



**EL CONSUMO DE
DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS
EN LA GENERACIÓN "Z"**
ALEJANDRO RUBÉN ALMIRÓN

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
TUTOR: DIEGO PEREZ LLAMA

A mi familia, mi amor y mis amigos.

En primera instancia a mis padres, Tito y María, que son mi motor para dar los pasos en esta vida. Con su ejemplo, esfuerzo y sacrificio generaron una llama difícil de apagar.

A mis hermanos, Marisol, Carlos, Carina y Diego, que a la distancia o cercanía, son una parte fundamental en mi vida.

A Rocío, mi gran amor y fiel compañera.

A mis amigos, que siempre han estado cuando uno los ha necesitado.

A mi querido Club 2 de Mayo, que ha me dado tantos amigos en este camino.

A mis amigos y compañeros de Canal 10, que han conformado una etapa de formación dentro de mi vida profesional.

A los compañeros de la Universidad, con quienes transite y compartí mucho durante estos años.

Al Lic. Diego Pérez Llana, mi tutor en esta etapa de investigación y que desde el primer día ha acompañado mi trabajo.

Al Lic. Fabrizio Zotta y Ana Lorenzo, que siempre han estado en el aprendizaje y acompañamiento en el plano universitario.

A los establecimientos educativos y directivos, que abrieron las puertas para que pueda desarrollar las encuestas a los alumnos.

A los adolescentes encuestados, que se formaron parte de la investigación.

A Paula Farfaglia y Josefina Andrello, por solucionar siempre los problemas que se nos presentan desde el plano administrativo o académico en la Universidad.

A la Universidad FASTA y a todos los profesores de la misma, por brindarme una formación profesional, y especialmente, humana.

¡¡¡¡Eternamente gracias!!!!

Resumen

La expresión Generación “Z” refiere a los jóvenes que han crecido rodeados de los nuevos dispositivos tecnológicos. Día a día, ellos los utilizan para comunicarse, formarse y entretenerse. De este modo, representan el segmento más activo en su uso. Los “Z” son ciento por ciento considerados “nativos digitales”, dado que son individuos que nacieron en la era digital y, actualmente, son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad perfeccionada. Cuando utilizamos el término “consumo” al hablar de pantallas, nos estamos refiriendo a temas relacionados con el acceso y el uso. Los adolescentes comprenden el entretenimiento, el ocio, la búsqueda y la información de una manera diferente a comparación de las antiguas generaciones.

Objetivo general: Analizar el consumo de los dispositivos tecnológicos en los adolescentes de 13 a 18 años de la Ciudad de Mar del Plata.

Material y métodos: Trabajo de investigación no experimental, transversal con un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se realiza una encuesta personal a 180 adolescentes que asisten a instituciones educativas de gestión pública y gestión privada. La primera parte de la encuesta está constituida por preguntas sociodemográficas y, la segunda parte, por variables correspondientes al consumo de dispositivos tecnológicos por los adolescentes.

Resultados: El 99% de los encuestados tiene acceso a un teléfono celular y un 98% tiene un televisor dentro de su hogar. El 98% tiene un teléfono celular propio, es decir, sólo tres de los 180 encuestados no poseen este dispositivo. En cuanto a la televisión, un 59% dispone de uno propio. El dispositivo tecnológico que más consumen los adolescentes es el teléfono celular. Seguido a éste, se encuentra Internet. El dispositivo tecnológico menos consumido por los adolescentes es la radio con un 62%. El 51% de los adolescentes encuestados afirma que utiliza los dispositivos en su casa, mientras que el 49% lo utiliza en todos lados. 7 de cada 10 de los adolescentes manifestó que no consume radio durante toda la semana. Casi el 90% consume más de 2hs diarias de celular. El 93% refirieron que utilizan los dispositivos tecnológicos para comunicarse con otras personas. Un 72% refirió que utiliza el celular simultáneamente con internet, 85 alumnos indicaron que lo hacen dentro de su habitación. El 51% de los adolescentes refirió que deja de utilizar los dispositivos tecnológicos después de las 00hs mientras que un 55% deja de utilizarlos entre la franja horaria de las 22hs y las 00hs. Un 58% de los adolescentes afirman que los padres “no prestan atención” mientras ellos están utilizando los dispositivos tecnológicos. Un 78% refirió que los utilizan mientras hacen las tareas y un 71% mientras se alimentan. Más del 50% indicaron que, en simultáneo al uso de dispositivos tecnológicos, se relacionan con otras personas y hacen las tareas del hogar.

Conclusión: Los resultados dan la pauta de que esta Generación “Z” consume una mayor cantidad de tiempo los nuevos dispositivos tecnológicos por sobre los tradicionales. El celular e internet han ocupado el lugar que, en otras generaciones, tenían la radio y la televisión. Cada vez más adolescentes disponen de sus propias pantallas, lo que les permite vivir emancipados dentro de su hogar. A su vez, queda comprobado que los adolescentes no sólo pueden sino que prefieren utilizar varias herramientas tecnológicas al mismo tiempo y realizar distintas actividades cotidianas en simultáneo. Según refieren los adolescentes, sus padres no les prestan atención cuando utilizan los dispositivos.

Palabras claves: Generación “Z”, Nativos “Digitales”, consumo, Dispositivos tecnológicos, adolescentes.

Abstract

The expression Generation "Z" refers to young people who have believed in new technological devices. Day by day, they use them to communicate, train and entertain themselves. In this way, they represent the most active segment in their use. The "Z" are one hundred percent considered "digital natives", since they are individuals who were born in the digital era and, currently, are permanent users of technologies with an improved ability. When we use the term "consumption" when talking about screens, we are referring to issues related to access and use. Adolescents understand entertainment, leisure, search and information in a different way compared to the old generations.

Objective General: Analyze the consumption of technological devices in adolescents from 13 to 18 years of age in the City of Mar del Plata.

Results: 99% of respondents have access to a cell phone and 98% have a television set inside their home. 98% have a cell phone of their own, that is, only three of the 180 respondents do not have this device. As for television, 59% have their own. The technological device that most teenagers consume is the cell phone. Followed by this, the Internet is found. The technological device less consumed by adolescents is the radio with 62%. 51% of the adolescents surveyed affirm that they use the devices in their home, while 49% use it everywhere. 7 out of 10 of the teens said they do not consume radio during the whole week. Almost 90% consumes more than 2 hours a day of cell phone. 93% reported that they use technological devices to communicate with other people. 72% said they use the cell phone simultaneously with the internet, 85 students indicated that they do it inside their room. 51% of adolescents reported that they stop using technological devices after 00hs while 55% stop using them between the time slot of 10pm and 00pm. 58% of adolescents say that parents "do not pay attention" while they are using technology devices. 78% reported that they use them while doing tasks and 71% while they are eating. More than 50% indicated that, in conjunction with the use of technological devices, they interact with other people and do household chores.

Conclusion: The results give the pattern that this Generation "Z" consumes a greater amount of time the new technological devices over the traditional ones. The cell phone and internet have occupied the place that, in other generations, had radio and television. More and more teenagers have their own screens, which allows them to live emancipated inside their home. In turn, it is proven that teenagers not only can but prefer to use several technological tools at the same time and perform different daily activities simultaneously. According to adolescents, their parents do not pay attention when they use the devices.

Keywords: Generation "Z", "Digital" natives, consumption, Technological devices, adolescents.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
<u>CAPITULO I:</u>	
“Medios de Comunicación: Tradicionales y nuevos”	6
<u>CAPÍTULO II:</u>	
“Los nuevos adolescentes: Generación “Z” o Generación Digital”	14
<u>CAPÍTULO III:</u>	
“Generación de consumo”	19
DISEÑO METODOLÓGICO	23
ANÁLISIS DE DATOS	29
CONCLUSIÓN	51
ANEXOS	55
BIBLIOGRAFÍA	61



INTRODUCCION

Desde la aparición de la imprenta hasta la actualidad, las nuevas tecnologías han irrumpido el mundo de las comunicaciones, presentando una nueva posibilidad de abordar la información y entretener a los adolescentes.

En tiempos pasados, la socialización se circunscribía a la familia, la escuela y el grupo de pares, mientras que hoy en día, los medios de comunicación son agentes socializantes de importancia. En este sentido, adquieren especial relevancia los medios audiovisuales en el desarrollo de los televidentes (Téramo, 2006)¹

Los medios de comunicación, como la televisión, la computadora, internet, el celular y videojuegos, ocupan un lugar preponderante en nuestra sociedad. La televisión influye sobre los jóvenes, no sólo les quita tiempo para realizar otras actividades sino que influye en sus comportamientos y actitudes (Aranda, 2005)². En muchos casos, los medios suplantán la práctica de diversas ocupaciones, como por ejemplo las actividades físicas, que serían elaboradas si los jóvenes disminuyeran la frecuencia de exposición a los medios (Aguaded I. , 2000)³.

El mundo de las actuales generaciones se desarrolla en una atmósfera mediática y electrónica que incluye cualquier posibilidad.

En el diario El País, en el año 2002, Umberto Eco recordaba:

“El niño que juega a la guerra de las galaxias en el ordenador usa el móvil como apéndice natural de las trompas de Eustaquio, lanza sus chats a través de Internet, vive en la tecnología y no concibe que pueda haber existido un mundo diferente, un mundo sin ordenadores e incluso sin teléfonos”. (Eco, 2002)⁴

Si bien estas herramientas fueron creadas como tecnologías con el sentido de informar y comunicar, su propio diseño y su accesibilidad es capaz de afectar a la voluntad de autocontrol, lo cual junto con otros factores personales y ambientales, facilita a una conducta adictiva.

¹En este artículo se muestra y evalúa el papel que corresponde a los dispositivos tecnológicos en la configuración de los estilos de vida y modas adolescentes.

²Los impactos, la influencia y los efectos que tiene la televisión en los telespectadores es el objeto de este trabajo que presta especial atención a uno de los aspectos más cuestionados de la televisión.

³Extracto del Paper realizado por Aranda, Ángel Luis Vera en Televisión y Telespectadores.

⁴Es escritor y semiólogo italiano. Este texto publicado en el Diario El País es un amplio resumen de la intervención del autor titulada *-La recepción de la ciencia por parte de la opinión pública y de los medios de comunicación-* en la Conferencia Científica Internacional, celebrada en Roma.

Por otro lado, es importante destacar que los Mass Media⁵ se encuentran fuertemente presentes en todos los ámbitos de la realidad científica, cultural y social, y constituyen un elemento esencial para el funcionamiento dentro de la vida cotidiana.

Como los adolescentes no son individuos netamente pasivos, sino que entienden, seleccionan y utilizan la información que perciben, los hemos tomado como objetos de estudio para realizar la siguiente investigación (Leonhardt, 2008)⁶.

El consumo de los medios de comunicación, sobre todo en referencia al uso de adolescentes, se ha estudiado desde tres puntos de vista, a través del estudio de los efectos, los distintos análisis de contenido y la aproximación socio cognitiva. Todo esto resulta importante ya que se realiza un análisis multifacético de su utilización.

Las etapas de la niñez y de la adolescencia precisan de una atención especial con respecto a sus relaciones con dichas herramientas, sobre todo porque forman parte de un entramado muy susceptible al momento y al entorno social en el que están inmersos y también porque estos individuos han crecido a la par de estas tecnologías (Montserrat Castellana Rosell, 2007)⁷. Ellos, atraídos por Internet, el celular, los videojuegos y la adelantada televisión, han encontrado en estos métodos un medio extraordinario e innovador para relacionarse, comunicarse, aprender, satisfacer de su curiosidad, ocio y, por sobretodo, encontrar diversión. Poco a poco, esto conlleva que se conviertan en un elemento importante e imprescindible en sus vidas.

Partiendo de todas estas consideraciones nuestra investigación se encargará de explorar el lugar que ocupan los medios de comunicación en los adolescentes. A su vez, lo relacionaremos con las variables: qué, cómo y cuánto período consumen dichas herramientas; sus preferencias; quién elige la programación; por qué las utilizan; para qué las utilizan; en dónde; si realizan más de dos actividades al mismo tiempo y a qué lo atribuyen (Rodríguez Escámez, 2005)⁸.

Ante lo expuesto, presentamos el problema de investigación:

⁵El término mass-media, medios de comunicación de masa, indica los instrumentos que permiten una difusión colectiva de contenidos del mismo tenor a los individuos y a los diversos grupos que componen la sociedad.

⁶ El presente artículo trata de abordar la complejidad de la influencia del visionado televisivo en el proceso de socialización de la infancia.

⁷ Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) generan profundos cambios en nuestra sociedad. Como esta influencia es especialmente notable en los adolescentes, se hace imprescindible describir posibles desadaptaciones para evaluar el impacto en el desarrollo psicosocial, concretamente en el proceso de socialización y adquisición de la identidad personal.

⁸En este trabajo se indagó los hábitos televisivos de jóvenes comprendidos entre 11 y 16 años. La televisión influye en todas las edades, pero de manera especial en los niños y adolescentes.

¿Cómo es el consumo de los dispositivos tecnológicos de los adolescentes marplatenses de 13 a 18 años?

En esta investigación, el objetivo general pretende:

- Analizar el consumo de los dispositivos tecnológicos en los adolescentes de 13 a 18 años de la Ciudad de Mar del Plata.

Con respecto a los objetivos específicos, se pueden nombrar los siguientes:

- Establecer los dispositivos tecnológicos que tienen los adolescentes.
- Identificar los dispositivos tecnológicos más consumidos y su frecuencia de uso.
- Indicar el lugar donde los adolescentes utilizan los diferentes dispositivos.
- Determinar el uso que hacen los adolescentes de los dispositivos tecnológicos.
- Indicar si el consumo de dispositivos se da de manera individual o grupal.
- Establecer la existencia o no de restricciones parentales al uso de dispositivos
- Establecer la simultaneidad del uso de dispositivos y actividades cotidianas.

Cada problema de investigación debe ir acompañado de una hipótesis que trate de resolverlo (Hernandez Sampieri, Roberto, 2003). Como hipótesis se plantea que el Celular e Internet son los medios de comunicación más consumidos por los adolescentes de 13 a 18 años de los establecimientos educativos y centro deportivos - recreativos de la ciudad de Mar del Plata.

An illustration showing five hands holding various communication tools. From left to right: a hand holds a microphone with a blue top and a brown base; a hand holds a spiral-bound notepad with a red cover; a hand holds a white pen with a green tip; a hand holds a grey mobile phone with a screen showing two circular icons; and a hand holds a blue megaphone with a white number '1' on its side. The tools are arranged along a curved white path that borders a large red banner at the bottom.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES Y NUEVOS

En la actualidad, los adolescentes viven en un mundo que se presenta de manera muy cambiante, dónde se producen grandes evoluciones y en el que deben acomodarse a las variaciones que atraviesa la sociedad a través de las nuevas tecnologías. Dentro de este marco no es extraño que, entre las preferencias de consumo, estén las novedades tecnológicas. Estas han permitido que el conocimiento sea el proceso central en la economía de un mundo definitivamente globalizado y consumista, produciendo una modificación en los hábitos, costumbres y actitudes.

El mundo contemporáneo no se puede comprender en su totalidad si no lo insertamos directamente dentro de la revolución científica y tecnológica que se está viviendo. Las innovaciones técnicas cada vez son más sorprendentes, la aparición de nuevos equipos en los hogares, la inserción de mejoras sistemáticas dentro de los ámbitos laborales y las diferentes máquinas en todos los órdenes de la vida, sumado al aumento en el tiempo de ocio de las personas, han establecido que este suceso comunicativo sea notorio y significativo. (Aguaded J. I., 2012)

Desde finales del siglo pasado la oferta mediática y tecnológica de la que disponen adolescentes se ha ido enriqueciendo: a los medios considerados “tradicionales”, como pueden ser la televisión, la radio, el cine, las publicaciones y las revistas, hay que añadirles nuevas tecnologías como los videojuegos, la computadora, Internet y los teléfonos celulares. Estas tecnologías ofrecen al usuario múltiples posibilidades y, si son empleadas adecuadamente, pueden reportar múltiples beneficios (Bringué Sala, 2009). Es por ello que los “medios tradicionales” son considerados como fríos, unidireccionales, dado que el receptor no tiene capacidad de respuesta y en los que se carece de interactividad. Mientras que los nuevos medios o “self-media” como son denominados, son considerados como medios calientes, de contacto directo, de manipulación activa, de interactividad y bidireccionalidad que llevan a una mayor atracción de los jóvenes. (De Bofarull, 2005)

En este sentido, los “medios tradicionales” tienen la función de informar a la gente y reflejar la sociedad actual; entretener y educar ya que da referentes éticos y pautas de conducta; a su vez, estos transmiten mensajes significativos de manera simultánea a muchos receptores que no son conocidos por el emisor. Por otra parte, a los “nuevos medios” se les atribuyen una mayor cantidad de funciones debido a la evolución que han tenido: virtualidad, inmediatez, hibridación multimedia, interactividad, posibilidad de auto comunicación de masas, velocidad en la ejecución de tareas y especialización en el proceso de comunicación.

El escenario en el que se produce la comunicación se ha ido modificando debido a la rápida multiplicación de “pantallas” que han surgido en los últimos años. Este se trata de un proceso de adopción que va desde la aparición del televisor, la primera pantalla universalmente adoptada en el hogar hasta las más recientes pantallas de los videojuegos, la computadora, Internet, y el teléfono celular (Bringué Sala, Xavier; Sádaba Chalezquer, Charo; Artopoulos, Alejandro, 2014)¹. De esta manera, nuestra investigación se abocará sobre estas herramientas tecnológicas que ya han sido materia de desarrollo en diferentes trabajos y por diversos especialistas.

En este sentido, no podemos dejar de adentrarnos en los estudios e ideas presentadas por Marshall McLuhan² durante los años sesenta, que han sido de relativa importancia para los fenómenos que se están produciendo en la actualidad considerándolo así, uno de los teóricos socio-culturales con más talento del siglo XX.

Mc Luhan (1962) reflexionó sobre los medios de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación en términos de extensiones de los seres humanos. Para este autor, el mundo se está transformando muy rápido con el cambio de las tecnologías de la comunicación y por este motivo se está alterando la sensibilidad y la conciencia de la Humanidad. Afirma que cada medio hace participar de manera diferente al receptor en la comunicación y este no es solo un mensaje, sino también un «masaje», que presiona sobre nosotros, manipulándonos y modificando nuestra manera de ser.

Las nuevas tecnologías adquieren un poder hipnótico, al potenciar un componente sensorial y anestesiar los restantes sentidos. Cuando se introduce una tecnología y se le da nueva importancia o ascendencia a uno de los sentidos, el equilibrio o proporción entre ellos queda alterada y se genera una obsesiva identificación del observador con la nueva forma tecnológica. Esta conformación sonambulística del observador a la nueva estructura hace a aquellos más profundamente inmersos en una revolución tanto menos conscientes de su dinámica. (McLuhan, 1962)

¹La investigación se realizó entre septiembre de 2007 y marzo de 2008 encuestó a niños y a adolescentes, entre 6 y 18 años, en ámbitos urbanos de Argentina, constituyéndose en una de las investigaciones más ambiciosas realizadas en el país hasta el momento sobre estos temas, y otorgando una visión de cómo los adolescentes utilizan las pantallas.

²Profesor de literatura inglesa, crítica literaria y teoría de la comunicación, es reconocido como uno de los fundadores de los estudios sobre los medios, y ha pasado a la posteridad como uno de los grandes visionarios de la presente y futura sociedad de la información.

Con la presencia de estas nuevas herramientas tecnológicas, los jóvenes han encontrado una mayor participación, no solo por encontrarse de manera más activa, sino por la interactividad que han logrado gracias a la computadora, internet, los celulares, videojuegos y también la televisión que ha mostrado rasgos de evolución. Si bien, la antigua televisión no permitía una gran reciprocidad, captó la atención de los menores.

Sin dudas, la televisión forma gran parte de la vida de las personas, ha logrado tener una convivencia y subsistencia a pesar del apareamiento de los nuevos medios de comunicación, donde los adolescentes le dedican un gran volumen de horas diarias; una reducción de horas dedicadas a otras actividades, tanto escolares como extra-escolares, por el tiempo que pasan delante de la pantalla chica, así como también la reducción de la comunicación interpersonal, generando un gran impacto por ser un medio al que todos tenemos acceso y con el que coexistimos a diario. (Levine, 1997)

A partir de la segunda mitad del siglo XX, la televisión fue la primera gran ventana al mundo en la que niños y adolescentes empezaron a percibir distintas realidades insospechadas hasta ese momento. Esta pantalla ha generado que conozcan otros mundos, reales o ficticios, que reciban información de fácil comprensión, un complemento para su formación y educación, además de servir como entretenimiento. Este medio fue creador de grandes expectativas frente a los efectos positivos que tendría en estas edades. La televisión, forma parte de la socialización primaria y secundaria, ya que convive desde el primer momento con los niños y adolescentes en el contexto familiar. Además le ofrece una visión panorámica, no experiencial de la realidad, asimilando como propios los contenidos que se emiten. (Leonhardt, 2008)

Sin dudas la televisión ocupa un lugar preponderante desde temprana edad y por ello, Sherman en 1996 afirma:

“La relación de los niños con la televisión está siendo determinada por su disponibilidad de tiempo libre, una aproximación no selectiva en su programa elegido y una escasa implicación con lo que ven. Estas pautas pueden cambiar en la medida en que las telecomunicaciones y otros dispositivos multimedia (canales musicales, juegos de ordenador, consolas) están cada vez más dirigidos a los niños y a los jóvenes como nuevos consumidores con poder adquisitivo y que prefieren tener su propio equipamiento antes que compartir el familiar”. (Sherman, 1996)

La radio es la tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación (de su frecuencia o amplitud) de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse a través del vacío.

A este medio tradicional que tuvo sus inicios a principios del siglo pasado, y que hoy le está costando encontrar su espacio entre los jóvenes, tuvo que adaptarse a la era digital y sus nuevos formatos. En este sentido Montiel Rodríguez afirma:

“Los usuarios están deseosos de que los medios tradicionales interactúen con ellos y que sean capaces de crear productos dinámicos adecuados al contexto complejo en el cual están inmersos (...). Se erige la pertinencia de una radio dual, multifacética que sea capaz, por un lado, de abarcar el área de servicio e interacción y, por el otro, de seguir cubriendo con las funciones de la radio de los orígenes, un medio referencial” (Montiel Rodríguez, 2011)

La radio de hoy está en internet, en el celular, en el transistor convencional, en la televisión digital y en los pequeños soportes de reproducción que llevan consigo las nuevas generaciones en sus bolsillos. Ya no es sólo voz o música, si no que combina información sobre lo que escuchamos, etiqueta sus contenidos, se presenta en audioblogs - radioblogs, se distribuye online y se comparte a través de las redes sociales (mensajes individuales, agregadores de audio, etc.). Está en plena transición del modelo 2.0 al 3.0 o radio semántica, se caracteriza por un incremento de los servicios al oyente, donde cobran importancia la cultura del *software* libre, los modelos de programación ligera, la gestión de bases de datos y el protagonismo del individuo que ahora controla el espacio-tiempo creado virtualmente por la socialización de internet.

Otro de los medios que ha crecido desde su aparición, han sido los videojuegos. Estos representan una forma de entretenimiento que hasta el día de hoy no ha dejado de crecer como industria y se estableció como un negocio para sus fabricantes. Tanto niños como adolescentes juegan a los videojuegos en sus diferentes formas y tipos.

Este es uno de los dispositivos más innovadores en los últimos veinte años. Hoy en día, aún se encuentra en pleno desarrollo y proceso de construcción. Sin lugar a dudas, ha generado diversas polémicas desde sus inicios y aparece como un dispositivo capaz de preparar a los sujetos que los juegan hacia las nuevas tecnologías que se vuelven cada vez más habituales en la sociedad. Su composición

permite un acercamiento con estas nuevas tecnologías, su diseño interno relaciona características de distintos artefactos de comunicación dentro de un solo soporte brindando así una experiencia enriquecedora con respecto a la apropiación de nuevos mecanismos electrónicos y aplicaciones digitales. (Cuenca, 2013)³

Hay diversas motivaciones que llevan a los adolescentes a incursionar en este ámbito, debido a que es un espacio donde se sumergen a vivir nuevas aventuras en primera persona, poniendo en práctica diferentes estrategias para poder desempeñar las distintas misiones o retos que se le presentan en un entorno virtual sin consecuencias con la vida real, que tiene como principal relación la informática, la tecnología y la novedad, además de ser cómodos y accesibles. Para los jóvenes que se adentran en este mundo, son emocionalmente estimulantes debido a su intensidad y su rapidez por la capacidad de auto-superación constante. (Castellana M. S.-C., 2006)

A su vez, esta forma de comunicación, ha sido visto con desconfianza desde hace más de veinte años. Al ser una herramienta que provoca la interacción y conexión de los adolescentes a través de diferentes aparatos que se conectan a una pantalla, provocan una conducta muchas veces impulsiva, agresiva y egoísta de los usuario que más tiempo le brindan. El tiempo de juego también es un factor que incide porque va en detrimento del tiempo que se le dedica al estudio o a otras actividades de ocio más positivas. Y por último, estos generan una atracción que vuelve adictiva esta herramienta.

La computadora e internet ofrecen indiscutibles beneficios a niños y adolescentes. Además de ser utilizados como medios que sirven para el entretenimiento y el ocio, estos funcionan como herramientas en la búsqueda de información en las tareas escolares, ofrecen información general o específica y una mayor relación interpersonal. Estos medios permiten la conexión con amigos y familiares además de la oportunidad de generar nuevos vínculos. A través de la red, los adolescentes tratan de mejorar sus rendimientos académicos poniéndose en contacto con sus compañeros de estudio o profesores. Por otra parte, también hay factores que pueden incidir a la hora de la utilización de estas nuevas tecnologías. Muchas veces se recibe información de manera imprecisa o falta y el acceso a

³Licenciado en Comunicación y Cultura; Maestrante en Comunicación. Institución de procedencia: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, U.N.A.M. El trabajo muestra un panorama a propósito del empleo de los juegos digitales de video para el replanteamiento de determinados esquemas sociales y normas culturales que existen en la vida fuera de pantalla.

contenidos puede resultar inadecuado o perjudicial para los adolescentes. La cantidad de tiempo que el adolescente pasa frente a la computadora es inversamente proporcional al ejercicio físico que éste realiza. El uso de esta tecnología tiende a volver sedentario al individuo que lo realiza por prolongados períodos sentado delante de la computadora navegando por internet.

En cuanto a los fines de los medios de comunicación, Mendez expresa:

“Los medios de comunicación juegan un papel importante en la vida cotidiana de las personas, pues además de transmitir información, entretener o educar, en algunos casos, ponen de manifiesto la forma de ser, vivir y entender la vida de la sociedad de hoy. Esta situación facilita al ser humano su adaptación al entorno que le rodea, permitiéndole expresarse de forma libre y espontánea. A la vez potencia la socialización de los más jóvenes de la familia, pudiendo de este modo poner en contacto a varias personas dentro y fuera de sus fronteras geográficas de movimiento” (Mendez, 2001)

Por último, en las últimas décadas, los celulares se han convertido en el principal exponente dentro de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías que han surgido. El auge de los teléfonos móviles, es un hecho que ha sido ampliamente constatado, alcanzando un porcentaje significativo de la sociedad replicándose, tanto en países desarrollados como también en regiones subdesarrolladas. Esta herramienta de comunicación, ha tenido una rápida expansión en las zonas menos desarrolladas, gracias a la mayor simplicidad requerida en infraestructura que tienen en comparación con la propia telefonía fija.

Los teléfonos celulares han implicado un cambio en la vida de los jóvenes y adolescentes, provocando un rápido y extenso acceso, generando una influencia nunca antes vista en la vida. Por un lado podemos decir, que el éxito que generan los teléfonos móviles tiene que ver con la socialización de los menores, ya que reduce de alguna manera la soledad y por otra parte la ansiedad. Mientras que las desventajas que esta herramienta provoca en el uso practicado por los jóvenes y adolescentes se ejemplifica en dos. La primera tiene que ver con una nueva forma de escritura a través de los mensajes que escriben, volviéndose mucho más sintética y empobreciendo de esa manera su propio lenguaje; y en segundo lugar, porque generan un manejo más lúdico y de ocio. (Garitaonandia, 2004)

Los celulares se han consolidado como una herramienta preponderante para las nuevas generaciones, debido a su alto grado de interacción con otras personas y las múltiples tareas que permiten desarrollar al mismo tiempo, por eso es considerada

como una pantalla difícil de apagar por los adolescentes. Sin dudas, es una excelente forma de comunicación con sus pares y familiares y de obtener ayuda ante una emergencia, además de recibir información si existe conexión con la red. Puede ser utilizado como instrumento de ocio y entretenimiento, usando videojuegos o escuchando música.

Los adolescentes tienden a pensar que los aparatos que manejan con más asiduidad como la televisión, videojuegos, computadora, internet, excepto el teléfono, sólo tienen una versión lúdica, aunque muchas veces se le encuentran un uso escolar. Ese componente lúdico que le encuentran los jóvenes a los diferentes equipos tecnológicos hace que sean vistos en distintos sentidos según Garitaonandia (2004). Primero, por la posibilidad de usarlos en compañía de amigos, hermanos, padres o parientes hace que tengan que relacionarse con ellos, aprendiendo a comportarse y a interactuar, en definitiva incide fuertemente en la socialización. Segundo, los aparatos y sus funciones son tema de conversación entre los jóvenes.

Por ello, para culminar este capítulo hay que precisar que estos nuevos jóvenes ya nacen con estas herramientas de comunicación adaptadas a su forma de vida diaria y se convierten en grandes usuarios rápidamente, concibiendo en muchas ocasiones el temor o miedo de los adultos, padres y educadores porque se sienten superados por la facilidad con que manejan estas nuevas tecnologías y los peligros a los que están sometidos (Sádaba & Naval, 2005). Estos adolescentes, no utilizan únicamente los medios de comunicación como instrumento de estudio, información, formación y discusión sino también como ocio, diversión y relación entre sus pares. Para no seguir avanzando sobre este tema, en el próximo segmento hablaremos sobre esta generación netamente interactiva y digital.

En los últimos tiempos ha surgido la necesidad de clasificar a las generaciones de seres humanos según los periodos sociales, históricos y tecnológicos que han condicionado sus ambientes, posibilidades de crecimiento y desarrollo. Para nuestra investigación resulta esencial poder definir a estos adolescentes que están inmersos en un nuevo espectro comunicativo y tecnológico.

De esta forma nacen las siguientes clasificaciones: la generación “X”, que abarca a los nacidos entre los años 70 y 85; la generación “Y”, que incluye a los nacidos en la década de los ochenta y principios de los noventa; y la actual, la generación “Z”, que comprende a los nacidos entre principios de los años noventa y el año 2004/2005 aproximadamente (Ensinck, 2013)¹.

La Generación “Z”, también llamada Nativos Digitales, “N-GEN” o Generación en Red, D-GEN o Generación Digital, designa a los jóvenes que han crecido rodeados de nuevos medios, que los utilizan en su día a día para comunicarse, formarse, entretenerse y que representan el segmento más activo en su uso. Esta generación resulta esencial en nuestra investigación, dado que abarca el rango etario que nosotros pretendemos analizar.

Los “Z” son ciento por ciento “nativos digitales”, expresión concebida Prensky (2001) que los define como aquellos individuos que nacieron en la era digital y son usuarios permanentes de las tecnologías con una habilidad perfeccionada. No conciben la posibilidad de un mundo sin conexión ni respuestas al alcance de un clic, se sienten atraídos por las nuevas tecnologías ya que con ellas satisfacen necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información e, incluso, formación. Estos jóvenes han sido criados en un entorno cambiante y en constante transformación, con innumerables avances tecnológicos, nuevos medios de comunicación, multiplicidad de productos, y formas de consumo, acceso ilimitado a información y contenidos. Enfocan el trabajo, el aprendizaje y los juegos de manera diferente, ya que captan rápidamente la información multimedia de imágenes y videos, igual o mejor que si fuera texto; consumen datos de múltiples fuentes; y esperan respuestas instantáneas.

Por su parte, esta es una generación que presenta la particularidad de cohabitar con diversos dispositivos, lo que se denomina un “usuario multipantalla”, y por ello, son estudiados desde el punto de vista psicológico, sociológico y comunicacional. Estos jóvenes, tienen la facilidad de personalizar las diferentes pantallas con las que

¹ <http://www.lanacion.com.ar/1547175-generacion-z-la-vida-a-traves-de-una-pantalla>.

conviven a diario y reflejan su interés con que utilizan los medios de comunicación. De esta manera, los usuarios se apropian de los medios y viven conectados a través de las diversas pantallas que sirven como intermediario entre los contenidos y la interfaz que se da entre el mundo físico y el virtual (Ferrandiz Arjona, 2015). Esta relación que existe se podría definir a partir de cinco dimensiones: comunicar, conocer, compartir, divertirse y consumir.

En este sentido Bringué Sala (2009)² precisa:

“Esta generación es una “generación precoz”, una “generación móvil”, una “generación autónoma” y una “generación multitarea”. Se trata, así, de una “generación precoz” porque antes de cumplir los 10 años integran todas las pantallas en sus vidas de una forma intensiva. Se describe como una generación móvil por la penetración de este dispositivo, que hace que se configure como la pantalla en mayúsculas de esta generación. Los define como una “generación autónoma” porque es de manera autodidacta que incorpora la tecnología en sus vidas. Y una “generación multitarea” que se explica a través de la capacidad de tener accesible al móvil mientras se estudia o estar conectado con la computadora mientras se mira la tele, o se mira la tele mientras se está en familia”.

Estas nuevas generaciones se encuentran inmersas en el avance tecnológico como lo define la Licenciada en Periodismo y Comunicaciones, Maria Gabriela Ensinck

“La radio, como dispositivo rupturista, tardó 38 años en llegar a 50 millones de usuarios. A la TV le bastaron sólo 13 para alcanzar esa misma masividad. La Web estuvo al alcance de 50 millones de usuarios en solamente cuatro años, mientras que el iPod lo hizo en tres, y Facebook, en dos.” (Ensinck, 2013)

Por su parte, Prensky en el año 2001 señaló:

“Los nativos digitales juegan de un modo distinto, y su concepción del juego cambia: ya no sólo tiene un carácter lúdico, sino también eminentemente social. Niñas y niños de edades cada vez más tempranas se acercan a la pantalla del computador con la misma curiosidad con que se asoman al mundo real, ya sea para jugar, navegar, descargar música o ‘chatear’ con los amigos”. (Prensky, 2001)

Por ello, sabiendo que la adolescencia es una parte fundamental dentro de la vida de las personas y concuerda con un aspecto trascendental de nuestra investigación, pretendimos definirla:

² Datos suministrados dentro de la investigación “Generación interactiva”.

“La adolescencia es un fenómeno psicológico, biológico, social y cultural. Es el periodo donde el individuo se desarrolla hacia la adquisición de la madurez psicológica a partir de construir su identidad personal”. (Castellana M. , 2005)

Es un periodo de aprendizaje que se prolonga en el tiempo para la adquisición de los cada vez más complejos conocimientos y estrategias para afrontar la edad adulta. Se da como una creación de la modernidad, de la sociedad industrializada que ha generado esa posibilidad de educación prolongada, hecho que siglos atrás no ocurría. Este aprendizaje que se produce en el adolescente, presenta como problema principal que se desarrolla lejos del mundo de los adultos, debido a que no comparten con ellos sus costumbres.

Dentro de su desarrollo se puede remarcar que la tarea principal de la adolescencia es la búsqueda de la estabilidad de su identidad personal. Es así, que algunos jóvenes lo logran asimilando los valores de su ambiente y comportándose de acuerdo con ello (Esquivó Morales, 2005).

De la mano del auge de las nuevas tecnologías, la familia comenzó a tomar un papel importante de control sobre la acción y desarrollo, ya que como medio son los encargados de transmitir mensajes los cuales se deben tener en cuenta, valorando conscientemente su contenido y forma de transmisión.

Los adolescentes adentrados en el ambiente de las nuevas herramientas de comunicación son los principales consumidores que le dedican una mayor cantidad de tiempo y recursos para su acceso. Para las nuevas generaciones, la mayoría de los medios ya han existido desde su nacimiento y les permiten la manera de utilizarlos. A través de la interacción con las nuevas tecnologías, los jóvenes están en un mundo distinto, ya que no cuentan con las limitaciones del mundo “real”, donde se oculta la vergüenza y surgen las intimidades de su mundo interno Fiel (2001). Estamos frente a otro tipo de adolescente, uno que es diferente al que se encontraba en la sociedad anterior, un adolescente que interactúa con los medios informáticos desde que comienza a vivir, un adolescente que encontró en los nuevos equipamientos tecnológicos una utilización de entretenimiento y de juego.

En este sentido, podemos decir que los medios de comunicación cumplen una función socializadora dentro de los adolescentes. La socialización es el proceso mediante el cual el ser humano aprende, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medioambiente, donde los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, y

se adapta así al entorno social. Este término se ha ido introduciendo hacia la consideración activa que tiene el sujeto en dicho proceso que ocupa.

Según Leonhardt (2008) se entiende como un proceso bidireccional, dado que el agente social es al mismo tiempo una construcción social y construye la sociedad, es decir que es un agente de su propia realidad. Por ello, los adolescentes no son receptores pasivos, incompletos; por el contrario, son participantes activos en el proceso de socialización en que interactúan con las personas implicadas como ahora la familia, la escuela, los iguales, pero también los medios de comunicación e información.

El modo de entender y experimentar el espacio y tiempo se ha ido modificando por las nuevas herramientas de comunicación que han emergido. Según Pindado (2003)³, en la actualidad el niño se desarrolla en un mundo que está inmerso por una dialéctica entre lo local y lo global, entre un microcosmos familiar y un macrocosmos universal, del que se enriquece de nuevas experiencias. Estas experiencias recibidas son acercadas a través de los medios de comunicación que cumplen un papel importante en la socialización, a pesar de que la familia, la escuela, los pares y el entorno social funcionen como agentes socializantes directos.

Para finalizar este capítulo, si bien ya hemos dicho en otra oportunidad, que esta es una generación que nace inserta en el mundo tecnológico, que crecen con Internet, teléfonos móviles, computadoras portátiles y otros dispositivos electrónicos, estos crean un mercado diferente que competirá con los padres, universidades y posteriormente, empresas para poder captar su atención. Por ello, estos nuevos adolescentes son netamente digitales y precisan de estas herramientas para poder llevar adelante sus actividades cotidianas. (Di Lucca, 2013)⁴

³Julián Pindado es doctor en Comunicación Audiovisual y profesor de la Universidad de Málaga. Es investigador sobre las relaciones de jóvenes y adolescentes con los medios de comunicación y autor de diversos artículos y colaboraciones.

⁴El presente trabajo de investigación se centra en estudiar a cerca de los comportamientos actitudinales: sociales, educacionales y perspectivas frente al futuro académico de la generación Z.



GENERACIÓN DE CONSUMO

Con la aparición de las nuevas tecnologías se debe tener en cuenta un sin número de medios para investigar y la interacción que estos tienen con sus consumidores. Cuando utilizamos el término “consumo” al hablar de pantallas, nos estamos refiriendo a temas relacionados con el acceso y el uso. Los adolescentes comprenden el entretenimiento, el ocio, la búsqueda y la información de una manera diferente a comparación de las antiguas generaciones, logrando adaptarse a la evolución de los nuevos medios e integrando aquellos aparatos multimedia que habían surgido con anterioridad.

El uso de los medios de comunicación por parte de los jóvenes no ocurre en un entorno social aislado. Como remarcamos en otras oportunidades, la familia, los amigos/as y la escuela son factores que inciden en la socialización de los jóvenes y en su aprendizaje sobre un uso correcto de las herramientas tecnológicas. Las relaciones personales en el “mundo virtual” pueden diferir según su intensidad y potenciar la dimensión social del individuo o, por el contrario, dificultarla. Un claro ejemplo lo encontramos en la elevada capacidad que tiene Internet para favorecer el enriquecimiento interpersonal mediante el contacto con otras personas en los chats y, a su vez, el peligro que supone el uso de estos medios como actividad que pueda sustituir otras formas de comunicación presencial de la vida real como son los amigos/as o la familia. (Cerrato Malo, 2006)

En este sentido, en Argentina, el Indec¹ desarrolló en el año 2015 una encuesta nacional sobre el acceso y uso de nuevas herramientas tecnológicas que arrojó los siguientes resultados: la televisión (97,7%) sigue siendo el medio con mayor presencia en los hogares, seguido por la telefonía móvil (89,6%), mientras que el 67% tiene acceso a computadora y un 61, 8% a Internet. Por otra parte, cabe señalar que en nuestro país utilizan la computadora e internet 7 de cada 10 personas y 8 de cada 10 emplean el celular (Censos, 2015)².

Otra investigación que nos sirve para tomar de antecedentes es la que llevó adelante el Estudio General de Medios de la AIMC³, que arrojaron los siguientes datos: la penetración de la televisión en los hogares sigue siendo del 88,6% mientras que el uso de internet es del 69,3%. También muestran, estos estudios cuantitativos,

¹Instituto Nacional de Estadística y Censos.

²La ENTIC se administró a 3.804 hogares, pertenecientes a una muestra probabilística de viviendas particulares en los 31 aglomerados urbanos relevados por la Encuesta Permanente de Hogares (EPH). Este conjunto de aglomerados cuentan con más de 26,8 millones de personas. La ENTIC 2015 se administró a personas de 5 años y más, por lo cual su representación alcanza a 8,4 millones de hogares y más de 24,7 millones de personas de dichas edades.

³Asociación para la investigación de medios de comunicación.

el continuo incremento del uso de Internet: Se accede desde el móvil en un 85,5%, desde el celular en un 77,7% y desde Tablet en un 43%. Así mismo se incrementan las actividades y servicios utilizados en relación a esta tipología de contenidos entre las que se encuentra el visionado de programas televisivos en general (en un 41,8% de usuarios) como detalla la 16ª encuesta Navegantes en la Red de la AIMC. Estos usuarios consultados responden en un 62,1% que ha disminuido su tiempo dedicado a la televisión tradicional por utilizar Internet (AIMC, 2013)⁴

En la sociedad de los avances tecnológicos, las características de la interacción social se están transformando; es decir, gracias a la aparición de los nuevos medios están desarrollándose múltiples formas de interacción entre las personas de manera virtual y sin necesidad de tener a la persona físicamente presente, a través de Internet, los chats, el correo electrónico, el celular, etc.

Por este motivo, es importante saber que el consumo y la interpretación no solamente están condicionados por los contenidos, sino por la manera en que los jóvenes reciben la información y procesan. Las actividades cada vez se vuelven más frecuentes, desde conectarse a Internet para hablar con los amigos, poder mirar una serie de televisión con la familia o de manera solitaria en tiempo real y después salir a bailar. (Andrés, 2007)

Durante la infancia y la adolescencia aumentan las actividades de ocio y el uso de las redes sociales, siendo muy frecuente en estas edades chatear⁵, visitar un perfil social, usar el correo electrónico y descargar música o películas. Las generaciones anteriores han estado relacionadas durante muchos años con una sola pantalla, la televisión, o también utilizando otro medio tradicional como la radio. Ahora esto ha cambiado y se añadieron los videojuegos y en los últimos tiempos se ha sumado, la computadora con acceso a internet y los celulares. En los últimos años, las redes sociales, después de una etapa inicial en que la mensajería instantánea y los chats iniciaron la comunicación directa a través de la tecnología aparecieron para combinarse con estas herramientas y ser un agregado más para el ocio y entretenimiento.

Actualmente, estas herramientas de comunicación han enriquecido y mejorado la posibilidad del ocio, la utilización del tiempo libre siempre y cuando no se conviertan

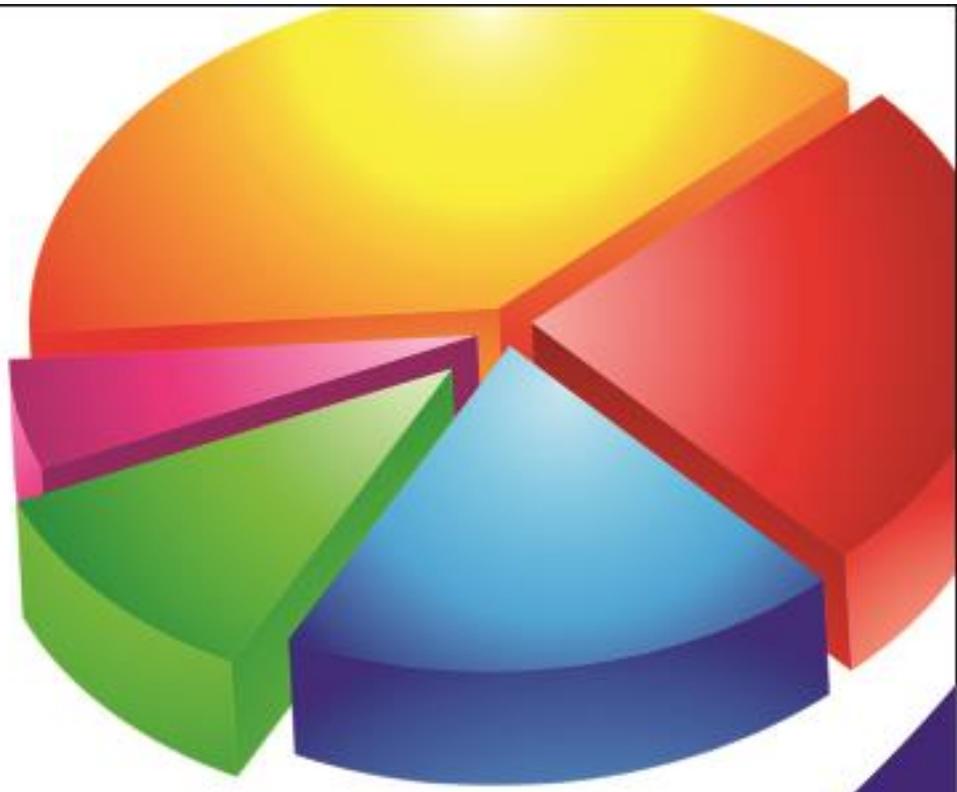
⁴Usuarios de internet que visitan sitios web españoles. Encuesta realizada a 25.000 personas.

⁵Chatear viene del verbo chat, en español charla o tele conferencia, y se considera como un anglicismo que describe la conversación electrónica en tiempo real de manera instantáneamente entre dos o más personas a través de Internet.

en la única manera de pasar el tiempo anulando otras actividades ya sean de índole físico, lúdicas, sociales o creativas.

Así como ha sucedido con la televisión, las nuevas herramientas de comunicación y tecnología también influyen en su proceso de socialización. Los jóvenes y adolescentes viven y crecen en un entorno digital desconocido anteriormente. Estos medios de comunicación crean una nueva dimensión comunicativa que amplía considerablemente su campo social, por ejemplo, permite a los jóvenes y también a los adultos, participar en conversaciones con los iguales situados a miles de kilómetros de distancia o estar en permanente conexión con su entorno. (Cerrato Malo, 2006)

Si las nuevas tecnologías plantean múltiples incertidumbres respecto a los riesgos y las oportunidades que ofrecen al usuario, la situación se agrava en el caso de los niños y los adolescentes: en primer lugar, porque requieren de la mediación y protección de diversos agentes como lo son los padres, educadores, instituciones públicas y en segundo lugar porque, a menudo, estos agentes no disponen de los conocimientos o herramientas suficientes para ejercer dicho papel. Retomando a la clasificación de nativos digitales e inmigrantes, se puede justificar esta afirmación determinando que en muchas oportunidades, los agentes encargados de la vigilancia y protección de adolescentes frente a los medios de comunicación no están capacitados para poder desarrollar su labor por ser inmigrantes de estas herramientas tecnológicas.



DISEÑO METODOLÓGICO

Este trabajo busca analizar el consumo de los medios de comunicación de los adolescentes de 13 a 18 años en Mar del Plata, es por esto que es considerada como una investigación de tipo descriptiva.

Los estudios descriptivos buscan especificar y medir las propiedades importantes del objeto sometido al análisis (Hernandez Sampieri, Roberto, 2003)²¹, esto es, decir cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno.

Se trata de una investigación no experimental, ya que existe imposibilidad de asignar aleatoriamente a los sujetos a condiciones específicas y de manipular las variables independientes. Sobre estas variables no puede influir porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. Es decir, consiste en la observación y descripción de ciertos fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, no provocados intencionalmente por el investigador.

También es un diseño de investigación transversal, pues va a ser medido el nivel de ciertas variables en un momento determinado, sin involucrar el seguimiento de éstas en el tiempo. En esta investigación no hay una asignación al azar de los sujetos, sino que, al momento de la recolección de datos, éstos ya pertenecen a un grupo o nivel determinado de la variable a considerar. Lo que se hace, entonces, es analizar y sacar conclusiones de la información que se recolecta de características preexistentes.

El universo corresponde a institutos educativos y centros deportivos - recreativos de la ciudad de Mar del Plata. Estableciéndose criterios de inclusión y exclusión. A continuación, están expresados los siguientes:

La población a la que referimos son los adolescentes comprendidos entre el rango etario de 13 a 18 años de la ciudad de Mar del Plata. La unidad de análisis es cada uno de los adolescentes comprendidos en el rango etario de 13 a 18 años de la ciudad de Mar del Plata.

Criterios de inclusión

- Mayores de 13 y menores de 18 años al momento de estudio.
- Pertenecientes a institutos educativos ubicados en la ciudad de Mar del Plata.
- Pertenecientes a ámbitos deportivos recreativos ubicados en la ciudad de Mar del Plata.

²¹Es científico innovador e investigador reconocido en Iberoamericana, pues ha creado múltiples sistemas y escalas de medición.

Criterios de exclusión

- Ausentes al momento de realizada la encuesta.
- Con discapacidades mentales o dificultad de lecto-escritura.

El tipo de muestreo es no probabilístico, por conveniencia, ya que se va a realizar una elección de la muestra por métodos no aleatorios cuyas características son similares a la de la población objetivo. La representatividad la determina el investigador de modo subjetivo porque son los sujetos que tiene disponible para investigar y es por eso que no se puede cuantificar la representatividad de la muestra.

Esta investigación cuenta con las siguientes variables.

- Edad:
 - *Definición conceptual:* Tiempo de existencia transcurrido desde el nacimiento hasta el momento actual del estudio.
 - *Definición operacional:* Tiempo de existencia desde el nacimiento hasta el momento de estudio de los adolescentes encuestados. Variable medida en años a través de una encuesta autocompletada por el adolescente.
 - *Tipo de variable:* Cuantitativa – Continua
- Sexo:
 - *Definición conceptual:* Condición orgánica que distingue al macho de la hembra (RAE, 2001)
 - *Definición operacional:* Se mide a través de una encuesta autocompletada y se dividen dos categorías: masculinos y femeninos.
 - *Tipo de variable:* Cualitativa – Dicotómica
 - *Escala de medición:* Nominal
- Consumo:
 - Dispositivos tecnológicos:

- *Definición conceptual:* Son los instrumentos tecnológicos utilizados con el fin de informarse, comunicarse, enviar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual y/o entretenerse.
- *Definición operacional:* Son los instrumentos tecnológicos utilizados por los adolescentes con el fin de informarse, comunicarse, enviar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual y/o entretenerse.
- *Tipo de variable:* Cualitativa
- *Escala de medición:* Nominal
- *Frecuencia de consumo:*
 - *Definición conceptual:* Cantidad de veces y horas por día que una persona utiliza las herramientas comunicacionales.
 - *Definición operacional:* Cantidad de veces y horas por día que el adolescente utiliza las herramientas comunicacionales. *Se mide a través de una encuesta autocompletada por el adolescente.*
 - *Tipo de Variable:* Cuantitativa.
 - *Escala de medición:* Discreta
- *Ubicación del uso de dispositivos tecnológicos:*
 - *Definición conceptual:* Lugar físico donde las personas utilizan los dispositivos tecnológicos.
 - *Definición operacional:* Lugar físico donde los adolescentes utilizan los dispositivos tecnológicos. *Se mide mediante una encuesta autocompletada.*
 - *Tipo de Variable:* Cualitativa.
 - *Escala de medición:* Nominal.
- *Finalidad de uso de dispositivos tecnológicos:*
 - *Definición conceptual:* Propósito por el cual se utilizan las herramientas de comunicación como medio.

- *Definición operacional:* Propósito por el cual el adolescente utiliza las herramientas de comunicación. Se mide a través de una encuesta confeccionada por preguntas por parte del investigador y completadas por el adolescente. Se les darán las siguientes categorías a seleccionar.
 - Actividades recreativas/ocio.
 - Aprender idiomas.
 - Comunicarse con otras personas.
 - Hacer las tareas y estudiar.
 - Leer y/o informarme.
 - Jugar.
 - Otros
- *Tipo de Variable:* Cualitativa.
- *Escala de medición:* Nominal.
- *Uso individual o compartido de los dispositivos tecnológicos:*
 - *Definición conceptual:* Utilización de los medios de comunicación de manera individual o compartida con otras personas.
 - *Definición operacional:* Utilización de los medios de comunicación de manera individual o compartida de los adolescentes con otras personas Se mide a través de una encuesta, con una pregunta abierta.
 - *Tipo de variable:* Cualitativa.
 - *Escala de medición:* Nominal.
- *Restricciones parentales:*
 - *Definición conceptual:* Limitaciones para el uso de medios ejercida de una persona a otra.

- *Definición operacional:* Limitaciones para el uso de medios ejercida sobre los adolescentes. Se mide a través de una encuesta autocompletada.
- *Tipo de variable:* Cuantitativa.
- *Escala de medición:* Continua.
- *Actividades en simultáneo al uso de dispositivos tecnológicos:*
 - *Definición conceptual:* Utilización de herramientas comunicacionales en simultáneo o durante la realización de actividades cotidianas.
 - *Definición operacional:* Utilización de herramientas comunicacionales en simultáneo o durante la realización de actividades cotidianas de los adolescentes. Se mide a través de una encuesta confeccionada por preguntas por parte del investigador y completadas por el adolescente. Se les darán las siguientes categorías a seleccionar:

- *Mientras me alimento.*
 - *Mientras hago las tareas.*
 - *Mientras hago deporte, actividades artísticas y/o musicales*
 - *Mientras hago las tareas del hogar.*
 - *Mientras me relaciono con otras personas.*
 - *Mientras camino por la calle.*
 - *Otros.*
- *Tipo de Variable:* Cualitativa.
- *Escala de medición:* Nominal



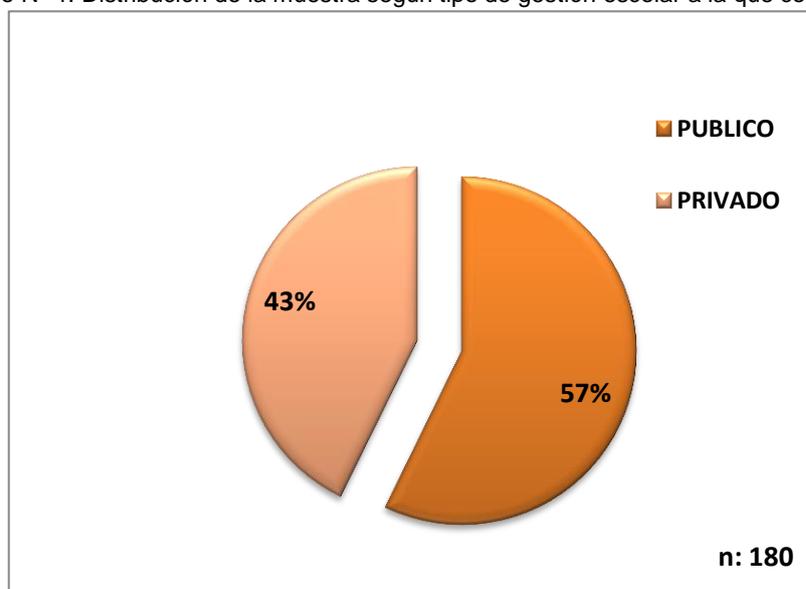
ANÁLISIS DE DATOS

Durante los meses de agosto y septiembre de 2017, con el objetivo principal de analizar el consumo de los dispositivos tecnológicos en los adolescentes de 13 a 18 años que asisten a instituciones educativas de gestión pública y gestión privada de la ciudad de Mar del Plata, se procedió a encuestar un total de 180 alumnos. La primera parte de la encuesta estuvo constituida por preguntas sociodemográficas. En la segunda parte, la encuesta se refirió a las variables del consumo de dispositivos tecnológicos por los adolescentes.

Con el objetivo de realizar un muestreo equitativo se seleccionaron dos instituciones de gestión pública y otras dos instituciones de gestión privada, con alumnos de un rango etario de 13 a 18 años.

En primera instancia, se determinó la gestión institucional a la que pertenecen los alumnos.

Gráfico N° 1. Distribución de la muestra según tipo de gestión escolar a la que concurren.

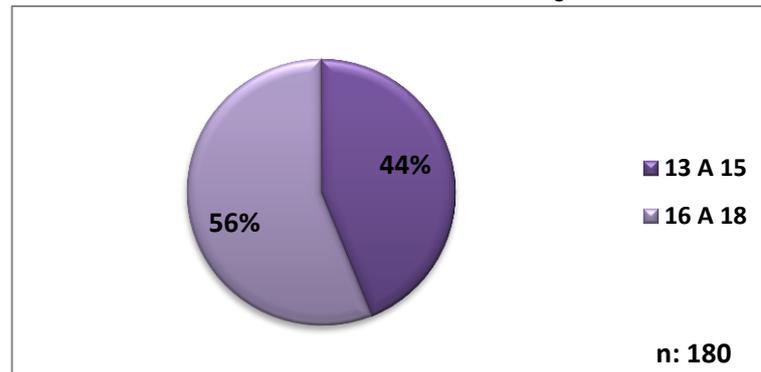


Fuente: elaboración propia

En lo que concierne a la variable gestión escolar, demuestra que tanto la gestión privada como la gestión pública se encuentran en proporciones similares. Pese a esto se observa una mínima prevalencia de recolección de datos de adolescentes de la gestión pública. (Gráfico N°1)

Con respecto a la edad de los alumnos encuestados, se realiza una división en dos grupos edades. Uno de 13 a 15 y otro de 16 a 18 años.

Gráfico N°2. Distribución de la muestra según la edad.

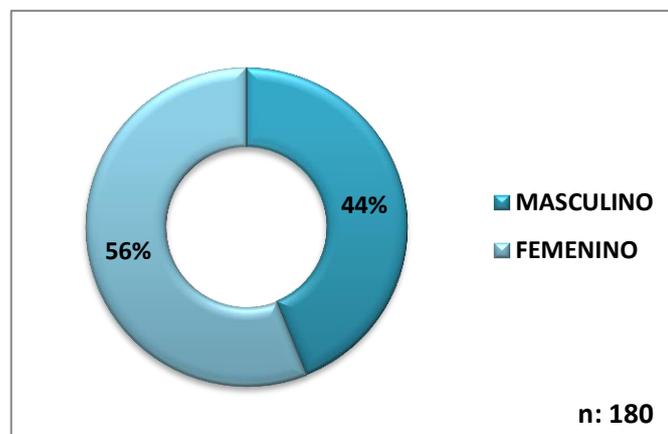


Fuente: elaboración propia

Se observa un porcentaje mayor entre los encuestados, comprendidos por el grupo de 16 a 18 años de edad. (Gráfico N°2)

Por otra parte, se determina el sexo de los alumnos encuestados.

Gráfico N°3. Distribución de la muestra según sexo.

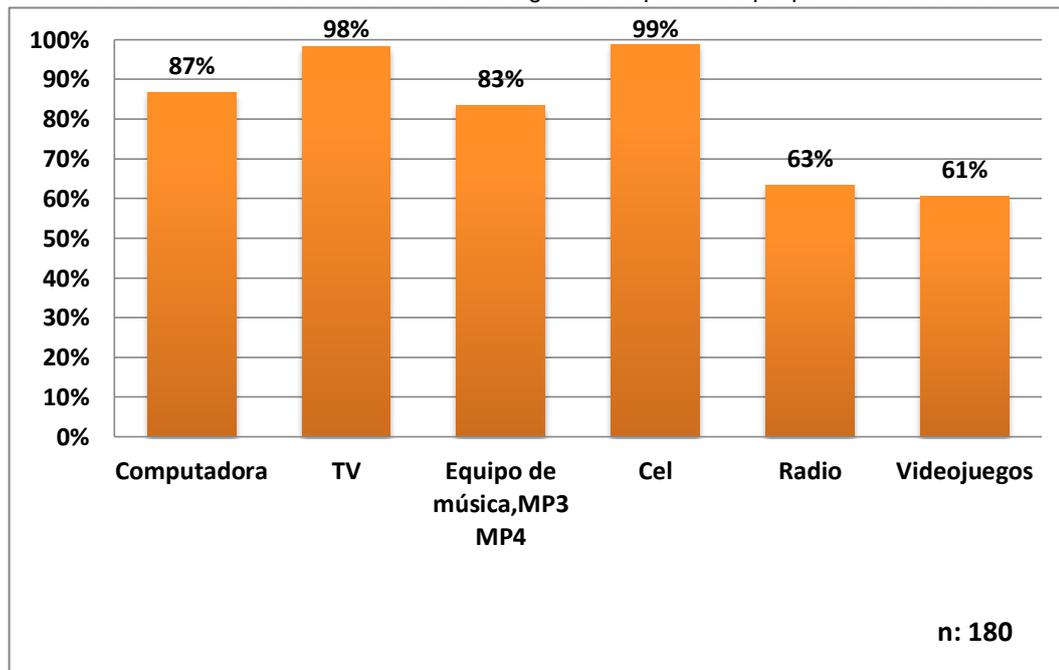


Fuente: elaboración propia

En lo que corresponde a la variable sexo, se observa una mínima prevalencia por el sexo femenino. Se observa que la muestra posee proporciones similares. Se puede observar que hay una mayor preponderancia de mujeres al momento realizar la encuesta. (Gráfico N°3)

Otra variable evaluada son los dispositivos tecnológicos que poseen los alumnos encuestados en su casa.

Gráfico N°4. Distribución de la muestra según los dispositivos que poseen en su casa.



Fuente: elaboración propia

El 99% de los encuestados tiene acceso al celular, mientras que un 98% tiene un televisor dentro de su hogar. Si bien, como afirma Leonhardt (2008), la televisión fue la primera gran ventana al mundo que tuvieron los niños y los adolescentes. A partir de la segunda mitad del siglo XX hasta hoy en día, los celulares se han convertido en una herramienta preponderante para las nuevas generaciones, debido a su alto nivel de interacción con otras personas y las múltiples tareas que permiten desarrollar al mismo tiempo.

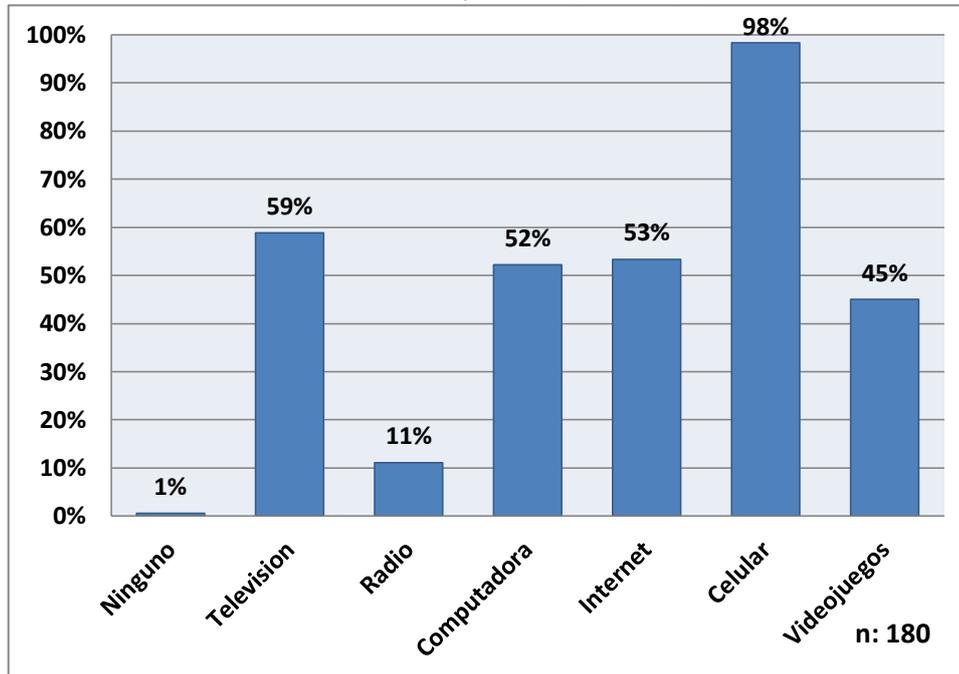
Por otra parte, los dispositivos que menos tienen los adolescentes en el hogar son la radio y los videojuegos, aunque más del 60% refieren tenerlos en casa. Lo que se puede observar, es que la radio en su formato tradicional, ya no está tan presente en los hogares, sino que hoy, como dice Montiel Rodríguez (2011), esta nueva generación busca que los medios tradicionales interactúen con ellos y, por eso, la consumen a través de internet, en el celular o en otras plataformas.

En tanto, del total de los encuestados, dos adolescentes marcaron que poseen sólo 2 dispositivos tecnológicos en su hogar, mientras que 58 fueron los que afirmaron que cuentan con todas las herramientas tecnológicas. (Gráfico N°4)

El primer objetivo específico de la tesis se centra en establecer los dispositivos tecnológicos que tiene los adolescentes.

Se evalúan los dispositivos tecnológicos que son propios de los alumnos encuestados.

Gráfico N°5. Distribución de la muestra según los dispositivos propios de los encuestados.



Fuente: elaboración propia

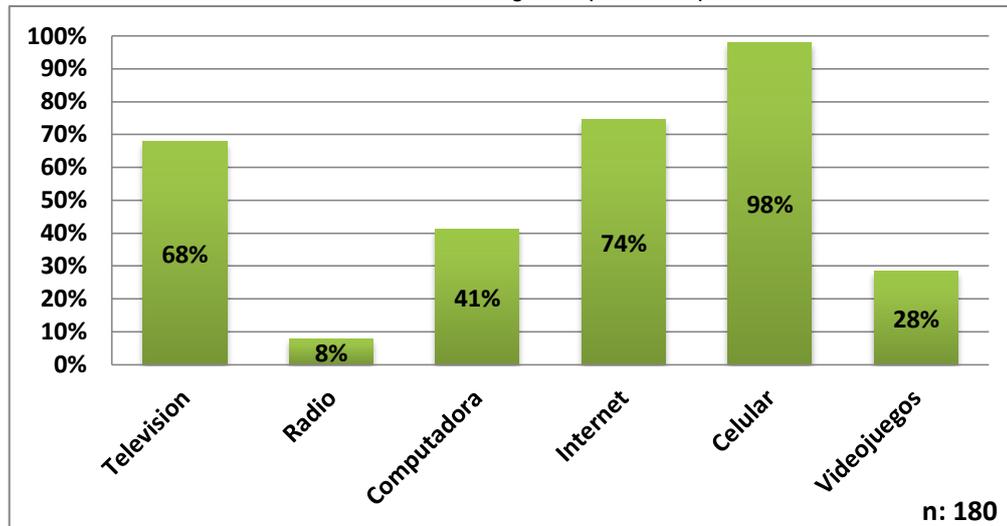
El 98% tiene un celular propio, es decir, sólo tres no poseen este dispositivo. En cuanto a la televisión, un 59% dispone de uno propio. Cada vez más adolescentes, dispone de sus propias pantallas, lo que les permite vivir emancipados dentro de su hogar en lo que a consumo tecnológico se refiere.

En tanto, que los dispositivos tecnológicos propios que menos poseen los adolescentes son la radio con un 11% y los videojuegos con un 45%.

La adolescente que refirió no contar con dispositivos tecnológicos propios, tiene entre 13 y 15 años, asiste a una institución pública y consume sólo la televisión y la radio entre 2 y 5 horas diarias. (Gráfico N°5)

También fueron evaluados los dispositivos tecnológicos que más utilizan dentro de su habitación los adolescentes encuestados.

Gráfico N°6. Distribución de la muestra según dispositivos que usan en la habitación.



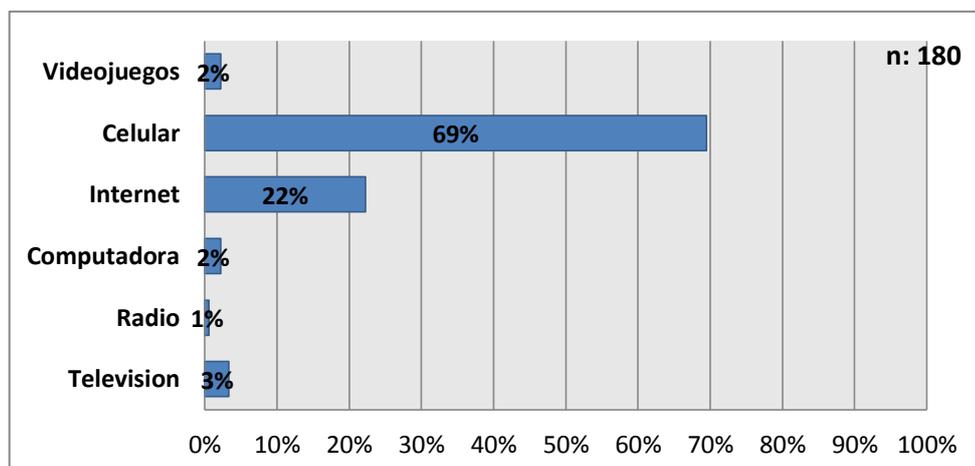
Fuente: elaboración propia

En este caso, el 98% de los encuestados afirma que utiliza el celular dentro de su habitación, un 74% expresa que utiliza internet y sólo un 8% utiliza la radio.

El segundo objetivo específico de la investigación es identificar los dispositivos tecnológicos más consumidos y su frecuencia de uso por los adolescentes encuestados.

Para ello se dispuso que los adolescentes ordenaran del 1 al 6 los dispositivos tecnológicos que más utilizan, siendo 1 el más consumido y 6 el que menos. En el Gráfico N°7 se expresan los resultados.

Gráfico N°7. Distribución de la muestra según los dispositivos consumidos con mayor frecuencia.



Fuente: elaboración propia

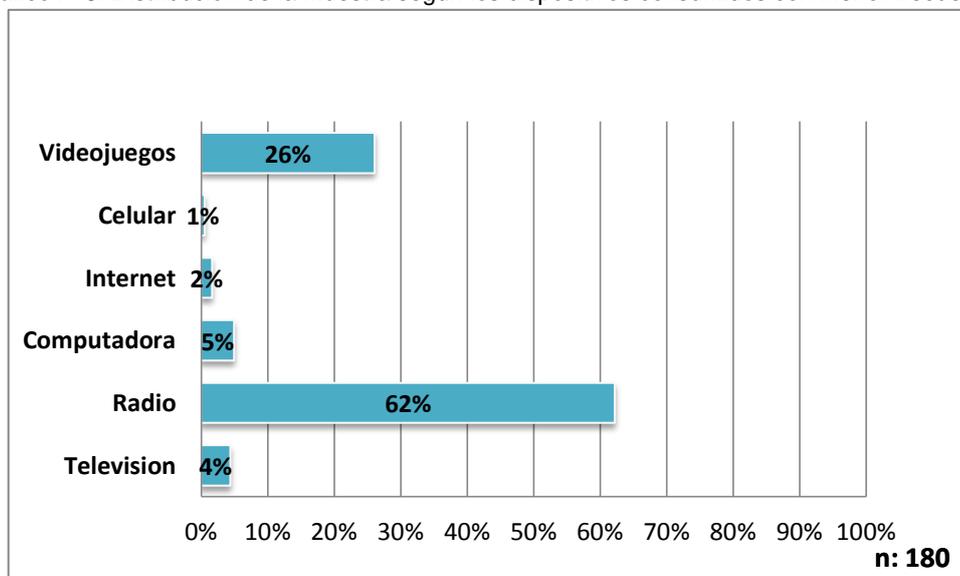
El dispositivo tecnológico que más consumen los adolescentes es el teléfono celular, en las mismas proporciones tanto los que asisten a instituciones públicas como privadas. Seguido a éste, se encuentra Internet.

A su vez, podemos determinar que tan solo un 3% indicó que usa con mayor frecuencia la televisión y el 2% eligió a los videojuegos y la computadora como los dispositivos que más utilizan.

Sólo una encuestada respondió que utiliza la radio con mayor frecuencia. (Gráfico N°7)

También se detallan los dispositivos con menor frecuencia de consumo en el Gráfico N°8.

Gráfico N°8. Distribución de la muestra según los dispositivos consumidos con menor frecuencia.



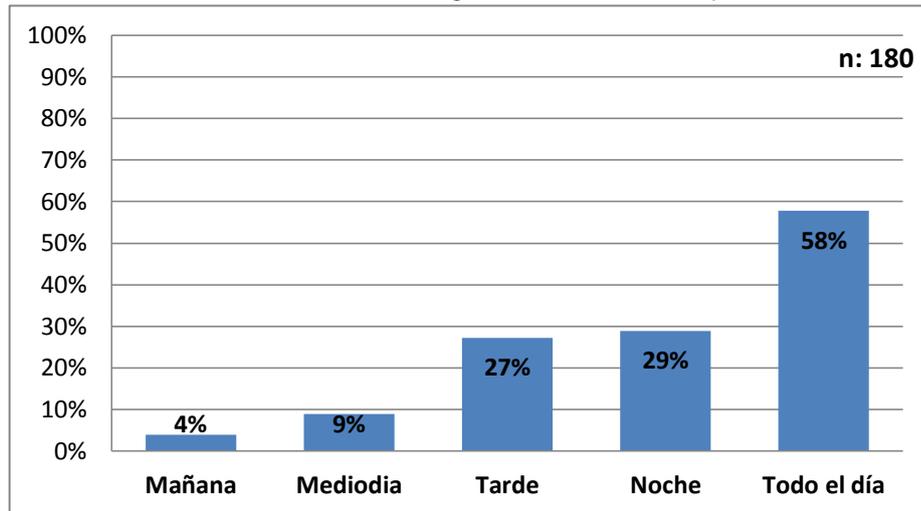
Fuente: elaboración propia

El dispositivo tecnológico menos consumido por los adolescentes de 13 a 18 años es la radio con un 62%, es decir, 112 refirieron que no la utilizan. No difiere si los adolescentes asisten a un ámbito de escolarización público o privado.

Pese a ser uno de los dispositivos más innovadores de los últimos veinte años como afirma Cuenca (2013), los videojuegos son el segundo dispositivo menos consumido por los adolescentes.

El Gráfico N°9 expresa el momento del día del dispositivo tecnológico más utilizado.

Gráfico N°9. Distribución de la muestra según la frecuencia del dispositivo más utilizado.

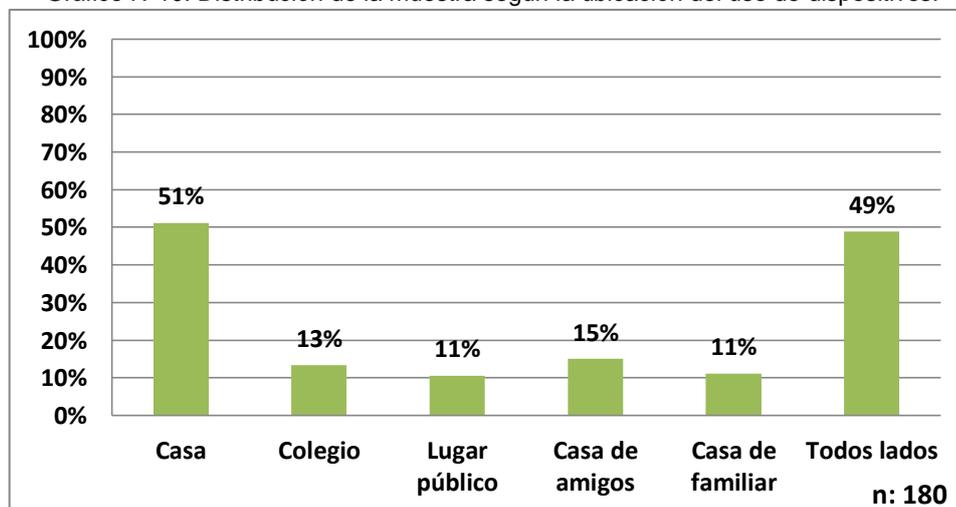


Fuente: elaboración propia

El 58% declara que utiliza uno o más dispositivos durante todo el día. Un total de 77 adolescentes encuestados emplea el celular en todo momento y 22 emplea internet. Se podría deducir entonces que estos últimos utilizan internet en más de un dispositivo tecnológico, ya que una conexión a internet se puede llevar a cabo en celulares, computadoras, Tablet e inclusive televisores digitales, como expresa el antecedente del Estudio General de Medios (AIMC) en el 2013. Sólo un 9% y un 4% expresa que utiliza los dispositivos tecnológicos con mayor frecuencia al mediodía y a la mañana, esto puede deberse a que se encuentran en esa franja horaria dentro del ámbito escolar.

El tercer objetivo específico radica en indicar el lugar donde los adolescentes utilizan los diferentes dispositivos. Este se puede observar en los resultados del Gráfico N°10.

Gráfico N°10. Distribución de la muestra según la ubicación del uso de dispositivos.

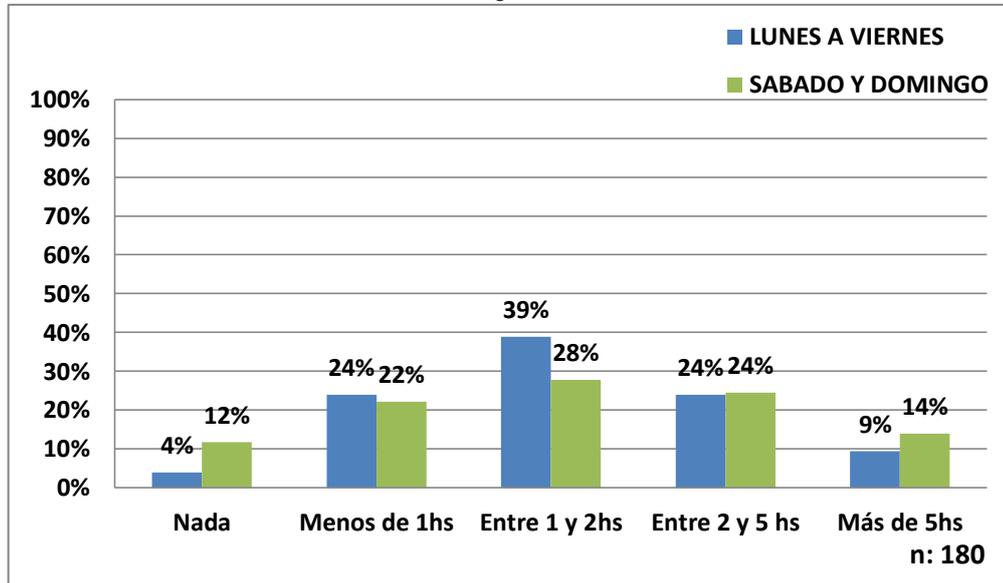


Fuente: elaboración propia

El 51% de los adolescentes encuestados afirma que utiliza los dispositivos en su casa, mientras que el 49% lo utiliza en todos lados. Un 11% refirió que lo hacen en lugares públicos y en casa de un familiar. (Gráfico N°10)

Con el objetivo de analizar el consumo diario de cada uno de los dispositivos tecnológicos, los Gráficos que van desde el N°11 al 16 especifican una comparación de su utilización durante la semana y el fin de semana.

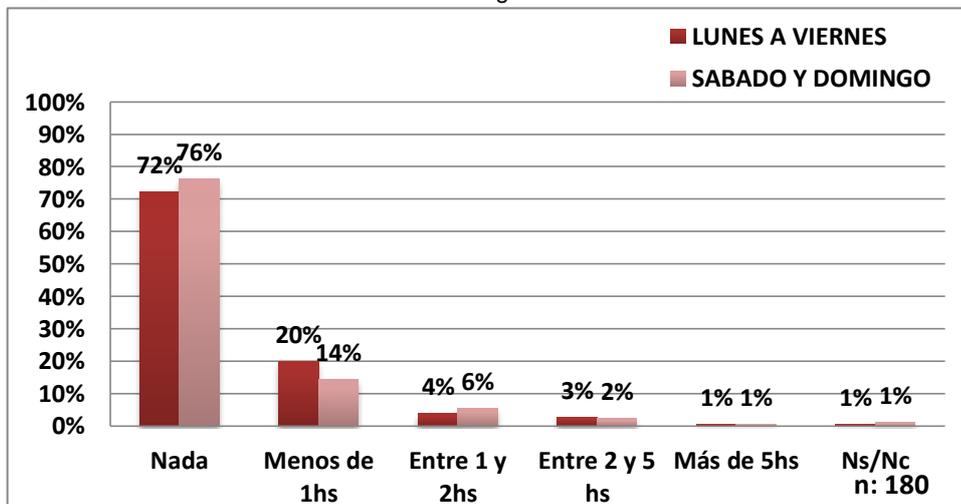
Gráfico N°11. Distribución de la muestra según la frecuencia de uso diario de la televisión.



Fuente: elaboración propia

Como se observa en el Gráfico, los adolescentes encuestados refirieron que consumen entre 1 y 2 horas diarias de televisión, con un mayor uso durante la semana. Mientras que un 4% y un 12% expresaron que no consumen nada de televisión.

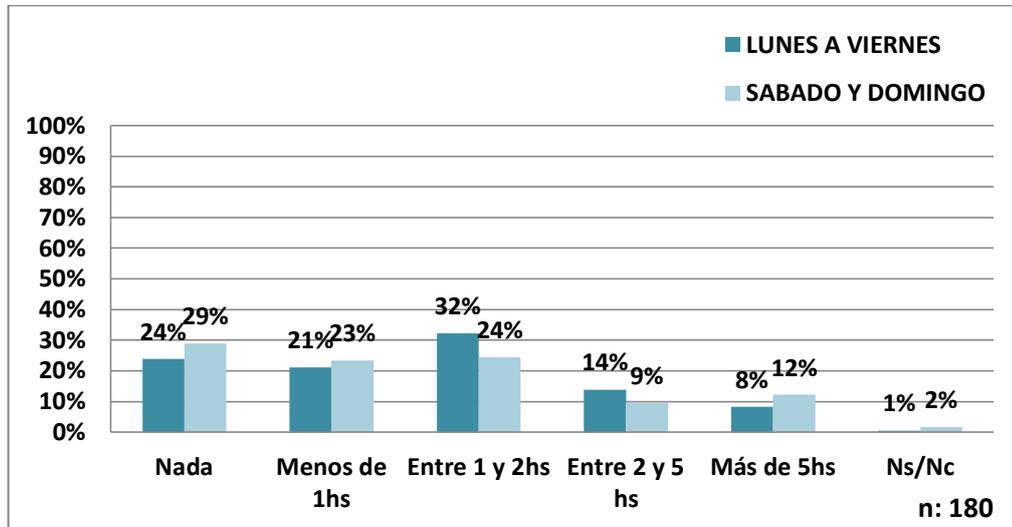
Gráfico N°12. Distribución de la muestra según la frecuencia de uso diario de la radio.



Fuente: elaboración propia

7 de cada 10 de los adolescentes encuestados manifestó que no consume radio durante toda la semana, y 2 de cada 10 consume menos de 1 hs durante la semana. Mientras que tan sólo, un 1% refirió que consume más de 5 horas. (Gráfico N°12)

Gráfico N°13. Distribución de la muestra según la frecuencia de uso diario de la computadora.

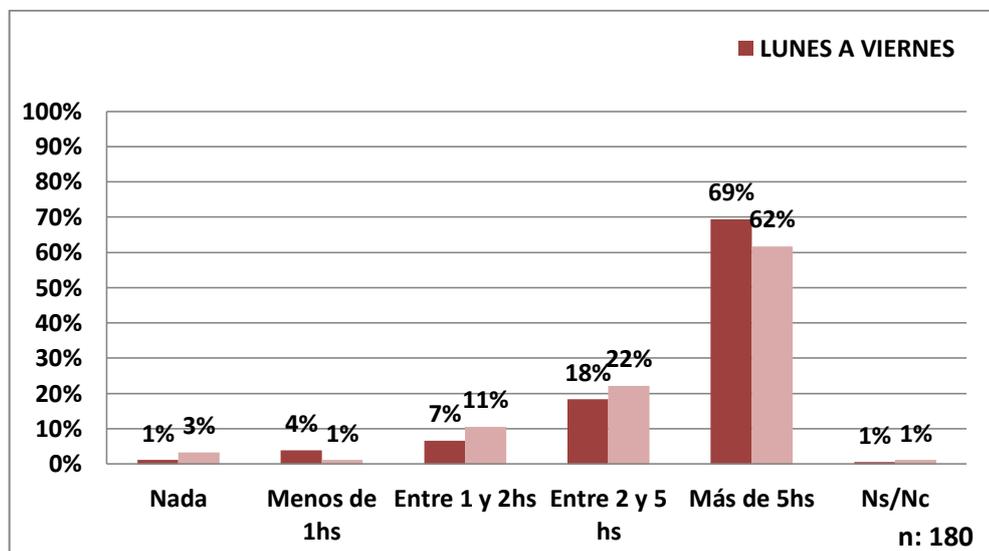


Fuente: elaboración propia

Un 32% de los adolescentes encuestados utiliza la computadora de Lunes a Viernes entre 1 y 2 horas diarias y un 24% lo hace durante el fin de semana.

A su vez, podemos determinar que un 24% no utiliza la computadora durante la semana y, en el transcurso del fin de semana, 29% ni siquiera la prende. Esto puede deberse, a la accesibilidad y no a la preferencia, ya que un 45% de ellos no cuenta con una computadora en su hogar. (Gráfico N°13)

Gráfico N°14. Distribución de la muestra según la frecuencia de uso diario de Internet.



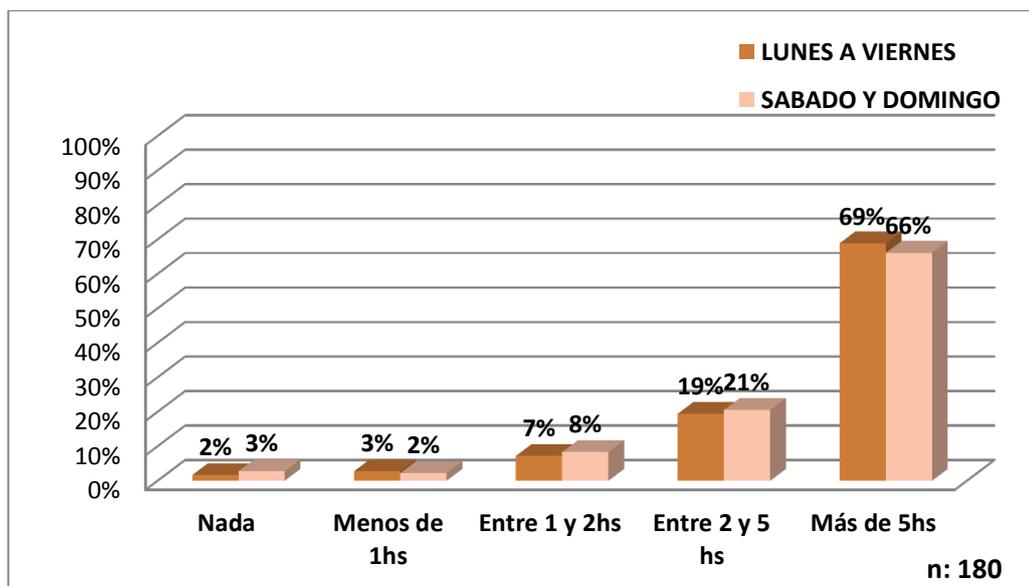
Fuente: elaboración propia

En el Gráfico N°14 se puede observar que no existe diferencia sustancial entre el consumo de Internet durante la semana y el fin de semana.

Un 80% utiliza Internet más de 2 horas al día. El 69% consume más de 5 horas de internet de Lunes a Viernes y el 62% durante el Sábado y Domingo. En este caso, el sexo femenino es el género con mayor frecuencia de uso diario de Internet tanto durante la semana como en el fin de semana.

Tan sólo un 3% refiere que no utiliza Internet durante el fin de semana y un 1% en el transcurso de la semana.

Gráfico N°15. Distribución de la muestra según la frecuencia de uso diario de celular.



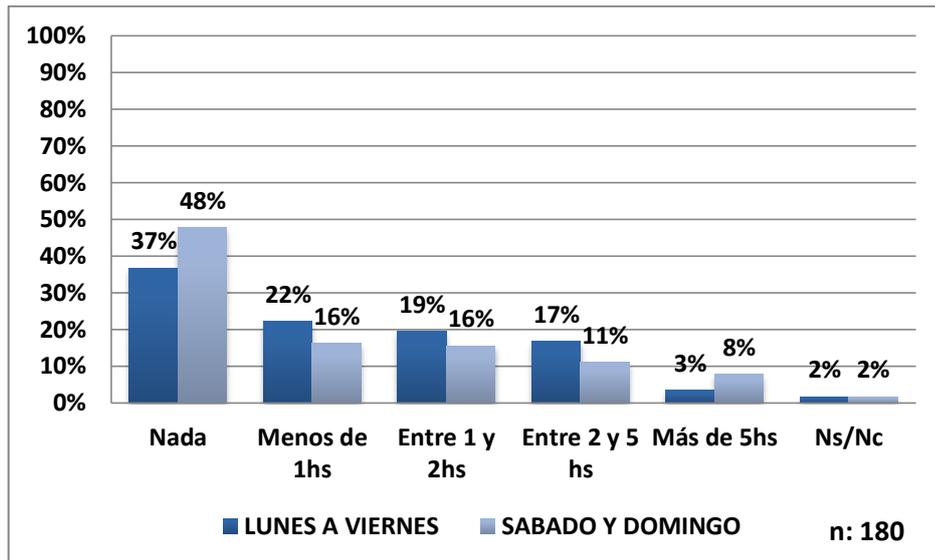
Fuente: elaboración propia

Tal como expresa el Gráfico N°14, en este caso tampoco existe diferencia trascendente entre el consumo de Internet durante la semana y el fin de semana.

Casi el 90% consume más de 2hs diarias de celular.

Sólo un 2% refiere no utilizar nada el celular durante la semana y un 3% durante el fin de semana. Pese a este resultado, dos de ellos cuentan con celular propio.

Gráfico N°16. Distribución de la muestra según la frecuencia de uso diario de videojuegos.



Fuente: elaboración propia

En este caso, aproximadamente un 60% no consume los videojuegos.

De los que lo consumen más de 5 horas, existe una prevalencia del género masculino y el uso de los videojuegos es mayor durante el fin de semana.

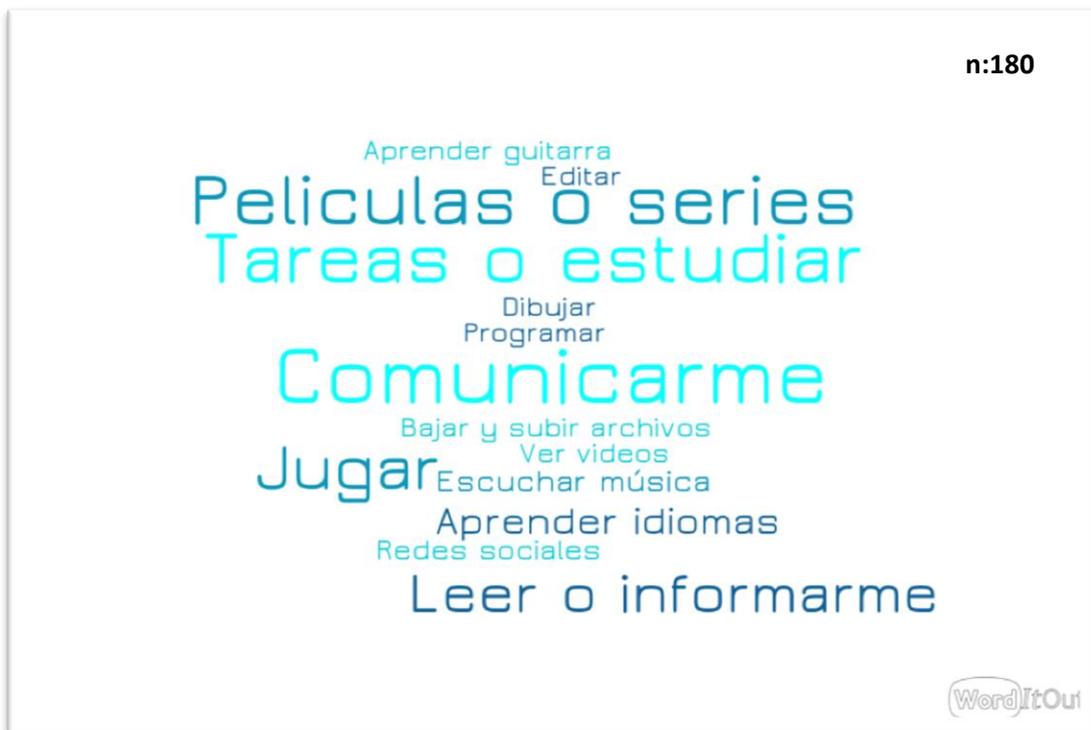
Sólo un 20% los utiliza más de 2 horas diarias. (Gráfico N°16)

El cuarto objetivo específico de la investigación se centra en determinar el uso que hacen los adolescentes de los dispositivos tecnológicos.

Se realizó una pregunta semiabierta en la que los adolescentes encuestados podían señalar varias opciones y referir otras actividades que no estuvieran especificadas.

En el Gráfico N°17 se utilizó una Nube de Palabras para resaltar las actividades más realizadas por los adolescentes.

Gráfico N°17. Distribución de la muestra según la finalidad de uso de dispositivos tecnológicos.



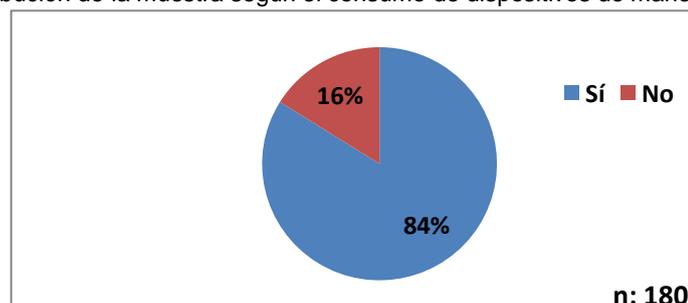
Fuente: elaboración propia

Se puede observar que 9 de cada 10 adolescentes encuestados, el 93%, refirieron que utilizan los dispositivos tecnológicos para comunicarse con otras personas. Éstos también señalaron que miran películas o series y en tercer lugar, indicaron que realizan las tareas o estudian a través de los dispositivos. Esto puede deberse a la gran cantidad de plataformas a las que acceden.

Mientras que más del 50% señaló que utiliza los dispositivos para leer o informarse y otros para jugar. Menos del 10% indicó que aprende idiomas, guitarra, programación o escucha música.

Otro de los objetivos específicos de la investigación es indicar si el consumo de dispositivo se da de manera individual o grupal.

Gráfico n°18. Distribución de la muestra según el consumo de dispositivos de manera individual o grupal.

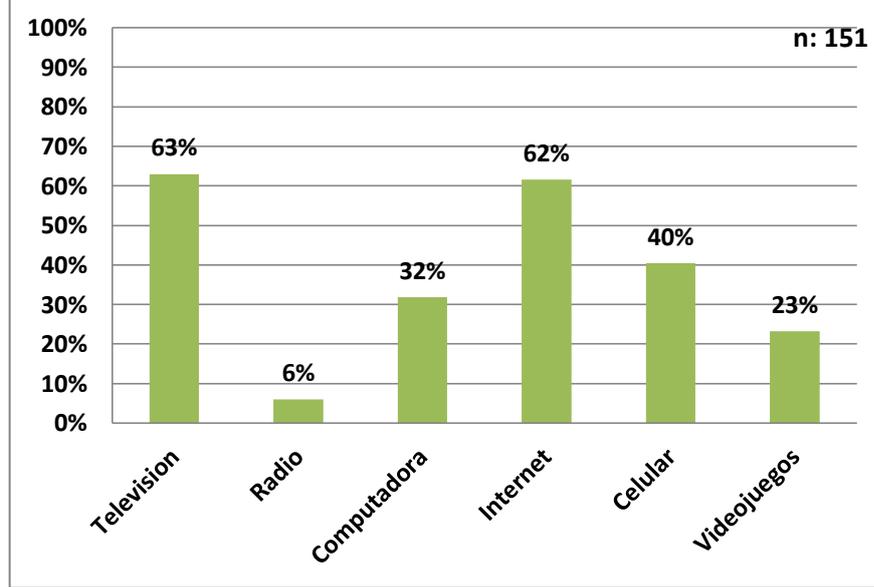


Fuente: elaboración propia

Se observa que el 84% de los alumnos encuestados utiliza los dispositivos de manera grupal, es decir, un total 151 adolescentes contestaron que sí, mientras que un 16% de manera negativa. (Gráfico N°18)

En el Gráfico N°19 se indica la distribución de los dispositivos más compartidos por los adolescentes que respondieron que utilizan los dispositivos también en grupo (n: 151).

Gráfico n°19. Distribución de la muestra según los dispositivos más compartidos.



Fuente: elaboración propia

Los dispositivos que más se comparten son la Televisión e Internet en ese orden, con más del 60%.

Los adolescentes también refirieron consumir en grupo el Celular y la Computadora. Aunque existen Videojuegos que se utilizan habitualmente de manera grupal, sólo un 23% indicó que los comparten.

Pese a ser el dispositivo con menos consumo que arrojó la presente investigación, un 6% de los encuestados afirmó que un dispositivo que comparten es la Radio.

El Gráfico N°20 representa con quiénes comparten el consumo de los dispositivos tecnológicos.

Gráfico n°20. Distribución de la muestra según con quiénes comparten los dispositivos.



Fuente: elaboración propia

De los adolescentes que respondieron positivamente que comparten de manera grupal el uso de los dispositivos tecnológicos, un 80% refirió que lo hace con su familia y, un 60% con sus amigos.

Un 3% afirmó que comparte el uso con compañeros, mientras que un 1% indicó que lo hace con su novia/o y personas de otros países.

En tanto, un 3% prefirió no contestar con quién lo hacía.

En el siguiente Gráfico se indica la finalidad que le dan los adolescentes a los dispositivos más compartidos en grupo.

Gráfico n°21. Distribución de la muestra según la finalidad del uso grupal de dispositivos.



Fuente: elaboración propia

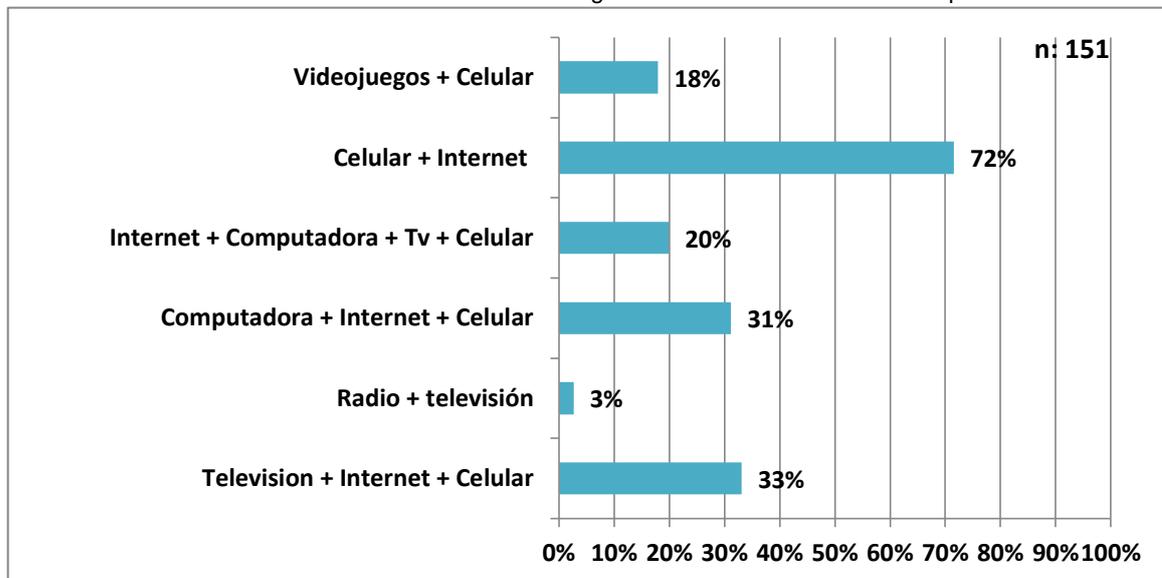
El 71% de los adolescentes que respondieron positivamente que comparten de manera grupal el uso de los dispositivos tecnológicos indicaron que lo utilizan para comunicarse con otras personas.

El 44% indicó que los utiliza para jugar, mientras que un 40% para hacer las tareas y estudiar y un 34% lo utiliza para leer e informarse.

Las opciones menos elegidas por los adolescentes encuestados fueron ver películas o series con un 5%, entretenimiento con un 3% y mirar la novela, mirar la televisión, pasar el tiempo, escuchar música y redes sociales con un 1%.

El Gráfico N°22 representa los dispositivos tecnológicos que son utilizados de manera simultánea por parte de los adolescentes que contestaron de manera positiva que los comparten de manera grupal.

Gráfico N°22. Distribución de la muestra según simultaneidad de usos de dispositivos.



Fuente: elaboración propia

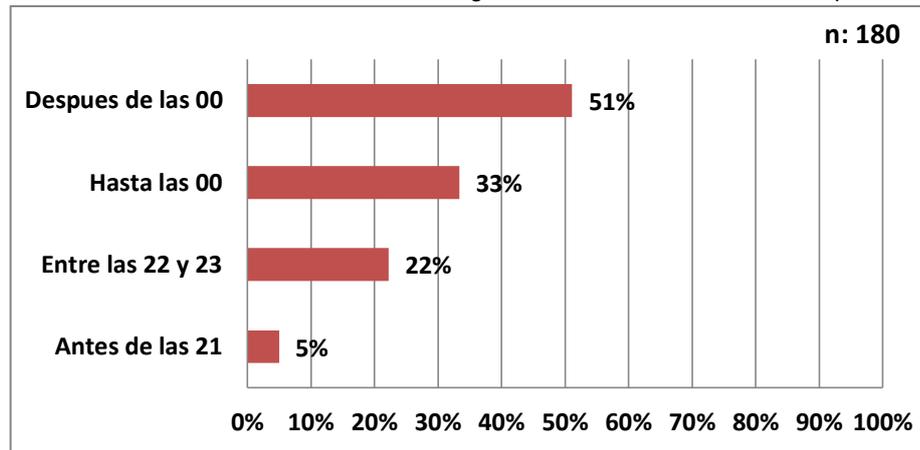
De los adolescentes que respondieron positivamente que comparten de manera grupal el uso de los dispositivos tecnológicos, un 72% refirió que utiliza el celular simultáneamente con internet, 85 alumnos indicaron que lo hacen en su habitación.

Otros de los dispositivos que son utilizados de manera simultánea por parte de los adolescentes son la televisión sumado a internet y el celular, con un 33%. Existe una prevalencia del sexo femenino por la utilización de estos tres dispositivos en simultáneo, con un 70%. Mientras que un 31%, refirió que utiliza la computadora, internet y el celular al mismo tiempo.

Sólo un 3% indicó que utiliza de manera simultánea la Radio con el televisor. En su mayoría son del sexo femenino y una de estas alumnas es la que refirió que el dispositivo que más consume con frecuencia es la Radio.

También se determinó la limitación horaria del uso de dispositivos tecnológicos y las restricciones parentales al uso de los mismos.

Gráfico n°23. Distribución de la muestra según el horario de utilización de dispositivos.



Fuente: elaboración propia

El 51% de los adolescentes refirió que deja de utilizar los dispositivos tecnológicos después de las 00 horas. De estos alumnos, el 60% tienen entre 16 y 18 años.

Mientras que un 55% los deja de utilizarlos entre la franja horaria de las 22 y las 00.

Sólo un 5% refirió que deja de utilizarlos antes de las 21 horas. En este caso no hubo diferencia en cuanto a los rangos etarios, pero sí en el sexo que, en su mayoría son hombres.

El siguiente Gráfico se realizó a través de una nube de palabras y demuestra la actitud parental a la hora de la utilización de los dispositivos tecnológicos

Gráfico n°24. Distribución de la muestra según la razón de la limitación horaria.



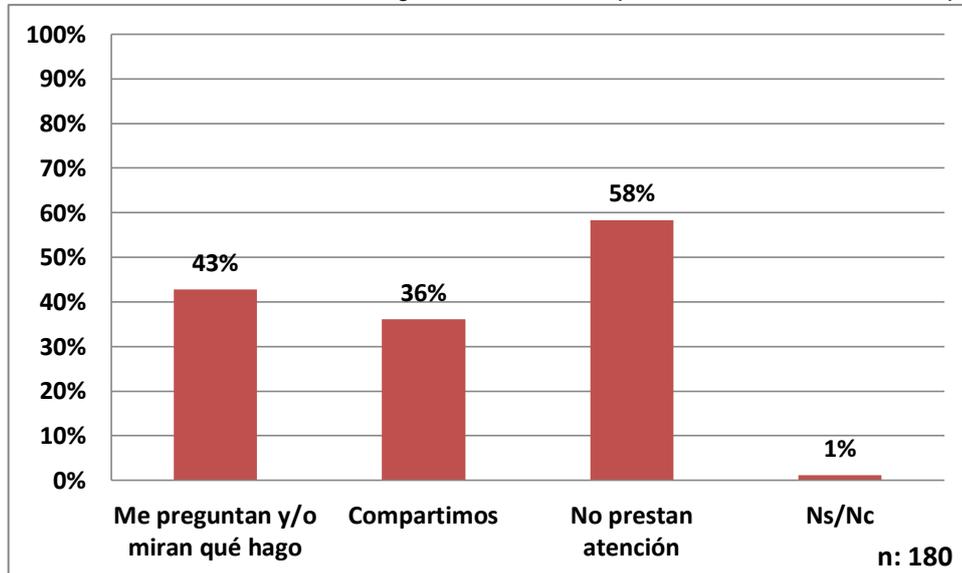
Fuente: elaboración propia

El 58% indicó que la razón de la limitación horaria es porque “tengo colegio”, un 35% expresó ya que lo utiliza “mucho tiempo” y un 14% porque se “aburríó”.

Mientras que sólo un 4% refirió que los deja de utilizar porque “lo retan”.

El Gráfico N°25 determina que hacen los padres cuando los adolescentes utilizan los dispositivos tecnológicos

Gráfico n°25. Distribución de la muestra según la actitud de los padres mientras utilizan los dispositivos.



Fuente: elaboración propia

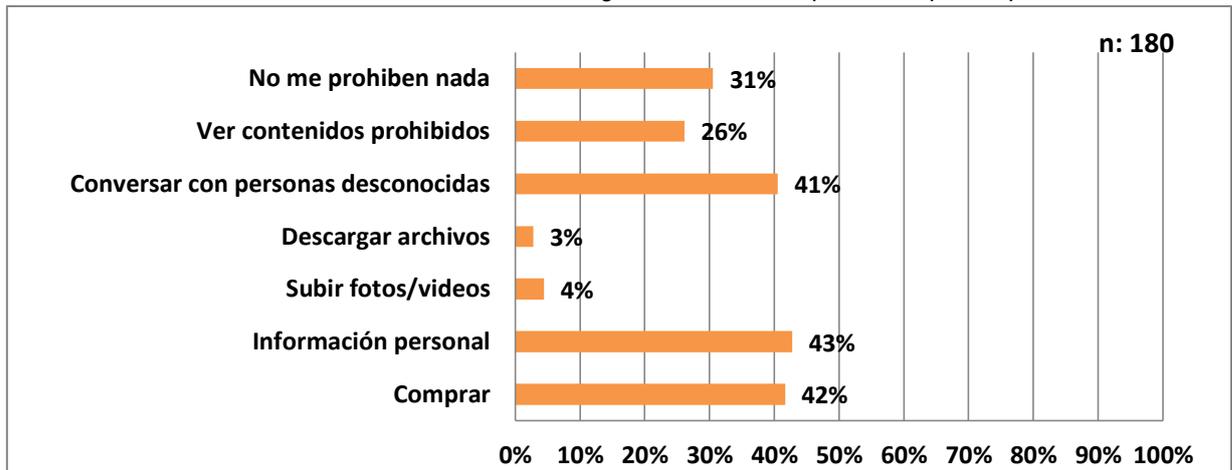
Según lo expresado por un 58% de los adolescentes, los padres no prestan atención mientras ellos están utilizando los dispositivos tecnológicos. De los que afirmaron que sus padres “no prestan atención”, un 60% tienen entre 16 y 18 años y un 40% entre 13 y 15 años.

Un 43% de los adolescentes refirió que le preguntan y/o miran qué hacen.

En tanto, un 36% señaló que comparten junto a sus padres los dispositivos tecnológicos.

El siguiente Gráfico indica que actividades tienen prohibido los adolescentes por sus padres.

Gráfico n°26. Distribución de la muestra según las actividades prohibidas por los padres.



Fuente: elaboración propia

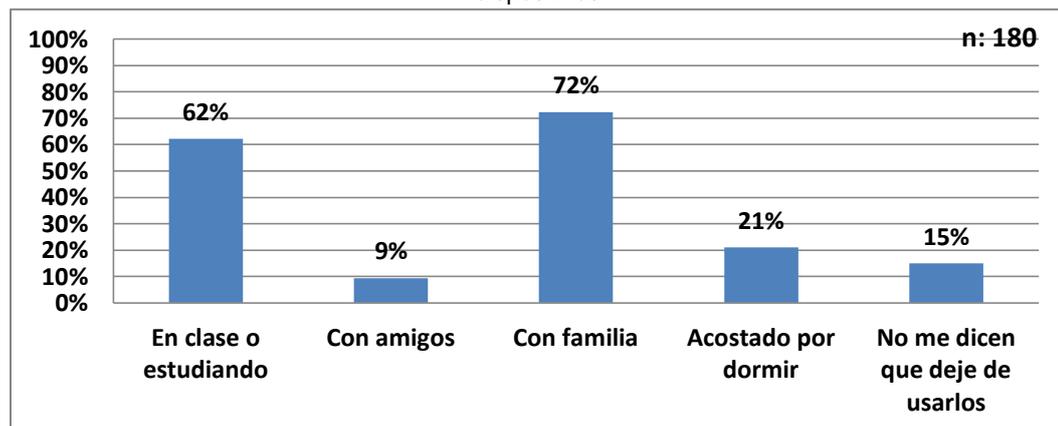
Se puede observar que más del 40% de los adolescentes encuestados refieren que tienen prohibido dar información personal, comprar y conversar con personas desconocidas. Existe una mayor prohibición para el género femenino por sobre el masculino.

Más del 25% no puede ver contenidos prohibidos y a un 31% no le prohíben nada. No hay una variación en el rango etario.

Un 4% y 3% respectivamente indicaron que tienen prohibido subir fotos y videos y descargar archivos

El Gráfico N°27 representa en qué situaciones los adolescentes tienen que dejar de utilizar los dispositivos tecnológicos según sus padres.

Gráfico n°27. Distribución de la muestra según el momento en que los adolescentes dejan de usar los dispositivos



Fuente: elaboración propia

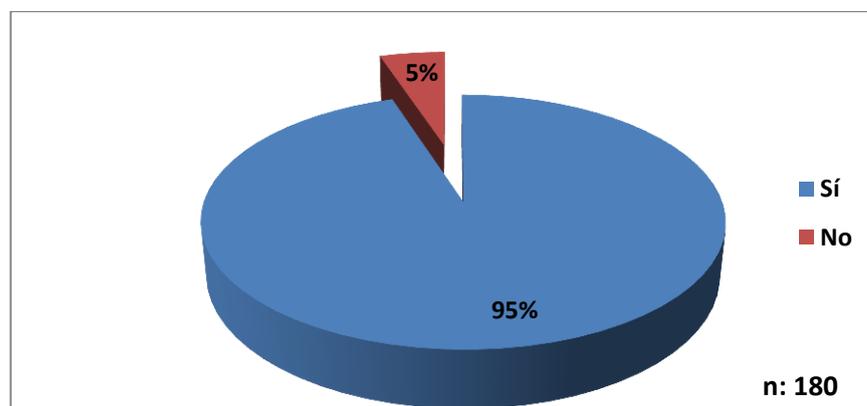
Un 72% de los adolescentes refirió que deben dejar de utilizar los dispositivos tecnológicos cuando se encuentra con la familia, 6 de cada 10 tienen entre 16 a 18 años. Mientras que el 62% tienen que dejarlos cuando se encuentran en clase o estudiando.

Entre un 20% y 15% indicó que tienen que dejar de utilizar los dispositivos tecnológicos cuando están acostados por dormir y otros que no le dicen que dejen de usarlos respectivamente. De éste último, el 60% son adolescentes que tienen entre 16 a 18 años.

Sólo un 9% refirió que debe dejarlos cuando se encuentran con amigos.

En el siguiente Gráfico se determinó si los adolescentes suelen hacer varias actividades al mismo tiempo que utilizan los dispositivos tecnológicos.

Gráfico n°28. Distribución de la muestra según las actividades en simultáneo de los adolescentes con el uso de dispositivos tecnológicos

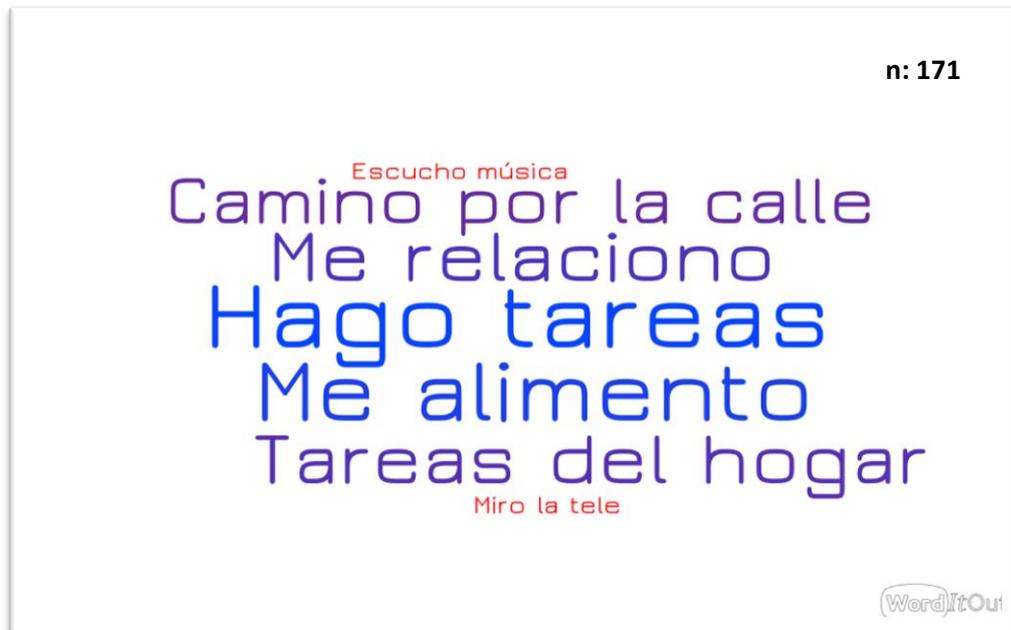


Fuente: elaboración propia

Se observa que el 95% de los alumnos encuestados realiza actividades en simultáneo mientras utiliza los dispositivos tecnológicos, es decir, un total 171 adolescentes contestaron que sí, mientras que un 5% de manera negativa. (Gráfico N°28)

En el Gráfico N°29 se indica a través de una nube de palabras las actividades en simultáneo que hacen los adolescentes con los dispositivos tecnológicos (n: 171).

Gráfico n°29. Distribución de las muestra de actividades en simultáneo de los adolescentes con los dispositivos.



Fuente: elaboración propia

De los adolescentes que respondieron positivamente que realizan actividades en simultáneo cuando utilizan los dispositivos tecnológicos, un 78% refirió que lo utilizan mientras hace las tareas y un 71% cuando se alimentan.

Más del 50% indicaron que en simultáneo al uso de dispositivos tecnológicos se relacionan con otras personas y hacen las tareas del hogar.

Un 25% de los adolescentes refirió que realiza deportes y actividades artísticas mientras utiliza los dispositivos tecnológicos y en su mayoría, asiste a escolarización pública.

Tan sólo un 2% y 1% miran la televisión y escuchan música respectivamente.



CONCLUSIÓN

La muestra está conformada por adolescentes de 13 a 18 años. La proporción de asistentes a la escolarización de gestión pública y gestión privada es similar. Existe una tendencia mayor del rango etario comprendido entre los 16 a 18 años de edad y una mínima prevalencia por el sexo femenino.

Casi todos los adolescentes poseen un celular y cuentan con un televisor dentro de su hogar. Si bien, como afirma Leonhardt (2008), la televisión fue la primera gran ventana al mundo que tuvieron los adolescentes, en los últimos tiempos, los celulares se han convertido en una herramienta preponderante para las nuevas generaciones, debido a su alto nivel de interacción con otras personas y las múltiples tareas que permiten desarrollar al mismo tiempo.

En este sentido, se puede observar que la radio en su formato tradicional, ya no está tan presente en los hogares, sino que hoy, como dice Montiel Rodriguez (2011), las nuevas generaciones buscan que los medios tradicionales interactúen con ellos y, por eso, la consumen a través de internet, en el celular o en otras plataformas.

En cuanto a la cantidad de dispositivos que poseen los adolescentes, un total de 32% fueron los que afirmaron que cuentan con todas las herramientas tecnológicas y sólo dos marcaron que poseen 2 dispositivos tecnológicos en su hogar.

Casi la totalidad tiene un celular propio pudiéndose considerar una herramienta indispensable para las nuevas generaciones. Le sigue la televisión con un 59%. Concluimos que cada vez más adolescentes disponen de sus propias pantallas, lo que les permite vivir emancipados dentro de su hogar en lo que a consumo tecnológico se refiere. La radio en su formato tradicional, se encuentra perdiendo vigencia, ya que sólo un 11% dispone de una.

Siguiendo con lo expresado anteriormente, el dispositivo tecnológico que más consumen los adolescentes es el teléfono celular, seguido por Internet y la radio resulto ser el medio menos consumido por los adolescentes. Este medio tradicional tuvo sus inicios a principios del siglo pasado, y en la actualidad, le está costando encontrar su espacio entre los adolescentes. Si bien la televisión forma gran parte de la vida de las personas y adolescentes como dice Levine (1997), y sobre todo por haber sido la primera gran ventana al mundo, hoy su consumo se ha reducido debido a la aparición de otras pantallas móviles.

Más de la mitad de los encuestados declara que utiliza uno o más dispositivo durante todo el día, en su mayoría emplean el celular e internet en todo momento. Esta generación que ha nacido en un entorno con innumerables avances tecnológicos, nuevos medios de

comunicación y, además, un acceso ilimitado a información y contenido, necesitan estar en contacto de los dispositivos tecnológicos en todo momento.

Casi la totalidad de los encuestados consume más de 2 horas diarias el celular e internet. Los teléfonos celulares han implicado un cambio en la vida de los adolescentes, provocando un rápido y extenso acceso, generando una influencia nunca antes vista. (Garitaonandia, 2004)

Casi un 40% refirió que consume la Televisión y la Computadora de Lunes a Viernes, entre 1 y 2 horas, y reduce su consumo durante los fines de semana. Un 24% no utiliza la computadora durante la semana y un 29% ni siquiera la prende durante el fin de semana, esto puede deberse a la accesibilidad y no a la preferencia, ya casi la mitad de ellos no cuenta con una computadora en su hogar.

Un dispositivo que representa una forma de entretenimiento, y que si bien hasta el día de hoy es una industria que se encuentra en pleno desarrollo y crecimiento, un 60% no utiliza los Videojuegos. Los que utilizan este dispositivo con mayor frecuencia son los varones y, generalmente, lo hace durante el fin de semana.

En cuanto a la radio, 7 de cada 10 de los adolescentes no la utiliza y sólo un 20% lo hace por menos de una hora.

La más frecuente finalidad es la comunicación, 9 de cada 10 utilizan los dispositivos para interactuar con otros. Así como ha sucedido con la televisión, las nuevas herramientas de comunicación y tecnología también influyen en su proceso de socialización. Como afirma Cerrato Malo (2006), estos medios crean una nueva dimensión comunicativa que amplía considerablemente su campo social, por ejemplo, permite que los adolescentes y también adultos, participen en conversaciones con otras personas a miles de kilómetros de distancia o estar en permanente conexión con su entorno. También señalaron que miran películas o series, y en tercer lugar, indicaron que realizan las tareas o estudian a través de ellos.

Un 84% de los encuestados utiliza los dispositivos tecnológicos de manera grupal. Más de la mitad afirmaron que los utilizan de manera grupal refirieron que Internet y la Televisión son los dispositivos que más comparten con otros. De cada 10 encuestados, 8 comparten los dispositivos con su familia, mientras que 6 lo hacen con amigos. Como bien expresa Cerrato Malo (2006), el uso de estos dispositivos no ocurre en un entorno aislado, sino que comparten su utilización con la familia, los amigos/as y el entorno escolar.

En cuanto a la limitación horaria del uso, más del 50% deja de utilizarlos después de las 00 horas, 6 de cada 10 de estos tienen entre 16 y 18 años. Un 28% indicó que suspende

su uso porque lo utilizó mucho tiempo y, en menor medida, algunos que dejan de usarlos porque al otro día tiene colegio. Sólo un 5% expresó que deja de utilizarlo antes de las 21 horas, siendo varones. A un 4% de los adolescentes “los retan” y por eso deben dejar de utilizarlos.

Casi un 60% de los adolescentes, expresa que los padres no prestan atención mientras ellos están utilizando los dispositivos tecnológicos, y más de un 40% refirió que le preguntan y/o miran qué hacen. La inquietud y/o la observación por parte de los padres pueden estar dadas por las incertidumbres y los riesgos que plantean los nuevos dispositivos.

Más del 40% refiere que tienen prohibido por sus padres dar información personal, comprar y conversar con personas desconocidas. Mientras que un cuarto no puede ver contenidos prohibidos y a un 31% no le prohíben nada

En cuanto a las situaciones en que los adolescentes deben dejar de utilizar los dispositivos tecnológicos según sus padres, un 72% refirió que deben hacerlo cuando se encuentran con la familia, mientras que el 62% indicó que deben dejar de utilizarlos cuando se encuentran en clase o estudiando.

Casi todos los adolescentes hacen varias actividades al mismo tiempo que utilizan los dispositivos tecnológicos. Los encuestados que contestaron afirmativamente refirieron que generalmente cuando hacen las tareas y se alimentan. Sólo un 25% de los adolescentes expresó que hacen actividades deportivas y/o artísticas mientras utilizan los dispositivos. Como expresó Bringué Sala (2009), la “Generación Z”, entre las tantas definiciones y características que tiene, es una “*generación multitarea*” y, por tanto, cuentan con la capacidad de utilizar el celular mientras estudia o estar conectado con la computadora mientras mira la televisión, o se miran la televisión mientras conversa con su familia.

Resultaría interesante para futuras investigaciones abordar de manera analítica cada una de las herramientas que cuentan los dispositivos más utilizados por los adolescentes, como el celular e internet, generar instrumentos que optimicen el control parental e idear proyectos para que los medios tradicionales dejen de perder usuarios con el paso del tiempo ya que, como hemos visto a lo largo de la presente investigación, existe un menor consumo del formato tradicional.



ANEXOS

A continuación, se adjunta el consentimiento informado y el instrumento implementado para la recolección de datos.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Mi nombre es Alejandro Rubén Almirón, estudiante avanzado de la Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad FASTA, Facultad de Periodismo y Comunicación.

Acudo a Ustedes, padres de los alumnos de esta Institución, para que me brinden la colaboración autorizando que sus hijos realicen una encuesta anónima y personal con el propósito de recabar datos para poder concluir con mi Tesis de Licenciatura.

Mi investigación está basada en el “Consumo de Dispositivos Tecnológicos por la Generación Z”. El objetivo general es analizar el consumo de los dispositivos tecnológicos en los adolescentes de 13 a 18 años de la Ciudad de Mar del Plata. La finalidad del estudio es indagar sobre las herramientas tecnológicas que poseen; qué, cómo y cuánto período consumen dichas herramientas; sus preferencias; por qué las utilizan; para qué las utilizan; en dónde; si realizan más de dos actividades al mismo tiempo y a qué lo atribuyen. Es por ello, que es indispensable realizarle una serie de preguntas a modo de encuesta a sus hijos, que pueden elegir contestar abiertamente o no de acuerdo a su comodidad.

Atendiendo a las pautas que encuadran los procedimientos de la investigación científica cualitativa y garantizando total confidencialidad de los datos que proporcione, solicito su permiso para hacer a sus hijos parte de esta investigación, para utilizar esos datos de manera comparativa y sacar conclusiones generales.

Desde ya, muchísimas gracias por su colaboración.

Alejandro Rubén Almirón

Estudiante de Lic. Comunicación Social

Firmo en consentimiento

Aclaración

N° de Unidad de Análisis: ____

1. Marcá con una X tu edad:

- 13 a 15 16 a 18

2. Marcá con una X tu sexo:

- Masculino Femenino

3. De la siguiente lista, señalá con un X todas aquellas que tengas en casa:

- Computadora Televisor Equipo de música, MP3 y/o MP4
 Celular Radio Videojuegos

4. Indicá con X cuál de estos son tuyos:

- Televisión Radio Computadora
 Internet Celular Videojuegos

5. ¿Cuál usas dentro tu habitación?

- Televisión Radio Computadora
 Internet Celular Videojuegos

6. A) Ordená del 1 al 6 los que utilizas más veces, siendo 1 el que más utilizas y 6 el que menos utilizas.

- ___ Televisión
 ___ Radio
 ___ Computadora
 ___ Internet
 ___ Celular
 ___ Videojuegos

B) Del que más utilizas, ¿Cuándo lo usas con más frecuencia?

- Mañana Mediodía Tarde
 Noche Todo el día

C) ¿Y dónde lo utilizas más? Podes señalar con X más de una respuesta.

- Casa Colegio En un lugar público
 En la casa de un amigo En la casa de un familiar En todos lados

7. **DE LUNES A VIERNES.** Marca con una **X** la cantidad aproximada de horas por día que utilizas los siguientes medios:

	Nada.	-1 hs.	Entre 1 y 2 hs.	Entre 2hs y 5 hs.	Más de 5 hs.
Televisión					
Radio					
Videojuegos					
Computadora					
Internet					
Celular					

8. **SABADO Y DOMINGO.** Marca con una **X** la cantidad aproximada de horas por día que utilizas los siguientes medios:

	Nada.	-1 hs.	Entre 1 y 2 hs.	Entre 2hs y 5 hs.	Más de 5 hs.
Televisión					
Radio					
Videojuegos					
Computadora					
Internet					
Celular					

9. Señala con una **X** para cuáles de estas actividades utilizas los dispositivos tecnológicos. Podes señalar varias opciones:

Mirar películas o series. Aprender idiomas. Comunicarme con otras personas.

Hacer las tareas y estudiar. Leer y/o informarme Jugar

Otras actividades: _____

10. A) ¿Utilizas los dispositivos en grupo?

Sí No

↳ **En caso de responder "Sí": B) ¿Cuál compartís más?**

Televisión Radio Computadora Internet Celular Videojuegos

C) ¿Con quiénes lo compartís? _____

D) ¿Para hacer qué actividades?

Comunicarnos. Hacer las tareas y estudiar. Leer e informarnos. Jugar.

Otras: _____

E) ¿Usan más de uno a la vez? ¿Cuáles?

Televisión Radio Computadora

Internet Celular Videojuegos

11. A) ¿Hasta qué hora utilizas los dispositivos?

Antes de las 21 de la noche. Entre las 22 y 23 horas.

Hasta las 00 de la noche. Después de las 00 de la noche.

B) ¿Por qué hasta ese horario? _____

12. ¿Qué hacen tus padres mientras estas utilizando los dispositivos? Es posible más de una respuesta.

Me preguntan qué y/o miran qué hago.

Hacemos algo juntos: Miramos películas, compras, escribir a la familia, entre otros.

Están lejos de mí, no prestan atención a lo que estoy haciendo.

13. Según tus padres, ¿Qué cosas tenés prohibido hacer con los dispositivos? Es posible más de una respuesta.

Comprar algo. Dar información personal. Subir fotos o videos.

Descargar archivos (programas, música, películas, entre otros).

Conversar con personas desconocidas. Ver canales prohibidos o imágenes con violencia

No me prohíben nada.

14. Según tus padres, ¿En cuál de estas situaciones tenés que dejar de utilizarlos? Es posible más de una respuesta.

- Cuando estoy en clase o estudiando. Cuando estoy con mis amigos.
- Cuando estoy con mi familia (comiendo, charlando, entre otros). Cuando estoy durmiendo
- No me dicen que deje de utilizarlos.

15. A) Mientras usas los dispositivos tecnológicos ¿sueles hacer otras actividades?

- Sí No

→ **B) Si contestaste que Sí, ¿qué cosas haces mientras los usas?**

- Me alimento. Hago las tareas.
- Hago deportes, actividades artísticas o musicales.
- Ayudo con las tareas del hogar. Me relaciono con otras personas.
- Camino por la calle. Otras: _____



BIBLIOGRAFÍA

Aguaded, I. (2000). Televisión y telespectadores. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 250.

Aguaded, J. I. (2012). La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *REVISTA DIGITAL DE COMUNICACIÓN*, 258-261.

AIMC. (2013). *NAVEGANTES EN LA RED Y POBLACIÓN INTERNAUTA*. Madrid.

Amoros, P. B. (2002). *La influencia de les tecnologies de la informació y comunicació en la vida dels nois i nois*. Barcelona: Observatorio de la Infancia y la Familia.

Andrés, M. A. (2007). *Adolescencia y medios de comunicación*. Barcelona: Àmbit Maria Corral, D'investigació i difusió.

Aranda, V. L. (2005). Televisión y telespectadores. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, páginas 203-210.

Bringué Sala, X. S. (2009). *La generación interactiva en España: Los niños y adolescente ante las pantallas*. Navarra: Editorial Ariel, S.A.

Bringué Sala, Xavier; Sádaba Chalezquer, Charo; Artopoulos, Alejandro. (2014). La generación interactiva en Argentina: niños y adolescentes ante las pantallas. *Archivos Analíticos de Políticas Educativas*, 1-19.

Castellana, M. (2005). El adolescente y sus personas significativas. *ROL Enfermería*, 28, 18-29.

Castellana, M. S.-C. (2006). La relació de l' adolescent amb les TIC: Un tema de rellevància social. *Full Informatiu del Col·legi Oficial de Psicòlegs de Catalunya*, 192-223.

Censos, I. N. (2015). *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la comunicación*. Buenos Aires.

Cerrato Malo, .. S. (2006). Impacto de la telefonía móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 105-112.

Cuenca, D. (2013). *Uso de videojuegos para el replanteamiento de las normas sociales y culturales fuera de pantalla*. La Habana: VII Encuentro Internacional de Investigadores y Estudiosos de la Comunicación ICOM 2013.

De Bofarull, I. (2005). Ocio en los nuevos medios de comunicación. *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD*, 116-127.

Di Lucca, S. (2013). *El comportamiento actual de la Generación Z en tanto futura generación que ingresará al mundo académico*. Buenos Aires: Proyectos de Exploración de la Agenda Profesional .

Eco, U. (15 de Diciembre de 2002). El mago y el científico. *Diario El País*, pág. 10.

Ensinck, M. G. (20 de Enero de 2013). *La Nación*. Recuperado el 19 de Julio de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/1547175-generacion-z-la-vida-a-traves-de-una-pantalla>

Esquiro Morales, C. (2005). La construcción de la identidad adolescente y los medios de comunicación. "*Desarrollo de valores y problemas de adaptación en la adolescencia*".

Ferrandiz Arjona, E. (2015). *Visionado conectado y multitarea en el consumo de series de ficción por Internet*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Fiel, G. (2001). *Los grupos de charla de Internet como objeto de adicción*. Recuperado el 2015, de www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/3_fiel_martinez.htm

Garitaonandia, C. F. (2004). *LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN Y SU USO POR LOS NIÑOS Y LOS ADOLESCENTES*. Barcelona: Fundación Europea de la Ciencia.

Griffths, M. (1997). Technological adictions: looking to the future. *Annual Convention of the American Pshychological Association*.

Harvey, D. (1989). *The Condition of Postmodernity*. Oxford: Basil Blackwell.

Hernandez Sampieri, Roberto. (2003). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw - Hill Interamericana.

Iriarte Díazgranados, F. (2007). Los niños y las familias frente las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICS). *Psicología desde el caribe*, N° 20.

Leonhardt, P. C. (2008). LA INFLUENCIA DEL MEDIO TELEVISIVO EN EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN. *Revista Electrónica Teoría de la Educación.*, Vol. 9, nº 3.

Levine, M. (1997). *La violencia en los medios de comunicación: cómo afecta al desarrollo de los niños y adolescentes*. Bogotá: Norma.

Marín Díaz, V. (2004). Los videojuegos como medio de comunicación didáctica en el seno familiar. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 115-119.

McLuhan, M. (1962). *La galaxia Gutemberg*. Routledge & Kegan Paul.

Mendez, J. (2001). Aprendemos a consumir mensajes: televisión, radio, publicidad y prensa. *Revista Comunicar*.

Montserrat Castellana Rosell, X. S.-C. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: internet, celular y videojuegos. *Papeles del psicólogo*, 196-204.

Pindado, J. (2003). *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes de Málaga*. Málaga: Universidad de Málaga - Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Prensky, M. (2001). *Digital natives, Digital Immigrants on the horizon*. Estados Unidos: NCB University Press.

Rodriguez Escámez, A. (2005). Los efectos de la televisión en los niños y adolescentes. *Grupo Comunicar - Revista Científica de Comunicación y Educación*.

Sádaba, C., & Naval, C. (2005). Introducción: Juventud y medios frente a frente. *REVISTA DE ESTUDIOS DE JUVENTUD*, 9-18.

Saldaña, D. (2001). Nuevas tecnologías, nuevos instrumentos y nuevos espacios para la psicología. *Apuntes de Psicología*, 5-10.

Sherman, S. (1996). A st of one's own: TV sets in children's bedrooms. *Journal of Advertising Research*, 9-12.

Sierra, F. (2006). *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Barcelona, Gedisa.

Tabachnik, S. (2009). Juegos de narración colectiva en las comunidades virtuales. *Estudios de Comunicación y Política*.

Téramo, M. T. (2006). Modas adolescentes y medios de comunicación. *Revista Científica de Comunicación y Educación*, 85-91.