

INVESTIGACIONES APLICADAS

Las tecnologías de la información y la comunicación entre los padres y los hijos*

Communication and information technologies between parents and children

***F. CASAS (UdG); C. ALSINET (UdL);
J.M. PEREZ TORNERO (UAB); C. FIGUER (UdG);
M. GONZALEZ (UdG) y S. PASCUAL (UdG)****

Xarxa Catalana Interdisciplinària d'Investigadors sobre els Drets dels Infants i la seva Qualitat de Vida (XCIII).

RESUMEN

Se presenta una investigación exploratoria que pretende, por una parte, conocer con mayor detalle cómo los chicos/as entre 12 y 16 años utilizan distintas tecnologías audiovisuales, qué sienten y piensan respecto de las actividades que desarrollan con las mismas y con quién les gusta hablar de dichas experiencias. Por otra, profundizar en algunas de las interacciones que se dan entre adultos y chicos/as, y especialmente entre padres e hijos, en referencia a las mismas tecnologías a partir de las actividades que con ellas realizan éstos, en casa o en otros lugares.

Se han analizado las respuestas dadas a sendos cuestionarios con diversos ítems comunes, administrados por separado a padres e hijos. Las respuestas dadas por estos últimos reflejan un considerable nivel de insatisfacción en las charlas que mantienen con distintos adultos respecto de las actividades mediáticas. Y se refuerza la tesis de que cada vez son más los chicos/as que se socializan en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación con poco o ningún contraste de criterios adultos, configurando culturas infantiles propias.

Las respuestas cruzadas de los progenitores y sus propios hijos/as nos muestran qué aspectos relativos a la realidad mediática están sobreestimados o subestimados por los adultos en comparación con los chicos/as, y cuál es el grado de coincidencias y discrepancias en determinadas valoraciones que se observan entre generaciones.

Contactar: fcasas@pas.udg.es

(*) Esta investigación es parte de un proyecto más amplio que cuenta con el apoyo de *Childwatch International* (CWI), y que se desarrolla en coordinación con la Red Catalana Interdisciplinària de Investigadors sobre los Derechos de la Infancia y su Calidad de Vida (XCIII) y el Instituto de Investigaciones sobre Calidad de Vida de la Universidad de Girona (IRQV).

(**) UdG = Institut de Recerca sobre Qualitat de Vida (IRQV). Universitat de Girona.

UAB = Departament de Periodisme. Universitat Autònoma de Barcelona.

UdL = Departament de Pedagogia i Psicologia. Universitat de Lleida.

Los resultados pueden ser aplicables a la mejora de las relaciones entre adultos y adolescentes aprovechando la alta motivación de éstos ante el desarrollo de actividades con medios audiovisuales.

PALABRAS CLAVE

Infancia, adolescencia, relaciones padres-hijos, audiovisuales, nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs).

ABSTRACT

An exploratory research aiming to know, on one hand, more in detail on how children between 12 and 16 years old use different audiovisual technologies, what do they feel and think when using them, and whom they like to speak about such experience is presented. And on the other hand to study in depth the interactions between adults and children, particularly between parents and their children, referring to these technologies when children are developing activities with them at home or in other places.

Answers to questionnaires with several common items, administered separately to parents and children, have been analysed. Children's answers reflect an important level of dissatisfaction when talking with different adults about media activities. The thesis stating that more and more children socialise on new information and communication technologies with little or no contrast with adults, and shaping specific children's cultures receives support.

Crossed answers from parents and their own children show aspects of the media reality which adults overestimate or underestimate in comparison with children, and which is the degree of coincidences and discrepancies between generations in different evaluations.

Results are applicable to the improvement of relations between adults and adolescents, taking advantage of the high motivation of the last ones to develop activities using media equipment.

KEY WORDS

Childhood, adolescence, parents-children relations, audiovisual, new information and communication technologies (NICTs).

1.- LA CAMBIANTE SOCIEDAD DE LA INFORMACION.

Los investigadores de los procesos modernos de socialización infantil en los países industrializados han venido señalando desde hace ya años que la misma ha dejado de ser patrimonio cuasi-exclusivo de los agentes tradicionales, al haberse incorporado con gran peso un tercer agente. Es decir, el *trípode socializador básico* estaría ahora formado por la familia, la escuela y la televisión. En este artículo partimos de la tesis de que la "tercera pata del trípode", ha dejado de ser "simplemente la televisión", de manera que en la actualidad deberíamos investigar más decididamente la influencia y relevancia en la vida de chicos y chicas también de las denominadas **nuevas pantallas** (Barthelmes, 1991; Casas, 1993; 1998a), es decir, del conjunto de las nuevas tecnologías audiovisuales de la información y la comunicación a las que se puede acceder desde los hogares.

Paralelamente, se da la circunstancia de que distintos autores europeos insisten acerca de que puede que estemos infravalorando el potencial socializador que se desprende de las relaciones entre iguales. Parece que la televisión y las nuevas tecnologías juegan un papel importante influyendo sobre los niños y jóvenes de distintos países europeos estudiados, entre los 6 y los 16 años, precisamente a través de las relaciones que mantienen con los compañeros de su misma edad (Suess et al., 1998).

Las nuevas tecnologías audiovisuales han ido entrando tanto en los hogares como en las escuelas. Tanto padres como profesores se enfrentan a nuevos retos en su relación cotidiana con los niños y niñas. Ante esta penetración, se ha dicho que la opinión pública europea se ha posicionado en una especie de *determinismo binario* extensible a muchas nuevas tecnologías: *Optimistas versus pesi-*

mistas (Sefton-Green, 1998). Los optimistas creen, por ejemplo, que los ordenadores (y otros recursos tecnológicos) mejorarán nuestra calidad de vida y facilitarán la comunicación global. Por su parte, los pesimistas opinan que comportan muchos y diversos riesgos, que conllevarán un mayor control sobre nuestras vidas y que implican unas dinámicas sociales que nos conducen a la deshumanización.

Hay más. En las interacciones con los miembros de las generaciones más jóvenes, muchos padres y profesores sienten que están perdiendo su autoridad, no sólo porque no se consideran cualificados o se resisten a cambiar los antiguos métodos de transmisión del conocimiento, sino porque los niños y niñas tienen acceso a una cantidad cada vez mayor de conocimientos a través de otras interacciones. Los jóvenes pueden acceder hoy a otras fuentes de instrucción, distintas de las que tradicionalmente los adultos creían controlar. El concepto de la autoridad que ejercen los padres sobre sus hijos está cambiando en Europa. Asimismo, hay ya autores que defienden con convicción que la educación formal (la escuela) está siendo *destronada de la cumbre del árbol del conocimiento* (Sefton-Green, 1998). Siempre se ha considerado la escuela como una de las principales puertas de entrada a la sociedad democrática; sin embargo, uno de los grandes interrogantes actuales es cómo se efectuará esta entrada en un futuro próximo.

La interacción entre los medios de comunicación y los grupos sociales van generando nuevas culturas juveniles (Costa, Pérez Tornero y Tropea, 1996), y se ha hecho evidente que también nuevas **culturas infantiles**. Ambas son bastante independientes y difieren a menudo tanto de la cultura de los adultos, como (y quizás sobre todo) de las expectativas de construcción cultural de éstos en relación con las nuevas generaciones.

Por una parte, los adolescentes siempre han necesitado tener su propia identidad, y muy a menudo la construyen con voluntad de diferenciarla de la adulta. Pero en la actualidad hay claros indicios de que en los países tecnológicamente avanzados este proceso psicosocial normal se inicia a una edad cada vez más temprana, y va dejando de coincidir con la adolescencia; particularmente cuando hay nuevas tecnologías entre los adultos y los chicos y chicas (Casas, 1999). Con la edad, observamos que adolescentes y jóvenes tienden a construir sus propios espacios colectivos, ocupando espacios físicos en nuestras ciudades cuando los adultos no están presentes, lo cual les conlleva organizaciones horarias singulares, y además ocupan también diversos espacios sociales de forma simbólica (por ejemplo, con graffiti, o incluso en Internet). Ante las nuevas tecnologías audiovisuales parece como si los jóvenes se convirtieran paulatinamente en agentes sociales más activos; y los niños y las niñas también (ver un ejemplo curioso en Munné y Codina, 1992).

Por otra parte, determinadas nuevas tecnologías están generando **nuevos problemas de comunicación entre padres e hijos**. Según la perspectiva tradicional, los niños aún no cuentan con las mismas competencias y capacidades que los adultos. Sin embargo, hoy por hoy, es innegable que hay niños y niñas que están mucho más entrenados que buena parte de los adultos para utilizar nuevas tecnologías audiovisuales; incluso a veces, los adultos no tienen suficiente información para hablar con ellos, que son quienes están más al día (Casas, 1998a; 1998c; 1999).

Posiblemente no podemos analizar ni afrontar estos fenómenos sociales nuevos a partir sólo de viejos esquemas. Se ha sostenido a menudo la necesidad de adoptar nuevas formas de relacionarnos con los niños y niñas como ciudadanos.

No podemos seguir considerándolos como esa categoría social de los aún-no suficientemente capacitados (Verhellen, 1992). No obstante, sabemos que muchos adultos no aceptan que niños y niñas no sólo son nuestro futuro, sino **también ciudadanos del presente**, y que deben considerarse nuevas formas de impulsar procesos que socialicen para una ciudadanía responsable. En nuestra expansiva sociedad de la información, *aceleradamente cambiante*, las relaciones entre los menores de edad y los adultos posiblemente sean cada vez más complejas, al menos cuando median las nuevas tecnologías; pero lo realmente sorprendente y preocupante es que, en tal caso, a menudo nos aparece una *renuncia de algunos, o incluso muchos, adultos* a actuar como agentes socializadores en relación con los nuevos medios tecnológicos de información y comunicación. Los espacios de socialización *al margen de los adultos*, de acuerdo con datos de algunos estudios, nos van apareciendo con magnitud cada vez más amplia. Comprobarlo creemos que es un reto de máxima relevancia social para la investigación científica (Casas, 1998b; Casas et al., 2000a; 2000b).

Todas estas consideraciones, y los sorprendentes resultados obtenidos en una investigación anterior sobre videojuegos (Casas, 1998b), nos animaron a diseñar un estudio cuyos resultados preliminares presentamos a continuación. Nos planteamos como primer y básico objetivo de nuestro trabajo el desarrollar una recogida de datos exploratoria para aumentar nuestro conocimiento sobre cómo chicos/as utilizan las nuevas tecnologías, qué sienten y piensan cuando las utilizan, y cómo las relacionan con su propio futuro.

Las nuevas tecnologías audiovisuales, los multimedia, y otras tecnologías, están influyendo en nuestra vida cotidiana, nuestros estilos de vida, nuestras formas

de entretenimiento, así como también nuestra manera de relacionarnos y comunicarnos con otras personas. Estas tecnologías estimulan también algunas de nuestras capacidades, y pueden utilizarse potencialmente para promover y experimentar, de forma práctica, valores muy importantes para la comprensión internacional y la cooperación.

Nuestro segundo objetivo, que cuenta con menos antecedentes en el ámbito de la investigación científica y posiblemente sea mucho más ambicioso, se propone conocer con cierto detalle algunas de las interacciones que se dan entre adultos y chicos/as, y especialmente entre padres e hijos, en referencia a las tecnologías audiovisuales que éstos utilizan, en casa o en otros lugares.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs), se nos presentan a menudo como instrumentos nuevos para mejorar nuestras formas de vida. Algunos autores europeos han estado recientemente re-analizando y subrayando cómo estos nuevos instrumentos nos permitirán **establecer relaciones de formas nuevas**. De hecho, ya están teniendo lugar nuevas formas de relación y comunicación con las otras personas. No obstante, no debe pensarse que estas nuevas relaciones están teniendo sólo lugar **en** el ciberespacio, sino que tienen lugar **debido a o mediatizadas por o alrededor** de los medios audiovisuales. Después de haberlos utilizado, probablemente conversamos y/o nos relacionamos con los demás de una manera diferente, en función de nuestra experiencia con cada uno de los medios audiovisuales (Sefton-Green, 1998; Suess et al., 1998).

Algunas investigaciones recientes han explorado cómo los adultos y los chicos/as, concretamente los progenitores y sus hijos/as, se comunican entre ellos cuando se refieren a la televisión y a las

NTICs. Aunque las actividades con los medios audiovisuales son, con frecuencia, altamente motivantes para los chicos/as, los resultados de investigación señalan que, demasiado a menudo, la comunicación con relación a estos temas es inexistente, debido a diferentes motivos (incluyendo temores, falta de información, y sentimientos de incompetencia por parte de los adultos) (Casas, 1998b). También se ha observado que la comunicación que realmente se da, resulta con frecuencia insatisfactoria para chicos/as y adolescentes (Casas y Figuer, 1999).

En el presente artículo presentamos algunos resultados descriptivos generales a partir de las respuestas obtenidas con los cuestionarios que diseñamos *ex-pro-fesso*, tanto para chicos/as, como para administrar a sus respectivos progenitores por separado, así como también algunos análisis comparativos preliminares de las respuestas cruzadas de ambos.

2. MÉTODO

2.a. Muestra

Nuestra muestra fue seleccionada intencionalmente en 5 ciudades de tamaño medio de Cataluña, con características socio-demográficas sensiblemente diferentes: Girona, Salt, Lleida, Sant Cugat y Rubí. En cada una de las ciudades seleccionamos aquellas escuelas cuya población de estudiantes podía considerarse como más representativa de las características de la mayoría de las familias de la ciudad. En cada una de las escuelas, administramos grupalmente un cuestionario en el contexto del aula a todos los alumnos de educación secundaria obligatoria.

Las ciudades de nuestra muestra tienen un tamaño medio, entre 20.000 y 150.000 habitantes. Dos de ellas, Rubí y Sant Cugat, son satélites de la capital,

Barcelona, y parte de su población trabaja en la gran ciudad. No obstante, son ciudades completamente diferentes: una puede considerarse casi exclusivamente una ciudad obrera (Rubí), mientras que la otra lo es de gente mas bien adinerada (St. Cugat); de hecho, constituyen las ciudades de menor y mayor renta per cápita de nuestra muestra. El nivel medio de ingresos familiares nos muestra claramente esta diferencia (Tabla 1). Girona es la capital de una provincia con una actividad turística muy importante y con una economía muy activa; tiene un nivel medio de ingresos elevado con referencia a los estándares catalanes. Lleida es la capital de la provincia más interior de la Comunidad Autónoma, está rodeada de municipios rurales, y está casi exactamente en la media catalana de ingresos por familia. Finalmente, Salt es una ciudad satélite de trabajadores, vecina de Girona, y la segunda ciudad menos rica de nuestra muestra.

nitores), 111 padres (17,4%), y ambos progenitores conjuntamente en 220 familias (34,5%)(Tabla 4).

2.b. Instrumentos y procedimiento.

Nuestro cuestionario para chicos/as incluía preguntas cerradas, dirigidas a explorar sistemáticamente diferentes actividades, percepciones y evaluaciones relativas a 3 instrumentos audiovisuales (televisión, ordenador y consola) y algunas de sus facilidades (CD-Roms educativos, Internet y juegos). Hemos explorado también cómo sus actividades con estos medios están presentes en sus conversaciones con los progenitores, los hermanos/as, los amigos/as de igual edad, los profesores/as y otras personas. Además, recogimos información sobre algunas de las perspectivas infantiles acerca de su propio futuro, respecto de la utilización de medios audiovisuales. Adicionalmen-

Tabla 1
Características de las ciudades

	Girona	Salt	Lleida	Rubí	St. Cugat	Cataluña
Población (1996)	70.575	21.319	112.035	54.085	47.210	4.090.099
Renta Familiar Disponible (por persona) (1996)	1.743.469	1.346.900	1.575.369	1.342.300	2.140.900	1.561.169
Índice RFD	111,4	85,1	100,7	85,8	136,3	100

Datos obtenidos del instituto de Estadística de Cataluña

Se han obtenido datos de 1.634 estudiantes, 794 chicos (48,5%) y 842 chicas (51,5%). Todos ellos con edades comprendidas entre los 12 y los 16 años (= 14,12; dt = 1,13).

Adicionalmente, obtuvimos respuestas de 638 de sus progenitores (39% de los chicos/as) a un cuestionario parecido que les fue entregado en un sobre cerrado, y que contestaron en casa. Respondieron 307 madres (48,1% de los proge-

te, también hemos explorado diversos constructos psicosociales, concretamente la autoestima, el apoyo social percibido, algunos valores, la satisfacción con diferentes ámbitos de la vida y con la vida considerada globalmente, aunque el análisis de dichos resultados no forma parte del presente artículo, por razones de espacio, y será presentado en otro lugar.

El cuestionario para progenitores incluía preguntas cerradas, muy similares

a las del cuestionario para chicos/as, a fin de poder comparar las respuestas. Preguntamos a los progenitores sobre su interés actual por las NTICs, la información de la que disponen sobre los medio-audiovisuales mencionados, sus percepciones sobre el grado de interés y de información que tienen sus hijos/as, el grado de satisfacción que creen que tienen sus hijos/as con las conversaciones sobre los medios con diferentes personas, y sobre su propia satisfacción y sus propios valores.

Disponíamos de dos versiones para cada uno de los cuestionarios, cada una de las cuales había sido puesta a prueba mediante estudios piloto, una en catalán y otra en castellano. Todos los sujetos tuvieron la oportunidad de escoger la versión con la cual se sentían más cómodos.

En su momento, contactamos con escuelas seleccionadas previamente, con el fin de pedir permiso para administrar el cuestionario a los chicos/as de forma grupal, en el contexto del aula. Durante la sesión estaban presentes el profesor habitual y uno o dos investigadores. Se pidió a los chicos/as su cooperación y fueron informados de que los datos serían tratados de forma confidencial.

Después de la sesión, dimos a cada uno de los chicos/as el cuestionario dirigido a los progenitores en un sobre cerrado para que lo entregaran personalmente. Se les pidió que lo retornaran a su profesor/a en el plazo de aproximadamente una semana.

En la presentación de su cuestionario se pidió a los progenitores que respondieran teniendo en mente sólo al chico/a que había contestado nuestro cuestionario en la escuela, del cual se indicaba su nombre.

Obtuvimos significativamente más cuestionarios contestados por ambos progenitores conjuntamente cuando el

chico/a era más pequeño (12 años). Cuando se trataba de un chico, obtuvimos significativamente más cuestionarios contestados por el padre, mientras que cuando se trataba de una chica, obtuvimos significativamente más cuestionarios contestados por ambos progenitores.

3. RESPUESTAS DE LOS CHICOS/AS.

3.a. Disponibilidad y uso de equipamiento audiovisual por parte de los chicos/as.

Los chicos/as de nuestra muestra disponen de televisión **en casa** en un 99,6% de los casos, de ordenador en un 78,5% y de video-consola en un 73,3%. Las diferencias entre chicos y chicas son significativas únicamente con relación a las video-consolas: un 83,3% de los chicos frente a un 63,5% de las chicas tienen, como mínimo, una en casa.

Las diferencias entre chicos y chicas son, no obstante, más significativas cuando preguntamos si éstos son de su propiedad: un 53,2% de los chicos afirmaron tener su propio aparato de televisión, 49,6% un ordenador propio y 78,2% su propia video-consola. Por su parte, las chicas afirmaron tener en propiedad, como mínimo, uno de los anteriores aparatos en un 33,5%, 41,3% y 44,4% de los casos respectivamente.

Estas diferencias entre chicos y chicas también aparecen cuando preguntamos por las facilidades que utilizan con estos aparatos. En nuestra muestra, un 71% de los chicos/as disponen de CD-Roms educativos en casa, un 70,3% tienen juegos de ordenador en casa, un 71,6% disponen de juegos para consola y un 23,2% tienen acceso a Internet también en casa. Las diferencias entre chicos y chicas únicamente nos aparecen significativas para el ordenador y los juegos de

consola, disponiendo los chicos de ambos con más frecuencia que las chicas. No obstante, cuando preguntamos si tienen facilidades que sean suyas, todas las diferencias resultan significativas: un 54,2% de los chicos dicen tener sus propios CD-Roms educativos, un 78,4% su propia consola, 68,8% sus juegos de ordenador propios, 79% sus propios juegos para consola, y 11,2% su propio acceso a Internet, frente al 49,9%, 44,4%, 47,9%, 46,6% y 5,7% de las chicas respectivamente.

A pesar de que la televisión está presente en casi todos los hogares con independencia de la ciudad, existen importantes diferencias respecto de la posesión de otros aparatos audiovisuales en función de la ciudad. En las dos ciudades más ricas, Girona y St. Cugat, los chicos/as disponen de **ordenador en casa** (y, consecuentemente, de CD-Roms, de juegos de ordenador y de acceso a Internet) con más frecuencia, de manera significativa (91,3% y 88,1%), que los chicos/as pertenecientes a las ciudades de clase trabajadora, Salt y Rubí (52,9% y 67,5%), estando Lleida en el medio (69,9%). Cuando preguntamos por las video-consolas, pasa exactamente lo contrario: Los chicos/as de Salt y Rubí tienen una **video-consola en casa** (y, consecuentemente, juegos para consola) con más frecuencia (83,1% y 77,1%) que los de Girona y St. Cugat (71,2% y 66%), estando Lleida una vez más en el medio (72,5%).

En todo el rango que hemos explorado, la edad no parece ser una variable relevante para explicar las diferencias en la posesión de aparatos audiovisuales o de sus facilidades. Únicamente cuando preguntamos si tenían su propio ordenador o su propio acceso a Internet, observamos un incremento de su posesión en función de la edad. También observamos un decremento con la edad en el hecho de tener sus propios juegos para consola.

Un 4% de todos los chicos/as de nuestra muestra dicen tener 2 aparatos de televisión de su propiedad (un 5,5% de los chicos y un 2,5% de las chicas), y un 2,4% de aquellos que tienen ordenador afirman tener 2 de su propiedad (un 2,8% de los chicos y un 2,1% de las chicas).

Nos interesaba saber también si los aparatos y facilidades de los que disponen en casa son de hecho utilizados **la mayor parte del tiempo** por el chico/a que respondió al cuestionario. Los chicos contestaron positivamente a todas las preguntas con mucha más frecuencia que las chicas, exceptuando para los CD-Roms educativos, los cuales son utilizados con más frecuencia "la mayor parte del tiempo" por chicas.

Muchos de los chicos/as hacen uso de equipamientos audiovisuales **en casa de amigos/as**: un 79,6% miran la televisión (las chicas más frecuentemente que los chicos), un 73,1% utilizan el ordenador y un 71,7% la video-consola (los chicos con más frecuencia que las chicas). El porcentaje de chicos/as que utilizan Internet o CD-Roms educativos en casa de amigos/as es bajo (32,1% y 35,5%), ya que en casa de éstos/as utilizan sobre todo juegos: para consola (71,7%) y de ordenador (69,3%). De cualquier modo, las chicas utilizan con más frecuencia CD-Roms en casa de amigos/as que los chicos.

El uso de Internet en casa de amigos/as aumenta con la edad. La utilización de juegos (tanto para consola como para ordenador) en casa de amigos/as parece alcanzar su punto más álgido a los 13 años, para después disminuir claramente.

La utilización de equipamiento audiovisual en casa de amigos/as no parece estar relacionado con la riqueza de la ciudad donde vive el chico/a, a excepción

de Internet. Las ciudades en las cuales más chicos/as miran la televisión en casa de amigos/as son Rubí (86,1%) y Girona (81,4%), que son también las ciudades donde más chicos/as utilizan en casa de amigos/as el ordenador (74,7% y 78,3% respectivamente) y los juegos para ordenador (74,8% y 74,1%). Las consolas son mayormente utilizadas en casa de amigos en Rubí (74,5%), seguido de Salt (75,9%). Internet se utiliza mayoritariamente en casa de amigos/as en St. Cugat (45,3%) y Girona (37,1%).

Los ordenadores constituyen el único equipamiento audiovisual que muchos chicos/as afirman utilizar **en la escuela**: 72,9% (70,1% de los chicos y 75,5% de las chicas). Un 47,9% de los chicos/as afirman utilizar alguna vez la televisión en la escuela (un 50,7% de las chicas y un 44,9% de los chicos), mientras que únicamente un 2,5% dicen jugar en ella con la consola. No obstante, un 22,4% han utilizado juegos de ordenador en la escuela (tanto chicos como chicas), un 21,6% Internet y un 28,8% CD-Roms educativos. La utilización de la televisión y de Internet en la escuela aumenta con la edad, al tiempo que decrece la utilización de los juegos de ordenador.

Girona es la ciudad con el porcentaje más elevado de chicos/as que utilizan el ordenador en la escuela (88%), seguido de Rubí (73,3%). En St. Cugat, únicamente el 45,9% de los chicos/as usan el ordenador en la escuela. Rubí es la ciudad donde más chicos/as utilizan la televisión en la escuela (56,7%), pero también Internet (32,3%) y CD-Roms educativos (35,2%). La ciudad donde más chicos/as afirman utilizar juegos de ordenador en la escuela (32,5%), es Girona.

En general, el **tiempo** medio que los chicos/as dicen invertir **por semana** en actividades audiovisuales es impresionante. Miran la televisión una media de casi 18 horas (18,7 horas los chicos y

17,1 horas las chicas), utilizan el ordenador 5,4 horas (7,2 horas los chicos y 3,7 horas las chicas), y la video-consola 4,3 horas (6,6 horas los chicos y 1,9 horas las chicas). Aquellos que tienen acceso a Internet informan de un tiempo medio de 1 hora invertida por semana. Los que tienen acceso a algún ordenador invierten una media de 3,6 horas por semana en juegos para ordenador (5,5 horas los chicos y 1,7 horas las chicas) y 1,5 horas utilizando CD-Roms educativos (1,5 horas los chicos y 3,4 horas las chicas).

Los chicos/as dicen emplear muchas más horas semanales mirando la televisión en las ciudades menos ricas: 28,8 horas en Rubí, frente a un poco más de 15 horas en Girona y St. Cugat. La media más elevada de horas por semana invertidas en la utilización de ordenadores (8,2 horas, de las cuales 5,7 son utilizadas en juegos en ordenador) y consolas (6,8 horas) corresponde también a Rubí. St. Cugat es la ciudad donde los chicos/as invierten más tiempo con Internet (1,5 horas) y con CD-Roms educativos (2,15 horas).

La media más elevada de horas por semana invertidas en mirar la televisión, jugar a video-consolas y utilizar CD-Roms educativos, corresponde a los chicos/as de 14 años de edad. Para los juegos de ordenador e Internet, la media semanal más elevada aparece en nuestra muestra a los 15.

3.b. ¿Tienen los chicos/as mucha influencia para introducir medios audiovisuales en sus hogares?

Nuestros resultados muestran que los chicos/as disponen de un abanico de diferentes percepciones relacionadas con **su influencia** sobre el hecho de que se compraran los aparatos audiovisuales que utilizan. La mayoría tanto de chicos como de chicas percibe haber tenido una

influencia de elevada a muy elevada en la decisión de comprarles un ordenador ($\bar{x} = 3,34$ en una escala Likert de 5 puntos). En contraste, la mayoría de ellos perciben haber tenido una influencia de muy baja a media en el hecho de comprar un aparato de televisión ($\bar{x} = 2,74$). Cuando les preguntamos sobre las video-consolas, la mayoría de los chicos perciben una influencia de alta a muy alta ($\bar{x} = 3,65$), mientras que la mayoría de las chicas perciben una influencia de muy baja a media ($\bar{x} = 2,69$).

Cuando preguntamos sobre su influencia en la compra de diferentes facilidades para estos aparatos, sus respuestas nos mostraron que tanto chicos como chicas perciben una influencia muy pequeña sobre el hecho de disponer de acceso a Internet en casa ($\bar{x} = 2,02$) y una influencia de muy baja a media en la decisión de comprar los CD-Roms educativos que utilizan ($\bar{x} = 2,58$), informando las chicas mayor influencia que los chicos en este último caso. La mayoría de los chicos perciben una influencia de elevada a muy elevada en el hecho de disponer de juegos de ordenador ($\bar{x} = 3,35$) y juegos para consola ($\bar{x} = 3,62$), mientras que la mayoría de las chicas perciben una influencia de muy baja a media en estas decisiones ($\bar{x} = 2,71$ y $= 2,59$).

Los chicos/as perciben una influencia similar en la compra de un aparato de televisión en las diferentes ciudades. Por el contrario, existen diferencias importantes para los ordenadores y las consolas, y las facilidades relacionadas con éstos. Los chicos/as de las ciudades más ricas tienen percepciones significativamente diferentes sobre su influencia (menor para la videoconsola y mayor para el ordenador e Internet), que los chicos/as de ciudades menos ricas. La ciudad con un nivel de riqueza medio, Lleida, muestra un patrón mixto.

La edad parece no estar relacionada con la influencia que los chicos/as perciben que tuvieron, exceptuando en la compra de juegos: cuanto más pequeño es el chico/a, más influencia percibe haber tenido en la compra de juegos para ordenador y para consola.

3.c. Evaluación del uso de medios audiovisuales por parte de chicos/as.

En términos de **aburrimiento o entretenimiento** (utilizando una escala de diferencial semántico de 5 puntos), los chicos/as evalúan la televisión como el equipamiento audiovisual más entretenido ($\bar{x} = 3,62$ para las chicas y $3,57$ para los chicos) y los CD-Roms educativos como el más aburrido ($\bar{x} = 2,48$ para los chicos y $2,59$ para las chicas). No obstante, la máxima puntuación corresponde a los juegos de ordenador entre los chicos ($\bar{x} = 3,79$).

Por edades, los de 16 años parecen ser los más entusiastas a la hora de evaluar la televisión, los ordenadores e Internet. El entusiasmo con Internet aumenta claramente con la edad. Los CD-Roms son evaluados de manera más entusiasta a los 12, para después disminuir paulatinamente con la edad.

En términos de **no aprender o aprender**, los chicos/as evalúan los CD-Roms educativos como los mejores para aprender ($\bar{x} = 4,30$ para las chicas y $4,27$ para los chicos) y los juegos para consola aquello con lo que menos se aprende ($\bar{x} = 2,23$ para los chicos y $1,67$ para las chicas). Los ordenadores obtienen también una puntuación elevada en términos de posibilidades de aprendizaje ($\bar{x} = 3,68$ para los chicos y $3,71$ para las chicas), hasta el punto que los juegos de ordenador son considerados un poco más educativos, particularmente para las chicas ($\bar{x} = 2,39$ para los chicos y $1,94$ para las

chicas), que los juegos para consola. Las únicas diferencias significativas con la edad, aparecen respecto a Internet y a los CD-Roms: Cuanto mayor es el chico/a, más considera que puede aprender con Internet y menos con CD-Roms educativos.

En términos de **pérdida o aprovechamiento del tiempo**, los chicos/as evalúan los CD-Roms educativos como el instrumento mediático con el que más se aprovecha el tiempo ($\bar{x} = 3,39$ para las chicas y $3,58$ para los chicos) y los juegos para consola los que más se pierde ($\bar{x} = 2,70$ para los chicos y $2,23$ para las chicas). Los ordenadores también obtienen una puntuación elevada en términos de aprovechamiento del tiempo ($\bar{x} = 3,35$ para los chicos y $3,38$ para las chicas). En este caso, las diferencias entre distintos aparatos audiovisuales y sus facilidades son mucho menos espectaculares que el caso del diferencial semántico sobre "aprendizaje - no aprendizaje". Esto refuerza la hipótesis de una distinta apreciación entre chicos/as y adultos de los valores relacionados con el uso del tiempo (Casas, 1998).

A más edad, más parecen considerar el uso del ordenador y de Internet como una manera de aprovechar el tiempo, mientras que los más jóvenes (12 y 13 años) son los que menos consideran el uso de la televisión, los juegos (tanto de ordenador como de consola) y los CD-Roms como una *pérdida de tiempo*.

Finalmente, también hemos explorado todo el equipamiento audiovisual en términos de **inutilidad o utilidad**. En este caso, los ordenadores obtienen la mejor puntuación ($\bar{x} = 4,30$ para los chicos y $4,20$ para las chicas) y las consolas la más baja ($\bar{x} = 2,95$ para las chicas y $2,09$ para los chicos). Por edades, la utilidad de los CD-Roms educativos es más valorada a los 12 años. La utilidad de tanto la consola como los juegos de ordenador

a los 13, de los ordenadores a los 14 y de Internet y la televisión a los 15.

3.d. ¿Les gusta hablar a los chicos/as sobre sus actividades con los medios audiovisuales, y con quién?

Preguntamos a los chicos/as **con qué frecuencia** hablan con diferentes personas sobre **las cosas que ven o hacen** con los medios audiovisuales. En una escala Likert de 5 puntos (de *nunca* a *muy a menudo*), la frecuencia media más elevada corresponde a los amigos ($\bar{x} = 4,24$; $dv = 0,98$), sin diferencias de género. En segundo lugar, hablan frecuentemente con hermanos/as, y con bastante frecuencia con amigos/as mayores que ellos y con la madre. El hecho de hablar con los hermanos/as y con la madre, presenta diferencias significativas entre chicos y chicas, haciéndolo las chicas con mayor frecuencia.

Con mucha diferencia, la frecuencia media más baja corresponde a hablar con los profesores/as ($\bar{x} = 1,65$; $dt = 0,87$). Además, los chicos aún hablan significativamente menos con ellos que las chicas.

En nuestras muestras, el hecho de hablar con el padre o con la madre sobre las actividades realizadas con los medios audiovisuales, tiende a disminuir desde los 12 hasta los 15 años, edad en la que observamos la frecuencia más baja. Exactamente lo contrario pasa con los amigos/as mayores en este mismo intervalo de edad. El hablar con amigos/as de igual edad sobre estas actividades aumenta desde los 12 hasta los 14 años (a los 14, $\bar{x} = 4,34$; $dt = 0,91$), para después decrecer hasta los 16 años.

Cuando los chicos/as expresan **cuanto les gusta hablar** con diferentes personas, el grado de entusiasmo más elevado

aparece en dos direcciones: al hablar con **amigos/as de igual edad**, y al hablar sobre la **televisión**.

El máximo entusiasmo, en términos absolutos, en todas las muestras se expresa por parte de las chicas con relación a hablar con amigos/as de igual edad sobre lo que miran en la televisión ($\bar{x} = 4,47$; $dt = 0,88$). Los chicos también expresan una satisfacción muy elevada al hablar sobre televisión con amigos/as de igual edad ($\bar{x} = 4,30$; $dt = 1,12$).

Los 13 años, en nuestras muestras, constituye el momento evolutivo más álgido en términos de expresar entusiasmo al hablar con amigos/as de igual edad sobre los medios audiovisuales. Esto tiene lugar con lo que miran y hacen con la televisión, los ordenadores y con cualquier tipo de juegos (para ordenador o consola). Después de este momento, la expresión de entusiasmo decrece con la edad en todos los casos, con la excepción de Internet, que aumenta hasta los 15 años, y CD-Roms educativos, que comienza ya a disminuir a los 12.

Las chicas se expresan normalmente con más entusiasmo que los chicos al hablar con amigos/as de la misma edad sobre la televisión y CD-Roms educativos. Los chicos suelen ser más entusiastas que las chicas al hablar sobre juegos (tanto de ordenador como de consola). Internet parece ser una actividad igualmente interesante para chicos y para chicas a la hora de hablar con amigos/as de igual edad. Ambos, chicos y chicas, muestran el nivel de entusiasmo más bajo al hablar con amigos/as de igual edad sobre CD-Roms educativos, los cuales son la única actividad multimedia que ambos sexos puntúan con menos de 3 puntos de media.

Después de la televisión, las actividades preferidas en segundo lugar por los

chicos/as sobre las que hablar con amigos/as de igual edad, son aquellas que se llevan a cabo con el ordenador, y en tercer lugar aquellas relacionadas con la consola –en ambos casos los chicos expresan más entusiasmo que las chicas. Vemos que este entusiasmo es puntuado de manera más elevada cuando nos referimos globalmente a cada uno de los 3 aparatos, que cuando hacemos referencia a cualquiera de las facilidades en concreto (juegos, Internet, CD-Roms).

El hecho de **hablar con el padre** sobre lo que miran en la televisión parece generar un grado de interés moderado tanto para chicos como para chicas ($\bar{x} = 3,17$; $dt = 1,15$). No obstante, el hablar con el padre sobre cualquier otra actividad audiovisual tiende a no satisfacer demasiado a la mayoría de los chicos/as, particularmente respecto a lo que hacen con la consola ($\bar{x} = 2,29$; $dt = 1,40$), gustándoles a las chicas un poco más que a los chicos hablar con él sobre ordenadores, CD-Roms e Internet. A excepción de Internet, que no parece guardar relación con la edad, los chicos/as disfrutaban más el hablar con el padre sobre cualquier medio audiovisual a los 12 años, para después disminuir paulatinamente con la edad.

El hecho de **hablar con la madre** muestra patrones similares que el hecho de hablar con el padre, aunque la televisión obtiene puntuaciones de mayor satisfacción ($\bar{x} = 3,34$; $dt = 1,14$) mientras que los otros aparatos audiovisuales y facilidades obtienen puntuaciones más bajas (la más baja corresponde a la consola: ($\bar{x} = 2,13$; $dt = 1,31$)). Las chicas muestran puntuaciones más elevadas al hablar con la madre sobre cualquier actividad audiovisual, incluyendo los juegos para ordenador, que los chicos, exceptuando las actividades con la consola, en las cuales las chicas puntúan aún más bajo que los chicos. A excepción de Internet, con el cual observamos en nuestra

muestra que los chicos/as disfrutaban más al hablar con la madre a los 14 años de edad, cualquier otro medio audiovisual obtiene las puntuaciones más elevadas a los 12, para después decrecer paulatinamente con la edad.

El hecho de **hablar con los hermanos/as** sobre cualquier medio audiovisual muestra claramente unas puntuaciones más elevadas que el hablar con los progenitores, a excepción de los CD-Roms educativos. De cualquier modo, hablar con hermanos/as sobre CD-Roms obtiene una puntuación de menos de 3 puntos tanto para chicos como para chicas, y para las chicas también en el caso de Internet. La televisión es el medio preferido a la hora de hablar con los hermanos/as, con puntuaciones más elevadas entre las chicas ($\bar{x} = 3,83$; $dt = 1,20$). Los chicos expresan la preferencia media más elevada en el hecho de hablar con hermanos/as sobre sus actividades con la consola ($\bar{x} = 3,57$; $dt = 1,53$). De la misma manera que sucede con la madre, exceptuando Internet, sobre el que se prefiere hablar con hermanos/as a los 14, cualquier otro medio audiovisual obtiene las máximas puntuaciones a los 12, para después disminuir paulatinamente con la edad.

El hecho de **hablar con los/las profesores/as** sobre cualquier actividad audiovisual puntúa, como media, por debajo de 2 puntos en todos los casos, a excepción de cuando las chicas hablan con ellos sobre CD-Roms u ordenadores, caso en el que, de todas maneras, puntúan por debajo de 2,30 como media. Los CD-Roms parecen tener su momento un poco "más especial" a la hora de hablar con los profesores/as a los 12, y los ordenadores a los 13, pero en ambos casos las puntuaciones decrecen rápidamente con la edad. En la ciudad más rica, St. Cugat, hablar con profesores/as sobre cualquier medio audiovisual parece ser aún menos interesante que en cualquier otra ciudad.

El hecho de **hablar con amigos/as mayores** sobre cualquier medio audiovisual parece ser muy interesante para los chicos, a excepción de los CD-Roms. Las chicas únicamente muestran algún entusiasmo al hablar con ellos sobre la televisión, afirmando que les gusta hablar moderadamente con ellos/as sobre ordenadores e Internet. Internet es la única actividad en la que no observamos ninguna diferencia de género por lo que respecta a disfrutar hablando con amigos/as mayores. No se observan diferencias en función de la edad relacionadas con las preferencias a la hora de hablar con amigos/as mayores, a excepción de lo que se ha visto en la televisión. En este caso, el disfrute al hablar parece incrementarse hasta los 14 años y después decrecer ligeramente con la edad.

3.e. La información y el interés de los chicos/as ante los medios audiovisuales.

Observamos una relación importante entre la frecuencia con la cual los chicos/as hablan con otras personas sobre lo que miran o hacen con los medios audiovisuales, y el **grado actual de interés** que muestran con cada una de las actividades.

El interés actual más elevado, tanto para chicos como para chicas, se manifiesta en el mirar la televisión. Los chicos muestran exactamente el mismo grado de interés que las chicas por los ordenadores y un nivel elevado de interés por los juegos de ordenador y las consolas, expresando las chicas significativamente menos interés que los chicos por todas estas actividades. Las actividades que despiertan menos interés son aquellas relacionadas con los CD-Roms educativos, mostrando los chicos menos interés aún que las chicas.

La valoración más elevada del hecho de mirar la televisión como una actividad interesante nos aparece en nuestra muestra a los de 13 años, exactamente la misma edad en la que las actividades relacionadas con el ordenador son más valoradas. El máximo interés por los CD-Roms educativos y también por las consolas se observa a los 12. Después de estas edades, todas las evaluaciones decrecen paulatinamente con la edad. Únicamente el interés por Internet aumenta hasta los 15 años.

En general, los chicos/as se consideran **bien informados** sobre lo que pueden ver o hacer con los diferentes medios audiovisuales, autoatribuyéndose los chicos estar más al día que las chicas en todo, excepto en CD-Roms educativos. Las percepciones más intensas de estar bien informado están relacionadas con la televisión ($\bar{x} = 3,55$; $dt = 1,05$; las diferencias entre chicos y chicas no son significativas) y con los ordenadores ($\bar{x} = 3,37$; $dt = 1,22$) y las menos intensas con los CD-Roms ($\bar{x} = 2,70$; $dt = 1,31$).

A los 12 años, se autoatribuyen el más alto grado de información actualizada sobre la consola y CD-Roms educativos. A los 13 esto ocurre con los juegos de ordenador. Después, la expresión de tener información sobre estos medios decrece paulatinamente con la edad. No se observa ninguna relación entre la edad y el hecho de sentirse al día sobre la televisión y sobre los ordenadores. La información que el chico/a manifiesta tener acerca de Internet aumenta hasta los 15 años.

Exploramos también el **interés futuro** que los chicos/as creen que los medios audiovisuales tendrán para ellos. Les pedimos que se imaginaran qué grado de interés tendrán por cada medio audiovisual dentro de cinco años, en comparación con su interés actual. Las respuestas fueron recogidas en una escala Likert

de 5 puntos que iba de *mucho menos* a *mucho más* interés.

La mayoría de los chicos/as de nuestra muestra creen que aumentará su interés por los ordenadores y por Internet, y que disminuirá por todo el resto de medios audiovisuales, exceptuando las chicas ante los CD-Roms, que piensan que aumentará su interés por tales facilidades. Las chicas creen que aumentará su interés por los ordenadores y por Internet significativamente más que los chicos. También creen con intensidad significativamente mayor que los chicos que su interés por los juegos (para consola y para ordenador) y por la televisión disminuirá con el tiempo.

Los chicos/as piensan que su interés por los juegos (tanto para consola como para ordenador) disminuirá significativamente de año en año, desde los 12 hasta los 16 años, mientras que consideran que su interés por Internet aumentará significativamente de año en año desde los 12 hasta los 15.

4. RESPUESTAS DE LOS PROGENITORES.

4.a. Evaluación de los progenitores de la influencia del chico/a en el hecho de tener un medio audiovisual en el hogar.

Según los padres, los chicos/as han tenido generalmente una influencia muy pequeña en la decisión de comprar el aparato de televisión que utilizan ($\bar{x} = 1,91$; $dt = 1,14$) y en el acceso a Internet del que disponen ($\bar{x} = 2,42$; $dt = 1,35$).

Reconocen que la influencia del chico/a es bastante elevada a la hora de comprar una consola ($\bar{x} = 3,60$; $dt = 1,36$), un ordenador ($\bar{x} = 3,47$; $dt = 1,32$) y juegos para consola ($\bar{x} = 3,46$; $dt =$

1,40). Los chicos son identificados por los padres como más influyentes que las chicas en la decisión de comprar una consola o juegos (tanto para consola como para ordenador). Curiosamente, los padres se refieren las chicas como más influyentes a la hora de comprar juegos para consola que juegos para ordenador.

La decisión de comprar un aparato de televisión es la única que se expresa estar significativamente más influenciada por el chico/a progresivamente con la edad.

4.c. Evaluación de los padres del uso de medios audiovisuales por parte de los chicos/as.

En términos de **no aprender o aprender** (utilizando una escala de diferencial semántico de 5 puntos), los progenitores consideran los CD-Roms educativos como la mejor facilidad para que sus hijos/as aprendan, los ordenadores como los mejores aparatos para aprender y las consolas y los juegos para ordenador como los peores, seguidos de la televisión. El uso de Internet se mantiene en el medio, obteniendo una puntuación positiva moderada.

Dependiendo de si los progenitores están pensando en un chico o una chica cuando contestan, pueden dar respuestas significativamente diferentes sobre el aprendizaje con diferentes medios audiovisuales. En consecuencia, parece ser que según los progenitores, las chicas aprenden más que los chicos de los CD-Roms educativos, mientras que los chicos se aprovechan más del potencial aprendizaje mediante la televisión y las consolas, que las chicas. Además, los progenitores consideran que el aprendizaje mediante CD-Roms disminuye significativamente con la edad del chico/a.

En términos de **pérdida o aprovechamiento del tiempo**, los progenitores puntúan más bajo en términos absolutos a todos los medios audiovisuales que en el dilema anterior. Sin embargo, el ranking de los diferentes medios audiovisuales es exactamente el mismo. En este caso, observamos una curiosa diferencia significativa dependiendo de quien haya respondido el cuestionario: los padres varones puntúan menos favorablemente los CD-Roms educativos que las madres o que los dos progenitores conjuntamente. Por otra parte, los progenitores parecen considerar que las chicas aprovechan el tiempo más que los chicos a la hora de utilizar un ordenador o CD-Roms.

En términos de **inutilidad o utilidad**, los progenitores dan puntuaciones un poco más entusiastas que en los dos dilemas previos. El orden del ranking entre todos los medios audiovisuales es, no obstante, el mismo, a pesar de que en este caso las diferencias entre los ordenadores y los CD-Roms educativos son casi inexistentes. Los progenitores parecen diferir de manera significativa sobre la utilidad de la televisión y los ordenadores dependiendo del género del chico/a. En nuestra muestra, tienden a valorar más la utilidad del ordenador para las chicas y la de la televisión para los chicos. No se observan diferencias significativas en función del progenitor que haya respondido el cuestionario o de la edad del chico/a.

4.d. La información e interés de los propios progenitores por los medios audio-viduales.

Los progenitores expresan estar sólo moderadamente **interesados por** los ordenadores y los CD-Roms educativos, tener un interés relativamente bajo por la televisión e Internet, y tener un interés muy bajo por los juegos (tanto para ordenador como para consola).

Cuando es la madre quién ha respondido el cuestionario, la media para cualquier equipamiento audiovisual están siempre por debajo de 3 puntos en una escala Likert de 5 puntos. Cuando es el padre quien responde, las puntuaciones son siempre significativamente más elevadas para todos los medios audiovisuales, exceptuando los CD-Roms educativos, que obtienen las puntuaciones máximas cuando ambos progenitores responden conjuntamente. Estas respuestas no muestran diferencias significativas dependiendo de si los padres responden el cuestionario refiriéndose a una chico o a una chica.

Los progenitores reconocen estar significativamente menos informados y menos interesados en los CD-Roms educativos cuanto mayor es el chico/a. En general, reconocen no estar nada bien **informados** sobre juegos, bastante mal informados sobre Internet, moderadamente informados sobre ordenadores y CD-Roms, y bastante bien informados sobre la televisión. Cuando es el padre quien contesta, siempre expresa estar mejor informado sobre cualquier medio audiovisual. Curiosamente, cuando los progenitores que han respondido el cuestionario lo hacen con referencia a una chica, tienden significativamente a disminuir aún más sus puntuaciones sobre el grado de información autoatribuida acerca de las consolas o juegos de ordenador.

A partir de que el chico/a tiene 14 años, los progenitores expresan estar significativamente menos y peor informados sobre CD-Roms educativos conforme mayor es el chico/a.

4.e. Las atribuciones parentales de información e interés de los chicos/as por los medios audiovisuales.

Por término medio, los progenitores expresan estar menos interesados en

todos los medios audiovisuales que sus propios hijos/as. Tienden a **atribuir un interés** bastante elevado a los chicos/as hacia los ordenadores, un interés de moderado a elevado hacia la televisión y los CD-Roms, un interés moderado por Internet y por los juegos de ordenador y un interés de bajo a moderado por las consolas. No aparecen diferencias significativas en función del progenitor que haya respondido el cuestionario, exceptuando cuando son los dos progenitores los que contestan conjuntamente sobre los CD-Roms educativos. En este caso, expresan que su hijo/a tiene un interés significativamente más elevado por tales facilidades.

Los progenitores atribuyen un interés significativamente más elevado por los ordenadores, Internet y los juegos (tanto para consola como para ordenador) en el caso de referirse a un hijo varón. Además, perciben que el interés de sus hijos/as por los juegos (tanto de consola como de ordenador) y por los CD-Roms educativos, disminuye paulatinamente con la edad desde los 12 hasta los 16 años.

Como media, también consideran que sus hijos están mucho mejor **informados** que ellos mismos sobre cualquier medio audiovisual. Atribuyen a sus hijos/as estar de moderadamente a bastante bien informados sobre todos los medios audiovisuales, puntuando únicamente Internet por debajo de 3 como media. El progenitor que haya respondido el cuestionario presenta únicamente una diferencia significativa: Las madres tienden a expresar que sus hijos/as están significativamente mejor informados sobre Internet.

Los progenitores tienden a expresar que sus hijos/as están mejor informados sobre juegos y sobre Internet, cuando se refieren a un chico. Por otra parte, perciben que sus hijos/as están progresiva-

mente más y mejor informados sobre Internet desde los 12 hasta los 15 años.

4.f. El punto de vista de los progenitores satisfaccional hablar con los hijos y atribución de satisfacción a los hijos.

Preguntamos a los progenitores sobre su **satisfacción al hablar con el chico/a** acerca de lo que su hijo/a ve o hace con los diferentes medios audiovisuales. El ranking de satisfacción es siempre el mismo independientemente de quién haya respondido el cuestionario, aunque la intensidad de las respuestas difiere significativamente dependiendo de quién lo haya hecho.

Los progenitores expresan la satisfacción más elevada al hablar con su hijo/a sobre ordenadores ($\bar{x} = 3,58$; $dt = 1,10$), en segundo lugar sobre los CD-Roms educativos ($\bar{x} = 3,50$; $dt = 1,25$) y en tercer lugar sobre la televisión ($\bar{x} = 3,16$; $dt = 1,00$). El nivel de satisfacción más bajo es expresado al hablar sobre consolas ($\bar{x} = 1,76$; $dt = 0,98$). Cuando hablan sobre la televisión, la satisfacción es significativamente más elevada cuando se refieren a las chicas, y cuando hablan sobre actividades con la consola, la insatisfacción también es superior cuando se refieren a las ellas.

La satisfacción al hablar sobre actividades con el ordenador se muestra significativamente más baja cuando es la madre quien responde el cuestionario que cuando lo hace el padre o ambos conjuntamente. La satisfacción por el hecho de hablar sobre CD-Roms educativos es significativamente más elevada cuando los dos progenitores contestan conjuntamente, aunque éstos expresan que la satisfacción decrece paulatinamente con la edad a partir de que el chico/a tiene 13 años. La insatisfacción al hablar sobre juegos de ordenador se

muestra significativamente más elevada cuando es la madre quien contesta.

Preguntamos también a los padres y madres sobre su evaluación de la medida en que **a sus hijos/as les gusta hablar** con diferentes miembros de la familia acerca de lo que ven o hacen con los diferentes medios audiovisuales. En general, los progenitores parecen tener muy claro que a los chicos/as les gusta más hablar con personas de generaciones más jóvenes: Dan una puntuación más elevada a la preferencia de sus hijos/as por hablar con hermanos/as más **que hablar con el padre o con la madre**. De hecho, únicamente atribuyen una satisfacción de moderada a elevada al hecho de hablar con el padre varón acerca de sus actividades con el ordenador, y sobre la televisión con la madre.

Cuando ambos progenitores responden al cuestionario conjuntamente tienden a dar puntuaciones significativamente más elevadas a la satisfacción del hijo/a por hablar con la madre sobre la televisión. Cuando es la madre sola quien responde, atribuye significativamente menos satisfacción al chico/a por el hecho de hablar con el padre de sus actividades con el ordenador. Cuando es el padre solo quien responde al cuestionario tiende a atribuir significativamente menos satisfacción al chico/a por el hecho de hablar con la madre acerca de cualquier medio audiovisual, que por el hecho de hablar con él mismo.

Cuando las respuestas se refieren a un chico, los progenitores tienden a atribuirle significativamente una satisfacción más elevada al hecho de hablar sobre la televisión con el padre, y al hecho de hablar sobre actividades con la consola con la madre. Cuando las respuestas se refieren a una chica, tienden a atribuirle significativamente más satisfacción por hablar sobre ordenadores y sobre CD-

Roms educativos con el padre que con la madre.

Cuando analizamos la edad del chico/a, observamos que desde los 13 años de edad, los progenitores perciben un decremento constante cada año en la satisfacción del chico/a al hablar con el padre sobre juegos (tanto para consola como para ordenador). La insatisfacción de los chicos/as al hablar con la madre sobre juegos es percibida como constante en todas las edades.

Según las atribuciones de los progenitores, a los chicos/as les gusta **hablar con los hermanos/as** sobre todo acerca de sus actividades con los ordenadores, en segundo lugar sobre la televisión y en tercero sobre juegos (de ordenador y de consola). Cuando es el padre quien responde al cuestionario, tiende a atribuir significativamente una menor satisfacción al chico/a por hablar sobre la televisión con sus hermanos/as.

4.g. Creencias de los progenitores sobre el futuro del chico/a ante los medios audiovisuales.

Preguntamos a padres y madres su opinión, considerando las tendencias actuales del chico/a, sobre si creían que éste estará más o menos **interesado** por cada uno de los medios audiovisuales en el **periodo de 5 años vista** (1 significa *mucho menos* interesado y 5 *mucho más* interesado).

En general, los progenitores anticipan que sus hijos/as estarán más interesados por Internet ($\bar{x} = 4,03$; $dt = 0,87$), por los ordenadores ($\bar{x} = 3,97$; $dt = 0,80$) y por los CD-Roms educativos ($\bar{x} = 3,69$; $dt = 0,94$), menos por las consolas ($\bar{x} = 2,17$; $dt = 1,04$) y por los juegos de ordenador ($\bar{x} = 2,48$; $dt = 1,11$), y casi igual por la televisión ($\bar{x} = 2,77$; $dt = 0,77$).

Observamos claras diferencias en las respuestas en función del progenitor que haya contestado el cuestionario, particularmente con relación a los ordenadores y las consolas. Cuando ambos progenitores responden conjuntamente, puntúan el interés percibido del chico/a de manera significativamente más elevada para los ordenadores ($\bar{x} = 4,09$; $dt = 0,67$), que si ha sido el padre quien ha respondido ($\bar{x} = 3,82$; $dt = 0,80$) o si ha sido la madre ($\bar{x} = 3,93$; $dt = 0,87$). Pasa exactamente lo contrario cuando ambos progenitores responden conjuntamente sobre las consolas, éstas son significativamente menos valoradas con relación al interés futuro del chico/a, que cuando es el padre o la madre por separado los que responden.

Según la opinión de padres y madres, las chicas disminuirán significativamente más que los chicos su interés por la televisión y por los juegos (tanto para consola como para ordenador) e incrementarán más que los chicos su interés por los CD-Roms educativos. Siempre que el hijo/a tiene al menos 13 años, la anticipación de los progenitores al responder el cuestionario sobre la disminución de su interés por los juegos (tanto para ordenador como para consola) es significativamente más intensa cuanto mayor es el chico/a a quien se refieren.

5. COMPARACION INICIAL DE RESPUESTAS.

5.a. Comparación de las respuestas medias de progenitores y chicos/as.

Cuando comparamos las respuestas de los chicos/as y las de los progenitores a los mismos ítems, observamos que algunas preguntas tienen respuestas casi idénticas o, como mínimo, altamente correlacionadas, mientras que en otras nos encontramos con respuestas

totalmente discrepantes. Ya hemos destacado este fenómeno en una investigación previa sobre videojuegos (Casas, 1998).

Cuando comparamos las respuestas de chicos/as y progenitores sobre cuán **interesados** están personalmente en la actualidad o cuán **bien informados** se consideran acerca de diferentes medios audiovisuales, observamos que los chicos/as siempre puntúan de manera significativamente más elevada que sus progenitores, exceptuando acerca de los CD-Roms educativos.

Cuando comparamos los **auto-informes de los chicos/as sobre cuán bien informados** están en la actualidad en cada uno de los medios audiovisuales, con la **percepción parental sobre cuán bien informado está el chico/a**, vemos que la puntuación media de la percepción de padres y madres es más elevada para dos de los medios, la televisión e Internet, mientras que los chicos/as puntúan de forma más elevada en los otros medios. Todas las diferencias entre las medias de las respuestas de progenitores y chicos/as son significativas, a excepción de la televisión.

Cuando comparamos los **auto-informes de los chicos/as sobre cuán interesados** están en la actualidad por cada uno de los medios audiovisuales, con la **percepción parental de cuán interesado está el chico/a**, vemos que las percepciones de los progenitores, como media, son más elevadas para la televisión, Internet y las consolas, mientras que los chicos/as puntúan de forma más elevada todos los otros medios audiovisuales. Tres de las diferencias entre las medias no son significativas: para Internet, para las consolas y para los juegos de ordenador.

Tabla 2
Interés de los chicos/as, interés de los progenitores y atribución de los progenitores del interés de los chicos/as en los medios audiovisuales

MEDIANAS		TV	Ordenador	Internet	CD-Roms	Programas de	Videojuegos para ordenador
Interés de los chicos/as	Chicos	3,75	3,76	3,31	2,47	3,59	3,70
	Chicas	3,76	3,41	3,15	2,75	2,59	2,70
	Total	3,76	3,58	3,23	2,62	3,09	3,19
Interés de los progenitores	Chicos	2,82 ↓	3,18 ↓	2,85 ↓	3,13 ↑	1,40 ↓	1,55 ↓
	Chicas	2,75 ↓	3,16 ↓	2,56 ↓	3,14 ↑	1,30 ↓	1,56 ↓
	Total	2,78 ↓	3,17 ↓	2,40 ↓	3,13 ↑	1,35 ↓	1,56 ↓
Atribución de los progenitores del interés de los chicos/as	Chicos	3,56 ↓	4,01 ↑	3,19 ↓	3,21 ↑	3,45 ↓	3,64 ↓
	Chicas	3,49 ↓	3,78 ↑	2,93 ↓	3,31 ↑	2,30 ↓	2,62 ↓
	Total	3,52 ↓	3,87 ↑	3,04 ↓	3,27 ↑	2,80 ↓	3,04 ↓

Las percepciones de los progenitores sobre el interés futuro de sus hijos/as con relación a diferentes medios audiovisuales son siempre más elevadas, como media, que los **autoinformes de los propios chicos/as sobre su interés futuro** por los mismos medios, exceptuando dos casos: la televisión y las consolas. Las diferencias no alcanzan la significación únicamente en dos casos: la televisión y los juegos de ordenador.

Cuando comparamos las respuestas sobre la **influencia del chico/a** en la decisión de tener diferentes medios audiovisuales en el hogar, los progenitores expresan siempre una influencia mayor que los propios chicos/as, con excepción de la televisión. Todas las diferencias entre las respuestas medias de progenitores e hijos/as son significativas, excepto aquellas que se refieren a juegos de ordenador como para consola).

Los progenitores acostumbran a dar puntuaciones medias más bajas que los chicos/as con relación a lo que los chicos/as **aprenden** cuando miran o interactúan con diferentes medios audiovisuales, con la excepción del uso del ordenador y de la utilización de juegos para ordenador. Las respuestas de progenitores y chicos/as difieren significativamente en todos los casos, menos para Internet y para los juegos de ordenador.

Algo muy similar pasa cuando comparamos las respuestas que se refieren al **aprovechamiento del tiempo**, puntuando los progenitores más bajo, a excepción del uso del ordenador o de CD-Roms educativos. Una vez más, las respuestas de progenitores y chicos/as difieren significativamente en todos los casos, salvo las respuestas relacionadas con Internet.

Tabla 3
Percepción de los chicos/as y evaluación de los progenitores de la influencia del chico/a en la adquisición de medios audiovisuales en casa

MEDIAS	Chicos/as		Total	TV	Ordenador	Internet	CD-Roms	Puntuación	Puntuación para ordenador	Puntuación para consola
	Chicos	Chicas								
Percepción de los chicos/as de la influencia del chico/a en la adquisición de medios	Chicos	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67
	Chicas	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67
	Total	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67	2,67
Evaluación de los progenitores de la influencia del chico/a en la adquisición de medios en casa	Chicos	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27
	Chicas	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27
	Total	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27	3,27

Los chicos/as evalúan la mayoría de medios audiovisuales como más **útiles** que sus propios progenitores, exceptuando los ordenadores y los CD-Roms educativos, que son más valorados por los progenitores. Las diferencias entre las medias de las respuestas de progenitores y chicos/as son siempre significativas, salvo para los ordenadores y los CD-Roms educativos.

Al comparar la medida en que a los chicos/as les **gusta hablar con el padre** sobre diferentes actividades que realizan con los medios audiovisuales, con la creencia de los progenitores sobre si al chico/a le gusta hablar con el padre sobre las actividades que realiza con cada uno de los medios, se observa que éstos puntúan de forma más elevada, como media, el grado en que al chico/a le gusta hablar con el padre sobre ordenadores, Internet y CD-Roms educativos, mientras que los chicos/as, como media, puntúan más el grado en que les gusta hablar con el padre sobre la televisión y los juegos (tanto para ordenador como para consola). Las respuestas difieren significativamente para todos los medios, exceptuando Internet y los juegos de ordenador.

Hemos comparado también las respuestas de en qué medida al chico/a **le gusta hablar con la madre** sobre estos medios. Los progenitores, como media, puntúan de forma más elevada con relación a los ordenadores, Internet y los CD-Roms educativos. Los chicos/as puntúan más alto, como media, con relación a la televisión, aunque las diferencias no alcanzan la significación. Evalúan exactamente de la misma manera los juegos (tanto para ordenador como para consola).

A continuación comparamos las respuestas de en qué medida al chico/a **le gusta hablar con hermanos/as** sobre estos medios. Los chicos/as puntúan,

Tabla 4
Satisfacción de los chicos/as y atribución de los progenitores de la satisfacción de los chicos/as al hablar sobre los medios audiovisuales con la madre

MEDIAS		TV	Ordenador	Internet	CD-Roms	Videoconsola	Videojuegos para consola
Satisfacción de los chicos/as al hablar con la madre	Chicos	3,16	2,30	2,06	2,37	2,18	2,12
	Chicas	3,52	2,55	2,48	2,64	2,07	2,17
	Total	3,34	2,43	2,27	2,51	2,13	2,15
Atribución de los progenitores de la satisfacción del chico/a al hablar con la madre	Chicos	3,38 ↑	2,93 ↑	2,68 ↑	2,98 ↑	2,52 ↑	2,44 ↑
	Chicas	3,34 ↓	3,10 ↑	2,75 ↑	3,15 ↑	2,15 ↑	2,20 ↑
	Total	3,36 ↑	3,03 ↑	2,72 ↑	3,08 ↑	2,34 ↑	2,31 ↑

como media, de manera más elevada que los progenitores con relación a la televisión y a los juegos de ordenador. Los progenitores dan puntuaciones más altas con relación a los ordenadores, Internet, CD-Roms educativos y consolas. Las diferencias son siempre significativas, a excepción de las respuestas que tienen que ver con Internet y con las consolas.

Finalmente y con el objetivo de controlar algunos posibles sesgos en las respuestas de los progenitores, hemos comprobado si el interés auto-expresado por los progenitores o su evaluación de estar bien informados podría influenciar su percepción y evaluación del chico/a al respecto. Los datos sugieren que los progenitores parecen discriminarlo muy bien.

Cuando comparamos las **percepciones parentales sobre el interés actual de su hijo/a** por diferentes medios audiovisuales y su propio interés por medios audiovisuales concretos, las respuestas son siempre significativamente diferentes. Los progenitores, como media,

siempre expresan un interés más elevado por parte de su hijo/a por cada medio en concreto, que el suyo propio. Exactamente de la misma manera, **las evaluaciones parentales del grado de información de su hijo/a** sobre los diferentes medios audiovisuales son siempre significativamente diferentes del **propio auto-informe de los progenitores acerca de la medida en que están bien informados**. Como media, siempre expresan, también, que sus propios hijos/as están mejor informado que ellos mismos.

5.b. Concordancias y discrepancias más detalladas entre chicos/as y progenitores.

Cuando comparamos las diferentes **evaluaciones** que hacen los chicos/as y sus propios padres y madres en términos de **consecuencias positivas o negativas en las vidas de los chicos/as**, debido a la utilización de instrumentos o facilidades audiovisuales, descubrimos un panorama muy complejo dentro de los hogares.

Tabla 5
Concordancias y discrepancias entre chicos/as y progenitores

		Concordancias			Discrepancias			Ejto-total
		Negativa	Neutra	Positiva	Sub-total	Clima	Entorno	
Ordenador	Aprendizaje	1,4	4,2	90,3	95,9	34,2	9,3	44
	Pérdida tiempo	2,8	7,2	43,6	53,6	36,2	10	46,2
	Utilidad	0,9	2,8	73,7	77,4	17,4	4,4	21,8
Consola	Aprendizaje	61,9	3,1	0,4	67,4	25,2	6,7	32,9
	Pérdida tiempo	51,2	4,8	1,4	58	26	16,1	42,1
	Utilidad	45,6	4,7	1,3	51,6	23,8	17,3	41,1
Televisión	Aprendizaje	8,4	21,2	10,2	40,4	47,3	12,3	89,6
	Pérdida tiempo	19,3	19,2	3,3	41,8	46,9	10,6	97,5
	Utilidad	6,3	15,6	10,9	32,8	43,7	21,4	67,1

Empecemos por los **ordenadores**. En nuestra muestra hay una coincidencia entre los chicos/as y sus progenitores en el 55,9% de los casos, en la evaluación del semántico diferencial sobre aprendizaje versus no aprendizaje, en un 53,6% de los casos por lo que se refiere a perder el tiempo versus utilizarlo de forma adecuada, y en un 73,7% de los casos con relación a la inutilidad versus utilidad. Esto significa que en un 44%, 46,2% y 21,8% de los casos, existen discrepancias entre progenitores y chicos/as.

La mayoría de las coincidencias se dan en el sentido de que **los ordenadores son positivos**. No obstante, hay pequeños porcentajes de coincidencia en que los ordenadores son negativos, y también pequeños porcentajes de coincidencia en la evaluación de los ordenadores de manera neutral, ni positiva ni negativa.

Las discrepancias pueden ser también diferenciadas entre moderadas (1 o 2 puntos en una escala Likert) y extremas (3 o 4 puntos en una escala Likert). En el caso de los ordenadores, únicamente aparecen **discrepancias extremas** entre progenitores y chicos/as en un 4,4% de los casos con relación a la utilidad, y en un 10% de los casos con relación a la pérdida de tiempo.

Si nos referimos a las **consolas**, observamos porcentajes elevados de coincidencias respecto a su **negatividad** (61,9% por lo que se refiere no aprender nada; 51,8% con relación a perder el tiempo; 45,6% con relación a ser inútil), pero también pequeños porcentajes de **coincidencias** a la hora de considerar las consolas como positivas o neutrales. En este caso también aparecen porcentajes importantes de **discrepancias** claras y extremas.

El tercer instrumento audiovisual que hemos analizado es la **televisión**. En este caso, las coincidencias entre proge-

nitores y chicos/as son inferiores que para las consolas y los ordenadores, siendo las discrepancias mucho más frecuentes, llegando las discrepancias extremas al 47,3% de los casos con relación al aprendizaje versus no aprendizaje, al 46,9% de los casos con relación a perder o aprovechar el tiempo de forma adecuada, y al 45,7% de los casos con relación a ser útil versus inútil. Además, las coincidencias son un poco más frecuentes cuando la valoración de la televisión es neutra, pero también hay casos de coincidencias positivas y de coincidencias negativas. Las discrepancias, tanto las claras como las extremas, tienen en algunos casos un sentido positivo y en otros un sentido negativo.

Cuando analizamos tales coincidencias y discrepancias con referencia a las facilidades audiovisuales, también podemos observar todo el rango de posibilidades. Los CD-Roms educativos e Internet tienen más coincidencias positivas entre progenitores y chicos/as, y los juegos de ordenador más coincidencias negativas. Las discrepancias con relación a Internet y los juegos de ordenador alcanzar porcentajes muy importantes.

6. DISCUSION: LAS NTICS ENTRE LOS ADULTOS Y LOS CHICOS Y CHICAS.

Somos muy conscientes de que nuestros resultados pueden ser interpretados de diferentes maneras. No pretendemos ser optimistas o pesimistas al analizar los resultados y sus consecuencias. Más bien pensamos que nos invitan a desarrollar una serie de reflexiones, en parte bastante novedosas, y que, en última instancia, deberíamos implicar en ellas a padres y maestros de escuela, así como a todos los profesionales en contacto con la infancia, y a los propios chicos y chicas. Ello planificamos iniciarlo con las sesiones de devolución de

resultados, pero entendemos que debe ir mucho más allá.

Los medios audiovisuales están cada vez más presentes en los hogares y muy a menudo están “en el medio” de las relaciones cotidianas entre los adultos y los chicos/as. Esto no significa necesariamente que tengan una gran importancia en estas relaciones. No obstante, están “mediando” bastantes cosas de alguna manera u otra. Por una parte, los datos muestran que cuanto más socio-económicamente alto es el contexto en el que vive el chico/a, más probabilidades hay de que disponga de más y mejor equipamiento audiovisual. Por la otra, los progenitores reconocen una influencia importante del chico/a en la compra de equipamiento audiovisual nuevo en el hogar, a excepción de los aparatos de televisión.

Probablemente, la comunicación entre progenitores y chicos/as sobre los medios audiovisuales no puede ser separada de la comunicación general entre ambos. Es de suponer que algunos padres y madres hablan con sus hijos/as sobre muchas cosas, mientras que otros lo hacen muy poco.

No obstante, el gran entusiasmo que puede observarse entre los chicos/as ante los medios audiovisuales nos hace pensar que estos medios pueden ser un buen punto de partida para entender la comunicación adultos-chicos/as en un contexto social aceleradamente cambiante (en buena parte debido a las nuevas tecnologías), cuando los adultos no son siempre y necesariamente “los competentes”. Para entender la situación quizás debamos tomar más en serio lo que los chicos/as dicen, la perspectiva del chico/a.

Parece que algunas veces los chicos/as responden a algunas preguntas (por ejemplo, sobre juegos) de la manera que ellos creen que es “apropiado

contestar” para los adultos. Sin embargo, las respuestas de los chicos/as nos muestran, por ejemplo, que para ellos la “inutilidad” no correlaciona necesariamente con la “pérdida de tiempo”, como es el caso entre los adultos.

Las percepciones y evaluaciones parentales reflejan con mucha frecuencia algunos de los estereotipos de género existentes y también estereotipos sobre la bondad de algunos medios. Los progenitores tienden a creer que los chicos/as están muy interesados por los CD-Roms educativos, pero éstos no demuestran estar muy entusiasmados por los mismos, particularmente si los comparamos con otros medios. A los chicos/as (tanto chicos como chicas) les gustan los juegos, aunque los progenitores tienden a negar lo que pasa con sus propios hijos/as.

Probablemente, el aspecto más interesante de nuestros resultados hace referencia a con quién les gusta hablar de lo que hacen o miran con los medios audiovisuales. Los chicos/as de las 5 muestras estudiadas coinciden en que las personas con las que les resulta más insatisfactorio hablar acerca de dichas actividades es, con mayor frecuencia, el profesor/a. A partir de aquí nos surge una reflexión importante sobre la conexión de la escuela con el mundo real. Pero, además, tampoco las propias madres y padres son considerados frecuentemente por los chicos/as como compañeros nada excelentes para charlar sobre tales actividades. Claramente prefieren a los amigos/as de igual edad, y en segundo lugar, los hermanos/as y amigos/as mayores. Una consecuencia de esto es que los adultos, en general, no parecemos estar aprovechándonos de las ventajas de las nuevas oportunidades creadas por los medios audiovisuales, como mencionamos en la introducción de esta comunicación, para establecer relaciones de formas nuevas, con chicos/as.

Estos resultados refuerzan la idea de que los chicos/as construyen sus *propias culturas infantiles mediáticas* al margen del diálogo con los adultos o, como mínimo, al margen del diálogo con los adultos. La gran cantidad de información y mensajes que contienen valores importantes para la vida que circulan por los medios audiovisuales, constituyen otro punto de reflexión. Posiblemente muchos chicos/as en nuestras sociedades se están socializando en el seno de esta cultura *icónica* sin demasiado (o sin ningún) contraste adulto, únicamente a través de la interpretación del propio grupo de iguales, y a través de las pautas propias de las culturas específicas en las que se mueven. ¿Qué les ha pasado a muchos adultos, que han perdido o credibilidad o interés ante los chicos/as para hablar acerca de lo que se ve o hace mediante los medios audiovisuales? Debemos continuar investigando, a partir de la evidencia de que los chicos/as están insatisfechos con los diálogos con los adultos sobre dichas actividades.

Debemos hacer una observación final sobre los resultados de nuestras diferentes muestras. Nos han aparecido muchas diferencias significativas entre ciudades. Algunas de ellas pueden ser explicadas a partir del nivel socio-económico de éstas. Otras por la proximidad o no a una gran ciudad. Pero otras diferencias nos resultan muy difíciles de explicar. En ocasiones nos ha parecido que se dan una especie de "estándares culturales de cada ciudad" que conducen a dar puntuaciones medias más o menos elevadas ante las mismas preguntas. No estamos seguros de la existencia de otras explicaciones. Las percepciones y evaluaciones de los adultos pueden no ser necesariamente homogéneas entre las diferentes ciudades, y las de los chicos/as tampoco. Intentaremos explorar estos aspectos con mayor profundidad en investigaciones futuras a través de la recogida de datos de un número mayor de ciudades con características diferentes.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHELMES, J. (1991). Infancia y cultura. *Infancia y Sociedad*, 7, 13-32.
- CASAS, F. (1993). Medios de comunicación e imagen social de la infancia. *Intervención Psicosocial*, 6, 55-65.
- CASAS, F. (1998a). *Infancia: Perspectivas psicossociales*. Barcelona. PPU.
- CASAS, F. (1998b). Videogames: Between parents and children. *The second international Conference on children and social competence: Children, technology and culture*. Brunel University, London, 1-3 July 1998.
- CASAS, F. (1998c). *Children and the audiovisual culture*. Barcelona. World Forum of Children's Television.
- CASAS, F. (1999). Children, media and the relational planet. *Child Studies*, 1. March. Kobe (Japan). International Center for Child Studies. Konan Women's University.
- CASAS, F. (2000). Perceptions of video games among Spanish children and parents. In C. von Feilitzen & U. Carlsson: *Children in the new media spaces*. Göteborg. The UNESCO International Clearinghouse on children and violence on the screen.
- CASAS, F. & FIGUER, C. (1999). Usos del ordenador e interacción padres/hijos en la adolescencia. *III Congreso de Investigadores Audiovisuales, los Medios del Tercer Milenio*. Madrid, julio 1999.
- CASAS, F.; FIGUER, C.; ALSINET, C.; GONZALEZ, M. & PASCUAL, S. (2000a). Medios audiovisuales: mediando las relaciones sociales de los chicos/as. *III Congreso de la Sociedad Internacional de Estudios sobre Calidad de Vida*. Girona, julio 2000.
- CASAS, F.; FIGUER, C.; ALSINET, C.; GONZALEZ, M. & PASCUAL, S. (2000b). Children and audiovisual media: Between parents and children. *International Forum of Researchers on Young People and the Media*. Sydney, 26-29 November 2000.
- COSTA, P.O.; PÉREZ TORNERO, J.M.; Y TROPEA, F. (1996). *Tribus urbanas*. Barcelona. Paidós.
- MUNNÉ, F., Y CODINA, N. (1992). Algunos aspectos del impacto tecnológico en el consumo infantil del ocio. *Anuario de Psicología*, 53, 113-125.
- SEFTON-GREEN, J. (1998). *Digital diversions: Youth culture in the age of multimedia*. London. UCL Press.
- SUESS, D.; SUONINEN, A.; GARITONANDIA, C.; JUARISTI, P.; KOIKKALAINEN, R.; Y OLEAGA, J.A. (1998). Media use and the relationship of children and teenagers with their peer groups. *European Journal of Communication*, 13, (4), 521-538.
- VERHELLEN, E. (1992). Los derechos del niño en Europa. *Infancia y Sociedad*, 15, 37-60.