



*Oportunidades y riesgos para los niños y jóvenes en Internet  
EUKids Online en Safer Internet Plus Programme (2006-2009) \**

[www.eukidsonline.net](http://www.eukidsonline.net)  
[www.ehu.es/eukidsonline](http://www.ehu.es/eukidsonline)

*Carmelo Garitaonandia*  
UPV-EHU  
e-mail: [carmelo.garitaonandia@ehu.es](mailto:carmelo.garitaonandia@ehu.es)

---

\* Dentro del programa “Safer Internet Plus Programme” se desarrolla el proyecto de investigación “Eukids On line”(http://www.eukidsonline.net), que aglutina a 18 Universidades y que dirige la profesora Sonia Livingstone de la London School of Economics. En España, este proyecto está representado por Maialen Garmendia y Carmelo Garitaonandia, y complementa su financiación mediante las ayudas a la investigación de la UPV-EHU proyecto UPV05/63 para los años 2006 y 2007.

## Introducción

Durante los últimas décadas, la investigación académica y, en muchos casos, la investigación financiada por la Administración Pública (por ejemplo, el Informe de la Juventud en España) y/o instituciones o fundaciones privadas (Pew Internet & American Life Project, Kaiser Family Foundation, France Telecom-Auna, Protégeles, ect) se ha centrado en los efectos que los media tienen en los niños y jóvenes. Tradicionalmente el consumo de la TV se ha asociado a un bajo nivel de participación de los telespectadores, un modo de comunicación asimétrico, sin casi ninguna posibilidad de interacción por parte del receptor. Sin embargo, los nuevos medios de comunicación parecen invitar a una mayor participación, no solo más activa, sino interactiva, gracias al ordenador/internet y la televisión digital. Esta hipótesis hace surgir nuevas cuestiones sobre las diversas formas de participación y sobre cómo utilizan los niños y los jóvenes estos medios y las gratificaciones que obtienen de su uso, así como los riesgos que corren.

El papel de los media como agente socializador, en relación, o quizá en conflicto también, con otros agentes de autoridad y socialización (padres, escuela y amigos) ha sido objeto de numerosas investigaciones. Meyrowitz (1984) dice que la socialización en el universo electrónico genera el *niño adulto*, debido a que, a través de los medios de comunicación, tiene acceso a contenidos que le están vedados por razón de su edad, lo cual produce una pérdida prematura de la inocencia. Liebes (1991) muestra cómo las imágenes de la TV tienen, a veces, más fuerza que los valores transmitidos por los padres durante el proceso de socialización. Pero la incorporación de ordenadores/conexión a Internet, televisión y otros equipamientos en las escuelas puede proporcionar, también, una más armoniosa relación entre las autoridades tradicionales y las actividades domésticas de los niños.

También ha sido muy estudiado el rol de los media en la obesidad infantil, básicamente derivado de tres aspectos: el tiempo dedicado al consumo pasivo les impide ocuparse de otras actividades, el decrecimiento que origina el uso de los media en los niveles metabólicos y, por último, la publicidad de los alimentos calóricos. De hecho, Ed Richards, director del órgano británico regulador de los medios, OFCOM, ha defendido las nuevas restricciones relacionadas con la publicidad de alimentos altos en grasa, sal y azúcar (HFSS) dirigida al público infantil, en programas para menores de 16 años, y en shows como los de The Simpsons, Friends y Hollyoaks (“The Guardian”, 18-11-2006). En cualquier caso, hay algunos trabajos que contradicen la relación directa entre los consumos de determinados media y la obesidad infantil, de esta manera Vandewater, Mi-Suk & Caplovitz (2004) establecen una relación significativa entre el uso medio de videojuegos y la obesidad, mientras que no existe una relación significativa entre un alto o bajo consumo de videojuegos con la obesidad.

Una buena parte de las investigaciones se preocupan de los efectos que los mass-media producen en los menores. En el caso de la violencia en los contenidos, las teorías oscilan entre la teoría de la imitación (el ver un sin fin de escenas de violencia inclina a la violencia por imitación) y la del purgante psicológico (la violencia que se ve sublima la violencia del espectador y le hace que no la lleve a la práctica). En general, las diversas teorías sobre contenidos violentos coinciden en que sólo en los jóvenes adolescentes propensos a usar la violencia “como el medio más eficaz para la resolución de conflictos” los contenidos violentos tienen una influencia negativa a corto plazo. Por otra parte, la violencia real de informativos, de reportajes y/o programas documentales empieza a ser más cuestionada en ocasiones que la violencia de ficción. Sirva, también, como muestra de esta preocupación la implantación del V-chip en los televisores para el control de la programación violenta, pornográfica o soez ([www.tvguidelines.org](http://www.tvguidelines.org)) que puede estar al alcance de los niños, a partir de la *Telecommunications Competition and Deregulation Act*, aprobada por el

Congreso norteamericano en 1996, y que es obligatorio en los televisores a partir del 2000; al igual que sucede en Canadá.

En Europa, la sensibilidad social y política sobre las relaciones entre la televisión y los menores es elevada y organismos como la *British Standards Commission* y el *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* realizan una importante labor en este terreno. El Parlamento español aprobó la Directiva del Consejo de Europa, la llamada "Televisión sin fronteras" (1989) y su modificación de 1997, introduciéndolas en la legislación nacional en los años 1994 y 1999. Estas directivas contienen en su articulado una normativa dirigida a la protección del menor y sobre la programación destinada al público infantil, para que las Instituciones velen porque los contenidos de los programas en sus respectivos países no vayan en contra del desarrollo mental, físico o moral de los niños. Ante los escasos resultados de estas medidas el 9 de diciembre de 2004 el gobierno español firmó con los operadores de televisión de ámbito estatal Antena 3, Telecinco, Sogecable y TVE el *Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*, al que luego se unieron las televisiones autonómicas agrupadas en la FORTA y las más importantes agrupaciones de televisiones locales. Este código establece la prohibición de emitir contenidos inadecuados para los menores entre las 6:00 y las 22:00 horas y dos tramos horarios de especial protección de la infancia (entre las 8.00 y las 9.00 y entre las 17.00 y las 20.00).

En España, a partir del año 2000, se han realizado, entre otros, seis importantes trabajos de campo relacionados con la utilización de Internet bien por parte del público infantil o de los españoles en general: dos de la Fundación Protégeles (2002), Josep Valor y Sandra Sieber (2003), CEACCU (2005), REDES (2006) y Angel Gordo e I. Macías (2006). Prácticamente en todos ellos – en cinco de seis- la metodología utilizada es de carácter cuantitativo y, básicamente, se han realizado a través de encuestas. Además casi todas las investigaciones han sido financiadas por instituciones de carácter público, Ministerios y/o Fundaciones. Lo cual demuestra que los hábitos de navegación e utilización de la red constituyen un problema de interés público. Sin embargo, llama la atención que tan sólo en dos de las investigaciones –ambas financiadas por la Fundación Protégeles- se presta atención a cuestiones relacionadas con la seguridad en los menores en la red tales como: acceso a contenidos inconvenientes, riesgos en los chats, los menores como víctimas de amenazas, comportamiento criminal, etc.

### **Equipamiento del hogar y consumo de Internet por niños y jóvenes**

El nivel de equipamiento de los hogares españoles en televisores, video, reproductores de Video/DVD, cámaras digitales y consolas de video juegos, y del que disfrutan los jóvenes, incluido el teléfono móvil, es elevado y muy similar al del resto de los países de la Unión Europea. Sin embargo, los hogares españoles están por debajo de la media en el número de ordenadores y en la conexión a Internet. Prácticamente todos los niños y jóvenes españoles de cualquier edad, tienen un aparato de televisión en color en su casa y el 64.2% de los hogares disponen de dos o más televisores. Un 61,5% de los hogares tienen conectado un lector de DVD y un 62.5% un video. Más de la mitad de los hogares tienen ordenadores y algo más de un hogar de cada tres tienen conexión a Internet (EGM, 2006; <http://www.aimc.es>). Este nivel tecnológico hace que muchos niños y jóvenes tengan su propio equipamiento en la habitación, incluida a veces la conexión a Internet, lo que hace que los controles parentales, por ejemplo, del uso en tiempo y contenidos de TV, videojuegos, juegos de ordenador o su navegación en la red, sean mucho menores a los que se producían anteriormente. Esta tendencia a que se genere una autonomía de consumo en sus habitaciones es lo que en el mundo anglosajón se conoce como *bedroom culture* (cultura de la habitación). En la encuesta realizada en el Reino Unido en el 2005 y publicada con el título, *UK children go on-line*, se contempla ya que más de la quinta parte de los menores tienen acceso a Internet en sus propias habitaciones, siendo este porcentaje más alto en los chicos que en las chicas,

y en los jóvenes de 16 a 17 años. En el Informe de la Fundación Auna de 2005, hoy France Telecom España, se describe que el 60% de los niños y jóvenes menores de 18 años son usuarios de Internet, el 40% posee un teléfono móvil y han tenido algún contacto con la cultura digital (consolas, ordenadores, móviles, cajeros, etc) desde los dos años. Además de ese equipamiento propio de los niños y jóvenes que escapa al control parental, habría que considerar el uso “secreto” que se hace del equipamiento familiar, educativo y/o de cualquier otra índole, que desconocemos en general, aunque en un estudio sobre los niños holandeses se recogía que “el 62% admite que usa *secretamente* el ordenador en casa, en la escuela, casas de amigos o en bibliotecas” (De Telegraph, 9-05-05, p.7).

El consumo comparativo de los jóvenes con el resto de la población es sustancialmente diferente en los medios. Por exceso, los jóvenes consumen más Internet, van más al cine y leen más revistas que la media de la población en general. Y por defecto, escuchan menos la radio y leen menos prensa (ver tabla nº1). En cuanto a televisión se refiere, los niños de 4 a 12 años son el grupo de edad, seguido de los jóvenes y adultos jóvenes de 13 a 24 años, que menos tiempo pasa frente al televisor, dos horas y cuarenta minutos, frente a más de tres horas y tres cuartos que consumen el resto de los españoles. Aunque los controles de audiencia a través de audímetros (Nielsen-Sofres) se realizan a partir de los 4 años, y sabemos que a esa edad ya un 91.2% ve la televisión, antes, a partir de los 2 años, el 55% de los niños españoles ve la televisión de acuerdo con las respuestas que dan sus padres en las encuestas sociológicas. Si el consumo medio de televisión en España en 2005, era de 221 minutos, en el caso de Internet no alcanzaba todavía la media hora (ver Tabla nº2).

**Tabla nº1. Consumo comparativo entre los jóvenes y el total de la población**

	14 años	16 años	18 años
<b>INTERNET</b>	<b>+63%</b>	<b>+96%</b>	<b>+111%</b>
<b>CINE</b>	<b>+66%</b>	<b>+55%</b>	<b>+111%</b>
<b>REVISTAS</b>	<b>38%</b>	<b>+39%</b>	<b>+32%</b>
TELEVISIÓN	+5%	0%	-1%
RADIO	-34%	-15%	0%
PRENSA	-45%	-36%	-4%

Fuente: Elena Izco, “Los adolescentes en la planificación de Medios”, tesis doctoral 2007

**Tabla nº2. Evolución del consumo diario de Televisión y de Internet (en minutos)**

año	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Televisión	224,4	226,0	235,0	245,6	238,8	221,7
Internet	5,5	8,9	12,0	16,6	22,9	27,4

Fuente: EGM, elaboración propia. Universo: 14 años o más.

La media de uso de Internet en la Unión Europea en los menores de 18 años es del 50%, oscilando entre países de un elevado uso por los niños y jóvenes, como Eslovenia-70%-, Dinamarca -66%-, Suecia y Holanda -65%- y Reino Unido -64%-, hasta países de un muy escaso uso por los menores, como Portugal -34%-, Eslovaquia -31%-, Chipre -20%- y Grecia -16%-. España -46%- está en un nivel intermedio, en cuyo entorno están un poco más arriba Francia, Irlanda y Alemania -48%-, y un poco más abajo Polonia y Lituania -45%-. Evidentemente el porcentaje de usuarios crece con la edad, y entre los adolescentes de 16 a 17 años el nivel de usuarios alcanza el 82% (ver Tabla nº3).

**Tabla nº3. Uso de Internet por los menores en la Unión Europea (25 países)**

Franja de Edad	Porcentaje de Uso
Menores de 6 años	14%
De 6 a 11 años	46%
De 12 a 15 años	74%
De 16 y 17 años	82%

Fuente: EUROBAROMETER EB60.2-CC-EB 2004.1 (2004), “Illegal and harmful content on the Internet. EU-25 Comparative Highlights”. Elaboración propia

### Principales preocupaciones en el uso de Internet y el control parental.

En la Europa de los 25, España es el segundo país más permisivo en el control de las Tecnologías de la Información y la Comunicación después de Portugal. A la pregunta de si regula el uso de dispositivos electrónicos el 44% de los hogares españoles respondieron que no. El ordenador se usa casi libremente por los hijos españoles, y por tanto, los juegos de ordenador. Sólo un 14% pone reglas. El control de la navegación por Internet es un poco mayor, aunque aproximadamente las 2/3 de los hogares españoles no controlan la navegación de sus hijos. Los países cuyos padres son menos protectores del uso de Internet por sus hijos son Hungría (23%), Portugal (20%) y Letonia (20%). Desde hace una década, se ha despertado por parte de muchos padres la necesidad de un control sobre la navegación en Internet, las páginas de contenido sexual y chats a las que pueden tener acceso niños y jóvenes (<http://www.internetsegura.net>). A medida que los niños llegan a la adolescencia la observación de los padres sobre sus actividades disminuye, pero tampoco de una manera drástica. Una preocupación importante es el exceso de consumo. En el caso de los videojuegos, por ejemplo, esta preocupación según el informe de Mediapro se eleva al 48% en los hogares europeos (Mediapro, 2006). La otra preocupación fundamental son los contenidos violentos y sexuales. Aunque paradójicamente, y siguiendo con el ejemplo anterior, la preocupación de los padres europeos por el contenido de los videojuegos es del 28%, mientras que por el exceso de consumo es casi el doble (Mediapro, 2006). Es curioso constatar en el informe de *UK children go online* (2004) la percepción que tienen los padres de dónde ven sus hijos sexo explícito y pornografía, y dónde los ven sus hijos en realidad. Mientras que la preocupación de los padres británicos se centra casi exclusivamente en Internet, y es verdaderamente donde sus hijos ven pornografía en mayor medida, el peso de otros medios “tradicionales” (TV, Revistas y video/dvd) es todavía muy importante.

Quizá uno de los problemas más importante de los niños y jóvenes con Internet es la facilidad que tienen para encontrar sexo y pornografía en la red. De hecho, según el estudio británico citado, más de la mitad de los niños y jóvenes británicos han tenido contacto con pornografía online al menos una vez a la semana. En el caso español, según el informe de la Fundación Auna 2005, la situación es por ahora algo menos preocupante, ya que un 58,7% de los chicos de entre 10 y 17 años dice no haber tenido acceso nunca a páginas de pornografía, racismo o violencia, elevándose este porcentaje al 86,7% en las chicas. Es destacable, y alivia en alguna medida, que la mayoría de los contactos de los niños y los jóvenes británicos con la pornografía en Internet es casual, y muy pocos han visitado a propósito una web pornográfica o han enviado pornografía a un conocido (ver Tabla nº4). Si dejamos al margen la natural curiosidad sexual que motiva esa búsqueda, y que no tiene en general mayores consecuencias, el problema reside en cómo esa facilidad para encontrar páginas sexuales de diferente índole va a influir en el comportamiento futuro de los niños y los jóvenes.

Aunque el control parental en España se basa prácticamente en la atención de los padres hacia el uso que hacen los hijos de Internet y en la persuasión, existen programas de filtrado para controlar contenidos no adecuados para los niños, la graduación en los contenidos violentos, sexuales y lenguaje soez, el historial de las páginas visitadas, diferentes filtrados en función de las

edades de los hijos, etc (<http://www.internetsegura.net>): Cyberpatrol, Netnanny, Crayon Crawler, ... y Optenet, empresa de origen español, que ahora distribuye su programa en los principales idiomas internacionales. Existen también programas de monitorización secreta (eblaster, SOS-surfontthesafeside-, etc) que permiten conocer al instante los contenidos de los chats en los que estan los hijos, sus mensajes instantáneos, sus mails, las páginas que visitan, los programas que usan, etc, que desde luego entran en la plena intimidad de los jóvenes, y sería otra cuestión de estudio si se respeta la garantía de los derechos de los menores en todos los casos. Algunos navegadores normales incluyen también un servicio de filtrado, como el Internet Explorer, y otros de mensajería instantánea, como el Messenger han incluido el botón de “report abuse”, para ser pulsado en el caso de que el menor se sienta acosado.

Otro riesgo importante, éste relacionado con la utilización de chats, es la cita con desconocidos y la cesión de datos personales. Respecto a la cita con desconocidos, el último Eurobarómetro destaca que sólo una pequeña minoría ha tenido una (14,5%) o varias citas (8,38%) con desconocidos con los que ha establecido contacto a través de la Red. Citas a las que acudió en algo más del 90% de las veces acompañado, y casi un 10% solo. Aunque no tenemos referencia de cómo fueron esas citas en el caso español, en el informe de “UK children go online” (2005) los resultados de las mismas las describen como positivos. El citado Eurobarómetro también señala que los menores en un 30% de los casos dan información sobre su teléfono y el 16% sobre su domicilio, lo que evidente puede suponer en algún caso un riesgo para su seguridad. Pero ya hemos visto cómo la percepción de una cita con desconocidos puede ser vivida de una forma muy diferente por los padres y por los hijos.

**Tabla nº4. Formas de contacto de los niños y jóvenes británicos con la pornografía en Internet.**

Porcentaje*	Tipo de contacto
57%	navegando han tenido al menos una vez a la semana contacto con pornografía online
38%	han visto una pop-up pornográfica mientras hacían otra cosa
36%	han encontrado accidentalmente una web pornográfica cuando buscaban otra cosa
25%	han recibido correo (SPAM) pornográfico por e-mail o mensajería instantánea
10%	han visitado a propósito una web pornográfica
9%	le ha enviado pornografía alguien que conoce
2%	le ha enviado pornografía alguien que ha conocido en la red

Fuente: elaboración propia con datos de *UK Children go on online 2004*

\* Nota: respuesta multi-opción, por eso los porcentajes de la columna suman más de 100.

#### **Las adicciones a la red, el aislamiento social de los jóvenes internautas y de los contenidos no apropiados.**

Los servicios más utilizados por los niños y jóvenes europeos, según el informe de Mediapro (2006) son la navegación-búsqueda (91%), servicios de mensajería instantánea (71%), el correo electrónico (66%), y a una cierta distancia la participación en chats (32%). Es importante constatar que aunque Internet para los jóvenes se está convirtiendo en un medio fundamental de comunicación entre iguales, todavía para una conversación seria o privada prefieren el teléfono fijo o móvil (Lenhart, Madden & Hitlin, 2005). También existe una percepción diferente entre padres e hijos sobre los riesgos que ofrece la red: “Los padres y los niños y jóvenes tienen diferentes opiniones en relación con los riesgos en el uso de Internet. Mientras que los padres parecen centrar

su atención en los riesgos relacionados con chats, violencia, pornografía, etc, para los niños y jóvenes el riesgo mayor en Internet son los virus” (Mediapro, 2006: p.44). Pero el hecho objetivo es que han aumentado las experiencias negativas en Internet, ya que en 1999, un 24.7% de los niños (Valkenburg & Soeters, 2001) tuvieron experiencias negativas en Internet, mientras que en el 2004 este porcentaje había subido al 50%(Soeters & V.Schaik, 2006).

Es importante constatar que una buena parte de los jóvenes usuarios de Internet tienen actitudes de reacción contra contenidos molestos. En torno a un 70% borran o abandonan cuando reciben un mail desagradable, algo les molesta en un chat o ven una web desagradable, si bien sólo entre un 5-14% pide consejo ante las situaciones descritas (Eurobarómetro, 2004) (ver tabla nº5). Este último dato contrasta con el trabajo citado de Soeters y V.Schaik en el que se dice que el 80% de los niños comparten sus experiencias negativas con otros, siendo el 45% de los casos con un amigo (Soeters & V.Schaik, 2006).

**Tabla nº5. Reacciones a contenidos desagradables.**

	<b>Borro/abandono</b>	<b>Contesto/continuo</b>	<b>Pido Consejo</b>
<b>Recibes un mail desagradable</b>	72%	18%	10%
<b>Algo me molesta en un chat</b>	65%	21%	14%
<b>Ve una web desagradable</b>	73%	22%	5%

Fuente: EUROBAROMETER EB60.2-CC-EB 2004.1 (2004), “Illegal and harmful content on the Internet. EU-25 Comparative Highlights”. Elaboración propia

Desde mediados de los años noventa, un tema recurrente ha sido el abuso en el consumo de la Red, y ese posible exceso ha llevado a muchos psicólogos a hablar de adicción a Internet (Chien, 2000), (Pratarelli & Browne, 2002). Sin embargo, otros expertos relativizan el carácter adictivo del uso de la red. Así Helena Matute, catedrática de Psicología de la Universidad de Deusto, señala que Internet no produce adicción propiamente dicha sino ansiedad y esa ansiedad inicial se atenúa en la mayoría de los casos en un plazo menor a un año (Matute, 2003). De hecho, en los numerosos estudios sobre videojuegos una conclusión está clara, que un nuevo juego despierta el interés del jugador y un consumo alto hasta que se descubren las pistas, se pasa de una pantalla a otra, y cuando se domina el juego se abandona prácticamente su consumo... hasta la llegada de otro nuevo.

Un estudio internacional realizado en 2004 sobre el uso de Internet en 14 países<sup>1</sup> por la Universidad de California titulado *World Internet Project*, entre los que se incluye España, revela que los usuarios de Internet ven menos la televisión que los no conectados. Chile y Hungría son los dos países donde los internautas han reducido más su consumo de televisión, una media de cinco horas y 42 minutos menos a la semana. Por otra parte, en contra de otro de los mitos sobre Internet, este estudio constata que, en todos los países analizados, los internautas dedican más tiempo que los no usuarios a las actividades sociales. Por otra parte, la mitad de los jóvenes usuarios de Internet dicen que la RED mejora las relaciones con sus amigos (Lenhart & Rainie, 2001). Reiterando esta idea, en su informe de *Teenage Life Online* se concluye que los niños y jóvenes con más amigos en sus listas de mensajería instantánea se conectan más tiempo y con más frecuencia a Internet que los que tienen menos amigos en sus listas. En el caso de los videojuegos en particular, diferentes estudios demuestran que los niños que los usan son en su mayoría extravertidos y con muchos amigos.

<sup>1</sup> Gran Bretaña, Chile, China, Alemania, Hungría, Italia, Japón, Corea, Macao, Singapur, España, Suecia, Taiwán y Estados Unidos.

Sobre los contenidos de Internet, habría que hacer una clara distinción entre contenidos nocivos y contenidos delictivos. En principio, puede haber páginas de contenido inadecuado para los menores, incluidas las páginas eróticas y pornográficas, pero que son perfectamente legales en los países europeos. En los operadores de satélite y cable, en los video-clubs y en diferentes webs se ofertan películas pornográficas, la cuestión reside en establecer un sistema que evite que ese material nocivo termine ante los ojos de los menores. Otra cuestión se refiere a los contenidos delictivos: pornografía infantil (la cual supone el 50% de los delitos cometidos a través de Internet), captación y tráfico de menores, propaganda racista y xenófoba, apología de la violencia y del terrorismo, obtención ilícita de datos personales...etc. En estos casos poco cabe más que la denuncia ante las autoridades (Ertzaintza, Guardia Civil,...) o líneas de denuncia (<http://www.protegeles.es>). Por otra parte, desde hace algún tiempo se observa en Internet la proliferación de webs que hacen la apología de la anorexia (*pro-ana*) y la bulimia (*pro-mia*), que deterioran gravemente las conductas alimentarias, y promueven dietas y trucos para perder peso que entrañan serios problemas para la salud, especialmente de las jóvenes adolescentes. Son webs de carácter general, por lo que no están tipificadas como delictivas, aunque esas secciones supongan un serio problema para pacientes con dichos problemas.

### **Safer Internet Plus Programme**

La Unión Europea pone en marcha en 1999 una política de mayor seguridad en Internet a través del programa *Safer Internet Action Plan* (1999-2002), que se extiende por su interés en los dos años siguientes. Nuevamente se apoya un programa continuista para 2005-2008, esta vez dotado con 45 millones de euros y con el nuevo nombre de *Safer Internet Plus Programme*. Los objetivos del programa “Safer Internet” son promover la seguridad en el uso de Internet y de las nuevas tecnologías online, especialmente para los menores y la lucha contra el contenido ilegal y nocivo, y contra el contenido no deseado (SPAM) por el usuario final. En cuanto al contenido ilegal, debemos señalar que depende de la legislación de cada país, aunque existe una cierta homogeneidad dentro de la Unión, y en cuanto al contenido nocivo depende de las diferencias culturales, aunque también las diferencias más significativas podrían existir con los países islámicos donde la pornografía está prohibida. No sólo la política de seguridad se refiere al contenido, sino también al contacto y a la conducta mantenida, por ejemplo para evitar el acoso.

El programa *Safer Internet Plus Programme* se orienta en diversas acciones. En primer lugar, en la lucha contra el contenido ilegal a través de la creación de 21 líneas de denuncia (en España <http://www.protegeles.es>) y un coordinador que es la International Association of Internet Hotlines (INHOPE, <http://www.inhope.org>) fundada en 1999. Se encargan de la elaboración y recolección de informes sobre contenido ilegal (pornografía infantil, racismo, etc), análisis de los informes y transmisión a las autoridades competentes (policía, líneas de denuncia, etc). Otra de las líneas de acción es la promoción de la concienciación a través de 23 webs y nodos de concienciación, coordinado por INSAFE (<http://www.saferinternet.org/ww/en/pub/insafe/index.htm>). Se organizan campañas de concienciación dirigidas a padres, profesores y jóvenes (eventos, medios de comunicación, etc) y se diseñan websites con esa finalidad, en el futuro incluso algunas de ellas con líneas de ayuda. Se fomenta la investigación sobre el uso de nuevas tecnologías como ha sido el proyecto *Mediappro* y el actual, en el que está el firmante de este artículo junto con Maialen Garmendia como el equipo español, *EUKidsOnline* (<http://www.eukidsonline.com>), dirigido por la profesora Sonia Livingstone. En este proyecto investigadores de 18 países reflexionarán sobre el nivel de conocimiento que se tiene sobre cómo los niños y los menores utilizan Internet y otras tecnologías. Nuestro objetivo consiste en identificar factores de riesgo relativos a la seguridad en la red, y poder así hacer recomendaciones a quienes diseñan políticas a este respecto. También queremos localizar datos disponibles, detectar lagunas de investigación y reflexionar sobre las razones de las

diferencias entre las investigaciones desarrolladas en diversos países. Para quienes puedan estar interesados en la investigación futura, desarrollaremos una “guía de buenas prácticas” que incluya recomendaciones metodológicas para el estudio de los niños en la red. Por otra parte, en cuanto a investigaciones de la UE, existe de forma primordial el Eurobarómetro, que incluye en sus estudios los relativos al uso de las nuevas tecnologías, cuyo último análisis ha sido en Mayo de 2006.

El programa *Safer Internet Plus Programme* tiene diversas acciones relacionadas con el tratamiento de contenidos no deseados y dañinos. El proyecto SIP-BENCH consiste en un estudio y contraste de los programas de filtrado y servicios existentes, que se realiza sobre un total de 30 programas de control parental y filtro anti-spam cada tres años. El 48% de los padres europeos, según el Eurobarómetro, tienen la necesidad de estar mejor informados sobre la seguridad en Internet, y este proyecto, en consecuencia, intenta proveer a los padres de resultados y recomendaciones a los padres y educadores para elegir y buscar el uso adecuado de filtros, siendo conscientes de las capacidades y limitaciones de los mismos. En cuanto a la promoción de un entorno más seguro destacan cuatro acciones principalmente. El proyecto “Quality Assurance and Content Description” (QUATRO), que reúne a 9 organizaciones de toda Europa, que incluye proyectos de revisión de contenidos, grupos de apoyo a usuarios, universidades, instituciones tecnológicas y editoriales, y que se centra básicamente en certificar la garantía de calidad y verificar las etiquetas de calidad de las páginas web. El proyecto SPOTSPAM facilita la acción legal contra los spammers a nivel internacional y las demandas/quejas pueden ser sometidas a la base de datos SPOTSPAM a través de la vía nacional de Spambboxes, así las autoridades pueden ejercer la acción legal contra los spammers. El proyecto PEGI online es un proyecto de autorregulación, basado en la extensión del código de conducta y etiquetado PEGI, que es la abreviatura de Pan European Game Information (Información paneuropea sobre juegos). Es el primer sistema paneuropeo que establece una clasificación por edades para videojuegos y juegos de ordenador, en los que se gradúa por edad, violencia, lenguaje soez, miedo, sexo, drogas, discriminación y juegos de azar. Proporcionará a padres, compradores y consumidores online una mayor confianza al saber que el contenido del juego es apropiado para un grupo específico de edad y las características del contenido del mismo. Entre otras acciones que prevé Safer Internet está la realización de un Forum para intercambio de experiencias, iniciativas, trabajos y encuentros.

### **Algunas conclusiones**

Los niños y los jóvenes actuales parecen haber integrado perfectamente en sus vidas el ordenador y el uso de Internet, lo que les permite el acceso, en primer lugar, al ocio (juegos, descarga de música y películas, ...) y a la comunicación (mensajería instantánea y correo electrónico), y también para la información y el conocimiento. En cualquier caso la motivación del uso de Internet varía claramente con la edad. Mientras que para los niños de 8 a 12 años los motivos para acceder a Internet por orden de importancia son los juegos, ICQ –mensajería de American Online- y la mensajería instantánea, el chat, descarga de música, información para la escuela y hobbies (Soeters & Van Schaik, 2006) para los jóvenes entre 14 y 18 años su motivo básico es la socialización, estar en contacto con los amigos, según un último estudio de Yahoo (LiderDigital.com, 07-11-2006).

Aunque el factor de diversión y de ocio es importante en el uso de ordenadores y de Internet, y quizá prima en los más pequeños, sin embargo en los más mayores empieza a primar el factor comunicación, como lo demuestra el hecho de que la mensajería instantánea y el correo electrónicos están entre los aspectos más valorados y con mucha diferencia respecto a otros. Los mayores encuentran también un uso escolar al ordenador/internet, pero incluso éstos sólo usan estos aparatos tecnológicos para jugar o distraerse. Ese componente lúdico asociado a los equipamientos

informáticos e Internet es el que permite que los jóvenes vean estos aparatos como medio de comunicación en diferentes sentidos. *Primero*, el mero hecho de usarlos en compañía de amigos, hermanos, padres o parientes hace, desde su punto de vista, que tengan que relacionarse con ellos, aprendiendo a comportarse durante el uso o el juego, interactuando con los demás, es decir, aprendiendo a asumir los papeles de interacción social que les servirán para su desempeño como adultos. *Segundo*, estas tecnologías y el software que las acompaña tienen una función de cohesión social, establecen lazos de acercamiento entre los jóvenes y les permite tener sentimientos de pertenencia a un grupo. Estos aparatos y sus funciones lúdicas son también tema de conversación entre los jóvenes, que tanto pueden hablar del soporte en sí (la tarjeta gráfica o el programa tal) como de los distintos juegos. Es fácil ver a jóvenes de las edades estudiadas hablar con vehemencia de los distintos tipos programas y juegos, las ventajas de uno y las desventajas de otro, de los juegos que se han descargado o les han regalado recientemente o de las páginas web donde hay nuevos juegos. *Tercero*, la escasez de medios económicos de muchos niños y jóvenes hace que tengan que intercambiarse los programas, los cd con películas, la música y juegos, que los pirateen (sobre todo los mayores) y que los descarguen de la red.

Para los jóvenes, en su conjunto, Internet permite comunicarse con los demás, tanto con sus padres (a través del uso en común, en ocasiones, o a través de sus peticiones de compra, etc) como con los componentes del grupo de amigos (mensajería y correo instantáneo, reforzada con el uso de móviles). No parece que el uso de Internet (probablemente el abuso), cree ningún tipo de problemas en las relaciones de los jóvenes con sus padres (y familia), con sus amigos y con sus profesores. No tenemos ningún indicio que nos haga pensar que estos aparatos repercuten en estas relaciones deteriorándolas.

Los jóvenes son un grupo de edad de gran valor estratégico para los productores de contenidos y servicios multimedia del mañana. Sus actuales modos de acceder a los contenidos y de comunicarse con sus homólogos marcará cómo serán los servicios del futuro en Internet, en la televisión digital o en el medio preponderante los próximos años. Las grandes empresas de contenidos multimedia saben que los jóvenes quieren interactuar con unos medios rápidos y fáciles en el acceso y que nada tiene sentido en su consumo si no puede ser compartido con sus amigos (ver Griffiths, 2003:24).

En cuanto a los riesgos de Internet y el control parental, debemos reiterar el papel de educación, persuasión y monitorización que deben desarrollar los padres sobre la actividad de los hijos en la red. Se debe favorecer las políticas de persuasión sobre las de prohibición y de programas de filtro, aunque no excluir éstas, ni siquiera la de monitorización secreta, en caso de peligro real. Poner límites y reglas claras a la navegación: tiempo de consumo y horario, qué actividades son admisibles y cuáles inaceptables, información que se puede y no se puede dar, y denunciar las webs que se encuentren que sean ilícitas. Y en cuanto a la política administrativa favorecer las políticas europeas de etiquetado de páginas, calificación de contenidos, programas de filtrado... y puesta en marcha de la recomendación del Parlamento europeo de la creación del nuevo dominio “.kid” con contenidos para menores y regulado por una autoridad independiente. El adecuar los contenidos a la edad de los niños y de los jóvenes es una función conjunta de responsabilidad entre los padres, educadores, suministradores y programadores de contenidos, de los legisladores y de la Administración.

Y por último, un mensaje positivo para terminar: “Aunque las preocupaciones sean lícitas, no se debe culpar a la RED de los vicios de la sociedad ni, menos aún, prohibir o tener una actitud reticente hacia su uso por parte de los menores, sino fomentar una utilización responsable de la misma” (AUNA, 2005).

## Referencias Bibliográficas

- Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación, AIMC/EGM (2006): Audiencia infantil/ Juvenil de Medios en España, AIMC, Madrid, (<http://www.aimc.es>).
- Atwal, Kam; Millwood-Hargrave, Andrea and Sancho, Jane (2003): "What children watch", Broadcasting Standards Commission and Independent Television Commission.
- AUNA, (2005): "Los menores en la RED, comportamiento y navegación segura", Madrid. Cuadernos/Sociedad de la Información nº6.
- CEACCU (2005): "Sondeo sobre hábitos de consumo de televisión y de nuevas tecnologías de la infancia y juventud" (<http://ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumotfnuewtecnologias.pdf>)
- EUROBAROMETER EB60.2-CC-EB 2004.1 (2004), "Illegal and harmful content on the Internet. EU-25 Comparative Highlights".
- García Calera, M.C., (2000) "Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios", Ed.Gedisa, Barcelona.
- Carmelo Garitaonandia, Oleaga JA y Fernández Peña, Emilio (2005), "Las tecnologías de la información y la comunicación y su uso por los niños y los adolescentes", en la revista "DOXA Comunicación", Vol 3, Nº3, Páginas 45-65, 2005.
- Garitaonandia, Carmelo, Juaristi, Patxi y Oleaga, J.A.( 1999), "Qué ven y cómo juegan los niños y los jóvenes españoles", revista ZER, Nº6, pag. 67-97 (<http://www.ehu.es/zer>).
- Garitaonandia, Carmelo, Juaristi, Patxi y Oleaga, J.A., (1998) "Las relaciones de los niños y los jóvenes con las viejas y las nuevas tecnologías de la Información", revista ZER, Nº4,, pag. 131-161 (<http://www.ehu.es/zer>).
- Gordo, Angel J. y Magías I.(2006): "Jóvenes y cultura messenger" Fundación Ayuda contra la Drogadicción- INJUVE (<http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.itme.action?id=90016137&menuId=572069434>)
- Lenhart, Amanda; Rainie, Lee; Lewis, Olivier (2001): "Teenage life online. The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships", Ed. Pew Internet & American Project. Washington. (<http://www.pewinternet.org>).
- Lenhart, Amanda; Madden, Mary; Hitlin, Paul (2005): "Teens and Technology. Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation", Ed. Pew Internet & American Project. Washington. (<http://www.pewinternet.org>).
- Lenhart, Amanda (2005): "Protecting Teens Online", Ed. Pew Internet & American Project. Washington. (<http://www.pewinternet.org>).
- Livingstone, S. y Bober, M. (2006) Regulating the internet at home: Contrasting the perspectives of children and parents. En D. Buckingham y R. Willet (eds.) *Digital Generations* (pag 93-113)
- Livingstone, Sonia and Bober, Magdalena, (2005) "UK children go online", Economic & Social Research Council, London, July (<http://www.children-go-online.net>).
- Livingstone, Sonia and Bovill, Moira Editors, (2001) "Children and their Changing Media Environment. A European Comparative Study", Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Mahwah (New Jersey) and London.
- Lorente, Santiago; Bernete, Francisco y Becerril, Diego (2004): "Jóvenes, relaciones familiares y tecnologías de la información y de la comunicación". Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Injuve.
- Matute, Helena, (2003) "Adaptarse a Internet. Mitos y realidades sobre los aspectos psicológicos de la red", Ed. La Voz de Galicia, La Coruña.

- MEDIAPPRO, (2005): “A European Research Project: The Appropriation of New Media by Youth”. European Commission. Information Society. Safer Internet Action Plan.
- Parents Television Council (2006): “Wolves in sheep’s clothing. A content analysis of children’s television”. Available: <http://www.parentstv.org>
- Pratarelli, M & Browne, B (2002): “Confirmatory Factor Analysis of Internet Use and Addiction”. *CyberPsychology and Behavior*. Vol 5, nº 1. pp. 53-64
- PROTEGELES (2002): “Seguridad infantil y costumbres de los menores en Internet” <http://www.protegeles.com/internet.doc>
- PROTEGELES (2002): “Cibercentros y seguridad infantil en Internet” <http://www.protegeles.com/cibercentro.asp>
- REDES (2006) “Perfil sociodemográfico de los internautas. Actividades realizadas en Internet” <http://www.red.es>
- Rideout, Victoria; Vandewater, Elisabeth A. & Wartella, Ellen A. (2003), *Zero to six. Electronic media in the lives of infants, toddlers and preschoolers*. Menlo Park, CA, The Henry J. Kaiser Family Foundation.
- Roberts, Donald F. and Foehr, Ulla G., (2004) “Kids and Media in America”, Cambridge University Press.
- Roberts, Donald F.; Foehr, Ulla G., and Rideout, Victoria (2005) “Generation M: Media in the lives of 8-18 year-olds”, The Henry J. Kaiser Family Foundation .
- Valor, Josep y Sieber, Sandra (2003), “Uso y actitud de los jóvenes ante Internet y la Telefonía móvil”, en <[http://www.iese.edu/es/files/5\\_9073.pdf](http://www.iese.edu/es/files/5_9073.pdf) o <http://www.ebcenter.org>