como mayoritariamente los estudiantes utilizan internet como herramienta de búsqueda de información, el acceso a las redes sociales queda relegado a una segunda posición como opción preferente y menor medida, casi imperceptible, el uso del correo electrónico, visionado de vídeos, los juegos o chatear.

La segunda opción de respuestas queda representada en este gráfico:

Figura 5. Usos de internet (resultados por segunda opción de respuesta).

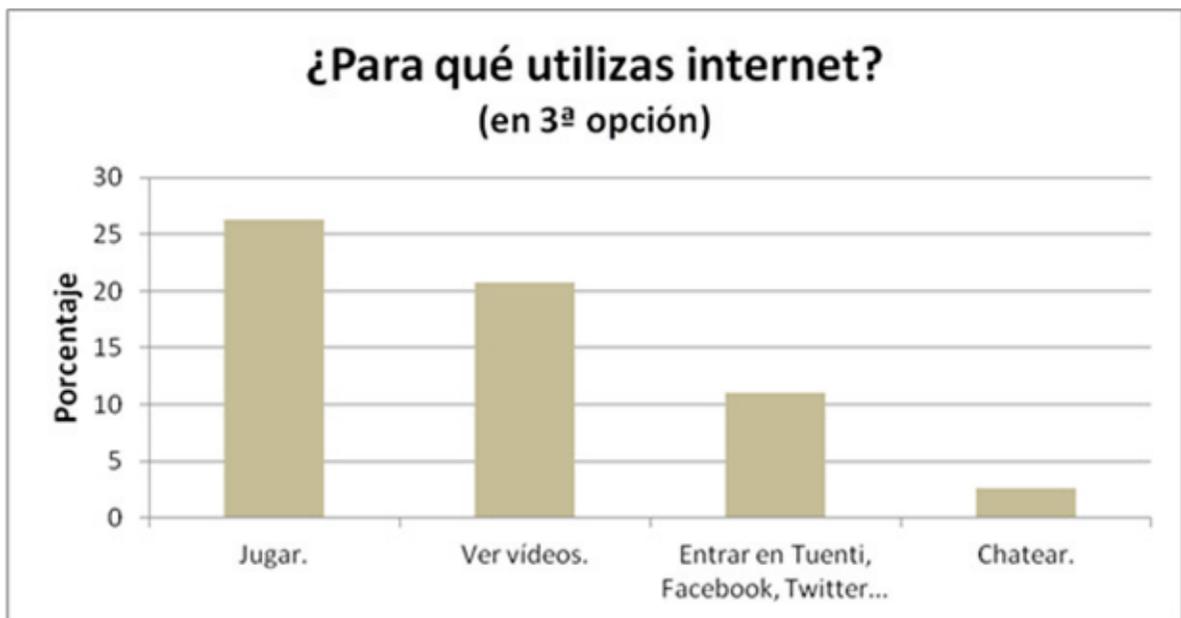


Se puede apreciar que la opción utilización de internet como herramienta para ver vídeos (mayoritariamente de YouTube) es compartida con la opción de utilizarla para enviar y recibir correos electrónicos.

Quedan relegados a un segundo plano la utilización de la red para el acceso a las redes sociales, juegos en red o chatear.

La tercera opción de respuestas queda representada mediante la siguiente figura:

Figura 6. Usos de internet (resultados por tercera opción de respuesta).



En tercera opción se evidencia que la red es utilizada para jugar con los amigos y ver vídeos, quedando con menos importancia la utilización de internet como herramienta de acceso a las redes sociales y chatear.

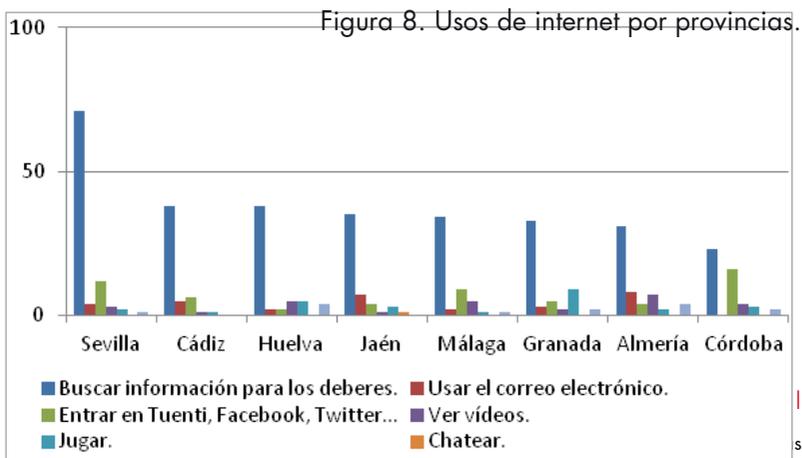
La cuarta y última opción de respuesta en relación a los usos que los estudiantes encuestados hacen de la red se representa a través de la siguiente figura:

Figura 7. Usos de internet (resultados por cuarta opción de respuesta).



Las opciones de utilización de internet para jugar con amigos, ver vídeos y chatear han sido seleccionadas en última opción de todas las posibles, dando preferencia a las comentadas con anterioridad.

Analizamos el uso (en primera opción) que los estudiantes le dan a internet y agrupándolo por provincias, estos han sido los resultados obtenidos:



Podemos apreciar los resultados siguientes:

En todas las provincias la opción mayoritariamente seleccionada en primer lugar ha sido la de utilizar la red como herramienta de búsqueda de información para deberes.

Excepto Córdoba, Sevilla y Málaga, el resto de las provincias andaluzas no dan preferencia al uso de internet para entrar en las redes sociales, siendo Córdoba la que más estudiantes la señalan como segunda opción por detrás de la búsqueda de información sobre deberes.

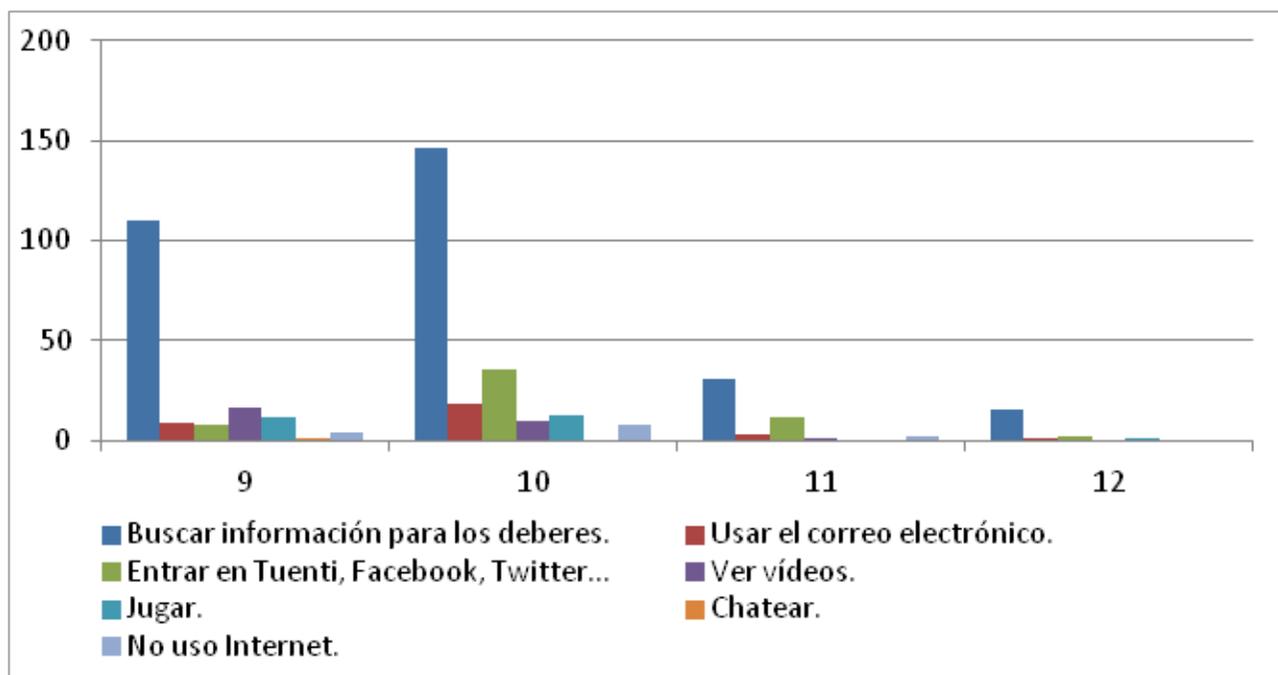
En las provincias de Almería, Jaén y Cádiz es donde los estudiantes utilizan más la red internet para consultar y escribir correos electrónicos.

Almería, Málaga y Huelva son las que más utilizan la red internet para ver vídeos.

Y salvo Jaén, con un porcentaje ínfimo, casi ningún andaluz utiliza la red internet para chatear en primera opción.

También se han relacionado las variables uso de internet y la edad de los estudiantes participantes, y estos han sido los resultados:

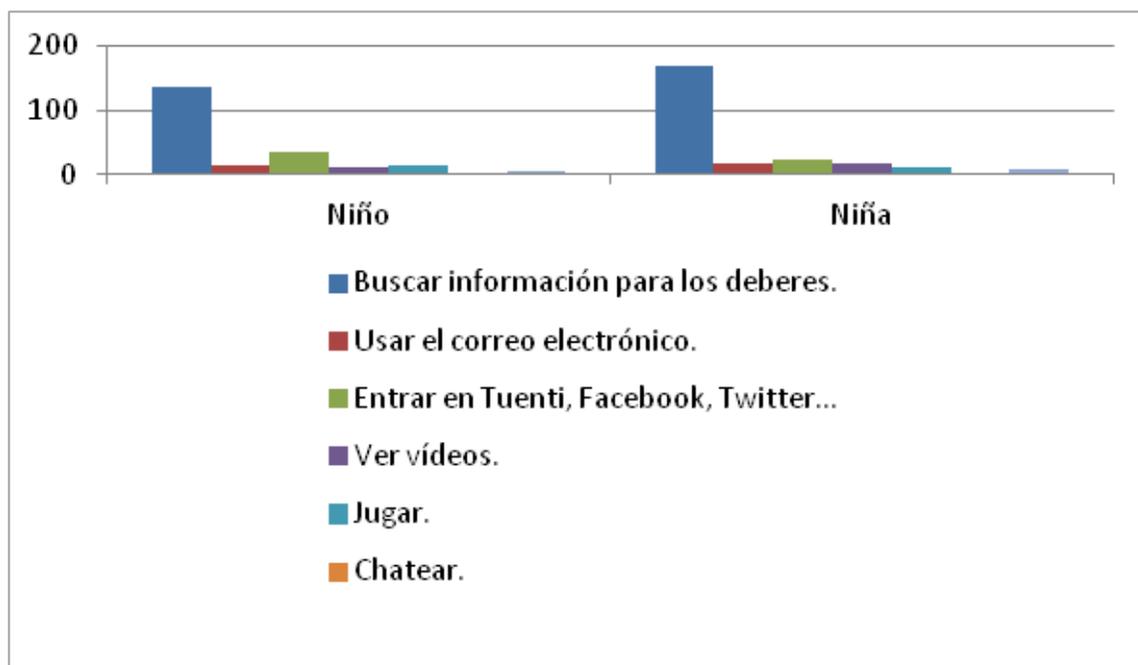
Figura 9. Usos de internet por edades de los estudiantes.



Los estudiantes de 10 años (matriculados en 5º de primaria) son los que más utilizan internet como herramienta de búsqueda de información para los deberes, seguidos de los de 9 años (4º de primaria). En menor medida, y condicionado por el muestreo realizado se posicionan los de 11 y 12 años, matriculados en 6º de primaria y 1º de ESO respectivamente.

Cruzamos igualmente la variable uso de internet con el sexo. Estos han sido los resultados obtenidos:

Figura 10. Usos de internet por sexo de los estudiantes.



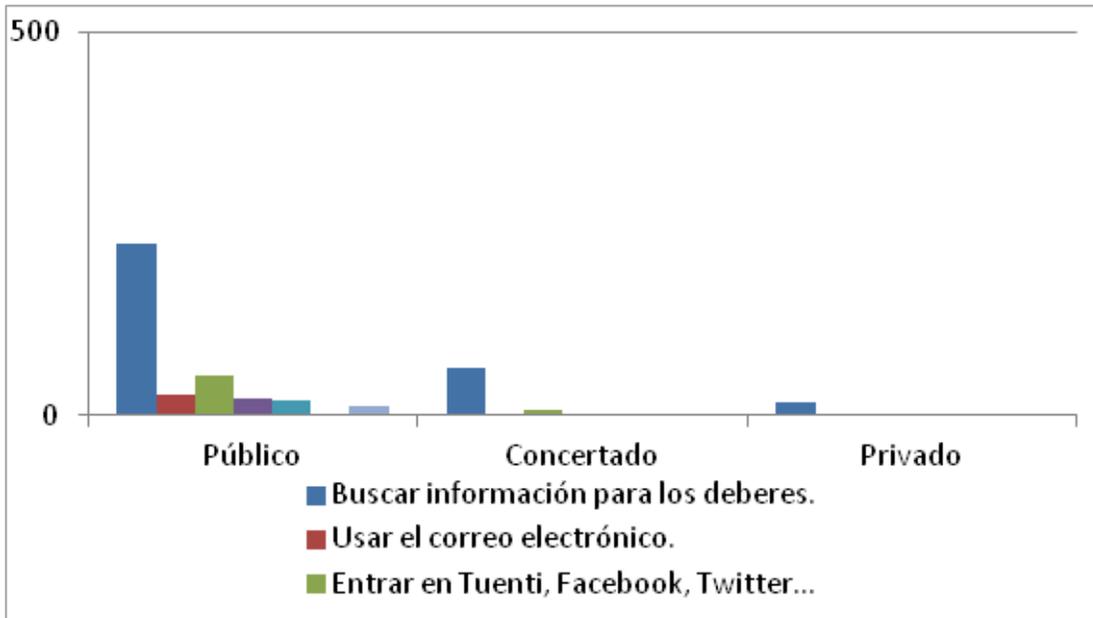
Las chicas utilizan internet más que los chicos para buscar información para hacer los deberes de clase, mientras que ellos utilizan más la red que ellas para acceder a las redes sociales.

Tanto niños como niñas utilizan internet para enviar y recibir correos electrónicos, pero las chicas lo usan más que ellos para ver vídeos.

A estas edades tanto niños como niñas no suelen utilizar internet para chatear en primera opción.

Dependiendo de la titularidad del centro, los usos de internet han sido los siguientes:

Figura 11. Usos de internet según la titularidad del centro al que pertenece el estudiante encuestado.



No existen diferencias dependiendo de la titularidad del centro, los estudiantes han coincidido que la utilización mayoritaria de internet en primera opción sea la de buscar información para los deberes de clase, seguido del acceso a las redes sociales, el envío y recepción de correo electrónico, visualizado de videos y los juegos en red.

Resulta curioso que ningún estudiante matriculado en un centro privado o privado-concertado utilice internet para acceder a las redes sociales ni para jugar ni chatear.

Conclusiones

Como resumen a los resultados derivados de la investigación podemos resaltar que este trabajo ofrece datos comparativos de las ocho provincias andaluzas en relación al uso que hacen de la red los estudiantes con edades comprendidas entre los 9 y los 12 años. Analizando las opciones combinadas del uso de internet, principalmente se aprecia que los estudiantes hacen un uso para la búsqueda de información relacionada con sus deberes de clase, para ver vídeos en red, para entrar e interactuar en las redes sociales y

por último, para jugar. En menor medida se utiliza para acceder al correo electrónico (desbancado en los últimos años por la mensajería instantánea tipo Whatsapp, Line y similares) y para chatear. Este resultado manifiesta que el uso de Internet preferentemente está orientado como herramienta de estudio y de acceso a la información en estas edades. En este sentido, los datos refutan la hipótesis de partida en la cual el uso primario de la red estaría orientado a un consumo de ocio y no educativo.

Conociendo estos resultados, merece especial atención el papel que los progenitores y padres deben desempeñar a la hora de colaborar y vigilar el uso que sus hijos hagan de la red. En este sentido, la brecha digital aflora como uno de los principales problemas, tal y como se ha mencionado previamente.

¿Qué opinión tienen los estudiantes acerca de la brecha digital existente entre sus padres o entre sus profesores? Siguiendo el estudio de Busquet: "Los jóvenes se muestran más o menos condescendientes con la falta de pericia de sus familiares, pero muy críticos con la "incompetencia digital" de sus maestros. (Busquet et al, 2013, p. 213).

Ante estas características existe la necesidad de que la escuela escoja un nuevo modelo de aprendizaje en el cual, Internet y las tecnologías de la información y la comunicación pueden ayudar en el acceso a la información y formar parte de una manera más activa en la educación.

En el actual sistema educativo, la alfabetización mediática está cada vez más desplazada y se ofrece como contenido transversal en materias tales como lengua, algo también en conocimiento del medio social y natural, educación ético cívica o educación para la ciudadanía. En este contexto de minimizar esa brecha digital a la que antes hacíamos mención, merece especial atención poner el énfasis en la formación del profesorado, a través de cursos especializados en alfabetización mediática a través de los centros de profesorado. Como valor positivo y optimista destacamos nuevamente el estudio de Ramírez (2012) en el que se pone de manifiesto que la falta de experiencia o preparación como los motivos que frenan la incorporación y el dominio de las TICs como herramienta en el proceso educativo. Sin embargo, el interés por la comunidad docente se estima alto y por lo tanto alienta un futuro de mejora.

Y no solamente en la formación del profesorado tienen que incidir los sucesivos planes de formación, sino también en la alfabetización digital de los estudiantes, donde se ha visto que la red se convierte en un espacio al cual acuden mayoritariamente los estudiantes para buscar información.

Nos consta que no es suficiente con que los discentes sepan introducir dos o más palabras en un cajetín de un buscador cualquiera, sino que se deben enseñar las diferentes herramientas auxiliares de depuración o filtrado de información como las que ofrecen las búsquedas avanzadas.

Referencias

Aguaded, J.I. (2012). La competencia mediática, una acción educativa inaplazable. *Comunicar*, 39, 07-08. doi: 10.3916/C39-2012-01-01

Aguaded, J.I. (2013). El Programa «Media» de la Comisión Europea, apoyo internacional a la educación en medios. *Comunicar*, 40, 07-08. doi: 10.3916/C40-2013-01-01

Aguaded, J.I., Ferrés i Prats, J., Cruz Díaz, M.R., Pérez Rodríguez, M.A., Sánchez Carro, J. (2011). "El grado de competencia mediática en la ciudadanía andaluza". Huelva: Grupo Comunicar. [Fecha de consulta: 01-05-2014] <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/6892>

Aguaded-Gómez, J.I. y Pérez-Rodríguez, M.A. (2012). Estrategias para la alfabetización mediática: competencias audiovisuales y ciudadanía en Andalucía. *New approaches in educational research*, Vol. 1, N°. 1, pp. 25–30. [Fecha de consulta: 01-05-2014] <http://naerjournal.ua.es/article/view/v1n1-4/39>

Barroso, J. y Cabero, J. (2010). *La investigación educativa en TIC. Visiones prácticas*. Madrid: Síntesis

Buckingham, D. & Martínez, J.B. (2013). Jóvenes interactivos: Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar*, 40, 10-14. doi: 10.3916/C40-2013-02-00

Busquet, J. El uso de las TRIC e incompatibilidades culturales entre maestros y alumnos. Encuentros y desencuentros en la escuela. *II Congreso Internacional Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación*, p. 212- 214.

Cáceres, M.D. (2006). Comunicación y Educación. Un balance cualitativo. *Icono 14*, 7 2006.

Carr, N. (2011). Superficiales. *¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?* Taurus.

Ferrés, J., Aguaded, J.I. & García Matilla, A. (2011) La competencia mediática de la ciudadanía española: dificultades y retos. *Icono 14*, 3, Vol 10, 23-42.

Gálvez de la Cuesta, M.C. (2013). La formación de docentes de Educación Primaria: Procesos de alfabetización mediática a través de las Menciones TIC. *II Congreso Internacional Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación*, 1190-1201.

INJUVE. Informe Juventud en España. (2012). [Fecha de consulta: 12-04-2014] http://www.injuve.es/sites/default/files/2013/26/publicaciones/IJE2012_0.pdf

Marín, V. & García, M.D. (2003). La familia e Internet, ¿un juego a tres bandas? *Comunicar*, 21, 123-126.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, MCB University Press, 5.

Ramírez, E., et al. (2012). Las actitudes y creencias de los profesores de secundaria sobre el uso de Internet en sus clases. *Comunicar*, 38, 147-155. doi:10.3916/C38-2012-03-06

Renés, P. (2013). La competencia mediática y el currículum de educación infantil en la comunidad autónoma de Cantabria. *II Congreso Internacional Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación*, 804-811.

Renés, P., Ramírez, A. y Santibáñez, J. (2011). Los medios de comunicación y el currículum de Educación Primaria en la comunidad autónoma de Cantabria. *II Congreso Internacional Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación*, pp. 804-812.

Ruiz San Roman, M., et al. (2013). Aportaciones de las universidades españolas a la investigación sobre menores y medios de comunicación. *Analisi*, 49-64.

Sureda, J.; Comas, R. & Morey, M. (2010). Menores y acceso a Internet en el hogar: las normas familiares. *Comunicar* 34; 135-143. doi: 10.3916/C34-2010-03-13

Tejedor, S. & Pulido, C.M. (2012). Retos y riesgos del uso de Internet por parte de los menores. ¿Cómo empoderarlos? *Comunicar*, 39, 65-72. doi:10.3916/C39-2012-02-06

En esta investigación se recoge la exposición de los resultados correspondientes al ítem número 12 del Proyecto de Excelencia ALFAMED (SEJ5823) y titulado «La competencia audiovisual de la ciudadanía andaluza. Estrategias de alfabetización mediática en la sociedad del ocio digital»



I Congreso internacional de comunicación infantil

Un debate sobre técnicas, efectos
y cuestiones éticas

ACTAS ICONO14 - Nº 15

ASOCIACIÓN CIENTÍFICA DE INVESTIGACIÓN DE LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN

EDITORES

PATRICIA NUÑEZ
ANTÓN ÁLVAREZ



icono14



FESTIVAL INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INFANTIL



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

ACTAS DEL I CONGRESO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN INFANTIL UN DEBATE SOBRE TÉCNICAS, EFECTOS Y CUESTIONES ÉTICAS

Editores: Patricia Núñez y Antón Álvarez

ACTAS ICONO14, Nº 15

Las actas del I Congreso Internacional de Comunicación Infantil comprende una selección de textos que atiende a un panorama de enorme interés para los investigadores en comunicación que permanece poco explotado desde el punto de vista científico, como es la comunicación dirigida a niños y a adolescentes. En el texto se analizan cuestiones que abarcan desde la eficacia de la comunicación persuasiva en este campo hasta sus consecuencias sociales, psicológicas y educativas, incluyendo el debate sobre las cuestiones éticas y la eficacia de las medidas legislativas que han sido estudiadas sólo de una manera incipiente y se presentan aquí desde una reflexión más amplia y profunda.

