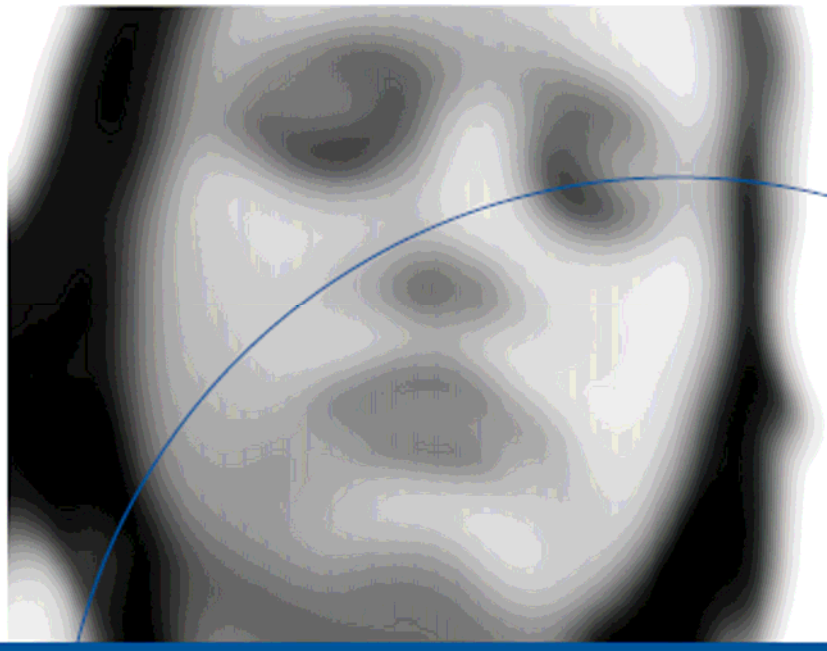
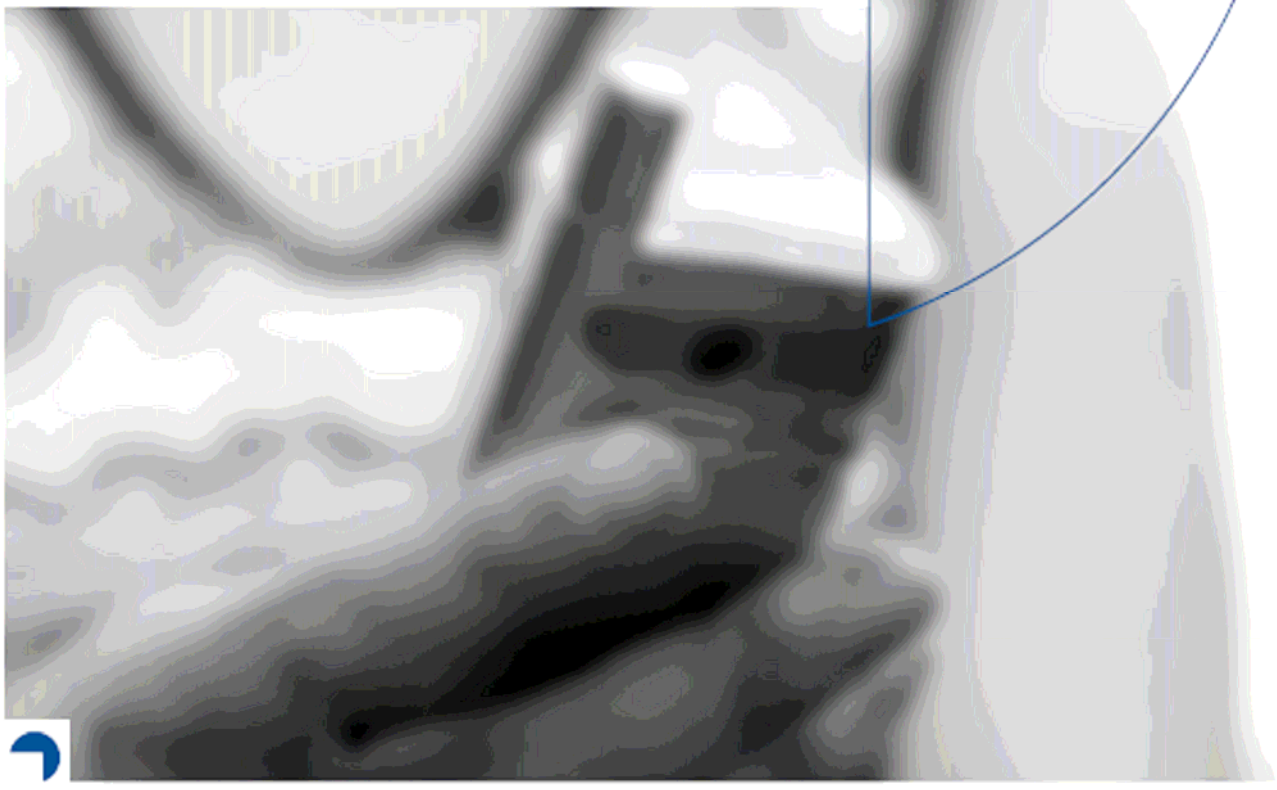


El uso saludable de las tecnologías de información y comunicación

mediet

Impacto en la población infantil y adolescente

JUNTA DE ANDALUCÍA MARZO 2007



ÍNDICE

I Introducción y Objetivos 3

II La Sociedad de la Información 6

III Análisis de la Situación Actual 15

IV Medidas Preventivas y Correctoras 87

V El Futuro y la Gestión del Cambio 106

VI Referencias 127

VII Anexo I 129

1

Introducción y Objetivos

Introducción y Objetivos

Introducción y Objetivos

- Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) no pueden ser consideradas como tecnologías negativas ya que muchas de las ventajas que presentan son evidentes.
- No obstante, para una parte de la población las TIC presentan un *lado oscuro.* Con el objeto de definir los aspectos negativos por y durante el uso de las TIC es por lo que se han llevado a cabo múltiples estudios en los que el rigor científico es variable.
- La hipótesis de trabajo de estos estudios se centran en postular que las TIC han ocasionado un entorno cambiante y muy dinámico en el que la población ha sido sorprendida, teniendo que adaptar sus hábitos en ciertas actividades del día a día a medida que se producía la introducción y avance de la tecnología.
- Como todo entorno cambiante existe un alto grado de incertidumbre que hace pensar que si no se imponen ciertas pautas de control se puede llegar a situaciones no deseables de diferente impacto y alcance en el corto, medio y largo plazo.
- Conocer este impacto en relación con la intromisión en la intimidad, acoso, trastornos en la conducta, adicción al uso de las tecnologías, etc... es lo que preocupa tanto a los agentes a favor de la tecnología que investigan, fomentan y facilitan el desarrollo, como a la parte de la sociedad que no la ve con buenos ojos y que, por tanto, se resiste y frena su incorporación en las actividades de la vida diaria.
- No es objeto de este documento publicar los resultados de un nuevo estudio sino, utilizando las conclusiones de los ya existentes, lograr los siguientes objetivos:

Introducción y Objetivos

Objetivo principal:

Diseñar un programa de acciones preventivas y correctivas que aseguren un entorno, público y privado, suficientemente saludable en relación con el uso de las TIC.

Objetivos de apoyo:

- Identificar los ***factores fundamentales y nucleares*** en el proceso de utilización de las nuevas tecnologías en función de las características particulares de la población infantil y adolescentes.
- Establecer las ***situaciones problemáticas o "agujeros negros"*** dentro del proceso de uso de las Tecnologías de Información y Comunicación.
- Definir un ***sistema de indicadores clave de desempeño (KPI´s)*** para detectar posibles desviaciones e implantar acciones correctoras.
- Implicar a los ***agentes principales*** que aseguren la implantación exitosa del programa de prevención para un uso saludable de las Tecnologías de Información y Comunicación.

II

La Sociedad de la Información

La Sociedad de la Información

- La tecnología es el estudio o ciencia de los oficios (*tecné*: arte u oficio; *logos*: conocimiento o ciencia).
- La tecnología es un término general que se aplica al proceso a través del cual el ser humano diseña herramientas y máquinas para incrementar su control y comprensión del entorno material.
- Los progresos tecnológicos durante la segunda mitad del siglo XX han modificado radicalmente la relación del hombre con la naturaleza y la interacción entre éste y sus pares llegando a cambiar la manera en la que las personas trabajan, se informan, se comunican y pasan su tiempo libre.
- Los avances más significativos son la aparición de la imprenta en el siglo XVI, el surgimiento de tecnologías de comunicación que permiten salvar distancias a mediados del siglo XIX y la aparición de la cultura audiovisual en el siglo XX.
- En las últimas décadas lo más significativo ha sido el uso del ordenador como herramienta y medio para relacionarse y comunicarse unas personas con otras: Comunicación Mediada por la Tecnología.
- El gran empuje a la introducción de la tecnología en el proceso de relación y comunicación fue dado por el ejercito y las grandes compañías con el uso de grandes y complejos ordenadores. Al mismo tiempo, en este contexto se implantaron los paradigmas de gestión: Calidad Total y Just in Time centrados en la satisfacción del cliente con criterios de eficacia y eficiencia. Todo esto obligaba a realizar grandes inversiones de recursos financieros en I+D.
- La consecuencia fue la necesidad de buscar economías de escala y nuevos mercados para sus productos. Se producía así la internacionalización y de ahí la globalización. Para poder gestionar éstas, a su vez mayores grandes compañías, se necesitaba de la integración de los flujos de información, junto a los flujos de capital y a los flujos de producción lo que supuso el desarrollo de sistemas virtuales de gestión integrada.
- Por otro lado y en paralelo se produce la evolución en la tecnología de las comunicaciones: se desarrolla la comunicación a través de infrarrojos, vía satélite y fibra óptica. Se incorpora el factor movilidad a la comunicación y la posibilidad de transmisión de datos, texto, voz e imágenes en un mismo acto de comunicación.

1. Tecnología informática: hardware (microchip) y software (entornos multimedia).
2. Tecnología de comunicación: Cable, fibra óptica y vía satélite.
3. Tecnología de medios audiovisuales: imagen, texto, voz y datos.

Motores económicos, políticos y culturales → cambios en el proceso de comunicación y de relación

Implantación del concepto de ***aldea global***:

- Alcance e impacto en el número de contactos: Red de Redes.
- Caída barreras geográficas, culturales, generacionales y horarias.
- Acercamiento de los entornos públicos y privados: identificación del individuo con la comunidad.
- Interdependencia horizontal: pérdida del estatus y poder jerárquico vertical en la gestión y administración de la información durante el proceso de comunicación.
- Facilidad para el uso y acceso a los recursos disponibles en la Red.

Apalancamiento en la necesidad de desarrollo de **Sistemas Virtuales de Gestión Integrada** de las empresas globales:

- Flujos de Capital
- Flujos de Producción
- Flujos de Información

Introducción de criterios de eficiencia y eficacia (***Just in Time y Calidad Total)*** en el proceso de comunicación

- Tiempo de respuesta: alta capacidad de las redes de conexión, movilidad, disponibilidad 24 horas, acceso a múltiples fuentes y contacto individual o en grupo
- Reducción de tiempos de proceso: el usuario produce y publica la información en el momento.
- Organización flexible: la gestión de la información y de la comunicación se adapta a las necesidades del usuario.
- Sistema Pull: es el usuario quien inicia y controla el proceso (comunicación síncrona vs comunicación asíncrona)
- Estandarización y automatización de rutinas como son las herramientas de búsqueda avanzada, la navegación a través de links, Lote Unitario o página web, ….
- Versatilidad de los terminales: PC +móvil+cámara de fotos+vídeo+ audio+webcam+Servicios Internet
- Gama y variedad en la comunicación

Aparición de nuevos ***Indicadores de Bienestar Socio-económico*** que ha llevado a la implicación de los Órganos de Poder en:

- Asignación de recursos para fomentar el desarrollo tecnológico empresarial y las inversiones en infraestructuras.
- Adaptación continua al avance: políticas orientadas hacia el resultado (p.e.: acercamiento eficiente de las AAPP a la ciudadanía) más que al proceso de relación y/o comunicación.
- Fomentar la alfabetización tecnológica: Incorporación de los grupos más desfavorecidos o excluidos en el desarrollo de las TIC.
- Educar a la población en el buen uso de las TIC así como proteger el entorno del uso indebido de las TIC

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN O CONOCIMIENTO

La Sociedad de la Información

- En función de qué tipo de TIC y de cómo se combinen éstas se puede acceder a cualquiera de los siguientes servicios en Internet:

1. El *Correo Electrónico*: nos permite enviar cartas escritas con el ordenador a otras personas que tengan acceso a la Red.

   Se trata de la versión electrónica del correo tradicional. Su principal función es intercambiar mensajes entre usuarios. Conceptos como el de buzón, oficina, mensaje, llave del buzón, son trasladables a la versión electrónica.

2. La *World Wide Web o WWW* sirve para crear, almacenar y distribuir información tipo revista. La información cubierta por la WWW abarca cualquier tipo de tema como: deportes, noticias, viajes, climas, diversión, música, juegos, ….

3. El *File Transfer Protocol o FTP*: es el sistema a través del cual podemos enviar ficheros a través de Internet, compartirlos y modificarlos on-line.

4. Los *Grupos de Noticias o Blogs*: es el servicio más apropiado para entablar debates sobre temas técnicos. Se apoya en el correo electrónico y su variante más conocida son los Foros.

5. El *Internet Relay Chat* (IRC) es el establecimiento de conversaciones en tiempo real con una o varias personas por medio de texto.

6. Los *Servicios de Telefonía* que permite establecer conexiones de voz entre dos personas conectadas a Internet desde cualquier parte del mundo sin tener que pagar una llamada internacional. Permite incluso, a través de una webcam, el intercambio de imágenes.

7. Los *Servicios de Mensajería Instantánea*: es el intercambio de mensajes cortos de texto con una o varias personas a través de Internet y/o un dispositivo de telefonía móvil.

La Sociedad de la Información

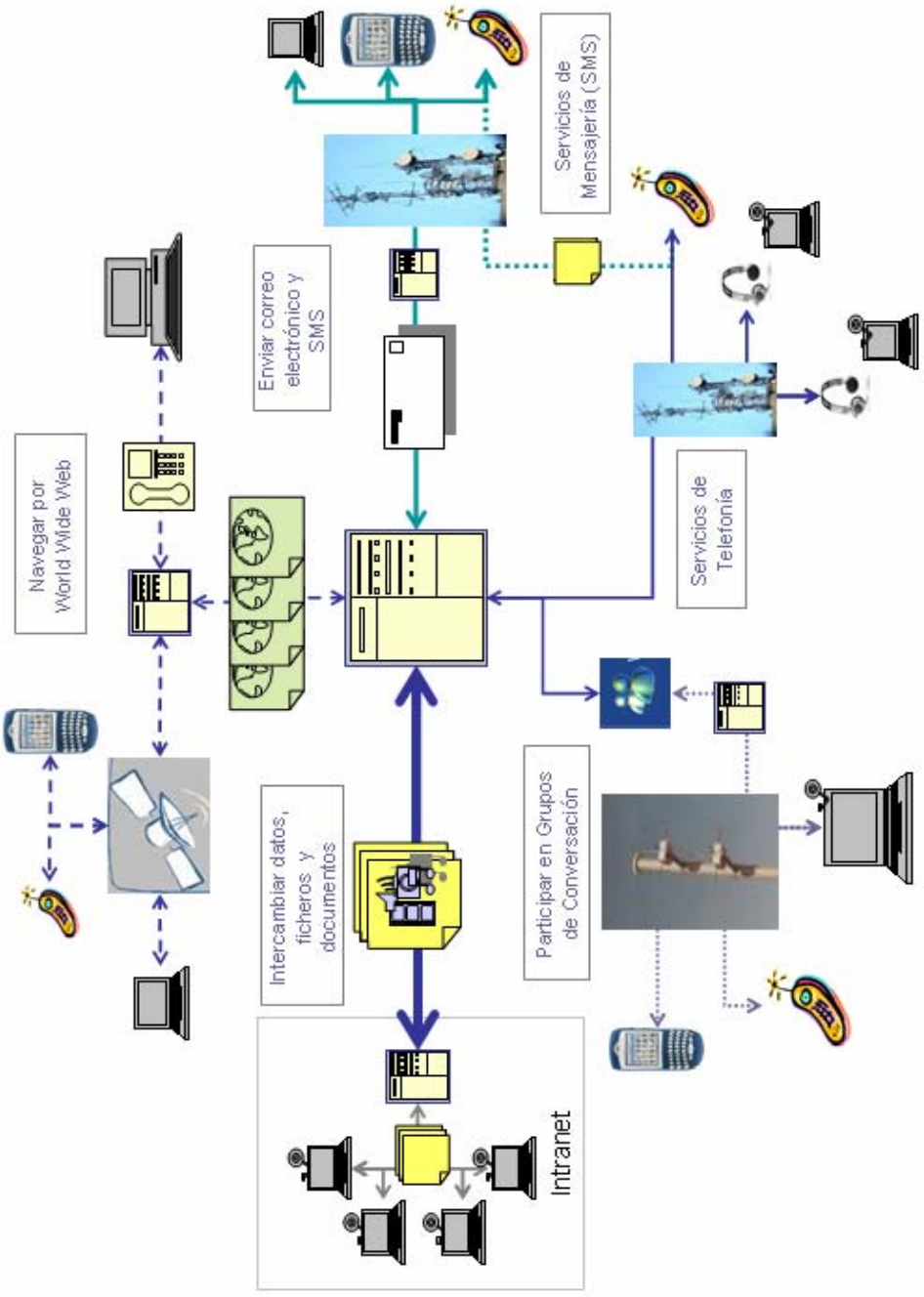


Imagen I: Proceso De Interacción Medida Por Tecnología De Información Y Comunicación

La Sociedad de la Información

- El resultado de todo lo comentado hasta el momento es un nuevo concepto de relacionarnos y de entender el mundo en el que vivimos, es lo que se conoce como Sociedad de la Información.
- En este contexto, se observa como la tecnología deja de ser percibida como herramientas más o menos útiles que facilitan las actividades del día a día (p.e. el ordenador como una gran calculadora gigante) para convertirse en una proyección de la mente y de las fantasías del usuario. Ahora el usuario puede atravesar el espejo (pantalla del terminal), como en el cuento de “Alicia en el País de las Maravillas” e introducirse en un entorno virtual o ciberespacio.
- Dentro de ese entorno virtual se puede estar solo o contactar con otras personas que también están allí y con las que es posible crear nuevas comunidades. Estas comunidades se las conoce como Comunidades Virtuales.
- Mediante enlaces simultáneos, remotos o en tiempo real, de varios ordenadores a través de una red de interconexiones, participamos con personas de todo el mundo, gente con la que se puede conversar diariamente, gente con la que se puede establecer una relación bastante íntima pero que puede que nunca se la conozca físicamente. Al conjunto de todas las redes o comunidades virtuales es lo que se conoce como el ciberespacio o Internet.
- Internet es considerada el cuarto salto tecnológico en la evolución de las comunicaciones Para acceder a Internet simplemente se necesita un teclado, una pantalla, una línea de acceso (telefonía fija, telefonía móvil, ADSL, RDSI, satélite, WIFI, …) y una dirección electrónica o número de identificación que te identifique en el ciberespacio a través de un servidor.
- Una de las razones por las que las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) han propiciado acelerados e innovadores cambios en nuestra sociedad es, principalmente, porque éstas poseen un carácter de interactividad.
- Este carácter de interactividad que poseen las TIC rompe el modelo lineal de comunicación, ya que los usuarios no solo consumen el contenido de los medios sino que lo producen, lo comparten con otros, lo reproducen, lo redistribuyen e incluso lo comentan con otros (Imagen 1.- Proceso de Interacción Mediada por TIC).

La Sociedad de la Información

Los factores clave, positivos o negativos, que describen la interactividad que nos facilitan las TIC en Internet son:

1. **La pieza central del proceso de comunicación** es el usuario o grupo de usuarios**.** Las personas que participan en el proceso dejan de adoptar el rol de emisor o de receptor y para adoptar el nuevo rol **emisor-receptor**.

2. **Los usuarios tienen un *status* igualado**: Todos, sin tomar en cuenta el nivel social, riqueza, raza, género, idioma, …. tiene las mismas oportunidades de comunicación en el ciberespacio. Lo que realmente determina la influencia en el otro son las habilidades para comunicar, la persistencia, la calidad de ideas y algunas técnicas para saber como hacerlo.

3. **La comunicación es una experiencia relacional limitada**: en Internet la mayoría de la gente se comunica a través del lenguaje escrito. Aunque se utilice la imagen y la voz (videoconferencia) la interacción física con el otro no es posible por lo que faltaría la experiencia sensorial propia de las interacciones cara a cara.

4. **Identidad, Flexibilidad y Anonimato**: Se tiene la oportunidad de presentarse uno mismo bajo cualquier tipo de personalidad, bien mostrando su totalidad, algunas partes de ella o bien mostrar identidades imaginarias y mantenerse en el más estricto anonimato. Surge la posibilidad de expresarse a través de trajes virtuales conocidos como *avatares*.

   El anonimato tiene un efecto desinhibidor que permite a los usuarios ser honestos y abiertos acerca de asuntos personales que no podrían ser fácilmente discutidos cara a cara.

5. **Pérdida de los límites espaciales**: Al no haber distancias geográficas, las personas con intereses o necesidades únicas tiene acceso a cualquier parte del mundo para encontrar con facilidad gente con quien compartir esos intereses o necesidades.

   La capacidad de las personas para acceder al resto del mundo y poder compartir con éste sus intereses es una gran ventaja que conlleva un problema en el caso de que a quien encontremos sea una persona con motivaciones antisociales.

La Sociedad de la Información

6. **Tiempo Extendido y Condensado**: La comunicación sincronizada envuelve a las personas sentadas en sus computadoras al mismo tiempo. Por otro lado, los correos electrónicos y grupos de noticias involucran comunicación que no requiere gente interactuando al mismo tiempo. Tanto en un caso como en otro y salvo que se comparta la comunicación a través de imagen o voz, existe un lapso de tiempo entre las interacciones. Este lapso permite a la persona responder con un significativo retraso que no se produce en la comunicación cara a cara y que se conoce como tiempo de reflexión.

   Las ventajas de este tiempo de reflexión son incuestionables pero puede alterar en negativo el curso de una "conversación" en el caso en que la persona durante la interacción tenga otros fines ya que pueden no ser identificados al faltar los componentes no verbales de la comunicación personal.

   Por otro lado, el tiempo en Internet está vinculado a una tasa de cambio muy alta: la actualización permanente, la entrada y salida de gente en nuestro entorno y la evolución multimedia hacen que la experiencia de tiempo en el ciberespacio se pueda acelerar.

7. **Acceso a numerosas relaciones**: En el ciberespacio, el usuario puede contactar con una o varias personas y no con otras. Este puede decidir en la selección de amigos, amantes y enemigos en la red ya que tiene capacidad para acceder a una infinita muestra de alternativas en la línea.

8. **Grabaciones Permanentes**: las conversaciones y correos en la red pueden ser grabadas y salvadas en un archivo en los ordenadores personales. La interacción se convierte en puro documento y como tal es un fiel reflejo de lo que se dijo, a quien y cuando. Una vez guardadas y archivadas dichas interacciones pueden ser utilizadas de muchas maneras durante toda la vida por el usuario.

9. **Estados alterados y oníricos**: El estar sentado tranquilamente frente a la pantalla de nuestro ordenador puede transformarse en una experiencia de estado alterado de conciencia. Algunas personas al utilizar los diferentes servicios de Internet pueden experimentar una fusión mental con otros usuarios, lo que hace que en el entorno multimedia esta experiencia se vuelva surrealista.

La Sociedad de la Información

Se produce un estado de conciencia similar a la del sueño. Estos estados alterados de conciencia y sueño podrían explicar porqué esto es tan atractivo para la gente hasta el extremo de producirse lo que se conoce como "estar atrapado en la red" o la ciberadicción.

10. **Fenómeno "White Paper" (espacio en blanco)**: Se denomina así a la frustración y enojo que se experimenta cuando la tecnología falla. Refleja la relación de dependencia del usuario sobre la tecnología y su necesidad de controlarla. En algunos casos estos fallos en la respuesta tecnológica puede llegar a proyectar todo tipo de preocupaciones y ansiedades.

11. **Nuevas formas de relacionarse**: La socialización (relaciones personales o romance, el cibersexo, los matrimonios virtuales) en el ciberespacio es, para muchos, solo una rareza cultural, una novedad o una moda pasajera.

    En cambio, para otros, supone el reflejo del temor al desafío de la intimidad en las relaciones personales. Se trata de relaciones creadas por personas que prefieren evitar la dimensión física y viven estas relaciones en función de la fantasía que se han creado acerca del otro ciber-nauta.

    Este fenómeno es idéntico al escape de la realidad que se produce con los libros o películas pero en un entorno mucho más interactivo. Esta interactividad junto con el bajo riesgo que supone la ausencia de intimidad física hace que sea mucho más excitante que los métodos usuales y por tanto podría generar posibles situaciones de dependencia y/o adicción.

II

Análisis de la Situación Actual:

- Aspectos Cuantitativos:
  1. El nivel tecnológico en los hogares españoles y en los hogares de la Junta de Andalucía:
     - PC e Internet
     - La telefonía móvil vs telefonía fija
     - Otros equipamientos: videoconsolas
  2. Impacto en la población infantil y adolescente:
     - Acceso a Internet
     - Telefonía móvil
- Aspectos Cualitativos:
  1. La Adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet
  2. Los adolescentes ante las situaciones problemáticas:
     - 2.1. Los adolescentes ante los videojuegos
     - 2.2. Los adolescentes ante la realización de las actividades escolares
     - 2.3. Los adolescentes ante los Internet Relay Chat
     - 2.4. Los adolescentes y el impacto en la Salud
     - 2.5. Los adolescentes y los problemas de Seguridad
     - 2.6. Los adolescentes y los problemas de Privacidad
     - 2.7. Los adolescentes y los mensajes no deseados
     - 2.8. Los adolescentes y los contenidos no aptos para menores

Análisis de la Situación Actual

Análisis de la Situación Actual
- Aspectos Cuantitativos
- Aspectos Cualitativos

- El mayor impacto del proceso de Interacción Mediada por TIC se produce sobre nuestros hijos, que han nacido dentro de un mundo altamente tecnológico y son los que llevan la delantera: su conocimiento y dominio del entorno les confiere capacidad para tomar decisiones e influenciar en el mercado. Muchos de ellos ya son jóvenes expertos en el uso de la tecnología, pero otros, las generaciones futuras, son todavía niños y/o adolescentes.

- El resto de las generaciones, los que hemos nacido antes de los 80´s, les seguimos el rastro con ansiedad, adaptándonos a veces por propia voluntad y otras por necesidades laborales o familiares-domésticas, gestionando como podemos nuestro aprendizaje a lo largo de un proceso de alfabetización tecnológica.

- Si queremos prevenir las consecuencias del uso excesivo de la tecnología por parte de nuestros hijos y minimizar los posibles riesgos por el uso indebido es necesario describir la situación a la que nos enfrentamos.

- Para ello realizaremos un análisis de la situación actual bajo los dos aspectos siguientes:

ASPECTOS CUANTITATIVOS	ASPECTOS CUALITATIVOS
1. El nivel tecnológico en los hogares españoles y en los hogares de la Junta de Andalucía: • PC e Internet • La telefonía móvil vs telefonía fija • Otros equipamientos: videoconsolas	**1. La Adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet**
2. Impacto en la población infantil y adolescente: • Acceso a Internet • Telefonía móvil	**2. Los adolescentes ante las situaciones problemáticas**

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

Según un estudio realizado, durante los 10 últimos años, por Tatum[1] sobre la situación de Internet en España y en el Mundo, se han obtenido los siguientes resultados en relación con:

- Penetración:
  - De los 25 primeros países en cuanto a penetración de Internet, la primera posición la ocupa Islandia con un 86,8% de penetración, seguido de Nueva Zelanda y Suecia. España no entra dentro de esta clasificación.
  - Los datos sobre la UE señalan que la penetración media de usuarios se sitúa actualmente en la mitad de la población (51,9%). España está por debajo de la media, ocupando la 18º posición.
- Número de usuarios:
  - A nivel internacional, Internet cuenta con más de 1.000 millones de usuarios (1.093 millones de usuarios), lo que supone el 16,8% de penetración en el total de la población mundial.
  - Estados Unidos ocupa el 1º lugar, seguido de China y Japón.
  - España se sitúa en el 13º puesto en el ranking mundial y la 5ª posición respecto al total de la UE.
- Idioma:
  - Llama la atención el crecimiento del idioma español en la Red, un 231,1% respecto al 2000. El español es el cuarto idioma más utilizado (por un 7,5% de los usuarios de Internet en 2006), después del inglés, el chino y el japonés.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

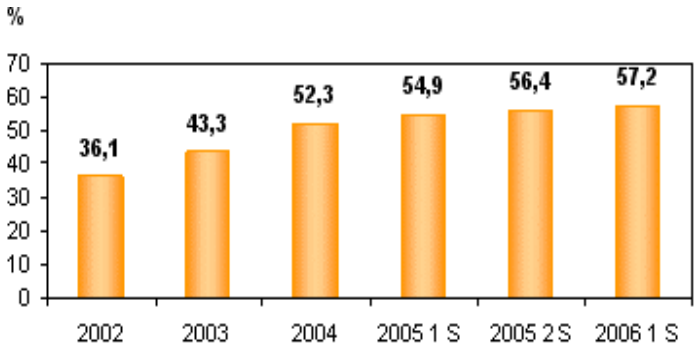
- Según las previsiones de la AUI (Asociación de Usuarios de Internet), entre 2000-2005 el número de usuarios de Internet en España aumentaría, llegando a los 18.500.000.
- En el estudio del Observatorio **"Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE"** se explica que:

  - Los últimos datos del relativos al uso de Internet en nuestro país reflejan que el número de usuarios de la Red ha aumentado hasta los 17,77 millones (+1,6%), es decir, el 48,3% de la población.
  - El gasto en Internet asciende a 353 millones de euros en el segundo trimestre de 2006, un 52% más que en el mismo periodo de 2005. El 60% del gasto corresponde al acceso mediante ADSL
  - El 90% de los internautas españoles considera que es fácil o muy fácil navegar por Internet, además el 25% se declara usuario avanzado o experto en Internet
  - Entre otras novedades, un incremento significativo del uso de Internet en colectivos tradicionalmente más alejados de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como la población entre 45 y 54 años o las personas que se dedican a las labores del hogar.
  - En cuanto al porcentaje de hogares con conexión a Internet, continúa su tendencia creciente alcanzando el 33,9%. De este modo, por primera vez, más de 10,3 millones de usuarios de Internet de 15 y más años acceden a Internet desde casa.
  - Las comunidades que más han aumentado su índice de penetración durante 2006 han sido Madrid (43,6%), País Vasco (41,4%) y Cataluña (40,1%).
  - Las de menor crecimiento: Extremadura, Castilla-La Mancha y Galicia.
  - En estos 10 últimos años, los índices de penetración de Internet en todas las CCAA se han incrementado, desde el mayor porcentaje: 2.975% de Cantabria, hasta el menor: 677,5% de La Rioja.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

- Por otra parte, la CMT también ha dado las cifras de banda ancha, que cerró 2006 con 6,66 millones de accesos tras sumar 166.000 conexiones en diciembre.
- Los últimos datos consolidados son de junio de 2006:

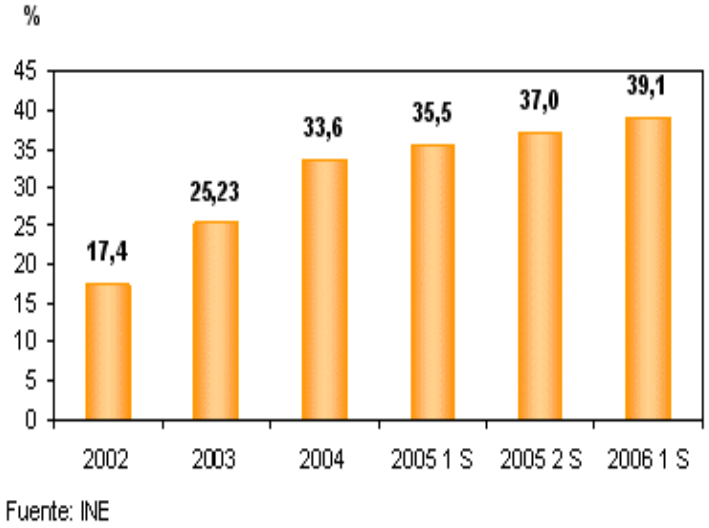
1. El porcentaje de viviendas equipadas con algún tipo de ordenador (de sobremesa, portátiles y agendas electrónicas) sigue creciendo en los hogares españoles alcanzado el 57.2%.



Evolución De Penetración Del Ordenador En Los Hogares Españoles

2. Por tipo de ordenador, el de sobremesa (PC) está presente en más de la mitad de los hogares el 52% de viviendas, mientras que los portátiles se encuentran en el 16,4% de los hogares y otros tipos de ordenador (PDA, Pocket PC, etc.) en el 6,2 %.
3. El 39,1% de los hogares españoles estaban conectados a Internet. Este indicador continúa su tendencia de crecimiento de los últimos años, de diciembre de 2005 a junio de 2006 el porcentaje de hogares conectados a Internet ha crecido 2,1 puntos porcentuales.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet



Fuente: INE

Evolución Del Porcentaje De Hogares Conectados A Internet

4. El número de hogares con individuos de 16 a 74 años con conexión a Internet fue de 5.637.891, de los cuales 2.920.282, el 52%, se encuentra en poblaciones de más de 100.000 habitantes y capitales de provincia.

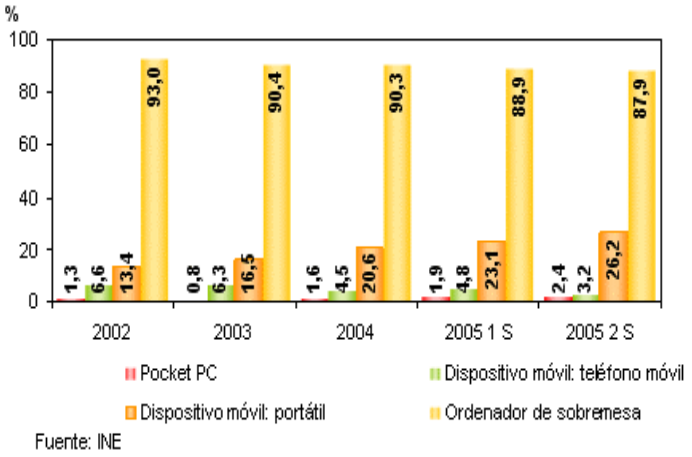
5. El ordenador de sobremesa sigue siendo el terminal más utilizado para conectarse a Internet desde el hogar: el 88% de los hogares utilizan este tipo de terminales siguiendo el comportamiento de las últimas mediciones.

   El 26,1 % de los hogares utilizan ordenador portátil para conectarse a Internet, aumentando 3,1 puntos porcentuales más que en diciembre de 2005.

   El teléfono móvil ha perdido penetración como equipo de acceso a Internet en los hogares.

   La PDA o Pocket Pc ha aumentado, si bien se encuentra en valores muy bajos, sólo el 2,4% de los hogares utilizan este dispositivo para conectarse a Internet.

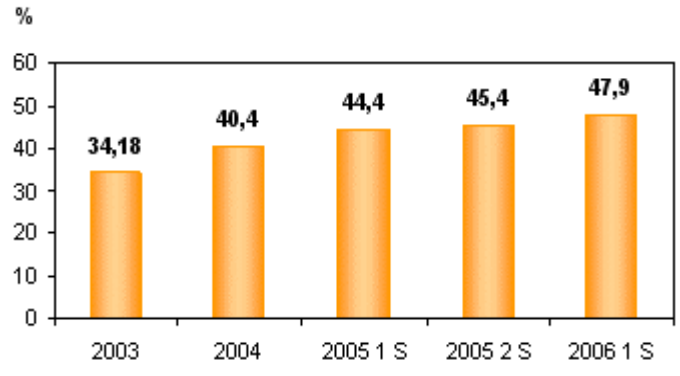
1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet



Fuente: INE

Porcentaje De Hogares Con Acceso A Internet Desglosado Por Tipo De Terminal O Equipo De Acceso

6. El número de individuos que han utilizado Internet en los últimos tres meses alcanzó, en el primer trimestre de 2006, los 16 millones, esto es un 47,9% de la población entre 16 y 74 años. De ellos la inmensa mayoría, en torno al 86%, han realizado un uso habitual el último mes. De diciembre de 2005 a junio de 2006 se ha producido un incremento cercano al medio millón de nuevos usuarios de Internet, lo que supone un incremento de 2,5 puntos porcentuales.



Fuente: INE

Individuos Que Han Utilizado Internet En Los Últimos Tres Meses

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

7. El número de internautas habituales (considerando habitualidad el uso en último mes) ha alcanzado los 13.772.000 en el primer trimestre de 2006, con un aumento respecto al mismo período de alrededor de 850.000 nuevos usuarios habituales de Internet.

   Así, con más de 13,7 millones de internautas, la penetración del uso habitual de Internet en España se sitúa en el 36,8%, situándose así en 2006 la población internauta prácticamente en el 37% de la población total de 14 y más años.

Fuente: EGM (AIMC)

Porcentaje De Individuos Que Han Utilizado Internet En El Último Mes

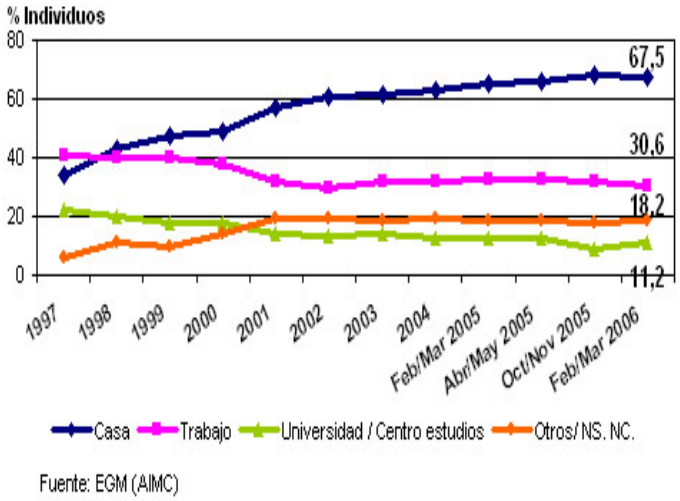
8. La propia vivienda se mantiene como lugar predominante de acceso a Internet (67,5%).

   Le sigue como lugar más frecuente el trabajo (30.6% de los usuarios lo hace desde el mismo).

   Otros lugares, con un 18,2 %, engloba desde otra casa como por ejemplo de parientes o de amigos, a lugares públicos como tele-centros o ciber-cafés.

   El último lugar en frecuencia de los considerados en el estudio es la universidad o centros de estudios, que presenta un ligero repunte después de varias oleadas con una clara tendencia descendente.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet



Fuente: EGM (AIMC)

Lugar De Acceso De Los Usuarios De Internet En El Último Mes

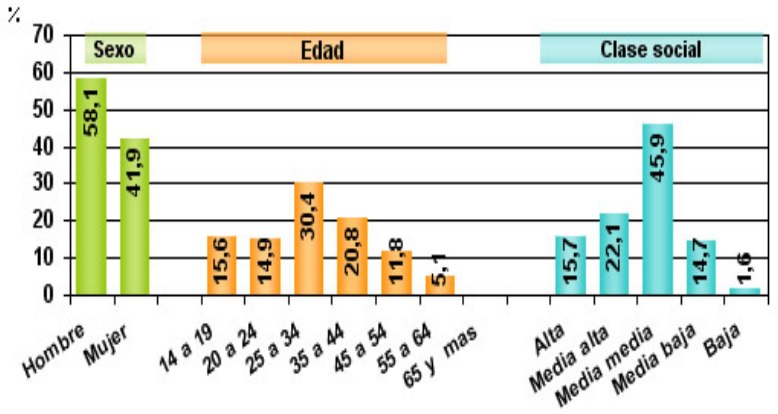
9. El perfil del internauta habitual (el que usó Internet el día anterior a cumplimentar el cuestionario, lo que suma en el trimestre en cuestión 8.109.000 individuos, más del 20% de la población de 14 y más años, en el periodo febrero-marzo 2006):

   - ✓ Se mantiene predominantemente joven de edad, menor de 35 años (61,1%): entre 15 y 24 años el 83%; entre 25 y 34 años el 67% son usuarios.
   - ✓ 59,4% de hombres frente a un 44,2% de mujeres.
   - ✓ Clases sociales alta y media-alta (39,2%) y media-media (44,3%)
   - ✓ De Madrid, País Vasco o Cataluña

   No obstante, se observa un incremento significativo del uso de Internet en colectivos tradicionalmente más alejados de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como la población entre 45 y 54 años o las personas que se dedican a las labores del hogar.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

En relación con la brecha digital por sexos, se observa una disminución en el último años: en el uso de ordenador existe una diferencia de ocho puntos porcentuales y en el de acceso a Internet de 7,3 puntos, en ambos casos 2 puntos menos que en el año pasado.

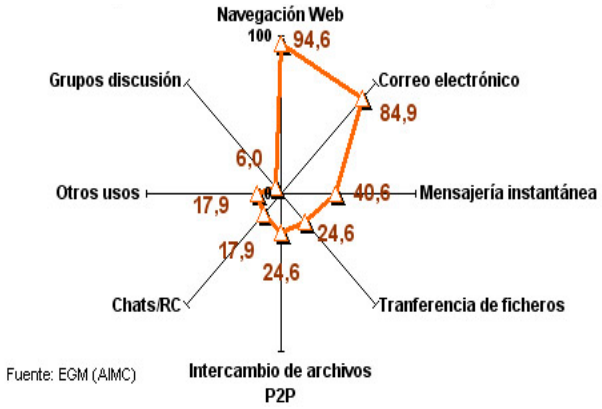


Perfil De Los Usuarios De Internet En El Último Día (Febrero-marzo 2006)

10. Los internautas españoles utilizan la red mayoritariamente para:
    - Acceso a medios de comunicación: 61%
        - Navegar por Internet: 94,6% de los encuestados
        - Obtención de información de las Administraciones Públicas: 49%
        - Actividades de ocio: 48%
    - Usar el correo electrónico, el 85%.
    - Utilizar servicios de mensajería electrónica: 40,6%.
    - Otro de los servicios que sigue teniendo un comportamiento de aceptación creciente es el servicio de intercambio de archivos P2P: 24,6%

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

11. Por otra parte desde 2001, han decrecido los porcentajes de usuarios que utilizan Internet para:
    - Internet Relay Chat: -45,8%
    - Transferencia de ficheros: -32,2%
    - Otros usos: -29,7%
    - Grupos de discusión, para lo que menos se usa: -18,9%



Servicios Utilizados Por Internautas En El Último Mes (Feb/Mar 2006)

% uso del servicios Internet	Navegación Web	Correo electrónico	Transferencia ficheros	SMS	Chats/ IRC	Intercambio archivos P2P	Otros usos	Grupos discusión
1997	77,4	65,5	36,3				29,3	
1998	81,5	76,3	37,4				29,4	
1999	82,6	77,1	34,1				26,9	
2000	86,5	77,1	35,8				9,0	
2001	90,6	75,7	30,1		33,0		16,2	7,4
2002	90,1	78,1	28,5		22,2		16,9	6,1
2003	92,2	82,1	29,3		25,6		24,3	6,0
2004	93,6	83,1	28,2	33,0	21,6	18,4	17,8	5,25
feb/mar 04	93,5	82,7	26,9	25,2	19,2	19,6	17,9	6,2
abr/may 05	95,0	82,8	25,3	35,6	18,4	20,6	16,7	5,4
oct/nov 05	95,6	83,6	25,3	37,6	17,5	23,2	18,8	5,4

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

Análisis de la Situación Actual

- Aspectos Cualitativos

- En la Junta de Andalucía, la tasa de penetración de Internet se sitúa por debajo de la media nacional: sólo el 31,7% de los hogares tienen acceso a Internet. Ocupa la posición 16ª, no obstante se observa una tendencia positiva.
- En relación con el número de usuarios que han utilizado Internet en los tres últimos meses y con edades entre los 16 y 74 años, en la Junta de Andalucía, el ratio (42,0%) sigue siendo inferior a la media nacional y también se observa una evolución positiva respecto al mismo periodo del año anterior.
- En relación con el lugar de acceso a Internet, en los casos en que el acceso se produce desde la vivienda propia y centros públicos, para los usuarios de la Junta de Andalucía los porcentajes son inferiores a la media nacional. No obstante, este porcentaje es superior cuando el acceso se produce desde viviendas de familiares y amigos o desde centros de estudios y cibercafés.
- En relación con la frecuencia de acceso tenemos que, según el INE, el número de usuarios que diariamente se conecta a Internet es inferior es superior en los que se conectan todas las semana pero no todos los días. En cambio, el tiempo de conexión durante la semana es superior, fundamentalmente para el grupo entre 5 y 20 horas/semana.

Frecuencia de uso de Internet en los últimos 3 meses	Nacional	Andalucía
	%	%
TOTAL DE USUARIOS FRECUENTES	82,40	80,50
• Diariamente, al menos 5 días por semana	59,85	55,39
· *Menos de 1 hora*	*9,31*	*9,72*
· *De 1 a 5 horas*	*36,75*	*31,29*
· *De 5 a 20 horas*	*36,79*	*44,20*
· *Más de 20 horas*	*16,98*	*14,52*
· *NS / NR*	*0,18*	*0,27*
• Todas las semanas, pero no diariamente	40,15	44,61
Al menos una vez al mes, pero no todas las semanas	13,75	14,41
No todos los meses	5,47	5,09
NS / NR	0,02	0,00

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

- **En el último estudio realizado por la Consejería de Innovación de la Junta de Andalucía, el barómetro I@lándalus 2005, demuestra que en Andalucía aún queda mucho camino por recorrer.**
  - Dentro de las razones que la población argumenta para justificar el no tener acceso a Internet, llama la atención el alto porcentaje que lo considera innecesario o no lo quiere o no le interesa.
  - El principal motivo que esgrime, en términos generales, la población andaluza que rechaza esta tecnología es demoledor: "Porque no le interesa", es lo que ha contestado la mayoría de los encuestados en el estudio del barómetro de nuevas tecnologías en Andalucía.
  - Evidentemente, y como motivo relacionado a este primero, el 27 por ciento de los incluidos en el estudio esgrime como motivo para "pasar" del conectarse a la red que "no tiene equipo adecuado" y que "no sabe usarlo".
  - Esto último, la escasa formación básica de la población adulta es un dato interesante sobre la repercusión que luego tiene la generalización del uso de este canal. Y es que, como indica el estudio, un alto porcentaje de ciudadanos se confiesa autodidacta en este campo. Y el cuarto lugar de este listado de motivos es el precio.
  - En ese sentido, hasta un 21 por ciento de los encuestados en Andalucía opina que es demasiado caro pagar por tener Internet en casa para sus posibilidades económicas.
- En cuanto a los servicios más utilizados tenemos que:
  - La mayoría acude a la red para buscar información o documentación (a través de buscadores) y para consultar el correo electrónico.
  - El ocio, con juegos y chats ocupa los puestos más relevantes en el uso de Internet en Andalucía.
  - Más de la mitad de los encuestados dice no estar interesado en preparar viajes, buscar empleo o leer periódicos a través de la consultas de portales.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: PC e Internet

- Las dos áreas que se llevan la peor parte en este barómetro son las gestiones administrativas a través de la red y la denominada compra "on-line". Esta última es la que menos aceptación tiene entre los internautas. el motivo que esgrimen es que "prefiere hacerlo de forma presencial". La selección de un producto con el cursor del ratón en un catálogo expuesto en una pantalla parece que resulta demasiado frío para los gustos de los andaluces.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Teléfono Móvil

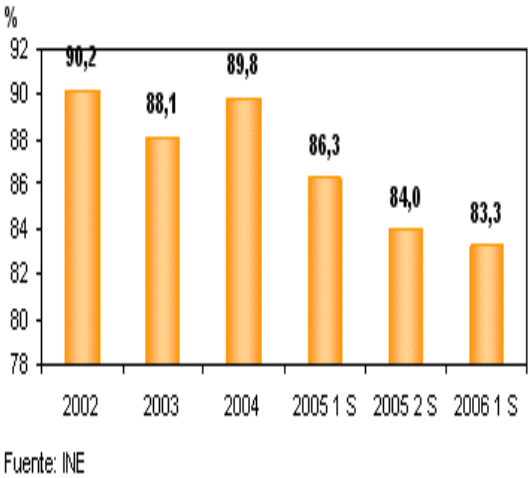
- El móvil es un dispositivo técnico que permite ser desplazado de un lugar a otro y que se ha convertido en un elemento más de los componentes íntimos que constituyen la esfera personal de los usuarios con el que se tiene una relación emocional.
- Según un artículo publicado en la página web del observatorio tecnológico del Ministerio de Educación y Ciencia, la telefonía móvil se diferencia de la telefonía fija en lo siguiente
  a) Libertad de movimientos y cobertura casi total.
  b) Gasto económico muy superior que se potencia por la propia libertad de movimientos que facilita la telefonía móvil.
  c) Posibilidad de envío y recepción de mensajes cortos con el uso de un lenguaje criptográfico.
  d) Una utilización economicista del lenguaje que fomenta la participación en chats y el envío de correos.
  e) Gran potencia comunicativa con todo tipo de elementos multimedia y facilidad de integración con otras tecnologías.
  f) La presión social de su grupo, por la moda y por las multinacionales de determinados productos que fomentan el uso de los móviles mientras desarrollan nuevos canales de publicidad y venta.
  g) El impacto en el ámbito educativo no por su capacidad para proporcionar información sino por la problemática educativa concreta en relación con su conveniencia o no según situaciones y edades: cuándo y cómo dejar que un adolescente utilice su móvil.
- El 83,3% de los hogares españoles disponen de **teléfono fijo** según los resultados de la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares publicados por el INE y referidos al primer semestre de 2006.
- Se confirma la tendencia a la baja de los últimos años en lo que se refiere a este equipamiento del hogar, en 2002 el porcentaje de hogares que disponían de teléfono fijo era de 90,2%, casi 7 puntos porcentuales más que en la actualidad.
- Se detecta un incremento en la proporción de hogares que sólo disponen de móvil y la progresiva disminución de hogares que sólo disponen de fijo, lo que sugiere que se está consolidando un nuevo tipo de hogar, el hogar unitecnológico4, que contrata el servicio de telefonía móvil en sustitución del servicio de telefonía fija.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Teléfono Móvil

Análisis de la Situación Actual

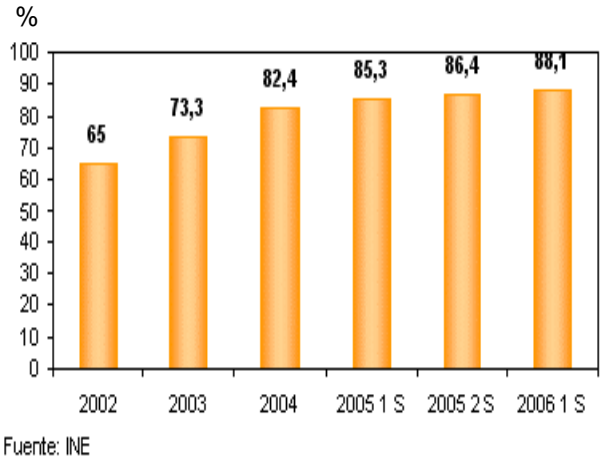
- Aspectos Cualitativos

1. El porcentaje de hogares con teléfono móvil (88,1%) supera a los hogares con fijo (83,3%), confirmándose la tendencia detectada en diciembre de 2006. Incluso un 15,6% de los hogares españoles dispone única y exclusivamente de teléfono móvil.
2. Los últimos datos registrados y aportados por la CMT reflejan que España cierra el año 2006 con 46,1 millones de clientes de telefonía móvil, después de crecer un 7,6%. Existen más tarjetas de telefonía móvil que habitantes.
3. En toda Andalucía, de forma general, casi el 100 por ciento de la población es usuario de este aparato. Los nuevos modelos de uso sencillo y sólo con las funciones básicas lanzados al mercado buscan el sector de población -el de mayor edad- que puede ser reticente al uso de teléfono móviles.



Fuente: INE

Evolución De Penetración Del Teléfono Fijo En Los Hogares Españoles



Fuente: INE

Evolución De Penetración Del Teléfono Móvil En Los Hogares Españoles

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Videoconsola

Según las conclusiones del estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos[7]:

- Uno de cada tres hogares en España cuenta con al menos una consola (34%), siendo la Junta de Andalucía la comunidad autónoma con mayor porcentaje de presencia en los hogares, aproximadamente un 40%.
- El perfil sociodemográfico de hogares con consola son:
  - Hogares con uno o dos miembros y sin niños.
  - Clase media-alta, media-media y media-baja.
  - El 14,8% del total de mujeres en España son jugadoras de videojuegos.
  - El número de jugadores de videojuegos apenas ha variado entre el año 2004 y el 2006, aunque ha alcanzado los 8,8 millones de jugadores en España (20% de la población).
  - La forma de acceder a los videojuegos (Tabla 2.) es fundamentalmenta a través de una plataforma (10,3%), donde la videoconsola supone la opción más utilizada, seguida de cerca por el PC y algo más lejos el teléfono móvil.
- En relación con la edad (Tabla 3):
  - El 42% de los jugadores de videojuegos tienen entre 7 y 34 años.
  - Entre los 7 y 11 años, un alto porcentaje (78%) de los niños son jugadores de videojuegos y esta cifra ha aumentado en torno a 16,0 puntos porcentuales desde el año 2004 y 2006 en el grupo de 7 a 10 años y 8,0% en el grupo de 11 a 13 años..
  - A pesar de que hay un incremento importante de jugadores infantiles, el perfil del jugador no es tan juvenil: 4 de cada 10 jugadores tienen entre 20 y 34 años.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Videoconsola

Tabla 2.- Cuantificación Del Número De Jugadores De Videojuegos En España, 2006: El 20% De La Población Es Jugadora

	% Jugadores	Nº Absoluto Jugadores
Base (Población española):	*44,1 millones (Fuente: INE, 2005)*	
TOTAL JUGADORES DE VIDEOJUEGOS	**20,0%**	**8,8 millones**
Total jugadores de PC	12,5%	5,5 millones
Total jugadores de Consola	13,0%	5,7 millones
Total jugadores de Teléfono móvil	7,4%	3,3 millones
TOTAL EXCLUSIVOS: Juegan a una sola plataforma	**10,3%**	**4,5 millones**
Exclusivos de videojuegos de PC	4,1%	1,8 millones
Exclusivos de videojuegos de Consola	4,6%	2,0 millones
Exclusivos de videojuegos de Teléfono móvil	1,6%	0,7 millones
TOTAL DUALES: Juegan con dos plataformas	**6,4%**	**2,8 millones**
Duales de juegos de PC y Consola	3,8%	1,7 millones
Duales de juegos de PC y Teléfono móvil	1,3%	0,6 millones
Duales de juegos de Consola y Teléfono móvil	1,2%	0,5 millones
TOTAL COMPARTIDO: Juegan con tres plataformas		
Jugadores de PC y Consola y Teléfono móvil	3,3%	1,5 millones

Tabla 3.- Penetración Del Número De Jugadores Según El Sexo Y La Edad: El 78% De Los Niños Entre 11 Y 16 Años Juegan Con Videojuegos.

Porcentajes horizontales

	Población general	Total Jugadores	Jugadores de PC	Jugadores de Consola	Jugadores de Teléfono móvil
Base:	n= 44.108.530	n= 8.821.706	n= 5.513.566	n= 6.734.109	n= 3.264.031
PENETRACIÓN POR EDADES					
Hasta 6 años	2.898.759	14,9%	8,4%	10,1%	3,0%
De 7 a 10	1.617.806	67,4%	40,0%	52,4%	18,3%
De 11 a 13	1.303.283	77,0%	53,7%	60,3%	31,0%
De 14 a 16	1.358.606	79,4%	59,3%	58,8%	37,1%
De 17 a 19	1.458.122	54,9%	37,9%	37,4%	26,6%
De 20 a 24	3.031.633	40,0%	25,8%	23,7%	19,7%
De 25 a 34	7.693.201	24,5%	11,9%	14,5%	8,3%
De 35 a 44	7.125.457	13,0%	8,0%	7,0%	4,4%
De 45 a 54	5.648.370	4,5%	3,5%	1,4%	0,8%
Más de 55 años	11.973.293	1,2%	1,1%	0,4%	0,1%
Total de 7 a 34	16.462.651	42,9%	28,7%	29,2%	17,2%
PENETRACIÓN POR SEXO					
Hombre	21.780.869	25,4%	15,6%	18,0%	9,0%
Mujer	22.327.661	14,8%	9,6%	8,1%	5,9%

Ejemplo de Lectura: el 14,8% del total de mujeres en España son jugadoras de videojuegos

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Videoconsola

En relación con la **plataforma** empleada:

VIDEOCONSOLA

- El 17% juega más de 4 horas a la semana (Heavy Player); solamente un 13% juega menos de 1 hora a la semana.
- Al observar a las mujeres por separado vemos que la cifra sube al 17%.
- La media de juego es de 2,9 horas a la semana, significativamente más que en los jugadores de PC.
- Juegan más con amigos y familiares que los jugadores de PC, aunque un 70% juega habitualmente solo.
- Los juegos preferidos son: de deportes, coche-carreras (FIFA Football con PES al mismo nivel y GTA).
- Tienen una media de 21 juegos en su casa, más de la mitad comprados originales en tiendas. Gastan el 35% de su presupuesto anual para ocio, en este tipo de actividad
- Lo más importante es el número de pantallas, que sea rápido y el personaje/protagonista.

ORDENADOR PERSONAL

- Son jóvenes/adultos entre 14 y 34 años. Entre 25 y 34 años son exclusivos de PC.
- Un tercio de los jugadores de PC, además, juegan en la red.
- El 13% juega más de 4 horas a la semana (Heavy Player) y si además juega on-line, el número asciende al 21%.
- De media, los jugadores de PC juegan 2,6 horas/semana, significativamente que los jugadores de consola. Y además juega sólo.
- Los géneros preferidos son: deportes, estrategia, aventura y coche-carrera por este orden. A la hora de adquirirlos lo importante es el número de pantallas, el precio y la historia o argumento.
- Tienen una media de 20 juegos en casa, la mitad comprado y un tercio descargado o copiado. El 12% no adquiere videojuegos.
- El gasto medio asciende al 28% del presupuesto de ocio anual.

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Videoconsola

TELEFONO MOVIL

- Edad entre 14 y 16 años, sobre todo hombres.
- El 27% juegan 3 o más día a las semanas y un 3% más de 4 horas (Heavy Player), además de jugar con otras plataformas.
- El número de juegos descargados es de 2 y 3 al año, pudiendo llegar a 5 en el caso de lso Heavy Player.
- Los géneros más utilizados son Coche-carreras, deportes, aventuras y acción, en el caso de jugar on-line se prefieren los juegos de estrategia, los coches (adultos) y los disparos (niños).

En cuanto a la **distribución geográfica**:

- Andalucía es la Comunidad Autónoma con mayor presencia de jugadores de videojuegos (23,8%) por encima de la media nacional.
- En Andalucía, la manera de acceder a estos juegos es, fundamentalmente, a través de videoconsola (17,5%) seguido del uso de ordenador (14,0%) y más lejos el teléfono móvil (8,5%). En el caso de la videoconsola el porcentaje de uso es, estadísticamente significativa, por encima de la media nacional.
- El perfil del jugador en Andalucía es:
  - Hombre,
  - Adulto
  - Medium User
  - Jugador no on-line
  - Tienen 17 juegos en casa, el 47% comprados originales
  - Se lo compran: padres, hermanos
  - En el último año ha comprado 4 juego: Destinan el 32% del presupuesto de ocio anual
  - Prefieren la consola
  - Los juegos preferidos son de coches-carreras3

1. Nivel Tecnológico en los Hogares: Videoconsola

Tabla 4.- Perfil Por Comunidad Autónoma / Zona - Comparativa

-HOMBRE	-HOMBRE	-HOMBRE	-HOMBRE	-HOMBRE
-7-10 y 20-24 AÑOS	-ADULTOS	-ADULTOS	-ADULTOS	-ADULTOS
-MEDIUM USER	-LIGHT USER	-MEDIUM USER	-MEDIUM USER	- HEAVY-MEDIUM USER
-JUGADOR ONLINE	-JUGADOR ONLINE	-JUGADOR NO ONLINE	-JUGADOR NO ONLINE	-JUGADOR NO ONLINE
-COMPRAN : PADRES, OTROSFAMILIARES	-COMPRAN : PADRES	-COMPRAN : PADRES, HERMANOS	-COMPRAN : PADRES	-COMPRAN : PADRES ,ELLOS MISMOS
-JUEGOS DE ESTRATEGIA	-JUEGOS DE DEPORTES	-JUEGOS DE COCHES/CARRE.	-JUEGOS DELUCHA, ROL.	-JUEGOS DE COCHES,ACCION
-19 JUEGOS EN CASA, EL 57% ORIGINALES	-22 JUEGOS EN CASA, EL 58% ORIGINALES	-17 JUEGOS EN CASA, EL 47% ORIGINALES	-21 JUEGOS EN CASA, EL 60% ORIGINALES	-27 JUEGOS EN CASA, EL 50% ORIGINALES
-GASTAN 79€ AL AÑO	-GASTAN 120€ AL AÑO	-GASTAN 89€ AL AÑO	-GASTAN 115€ AL AÑO	-GASTAN 100€ AL AÑO
-ÚLTIMO AÑO COMPRO 4 JUEGOS	-ÚLTIMO AÑO COMPRO 4 JUEGOS	-ÚLTIMO AÑO COMPRO 4 JUEGOS	-ÚLTIMO AÑO COMPRO 3 JUEGOS	-ÚLTIMO AÑO COMPRO 3 JUEGOS
-UN 28% DE SUS GASTOS EN OCIO	-UN 29% DE SUS GASTOS EN OCIO	-UN 32% DE SUS GASTOS EN OCIO	-UN 28% DE SUS GASTOS EN OCIO	-UN 31% DE SUS GASTOS EN OCIO
-LOS DUALES PREFIEREN AMBAS PLATAFORMAS	- LOS DUALES PREFIEREN AMBAS PLATAFORMAS	- LOS DUALES PREFIEREN LA CONSOLA	- LOS DUALES PREFIEREN EL PC	- LOS DUALES PREFIEREN EL PC
Base: Madrid (n=106)	*Base: Cataluña (n=110)*	*Base: Andalucía (n=158)*	*Base: Com.Valenciana (n=80)*	*Base: Zona Norte (n=96)*

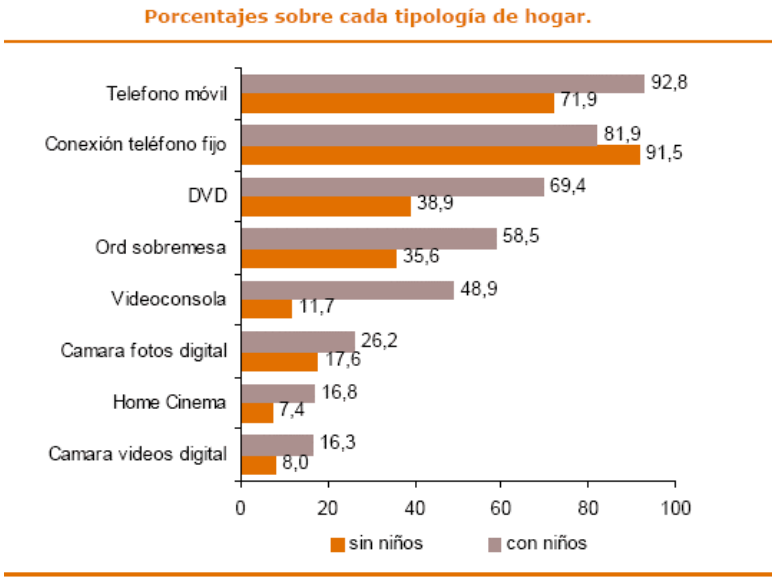
2. Impacto en niños y adolescentes: PC e Internet

- El Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información[3] expone que los hogares con niños tienen un equipamiento y una penetración de servicios TIC superior a la media, es decir, existe una relación positiva entre la presencia de niños en el hogar y la actitud de los adultos hacia las nuevas tecnologías.
- En hogares sin niños existe una mayor presencia de telefonía fija, al contrario que en los hogares con niños en los que predomina la móvil, siendo así especialmente en hogares con niños más pequeños, por tanto previsiblemente de parejas más jóvenes.
- El predominio de la fija en hogares sin niños viene marcado por los hogares sin niños con edad del cabeza de familia de más de 49 años, de los cuales, el 95,5% disponen de telefonía fija mientras que su disponibilidad de teléfono móvil a penas supera el 65%.
- Las mayores diferencias entre hogares con niños y sin niños se dan en equipamientos como la videoconsola y DVD. El DVD se da con mayor frecuencia con niños en edades de 0 a 5 años mientras que la videoconsola se registra en hogares con niños más mayores (de 6 a 15 años). El 11,7% de los hogares sin niños disponen de videoconsola.
- En seis de cada diez hogares con niños mayores (de 6 a 15 años) hay al menos un ordenador de sobremesa, mientras que en los hogares sin niños su presencia no alcanza el 40%. Además, el 35,8% de estos hogares disponen de acceso a Internet.

Dotación Tecnológica según tipo de hogar	Teléfono Fijo	Teléfono Móvil	DVD	PC	Video-consola
Hogar tipo sin niños con edad del cabeza de familia mayor de 49 años	✓	✓			
Hogar tipo sin niños con edad del cabeza de familia inferior a 50 años	✓	✓	✓	✓	
Hogar tipo con niños entre 0 y 5 años	✓	✓	✓		
Hogar tipo con niños entre 6 y 15 años	✓	✓	✓	✓	✓

2. Impacto en niños y adolescentes: PC e Internet

- Como conclusión tenemos que los adultos en hogares con niños se sienten más identificados con la tecnología y ven más su utilidad, les gusta probar más y ante los nuevos avances tecnológicos, consideran que éstos facilitan la posibilidad de hacer lo que se quiere, donde y cuando se quiere.



Equipamiento En Los Hogares Con/Sin Niños

- De los datos que aparecen en el gráfico estudiaremos con mayor detenimiento las TIC que con mayor frecuencia aparecen en los hogares con niños en edades entre 6 y 17 años:

a) Acceso a Internet
b) Telefonía móvil
c) Videoconsola - Videojuegos

2. Impacto en niños y adolescentes: PC e Internet

Uso que los niños de 10 a 14 años hacen de la tecnología en los últimos 3 meses	Nacional	Andalucía
	%	%
TOTAL NIÑOS (10-14 años)	100	100
Utilización del ordenador en la vivienda (últimos 3 meses): TOTAL NIÑOS USUARIOS DE ORDENADOR	72,02	62,11
1. Para ocio, música, juegos, ...	*88,45*	*90,76*
1. Para trabajos escolares	*84,68*	*84,65*
1. Otros usos	*7,73*	*8,76*
1. NS/NR	*0,74*	*1,04*
TOTAL NIÑOS USUARIOS DE INTERNET	91,47	95,14
1. Desde la Vivienda	*56,95*	*50,87*
1. Desde la vivienda de familiares y amigos	*29,72*	*32,04*
1. Desde el centro de estudios	*52,97*	*42,36*
1. Desde centros públicos	*20,10*	*18,46*
1. Desde cibercafés y similares	*20,17*	*25,83*
1. Desde otros lugares	*3,20*	*2,83*
1. Lugar: NS / NR	*5,73*	*3,81*

1. Para ocio, música, juegos, ...	*73,81*	*75,04*
1. Para trabajos escolares	*83,33*	*75,76*
1. Otros usos	*13,58*	*18,36*
1. NS / NR	*1,97*	*3,62*

2. Impacto en niños y adolescentes: PC e Internet

- Dentro del número total de usuarios de Internet a nivel Nacional, el 8,7% son usuarios con edades comprendidas entre los 10 y 14 años. Este valor asciende hasta el 11,19% en la Junta de Andalucía.
- De la población total entre 10 y 14 años, un alto porcentaje (72%) ,utiliza ordenador y de éstos el 91,46 han accedido a Internet en los últimos tres meses al menos una vez.
- El ratio de niños de 10 a 15 años que todavía no han utilizado nunca Internet asciende a cerca del 33,7%, si bien este porcentaje se reduce a un 16,1% en el caso de los jóvenes de 16 y 17 años.
- Los lugares de acceso son fundamentalmente en viviendas particulares ya sean propias o de familiares y amigos. Más de la mitad de estos usuarios lo han efectuado desde el centro escolar.
- El uso que se hace de Internet es principalmente para realización de trabajos escolares, seguidos de actividades de ocio, música y juegos.
- Los datos para la Junta de Andalucía son, respecto a la media obtenida para el Territorio Nacional, inferior en cuanto al número de usuarios de ordenadores. No obstante el porcentaje que de estos usuarios acceden a Internet es ligeramente superior.
- El uso del ordenador en la Junta de Andalucía es principalmente para actividades de ocio seguido de la realización de trabajos escolares. El acceso a Internet para la realización de trabajos escolares es inferior mientras que el acceso para otros usos es superior. Esta desigualdad puede ser justificada por una menor dotación de equipos informáticos en los centros escolares en relación con el nivel medio nivel nacional.
- En relación con las medias obtenidas a nivel nacional, el lugar en el que se realiza la conexión es inferior desde la vivienda propia, repartiéndose esta diferencia entre el acceso desde la vivienda de familiares y amigos y los cibercafés.
- Según algunos datos publicados en la página web del programa “Protégeles” en el apartado de seguridad infantil tenemos que:
  a) Solamente uno de cada tres de los menores que habitualmente utilizan internet tienen como objetivo principal la búsqueda de información.
  b) La mayor parte (66%), lo concibe como una herramienta de ocio: el 36% se conecta fundamentalmente para chatear, otro 17% para jugar y, finalmente, otro 13% para buscar música.

2. Impacto en niños y adolescentes: PC e Internet

c) Casi la mitad de los menores que se conectan a Internet lo hace con mucha frecuencia casi a diario. Un 26,5% se conecta varias veces a la semana, un 14,5% se conectan una vez por semana y finalmente, un 11% lo hace con menor frecuencia: 2 ó 3 veces al mes.

d) Atendiendo al número de horas, un alto porcentaje de los menores usuarios de Internet (65,5%) se conectan menos de 5 horas a la semana (un 33,5% menos de 2 horas/semana y el otro 32% entre 2 y 5 horas semanales). El porcentaje de menores que navega entre 5 y 10 horas es del 19,5% y más de 10 horas a la semana lo hacen sólo un 15%.

e) La gran mayoría de los adolescentes que utilizan internet de manera habitual se conecta normalmente desde sus hogares (84%), un 11% lo hace desde los cibercentros o similares y el resto desde casa de un amigo o familiar.

El número de usuarios que se conectan desde los cibercentros aumenta a un 25,5% cuando la razón para conectarse o el hecho en sí no quieren o desean que sea conocido. Desde los centros escolares se conectan sólo un 15% de los menores.

2. Impacto en niños y adolescentes: Teléfono Móvil

Análisis de la Situación Actual

- Aspectos Cualitativos

- España es uno de los países en los que más éxito tienen este tipo de dispositivos: el 87'2% de los españoles tiene móvil.
- Al mismo ritmo que aumenta el consumo de estos dispositivos aumentan los problemas de adicción a los mismos. Se estima que aproximadamente 1 de cada 1.000 usuarios tiene este problema: al menos 35.000 personas en España. Y en un porcentaje muy importante se trata de usuarios "muy" jóvenes.
- Los menores se están convirtiendo en los principales usuarios de los distintos servicios que ofrece la telefonía móvil en la actualidad: envío de mensajes cortos –sms-, fotografías, descarga de tonos musicales, juegos, etc.
- Estos aparatos son ya para los menores verdaderos instrumentos de ocio a los que dedican cada vez más tiempo y recursos económicos. (Anexo I).
- Por otro lado, son también los menores quienes se están convirtiendo en objeto de acoso en unas ocasiones, en receptores de publicidad no solicitada y, en general, en consumidores de todo tipo de artículos y productos asociados.

- El Mo1 y el Cam1 fueron los teléfonos para niños que Telefónica mostraba en el 3GSM, pero en su kit de prensa también nos ofrecen información sobre el **Win1**, un terminal más avanzado que posee incluso soporte de 3G, con el que se pueden realizar videollamadas.
- A las funciones de seguridad de los otros dos dispositivos, añade la posibilidad de ver vídeos, escuchar música y un modo monitor para que los padres puedan vigilar al niño.
- Dispone de 20 MB de memoria interna, que se pueden aumentar mediante tarjetas Transflash y en los que podremos almacenar los vídeos y la música. En la parte superior se encuentra la cámara para realizar videoconferencias.
- Sus medidas son de 13.1×12.1 centímetros.

- Se hace cada día más necesario determinar cuál es la realidad de esta relación que están estableciendo los menores con estos dispositivos de telefonía móvil. Determinar cuáles son los problemas asociados, anticiparse a las posibles consecuencias y plantear estrategias o pautas que puedan ser de utilidad para afrontar cada situación.

2. Impacto en niños y adolescentes: Teléfono Móvil

Atendiendo a los resultados obtenidos (Anexo I) en el estudio[5] sobre "*Seguridad Infantil y Costumbres de los Menores en Telefonía Móvil*", el contexto de uso de móviles por los niños y adolescentes se caracteriza por:

RELATIVAS A LA UTILIZACIÓN DE LA HERRAMIENTA

a) El teléfono móvil se ha convertido, especialmente para los jóvenes, en un instrumento de ocio cuyas posibilidades se asemejan a las que ofrece Internet. Empieza a utilizarse el móvil como instrumento para jugar, realizar y enviar fotografías, chatear, etc.

b) Los mensajes cortos -SMS- se han revelado como la opción más empleada por los menores, que ha llegado incluso a crear sus propios códigos para comunicarse modificando el lenguaje escrito.

- Al menos la mitad de los menores que disponen de móvil envían mensajes cortos –SMS- todos los días-
- Uno de cada cuatro menores con móvil envía entre 10 y 20 SMS cada fin de semana.

RELATIVAS A LAS PAUTAS DE CONSUMO

a) Los menores son, en muchas ocasiones, los herederos de los teléfonos que desechan sus padres. De esta forma, el 78% de los menores con móvil ya ha tenido más de un aparato. De estos últimos el 24% ya tiene su tercer móvil y otro 24% el cuarto.

b) El 69% de los menores utiliza sistemas de prepago antes que sistemas que supongan la formalización de un contrato.

c) Se observa que uno de cada cuatro menores con móvil gasta cantidades moderadas que pueden suponer la mayor parte de su paga: Un 18% gasta entre 20 y 40 euros al mes, y otro 7% más de 40 euros mensuales.

d) Los menores se están convirtiendo en grandes consumidores de productos asociados al móvil: el 77% ya ha adquirido melodías y sonidos para su móvil y el 68% fondos o logos.

2. Impacto en niños y adolescentes: Teléfono Móvil

En este contexto los principales problemas detectados se agrupan en:

SITUACIONES RELATIVAS AL USO EXCESIVO DEL TELEFONO MOVIL

a) Los datos obtenidos que guardan relación con un posible uso abusivo del teléfono móvil, son los relativos al desarrollo de reacciones relacionadas con la dependencia y determinadas acciones dirigidas a obtener saldo.

- Al menos uno de cada tres menores (38%) con teléfono móvil afirma desarrollar intranquilidad e incluso ansiedad cuando se ve obligado a prescindir de su móvil.
- Un pequeño porcentaje de los menores con móvil (11%) afirma haber llegado a engañar o mentir a sus padres, e incluso en alguna ocasión a sustraer dinero, para poder recargar su saldo.
- El gasto que realiza en teléfono móvil un 25% de los menores que utiliza este servicio, es considerado abusivo.

SITUACIONES RELATIVAS AL USO INDEBIDO DEL TELEFONO MOVIL

a) El acoso sexual a través del móvil es todavía de baja intensidad. No obstante, un 18% de los menores con móvil ya se ha sentido acosado.

b) La recepción de mensajes no solicitados, se ha generalizado con mucha mayor rapidez: Un 68% de los menores con móvil ya los ha recibido. De entre éstos los más preocupantes son los mensajes de incitación a los juegos de azar, sorteos y demás.

c) Una minoría significativa (19%) afirma haber utilizado el móvil para enviar mensajes amenazantes, insultar, etc, al margen de las normales bromas.

d) Si bien la mayoría de los menores no chatea a través el móvil (86%), la mitad de los que sí lo hacen (7%) ha chateado con desconocidos.

e) La gran mayoría de los menores que ha recibido fotografías en su móvil proceden de sus amigos. No obstante, un 9% de estos menores ha recibido imágenes pornográficas a través del mismo.

2. Impacto en niños y adolescentes: Teléfono Móvil

- Según otro estudio[6] los resultados obtenidos en relación con las características generales del uso del móvil son muy similares al anterior. Es menester hacer una reflexión sobre los resultados obtenidos en relación con las consecuencias negativas del uso del móvil:

a) Un 6,8% de los adolescentes y un 7,2% de los jóvenes han restringido el uso del móvil debido a un uso previamente excesivo del mismo entre bastantes veces y casi siempre.

b) Un 7,2% de los adolescentes y un 6,2% de los jóvenes han ocultado el dinero y/o tiempo invertido en el móvil a su pareja o familia entre bastantes veces y casi siempre.

c) Un 12,5% de los adolescentes y un 15,3% de los jóvenes han sufrido pérdida de la noción del tiempo entre bastantes veces y casi siempre.

d) Un 10,5% de los jóvenes y un 5,6% de los adolescentes se han sentido culpables bastantes veces por invertir mucho tiempo en la utilización del móvil.

e) Un 4% de los adolescentes y un 3,8% de los jóvenes manifiesta haber sufrido las consecuencias por la pérdida de tiempo laboral o de estudio debido al uso del móvil-

f) Un 23,9% de los encuestados se consideran adictos al móvil aunque sólo un 5,3% estarían en el grupo extremo.

De los datos analizados se puede concluir que:

- Con la edad aumenta el uso generalizado del móvil y por tanto sus consecuencias negativas. No obstante el uso del móvil como elemento de ocio disminuye a medida que avanza la edad.
- El uso abusivo del móvil puede corregirse por sí sólo, con la intervención activa del usuario o de las recomendaciones de familiares y amigos.
    - Una intervención preventiva en la adolescencia sería clave para prevenir las posibles consecuencias negativas o usos problemáticos desadaptados.
    - Existen algunos casos en los que se hace necesario una intervención psicológica o psicoeducativa más allá de la prevención.

Análisis de la Situación Actual: Aspectos Cualitativos

- La incorporación de la tecnológica en las actividades del día a día es un fenómeno global que afecta a todo el mundo con independencia de su ubicación física, su banda horaria, sus características raciales, culturales y generacionales.
- De esta forma el desarrollo informático ha invadido rápida y profundamente nuestra vida cotidiana hasta ocupar un lugar muy importante dentro de ella en la que los usos más habituales son:
    1. Enviar y recibir instantáneamente, a través de todo el mundo, cartas, imágenes, información, publicidad (marketing viral), SMS.
    2. Explorar una riqueza infinita de fuentes de información para la realización de las actividades diarias sin la necesidad de salir del hogar: actividades funcionales, compra-venta de bienes, servicios financieros, acceso a gestión de trámites con las Administraciones Públicas …
    3. Compartir actividades con cualquier persona o grupo de personas en tiempo real y a lo largo de todo el mundo: videojuegos, IRC, sexo virtual, matrimonios ciberespaciales, psicoterapeutas en el ordenador.
    4. Conversar (voz y/o texto) durante horas con gente de diferentes lugares del mundo pagando el coste de una llamada local.
    5. Crear vida artificial o personajes virtuales que nos permitan experimentar con la identidad humana: *morphing (MUD´s)*, insectos robots o niños de dos años artificiales (tamagochi).
    6. Adquirir conocimientos y entrenar habilidades mediante el uso de libros electrónicos y simuladores virtuales, respectivamente.
- Analizaremos en relación con estos apartados las situaciones problemáticas o de conductas desadaptadas que pueden surgir como consecuencia de:
    1. Un uso excesivo de la tecnología en los procesos de comunicación o de relación con iguales: lo denominaremos de manera genérica como la CIBERADICCIÓN.
    2. Un uso indebido de la tecnología: lo denominaremos en este documento como SITUACIONES PROBLEMATICAS

1. La adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet

- Algunas características de la persona adicta existen en ella antes que se tome dependiente del objeto de su a adicción, por lo tanto pueden ser consideradas como factores que predisponen a la misma.
    1. Una mayor sensibilidad general hacia sentimientos y emociones desagradables (hipersensibilidad)
    2. Poca motivación para controlar su conducta por lo que la satisfacción instantánea se valora más que el control
    3. Técnicas inadecuadas para controlar la conducta y el afrontamiento de los problemas, por lo que aunque estén motivados para moderar su conducta, no cuentan con los recursos técnicos para ello (déficit de habilidades)
    4. La existencia de un patrón automático (no reflexivo) que conduce a ceder ante los impulsos
    5. Búsqueda de excitación y poca tolerancia al aburrimiento
    6. Poca tolerancia a la frustración
    7. Una disminución relativa a las perspectivas de futuro, de forma que la atención del individuo se centra en los estados emocionales del aquí y ahora.
- Los adictos son emocionalmente hipersensibles y generalmente tienen emociones más intensas que los no adictos. Este aspecto se extiende a su vida social: interactuar con las personas expone al adicto a la posibilidad de ser rechazado y mientras el rechazo no le es agradable a nadie, para el adicto puede ser devastador. Por esta razón prefiere la soledad, no porque le guste, sino porque la considera el menor de los males.

  El adicto al evaluar los recursos con los que cuenta para afrontar determinadas situaciones puede creer que no podrá enfrentarla, por lo que evita situaciones novedosas o de cambio.
- Los adictos en su relación con el objeto de adicción lo que buscan es una nutrición emocional. Como las necesidades emocionales se sienten como urgentes para el adicto el objeto que viene a satisfacer esa necesidad debe estar disponible.

  Los efectos del uso del objeto deben ser inmediatos y esta inmediatez en la obtención de placer refuerza positivamente la conducta del adicto, haciendo más probable su repetición.

1. La adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet

- Desde el plano intelectual el adicto sabe que esta repetición no puede brindarle plenitud emocional y es por ello que después del uso del objeto de placer se siente culpable y aumenta su frustración (craving). Ante esta situación se cree indefenso y vulnerable, baja su autoestima y se instaura la ansiedad y la depresión lo que inicia de nuevo el ciclo conductual de búsqueda de placer y de satisfacción de sus necesidades emocionales.

Proceso de Adicción

La Adicción Internet o sus Servicios se produce cuando la navegación excesiva por la red es capaz de ocasionar una ruptura con los modos de vida anterior así como la ruptura de los lazos familiares, sociales y laborales afectando al bienestar psicológico de los usuarios.

Kraut y cols (1998) y Barnegie-Mellon

- La ciberadicción es una situación que no está contemplada como una patología clínica con entidad propia. No obstante existen especialistas* que han trabajado en esta línea y han llegado, incluso, a definir dicha patología y el proceso a través del cual se produce la adicción a la comunicación mediada por computadoras:

* Dra. Young en su libro “Caught in the net”

1. La adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet

- La gran mayoría de los usuarios acceden por primera vez a Internet por curiosidad y, a medida que se han ido familiarizando, el navegar se ha convertido en una sana adicción ya que siempre hay algo nuevo por conocer.
- Pero en algunos casos estas grandes ventajas de Internet pueden suponer grandes inconvenientes e incluso provocar una situación patológica que tiene las mismas características que la dependencia a sustancias con su síndrome de abstinencia.
- La dependencia de Internet difiere de la definición de dependencia dada por la OMS en que se trata de un trastorno psicológico y no físico, en los que se observan también fenómenos de tolerancia al uso de Internet, ya que los tiempos suelen ir aumentando a medida que se va instalando la adicción. Los tipos de consumo actuales de drogas que suelen dividirse en experiencial, ocasional y dependiente se encuentran en la misma línea que la utilización de Internet.
- El problema radica en que Internet no es una sustancia tóxica que altera la conciencia del individuo por lo que se puede cuestionar si es el uso de Internet lo que te atrapa en la red o son los usuarios con tendencia a la adicción los que se quedan atrapados al usar Internet.
- Para Shirley Turkey, en su libro, “La vida en la pantalla”, menciona el poder de seducción de la TIC como causa de ciberadicción: existen múltiples aspectos que le confieren capacidad de seducción a la tecnología.

  - Las posibilidad de conversación entre las múltiples pantallas y la manera en que una máquina es responsiva aplaca la ansiedad de perfección.
  - La cautivación que producen los mundos virtuales en los que el poder de la pantalla está ligado a la fantasía de un encuentro entre la mente del jugador y la del programa que se encuentra por detrás.
  - La capacidad de construir o fusionar la mente con la mente del ordenador. Los ordenadores pueden ser extensiones de la construcción del pensamiento por parte de la mente bien a través de la programación bien mediante las simulaciones que tienen lugar en las pantallas, por las imágenes que en ella aparecen y sus acciones.
  - El ordenador ofrece la ilusión de compañerismo sin la demanda de una amistad.

1. La adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet

- Para la Dra. Young (1996) los sujetos se pueden clasificar como Internet-dependientes si cumplen por un periodo de doce meses positivamente a cuatro o más de los siguientes criterios:

1. Se siente Ud. preocupado con INTERNET o con servicios on-line, pensando en ellos mientras no está conectado?
2. ¿Siente una necesidad de aumentar el tiempo on-line para lograr satisfacción?
3. ¿Es Ud. capaza de controlar su uso de Internet?
4. ¿Se siente inquieto o irritable cuando trata de desconectarse o interrumpir su conexión?
5. ¿Se conecta para escapar de los problemas o disminuir sentimientos de desesperanza, culpa, ansiedad o depresión?
6. ¿Miente Ud. a sus familiares o amigos acerca del tiempo y la frecuencia con que se conecta?
7. ¿Corre riesgos de perder una relación significativa, trabajo, estudio u oportunidad en su carrera por el uso de Internet?
8. ¿Sigue Ud. conectándose a pesar del gasto excesivo en servicios on-line?
9. ¿Siente Ud. cuando no está conectado, la abstinencia, depresión, irritabilidad o malhumor?
10. ¿Pasa Ud. más tiempo conectado del inicialmente pensado?

1. La adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet

- En otros trabajos [3] se han establecido que los criterios diagnósticos que permitirán la inclusión de este trastorno en le próximo Manual de Diagnóstico y Estadística de los Trastornos Mentales de la Asociación Psiquiátrica Americana son:

1. Tolerancia:
   - 1.1 Necesidad de incrementar la cantidad de tiempo conectado a internet para lograr la satisfacción
   - 1.2 Disminución del efecto con el uso continuado de similares tiempo de conexión
2. Abstinencia:
   - 2.1 Síndrome de abstinencia:
     a. Cesación o reducción del tiempo de conexión (cuando se han dado periodos prolongados de uso intenso)
     b. Dos o más de los siguientes síntomas aparecen después de unos días y hasta un mes de haberse producido el punto anterior: Agitación psicomotriz, Ansiedad, Pensamientos recurrentes acerca de lo que estará ocurriendo en Internet, Fantasías o sueños acerca de Internet, Movimientos voluntarios o involuntarios similares a los realizados sobre un teclado.

        Los anteriores síntomas producen malestar o deterioran el área social, ocupacional o culaquier otra área vital
     c. El uso de Internet o de otro servicio on-line es preciso para aliviar o suprimir los síntomas abstinenciales.
   - 2.2 Se accede a Internet más a menudo o durante periodos más prolongados de los que inicialmente se había planeado.
     a. Existen propósitos persistentes e infructuosos por suprimir o controlar el acceso a la Red.
     b. Se invierte una cantidad de tiempo notable en actividades relacionadas con Internet (adquisición de libros, pruebas de nuevos buscadores, organización del material descargado, …)
     c. Las actividades sociales, profesionales o de recreo disminuyen o desaparecen a causa del uso de Internet.
     d. Se permanece conectado a pesar de saber que ello supone un problema persistente y recurrente de tipo físico, social, laboral o psicológico.

1. La adicción y el uso excesivo de los Servicios de Internet

CONCLUSIONES:

- Tanto en los estudios realizados por la Dra. Young como en los realizados por otros expertos, las personas que se clasificaron como Internet-dependientes mostraron la pérdida de control sobre el uso de Internet y el hecho de intentar limitar el uso se puede convertir en una tortura.
- Por otro lado no se ha comprobado diferencia entre los Internet-dependientes y los no dependientes en relación con el tiempo que usan Internet sino en relación con la aplicación que hacen en el uso de Internet.
- Se ha observado que son los MUD´s, los listserv, los chats, la pornografía, los juegos compulsivos y en menor medida algunos sitios de compras los que tienen un mayor poder adictivo. Esto se debe a que son entornos que favorecen ciertos aspectos de desarrollo del self o la personalidad, fuera del control social, que en ocasiones llega a convertirse en un instrumento de repetición y no de elaboración o crecimiento personal generando la adicción.
- Las edades más tempranas son las más susceptibles debido a que están en fase de desarrollo de su imagen y autoestima y las necesidades de aceptación social.

2. Los adolescentes ante las situaciones problemáticas

- **La adolescencia**, es la etapa de la vida durante la cual el individuo busca establecer su identidad adulta, apoyándose en las primeras relaciones objetales-parentales internalizadas y verificando la realidad que el medio social le ofrece, mediante el uso de los elementos biofísicos en desarrollo a su disposición y que a su vez tienden a la estabilidad de la personalidad en un plano genital, lo que sólo es posible si se hace el duelo por la identidad infantil.
- Existen tres etapas dentro de la edad adolescente:

Baja adolescencia	• El duelo está centrado en el cuerpo, la pérdida del niño producto de las alteraciones que se dan en el mismo hacen que el sujeto reorganice su **imagen corporal** para sentir que es el mismo. • La comunicación se produce a través de gestos y no tanto por la palabra. • En sus juegos manifiestan una gran impulsividad e inquietud.
Media adolescencia	• El duelo centrado en la **identidad sexual**, ya que cobra mayor vigencia la resolución edípica y la búsqueda de una pareja fuera de la familia. • Inicio de grupo con dos adolescentes, donde se busca la soledad y un confidente. • Son relaciones narcisistas basadas en la afinidad, respeto, afecto, comprensión, confianza, crecimiento, escucha, empatía, discreción, apoyo, aceptación, fidelidad, diálogo, refugio y gratuidad. Son relaciones pasajeras.
Alta adolescencia	• El duelo está centrado en los **roles** ya que hay grandes cambios en este momento, terminan el colegio, deben elegir una profesión, comienzan los estudios universitarios o se insertan en la vida laboral y necesitan ser **reconocidos por los demás**. • Cambio en el sentido social, se extienden las relaciones a un círculo de amistades basado en el respeto por las diferencias. • La persona adquiere su propia identidad tomando como referencia la diferenciación con la identidad de los otros. • Se toma conciencia y perspectiva participativa.

2. Los adolescentes ante las situaciones problemáticas

- En la adolescencia normal se dan pues las siguientes características:

  - Búsqueda de sí mismo y de la identidad propia.
  - Tendencia grupal.
  - Necesidad de intelectualizar y fantasear.
  - Crisis religiosa.
  - Desubicación temporal.
  - Evolución sexual desde el autoerotismo hasta la heterosexualidad.
  - Actitud social reivindicatoria.
  - Contradicciones sucesivas en todas las manifestaciones de la conducta.
  - Separación progresiva de los padres.
  - Constantes fluctuaciones del humor y del estado del ánimo.

- Los objetivos dentro de su proceso de evolución y maduración son:

  1. Querer pertenecer al grupo vs ser un socio fundador del grupo
  2. Ser aceptado por el grupo
  3. Asunción de normas, códigos, leyes, modelos conductuales, modas, …..

2. Los adolescentes ante las situaciones problemáticas

- Teniendo en cuenta que es bueno, en sí mismo, disponer de medios de comunicación y diversión tan efectivos como el móvil, Internet, los videojuegos, etc…, esto no implica que no puedan surgir problemas relacionados por el uso indebido de la TIC.
- Los niños y adolescentes son muy hábiles en la utilización de estos medios pero aunque sepan mucho de tecnología aún no saben pensar y por tanto no saben las consecuencias que esa tecnologías pueden tener para ellos, en caso de un uso inadecuado: pueden ser el origen de contravalores y determinar comportamientos y actitudes ante la vida que resulten lesivos para la salud física, psíquica y moral de la población infantil y adolescencia.
- Como consecuencia de todo lo expuesto en este apartado nos vemos obligados a centrar el análisis cualitativo en relación con el uso y abuso de los servicios que más pueden impactar en los adolescentes como son:

  A. En relación con el tipo de servicio utilizado:

     1. Actividades de ocio: videojuegos y MUD´s
     2. Actividades de relación con sus iguales en el ciberespacio (IRC´s)
     3. Realización de trabajos escolares. Resultados del Proceso de Aprendizaje

  B. En relación con el impacto de los equipos sobre la salud física del usuario: audición, vista, obesidad, ….

  C. Otros problemas asociados al uso de la tecnología como son:

     1. La seguridad,
     2. La privacidad,
     3. El contenido: naturaleza de los SMS a través de los móviles, Vídeos y fotografías con agresiones o contenido obsceno o pornográfico
     4. Las consecuencias del fenómeno incipiente

2. 1. Los adolescentes ante los videojuegos

- Durante los 90 y desde entonces hemos asistido al nacimiento y desarrollo de una nueva modalidad de ocio: los videojuegos.
- Se trata de la evolución natural que surge del auge de la tecnología informática y en especial de la difusión entre el gran público de esta forma de entretenimiento.
- Los videojuegos representan en la actualidad una de las entradas más directas de los niños a la cultura informática y a la cultura de la simulación.
- El aumento de la popularidad de los videojuegos ha producido un intenso debate acerca de los efectos de la práctica de esta forma de ocio. No obstante la escasez de investigaciones rigurosas y prácticamente monopolizadas por autores norteamericanos hacen que las declaraciones de los oponentes y los defensores de estos juegos produzcan afirmaciones concernientes a las posibles consecuencias derivadas de la exposición a este nuevo medio de actividad recreativa.

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

Opositores:

- El tiempo dedicado a esta actividad sucede en detrimento del dedicado al estudio y es un inhibidor de otras actividades de recreo más positivas y educativas.
- Puede reforzar el aislamiento social y provocar alienación entre los niños socialmente marginados
- Favorece una pauta de conducta impulsiva y agresiva entre los usuarios más asiduos y predispones a los niños a aceptar la violencia con demasiada facilidad
- Conduce a una conducta más agresiva y con menor disposición a la asistencia a los demás
- El desarrollo de habilidades sociales, el juego imaginativo, creativo o de fantasía no puede tener lugar mientras se “destruye al enemigo”.
- El dinero destinado a la comida en la escuela o pequeños hurtos a sus padres se emplea en la adquisición de videojuegos.
- La conducta adictiva de estos jugadores inhibe el desarrollo de pautas de conducta más constructivas y puede dar lugar a problemas con el manejo del dinero similares a los de algunos ludópatas.

Defensores:

- El uso de este tipo de juegos puede proporcionar a estos jugadores un sentido del dominio, control y cumplimiento del que pudieran estar faltos en sus vidas.
- El interés adictivo a los videojuegos puede llevar a una reducción de la intensidad de otros problemas propios de la adolescencia.
- Estos juegos pueden constituir una forma de aprendizaje y de entrenamiento.
- Estas actividades pueden promover y desarrollar la coordinación oculo-manual, enseñar habilidades específicas en visualización espacial y matemáticas.
- Los niños podrían adquirir capacidad estratégica para aprender a aprender y aplicarlas en nuevos campos o materias de estudio.
- El dominio de estos juegos es visto como un potencial de aumento de la autoestima entre aquellos jugadores que de otra forma serían desadaptados sociales.
- Pueden constituir una forma de preparación o iniciación en las demandas más cognitivas del mundo de la tecnología informática.

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

- Tras revisar varios estudios realizados, hemos encontrado los trabajos realizados por el Dr. Estallo en los que se ha estudiado los efectos de los videojuegos sobre el comportamiento en el corto, medio y largo plazo.
- Los resultados obtenidos por el Dr. Estallo son coincidentes con otros* en los que se indican:
    1. El tiempo dedicado al juego, tras un uso importante a lo largo del primer mes, éste tiende a decaer en los siguientes cuatro meses, resultando esta evolución compatible con una curva de extinción.
    2. En las tres primeras semanas los sujetos invierten un promedio de dos horas diarias en el juego con videojuegos en su domicilio, tiempo que disminuye a algo menos de una hora en el tercer mes y sigue disminuyendo hasta los veinte minutos al cabo de un año, oscilando entre dos y tres horas semanales.
    3. Cuando el juego se produce en el domicilio la reducción del tiempo dedicado se produce con mayor lentitud que en las personas que acceden a ellos en los cibercafés, sobre todo si éstos se ubican lejos del domicilio habitual del usuario.
    4. No obstante que el tiempo de dedicación a los videojuegos no parezca generar dependencia alguna entre sus usuarios, no significa que halla individuos psicológicamente patológicos que pudieran hacer un uso desadaptado de este tipo de herramientas.
    5. No existe relación alguna entre la frecuencia del juego con videojuegos y los trastornos de la conducta. Los videojuegos no son una válvula de escape para afrontar situaciones familiares complejas y además se ha encontrado que existe una clara relación entre la extraversión y los videojuegos, lo que resulta importante para debilitar la opinión generalizada de que este tipo de juegos favorece la alienación de sus usuarios.
    6. No se ha encontrado ninguna relación entre la práctica de juego a través de videojuegos y variables tales como:

* Gibb y cols (1983), Brooks (1983), Creasey (1986), Egli y Meyers (1984)

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

- Rasgos de personalidad, autoestima, autodegradación, desviación psicopática, conformidad social, hostilidad amigabilidad, conflicto social, tendencia al gregarismo, obsesividad y motivación por el logro.
- La única conclusión de interés es que las mujeres con elevado interés en los videojuegos presentaban una mayor necesidad de logro que las que no estaban interesadas en ello.

7. Los usuarios de “alta frecuencia” pueden satisfacer su necesidad de compañía con videojuegos, si bien los percibieron como menos divertidos y excitantes que los compañeros humanos.
8. Las chicas hacen de los videojuegos una actividad social, mientras que los chicos se convierte en una actividad solitaria.
    - En este sentido parece existir una relación entre la autoestima y la práctica de videojuegos en adolescentes jóvenes (ver etapas de desarrollo de la adolescencia), siendo los sujetos con menor autoestima los que tienden a gastar más dinero por semana en jugar con videojuegos.
    - Los chicos que tienen una baja autoestima tienden a ver estos juegos como un modo para elevarla y como un sustitutivo de las relaciones sociales.
9. Según Anderson y Ford, el jugar con videojuegos agresivos podría tener efectos negativos en el corto plazo en el estado emocional del jugador. Los cambios afectivos dependen del tipo de videojuego empleado, de manera que los más agresivos conducen a incrementar la hostilidad y la ansiedad. No obstante estos efectos tienen una vida corta y no presentan efectos mórbidos en el medio o largo plazo.
    - Se puede argumentar que la experiencia de niveles moderados de ansiedad y hostilidad podría ser beneficioso para algunos jugadores, si se emplean para aprender cómo manejar estas emociones.

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

- Los opositores argumentan, por el contrario, que estos efectos podrían acumularse dando lugar a cambios negativos sobre la visión del mundo, lo que resulta típico de individuos ansiosos y hostiles.

10. Los estudios de Lind y Lepper sobre la conducta agresiva derivada del uso de videojuegos en paralelo con la impulsividad, sociabilidad y rendimiento académico muestran que:
    - Existe una correlación positiva y significativa en el caso de la impulsividad sobre todo en varones que juegan en salas recreativas con juegos del tipo –arcade-
    - En cuanto a la sociabilidad, no afecta de manera significativa ya que los jugadores de alta frecuencia organizan su tiempo en torno a los videojuegos, restando tiempo a actividades de lectura. No disminuyó en ningún caso el tiempo dedicado a ver la televisión ni el destinado a las relaciones familiares, completando más que desplazando la participación en equipos deportivos y en los juegos de mesa.
    - La práctica de videojuegos impactaba positivamente y de manera significativa en la capacidad para usar posteriormente los ordenadores. Se observó también que el acceso y tiempo dedicado a los videojuegos es proporcional al número de ordenadores y personas que los utilizan en los hogares.
    - En cuanto al rendimiento académico (habilidad para las matemáticas y competencia general académica) se obtuvieron correlaciones negativas pero no significativas.
11. Algunos autores han planteado la hipótesis de que el uso de videojuegos potenciaría diferentes aptitudes intelectuales pero no se han obtenido resultados concluyentes.
12. El gran auge de este tipo de juegos se debe a sus características particulares:
    - Elemento fantasía que permite el juego por el juego

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

- La posibilidad de reproducción de una actividad de la vida real: simuladores que ponen a prueba los tiempos de reacción, elementos perceptuales y espaciales.
- La presencia de un alto componente de azar frente a la habilidad y experticia del jugador.
- Videojuegos capaces de evocar niveles altos de *arousal* (estado de permanente alerta por requerir tiempos de respuesta muy cortos) y dominio del medio que fomentan la agresividad, enfado y hostilidad. Tienen un cierto grado de displacer y son preferidos por los varones.
- Actividades placenteras y con entornos familiares. Son los preferidos por las mujeres. Tienen elevados elementos multimedia complejos que aumentan el grado de placer de los juegos. Aportan una mayor información o estimulación mediante la opción de permitir al jugador manipular, alterar o seleccionar los niveles de información y ayuda.

13. El sexo no es un factor determinante para el uso de videojuegos, salvo que los varones en las edades más tempranas utilizan más a menudo los ordenadores que las chicas incluso se reúnen para jugar con ellos. Esta diferencia se supera a medida que avanza la edad y se fomenta la introducción del uso de los ordenadores en la edad escolar. La percepción de masculinidad es por tanto un factor cultural que no se debe a las características intrínsecas de este tipo de tecnología.
14. El uso de videojuegos por la tercera edad demostró una mejora del afecto y autoestima, así como los atributos de vida para residentes a largo plazo en centros de la tercera edad.
15. En relación con el impacto a largo plazo del uso de los videojuegos, los estudios realizados por el Dr. Estallo ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:
    a. La práctica regular y sostenida del videojuego no supone ninguna modificación especial respecto a los no jugadores en los siguientes aspectos:

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

- Adaptación escolar
- Rendimiento académico
- Clima y adaptación familiar
- Hábitos tóxicos (consumo de alcohol, drogas o tabaco), los jugadores son incluso menos adictos a sustancias tóxicas que los no jugadores.
- Problemas físicos: cefaleas, dolores musculares y problemas en la visión.
- Antecedentes psicológicos infantiles
- Actividades sociales (número de amigos, frecuencia de interacción social.

b. En las variables clínicas evaluadas tampoco se han observado diferencias relevantes en relación con:

- Patrones de personalidad
- Síntomas y síndromes clínicos
- Agresividad-hostilidad
- Miedos y temores
- Asertividad: habilidad para expresar emociones y sentimientos de forma clara y abierta
- Estrés y apoyo social
- Vulnerabilidad o predisposición a sufrir trastornos emocionales.
- Ansiedad y depresión

16. Las únicas diferencias observadas fueron una ligera autosuficiencia por parte de los jugadores, son ligeramente más críticos y en ocasiones más susceptibles que los sujetos no jugadores del grupo de control.

    La autosuficiencia se manifiesta como una discreta superioridad que quizás sea la consecuencia de un entrenamiento intensivo en tareas de índole abstrativo, que son las que se suelen movilizar en la interacción con la tecnología informática.

2.1. Los adolescentes ante los videojuegos

17. Como consecuencia de estos estudios del impacto de los jugadores con más de cinco años de experiencia con videojuegos ha permitido definir un retrato robot del jugador típico:

    a. Los jugadores “diarios” suponen un tercio del conjunto de los jugadores totales

    b. El tiempo dedicado oscila entre los 60 y 90 minutos diarios.

    c. El gasto medio mensual en salas recreativas es de 10 euros.

    d. El gasto medio mensual en videojuegos y materiales relacionados es de 20 euros.

    e. No existe influencia negativa en sus relaciones sociales: al contrario, en un 37,4% las ha mejorado.

    f. La frecuencia de juego en salas recreativas suele ser semanal o inferior.

    g. Las máquinas preferidas son las consolas y los ordenadores personales.

    h. La mayoría de los jugadores prefieren jugar acompañados.

    i. La participación de los padres es mínima

    j. Existe un bajo número de sujetos con problemas derivados de esta actividad, y estos suelen ser de índole doméstica.

    k. El uso de ordenadores que se utilizan para jugar con videojuegos suele implicar la utilización para fines no lúdicos dedicando a ellos de un 30 a un 70% del tiempo en que se utiliza el ordenador.

2.2. Los adolescentes ante los MUD´s

- Con los ordenadores podemos simular la naturaleza en un programa, u olvidamos por completo de ella y construir naturalezas alternativas, limitadas tan sólo por nuestras capacidades de imaginación y abstracción.
- Una de las más espectaculares de dichas naturalezas alternativas es la que constituyen los entornos interactivos conocidos como MUD (siglas de Multiuser Dungeons o Multiuser Domains) o Dominios para Múltiples Usuarios.
- En los MUD puede participar todo el mundo, cada uno a través de su propio ordenador, formando colectivos conectados, comunidades que solo existen en el espacio virtual.
- Los MUD son realidades virtuales sociales, en las que participan cientos de miles de personas que se comunican unos con otros individualmente o en grupos. El acceso no es difícil ni caro, solo se necesita tener acceso a Internet, que está al alcance de cualquiera.
- Dado que los MUD son creados por sus usuarios, constituyen una nueva forma de literatura de creación colectiva, que tiene mucho en común con la performance, el teatro de calle y la improvisación. Además, en el MUD, los jugadores no sólo se convierten en autores de un texto, sino en autores de si mismos, construyendo sus personalidades mediante la interacción social.
- La manera de ingresar en un MUD es a través de un comando telnet que conecta un ordenador con otros en la red. A continuación se crean uno o varios personales, se especifica el género y otras características físicas y psicológicas. Los demás jugadores del MUD pueden leer esta descripción. Los personajes creados no tienen porque ser humanos, y existen más de dos géneros. Puede haber personajes múltiples o mecánicos. Algunos MUD tienen temas concretos y otros son de tema libre.
- En algunos MUD, se invita a los jugadores a construir su propio mundo informático mediante lenguajes de programación relativamente sencillos. Se pueden crear espacios donde los jugadores tienen vidas sociales más variadas, donde pueden practicar el sexo casual o romántico, tienen empleos, asisten a ceremonias y celebraciones, se enamoran y se casan.

2.2. Los adolescentes ante los MUD´s

- En los MUD los gordos pueden ser esbeltos y los guapos pueden ser vulgares. El anonimato del MUD deja mucho espacio para que los individuos expresen aspectos inexplorados de sí mismos, ofrecen oportunidades incomparables para jugar con la propia identidad y probar otras nuevas. Decir que estos juegos enganchan, es quedarse corto ya que los juegos ofrecen una vida paralela, que en la mayoría de los casos es mejor que la vida real.
- Los límites del juego son borrosos, la rutina de jugar llega a formar parte de la vida real de los jugadores. El MUD difumina las fronteras entre la persona y el juego, la persona y el personaje, la persona y la simulación. Muchas veces los jugadores hablan de sus personalidades reales como si se tratara de un combinado de sus personajes en el espacio virtual. Otras veces hablan de sus personajes como un medio de mejorar sus vidas reales.
- Muchos jugadores de MUD trabajan con ordenadores durante toda su jornada laboral. Cuando entran en los MUD, pueden dejar sus personajes “dormidos” durante un cierto tiempo, siguen conectados al juego, pero se dedican a otras actividades. De vez en cuando regresan al espacio de juego. De este modo, animan su jornada laboral y experimentan su vida como *un entrar y salir* de la vida real a una serie de vidas simuladas.
- La interacción en los MUD se debe a la existencia de ventanas. Estas son un modo de trabajar con el ordenador que permite al usuario situarse en varios contextos al mismo tiempo. En cada momento dado, el usuario presta atención a una de las ventanas de la pantalla, la que está activa, pero en cierto sentido se está presente en todas las ventanas abiertas y minimizadas durante todo el tiempo.
- Aunque la ventana surge como un desarrollo innovador para ganar eficiencia en el trabajo a la hora de establecer conexiones informáticas, en la práctica se ha convertido en una metáfora para definir la personalidad repartida en muchos mundos en los que se desempeñan muchos papeles al mismo tiempo. La vida real se muestra como una ventana más dentro de este sistema complejo.
- Aunque la ventana surge como un desarrollo innovador para ganar eficiencia en el trabajo a la hora de establecer conexiones informáticas, en la práctica se ha convertido en una metáfora para definir la personalidad repartida en muchos mundos en los que se desempeñan muchos papeles al mismo tiempo. La vida real se muestra como una ventana más dentro de este sistema complejo.

2.2. Los adolescentes ante los MUD´s

- Erik Erikson, valora este tipo de juegos como herramientas de gran valor para la edad adolescente ya que permite en esta edad intensos contactos con múltiples personas e ideas, que son importantes para vivir una adolescencia sana, apasionada y de experimentación.
- Erikson considera que facilita el desarrollo de la identidad mediante la experimentación sin consecuencias. Esto es lo que hace que el MUD sea una de las actividades de ocio más atractiva de la red.
- Por otro lado, el ciberespacio pone a prueba el concepto de responsabilidad del jugador respecto a la calidad y compromiso de las relaciones que mantiene en la vida real con su pareja, sus familiares amigos, … Deberá decidir si sus relaciones virtuales afectan a sus relaciones reales (infidelidad, falta de lealtad, …) y aceptar el posible rechazo de la otra persona en la relación respecto de las vivencias experimentadas en la vida virtual.
- Algunos jugadores tienen unos treinta años, aunque la mayoría se encuentran entre los primeros años de la veintena o los últimos años de la adolescencia.
- No es extraño encontrar en los MUD, chicos y chicas de ocho y nueve años que interpretan personales típicos de la escuela primaria como Barbie, o los Poderosos Morphin Power Rangers.
- Los jóvenes y adolescentes acceden con frecuencia a grupos sociales que normalmente no son conocidos por su sofisticación. Estos grupos sociales tratan temas como el sexo, o crean entornos con objetivos eróticos que sean excitantes y emocionantes, así como imaginativos.
- Los encuentros sexuales en el ciberespacio son únicamente un elemento de las nuevas vidas en la pantalla. Las comunidades virtuales que se extienden desde los MUD hasta los anuncios por palabras permiten a la gente generar experiencias, relaciones, identidades y espacios para vivir que surgen sólo a través de la interacción con la tecnología.
- Mientras se incrementan la interrelación de los seres humanos con la tecnología y con otros seres humanos a través de la tecnología las distinciones entre lo específicamente humano y específicamente tecnológico se hace cada vez más complejo.
- Como conclusión podemos decir que nos movemos hacia una cultura de la simulación en la que la gente se siente cada vez más cómodo con la sustitución de la propia realidad por sus representaciones que se diseñan a medida por el propio interesado.

2.2. Los adolescentes ante los MUD´s

- En función de la capacidad del usuario para separar los límites entre las vidas virtuales y la vida real, equilibrar el tiempo que está conectado y el desarrollo saludable de su personalidad, el uso de este tipo de juegos puede ser una buena y divertida actividad. El problema viene cuando esto no sucede de este modo, situación en la que los niños y adolescentes son muy vulnerables ya que pueden confundir su identidad en función del valor de la interfaz, es decir, de si la simulación -su otra identidad- funciona y ésta es mejor que la real.

2.3. Los adolescentes ante la realización de las actividades escolares

- Los niños y adolescentes son lo que se conoce como la Generación Net o Generación Internet.
- Esta generación son empujados hacia el uso de las tecnologías, porque han nacido en un mundo altamente tecnológico y porque desde la escuela se fomenta el uso de las mismas.
- Uno de los lugares en que se fomenta esta inclusión tecnológica es la escuela de enseñanza primaria y secundaria.
- Esta inclusión que es natural puede suponer un problema si el uso de las TIC no se hace correctamente.
    - En algunos casos lo que se observa es que los niños y adolescentes no se esfuerzan en razonar y pensar. Se limitan a buscar la información a través de potentes buscadores de información en las distintas páginas web en Internet, no saben contrastar la fiabilidad de las fuentes ni la veracidad del contenido.
    - En otros casos, descargan ficheros y se limitan a “cortar y pegar” el texto en un documento word. El 80% de los estudiantes bajan textos completos de la Red y solamente los imprimen.
    - También, pueden acceder a portales en los que se encuentran colgados documentos con el contenido de sus deberes previamente realizados por otros. Es el caso del “*Rincón del Vago*”.
    - En último lugar, se producen compra-venta de soluciones ente los alumnos más mayores que han realizado esos trabajos con anterioridad. Se da el caso de que varios alumnos presentan el mismo documento a los profesores, en algunos casos, sin corregir e incluso sin modificar el nombre del autor.
- El resultado sobre el proceso de aprendizaje es obvio:
    - Falta de hábito para pensar, razonar, priorizar y sintetizar
    - Falta de disciplina para el estudio y una progresiva
    - Analfabetización (comprensión en la lectura, expresión escrita, caligrafía y ortografía).
    - Incultura general acusada: no estudian ni leen los textos, sólo comprueban que el contenido se corresponde con la materia buscada.

2.3. Los adolescentes ante la realización de las actividades escolares

- Escaso tolerancia a la frustración y baja visión de futuro, por la falta de esfuerzo para la mejora personal.
- Mucha orientación a resultado y nula al proceso.
- El riesgo de acceder a sitios o páginas web con contenidos no aptos, problemas de seguridad y problemas de privacidad.

- Las ventajas, cuando su uso es el correcto, son: desarrollo de habilidades para el manejo de TIC, eficiencia y eficiencia durante las horas de estudio, inclusión en el mundo actual y desarrollo competitivo a futuro.
- Para utilizar adecuadamente la información que hay en Internet, los escolares deberían:
  1. Crear su propio material: Internet es una herramienta muy útil pero se trata de copiar sin leer o citar la fuente.
  2. Consultar diversos sitios web: no es conveniente irse a un solo sitio. Hay mucha basura circulando por Internet. Es mejor sacar la que se necesita de varias direcciones y luego con una guía y las propias palabras, combinar y escribir el trabajo final.
  3. Antes de cometer un plagio: imaginar cómo se sentiría si alguien tomara algo que le costo horas o días realizar, viene tranquilamente y le ¡pone su nombre!
  4. Revisar bien la página que se está consultando: puede que ese sitio esté protegido por derechos de autor. Si se emplean sin las correspondientes autorizaciones pueden crearse serios problemas.
  5. Educación escolar y sanitaria sobre el uso de Internet, hábitos de televisión y telefonía. Recomendó no tener ni televisión ni Internet en las habitaciones, y no ver la televisión durante la comida familiar, único momento de diálogo entre padres e hijos.
  6. Protección legal al menor con horarios de protección y ciberpolicía (un cuerpo policial especial que ya funciona en algunos países europeos, y se dedica exclusivamente a perseguir criminales de Internet.
  7. “Un profesor debe buscar estrategias para que los niños no le tomen el pelo, para evitar, por ejemplo, el “copy-paste”.

2.4. Los adolescentes ante el Internet Relay Chat (IRC)

- El uso de los IRC está generando diferentes tipos de conducta tanto dentro de su propio espacio como en el espacio que se conoce como real. Una de las conductas que se observa puede clasificarse como adictiva en relación al deterioro social, laboral, familiar y/o económico que trae aparejado.
- En los IRC la comunicación es esencialmente escrita. Al conectarse a ellos el usuario entre en un espacio diferente (un no-lugar, un espacio panóptico), donde cambia a su vez la vivencia subjetiva del tiempo. Las personas entran enmascaradas y actúan descorporeizadas por no haber espacio para el cuerpo.
- El hecho de que no exista la mirada del otro como fuente de control de las acciones individuales y de que las conductas no sean atribuibles a la persona (sino a un personaje anónimo) lleva a una desinhibición de la conducta que se expresa a través de una revelación excesiva del Self y de la agresividad que se observan en conductas tales como el flameo.
- En la mayoría de los casos las personas que desarrollan este tipo de trastorno de adicción a Internet buscan cubrir un déficit personal real o imaginado. Muchas veces hay una vulnerabilidad específica en las personas adictas y el papel del IRC es cubrir estos déficits fundamentados en dos tipo de creencias disfuncionales:
    1. Relacionadas con la supervivencia personal, el logro, la autonomía y la libertad.
    2. Relacionadas con el vínculo con otras personas que suelen contener ideas de no ser queridos o aceptados.
- Los sentimientos de inferioridad de ineptitud e ineficacia pueden ser compensados a través de IRC, ya que los aspectos personales que causan estos sentimientos pueden controlarse y recrearse mediante la vivencia de experiencias a través de una personalidad fuerte, capaz y con posibilidades de triunfar.
- Conectarse a IRC puede traer resultados que la persona siente como positivos. La persona antes de conectarse sabe que esto le traerá placer, bienestar, reforzándose de este modo la conducta.

2.5. Los adolescentes ante el Impacto en la Salud

- **"EL MAL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN NO ES SÓLO UN PROBLEMA DE MORAL, SINO TAMBIÉN DE SALUD"**
- El rector de la Universidad Internacional de Catalunya Dr. Josep Argemí Renom brindó en la Universidad una conferencia titulada: Nuevas Tecnologías y salud infantil.
- Argemí reflexionó sobre el estado de los medios de comunicación y su consumo en adolescentes, vínculo que incluso para él, "resulta impredecible".
- Al reflexionar sobre los riesgos de las tecnologías de la información para la salud, mencionó la poca fiabilidad de la información encontrada en Internet, los contenidos inapropiados e inmorales (citó una encuesta que dice que el 28% de los niños españoles de entre 10 y 17 años visita sitios pornográficos, y un 8% es adicto a la violencia en Internet) y el perjuicio sobre de las relaciones interpersonales ("Internet favorece, en algunos casos amistades inadecuadas").
- El Rector comentó que el 17% de los menores había conocido personalmente a alguien que había contactado por Internet. Sobre esto dijo: "*Los que piden citarse no suelen tener buenas intenciones. Suelen ser adultos peligrosos*".
- Algunas de las consecuencias del abuso de las tecnologías de la información son la obesidad, inconvenientes ergonómicos, accidentes (al hablar por celular al manejar, por ejemplo); los problemas pueden ser incluso psicosociales. En este caso, los efectos más comunes son el aislamiento, el bajo rendimiento, y la alteración de la conducta así como los síntomas asociados a la ciberadicción.
- Otros síntomas físicos que pueden observarse por el uso excesivo de la tecnología de información y comunicación son los dolores de espalda, obesidad por falta de ejercicio físico o trastornos del sueño.
- Aunque los resultados de los estudios que se han realizado en diferentes países en relación con el impacto de las radiaciones de los teléfonos móviles sobre la salud no son concluyente, la Federación de Consumidores en Acción (www.facua.org) siguiendo el principio de prudencia ha publicado a través de la campaña *'Móviles y Salud"* una serie de recomendaciones, algunas de las cuales son las siguientes:

2.5. Los adolescentes ante el Impacto en la Salud

a) No es recomendable que los niños y adolescentes menores de 16 años utilicen teléfonos móviles, ya que si las radiofrecuencias de la telefonía móvil provocasen efectos nocivos para la salud, éstos serían más vulnerables a ellos que los adultos, dado que sus cráneos son más delgados y absorben más fácilmente las radiaciones.

b) El móvil sólo debe utilizarse para conversaciones cortas y siempre que sea imposible establecer la comunicación mediante un teléfono fijo.- Cuanto más alejado esté el móvil de la oreja al hablar, menores serán las radiaciones absorbidas por el cerebro.

c) Durante la noche y cuando no se esperen llamadas, el móvil debe estar apagado.

d) En los lugares con poca cobertura, el móvil incrementa notablemente la radiación recibida.

e) El móvil debe mantenerse alejado de los tejidos o zonas sensibles, como el vientre de las embarazadas o el aparato reproductor de los adolescentes.

f) Al comprar un móvil, es recomendable elegir el modelo de menor potencia posible para reducir los efectos térmicos de la absorción de las radiaciones. Aunque esta información todavía no es obligatoria en España, puedes solicitársela a los fabricantes y, si no te la facilitan, no compres ningún teléfono de su marca. Recuerda que aunque la recomendación de la UE indica un límite de 2 W/kg en la tasa de absorción específica (SAR) localizada en cabeza y tronco para todos los campos electromagnéticos, es fácil encontrar aparatos con un SAR de menos de 0’3 W/kg.

2.6. Los adolescentes y los problemas de Seguridad

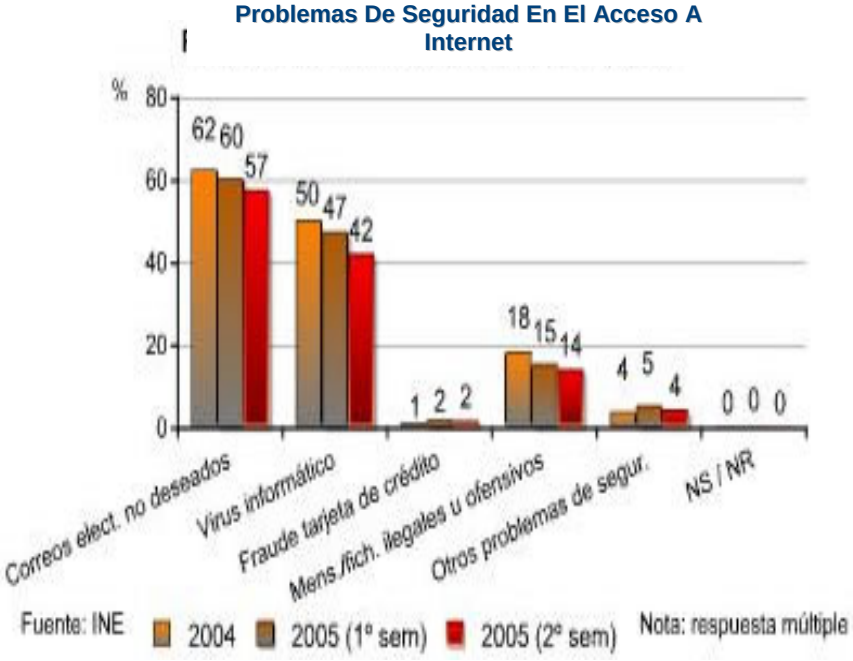
- Según los datos publicados por INE los problemas de seguridad encontrados en el uso de Internet en el último año son:

	Total nacional		Andalucía	
	Total	%	Total	%
Total personas que han usado Internet en el último año	16.800.715	100,00	2.541.485	100,00
• Correos electrónicos no solicitados o no deseados	9.645.571	57,41	1.285.672	50,59
• Virus informáticos	7.039.502	41,90	991.571	39,02
• Uso fraudulento de la tarjeta de crédito	263.341	1,57	26.541	1,04
• Exposición a contenidos ilegales u ofensivos	2.358.271	14,04	288.598	11,36
• Otros problemas de seguridad	699.400	4,16	100.416	3,95
• NS / NR	5.196	0,03	2.397	0,09

2.6. Los adolescentes y los problemas de Seguridad

- Internet es un lugar estupendo para contactar con gente de todo el mundo y hacer nuevas amistades, aprender sobre cualquier tema y disfrutar.
- Los problemas de seguridad informática con mayor incidencia sobre la población internauta, en primer lugar los correos electrónicos no solicitados ni deseados (el denominado spam), y en segundo los virus informáticos, han reducido en 2005 su porcentaje de incidencia, hasta el 57% y el 42% de los internautas respectivamente en el segundo semestre.

Problemas De Seguridad En El Acceso A Internet



- Igualmente pierde incidencia la recepción de mensajes o ficheros ilegales u ofensivos que alcanza el 14% de los internautas en el último período.
- Se ha roto así la tendencia, que era creciente hasta 2004, año en que todos los problemas de seguridad aumentaron su porcentaje de incidencia.

2.6. Los adolescentes y los problemas de Seguridad

- Los posibles problemas relacionados con la Seguridad son:

1. **Intrusos**: Es cualquiera que, con unos mínimos conocimientos, aprovecha nuestra falta de experiencia para "colarse" en nuestro ordenador. El resultado es que nos llegan mensajes no deseados, publicidad, virus, ….
2. **Virus informáticos**: son programas ocultos dentro de otros programas que se ejecutan de forma automática copiándose en otros programas que infectan. Esta naturaleza reproductiva les da una enorme capacidad de propagación, además suelen llevar códigos maliciosos que provocan alteración del sistema y pérdidas de datos.
3. **Dialers**: Cuando se utiliza us sistema RTB, algunas páginas pueden solicitar que se instale un nuevo Acceso Telefónico a Redes. Es posible que esta acción modifique la conexión habitual y se habilite una conexión con un número de teléfono con pago incrementado. En numerosas ocasiones esto sucede sin darnos cuenta a través de un dialer.
4. **Espías**: La presencia de este tipo de software en nuestro ordenador supone una vulneración de la privacidad de nuestros datos personales. El software espía recopila información de nuestros hábitos en Internet y extrae datos e información sobre los contenidos de nuestro ordenador, sin solicitar nuestro consentimiento. Se denominan spyware.
5. **Phising**: es una de las modalidades de los programas espías y consisten en herramientas con las que conseguir datos financieros para poder obtener beneficios económicos
6. **Agujeros de seguridad**: Cualquier programa que tengamos instalado en el ordenador puede tener errores. Los errores más preocupantes son aquellos que residen en el sistema operativo, ya que afectan directamente a la seguridad de nuestro ordenador. Los agujeros de seguridad se convierten en puertas abiertas por donde se pueden colar intrusos.
7. **Rootkit**: son maneras ingeniosas de acceder a un sistema con el fin de no ser detectados por los antivirus y poder llevar a cabo sus tareas. La solución será la de formatear el disco duro con la consiguiente pérdida de información, tiempo y dinero.

2.7. Los adolescentes y los problemas de Privacidad

- La privacidad mientras estamos conectados a Internet puede verse vulnerada bien porque revelemos información personal de manera consciente en entornos no seguros o lo hagamos inadvertidamente mientras navegamos.

  Si no está bien configurado el navegador de Internet, se pueden estar dando detalles personales, incluso las direcciones de e-mail y otras informaciones de contacto: el robo de identidad, la seguridad personal y el fraude de tarjetas de crédito son sólo algunos de los problemas con los que se enfrentan hoy navegantes.

- Las formas más frecuentes son:

  1. **"Cookies":** Las "cookies" o galletas son datos acerca de sitios de la Red que se guardan en el ordenador. Muchas de ellas son útiles e inocuas. Constituyen contraseñas e IDs de usuario que evitan tener que estar escribiendo continuamente cada vez que carga una página nueva del sitio emisor de la galleta, haciendo más rápida la navegación.

     Otras, sin embargo, se pueden usar como "extractoras de datos", con el propósito de rastrear tus movimientos por un sitio de la red, determinar el tiempo que pasas allí, detectar los vínculos y links que pulsa, así como otros detalles que la compañía autora de la cookie quiera grabar, normalmente con fines comerciales.

     Paralelamente, la información que consiguen los buscadores sobre los usuarios da pie a muchas preguntas sobre privacidad, seguridad y nuestra relación con los gobiernos y las empresas. La paradoja está en que para acometer la ´búsqueda perfecta´ las herramientas han de ser cada vez más inteligentes y que esta misma inteligencia cuando busca también genera mucha información sobre los usuarios de los buscadores.
     "¿Qué sucede con los datos que se almacenan y se crean en estas interacciones online? ¿Quién posee estos datos? ¿Qué derechos tenemos sobre ellos? La realidad es que, de momento, no lo sabemos". Puede sonar a paranoia, pero son preguntas pertinentes en ese escenario creciente de pistas digitales que estamos alimentando. "La búsqueda se volverá inteligente a través de la sabia aplicación de algoritmos que se aprovechen de la inteligencia que ya existe en la Red: los millones y millones de transacciones, expresiones, conductas y enlaces que forman la base de la Red.

2.7. Los adolescentes y los problemas de Privacidad

2. **Premios a cambio de datos**: Cuidado con los sitios que ofrecen premios a cambio de conseguir tus datos personales. Hay una probabilidad muy alta de que recolecten esta información para el mercadeo directo que seguramente se proponen. En muchos casos tu nombre y dirección vale muchos más para ellos porque pueden vender esta información a otro publicista o comercio.

   Se lleva hablando largo tiempo, pero ahora parece que va en serio. Empezó Virgin Mobile con su idea de pagar a sus clientes por ver anuncios en sus móviles, y ahora, según recopila The New York Times, le han seguido otras compañías dándole vueltas a la misma idea.

   En Estados Unidos Amp´d está ofreciendo a su target (18-24 años) la fórmula opt-in. Los que la aceptan tienen acceso gratis a contenidos. Xero Mobile planea distribuir un millón de terminales gratis por las diferentes universidades y colegios con un 40% de descuento si ven cuatro anuncios al día.

3. **"Spammers":** El "Spam" es un e-mail con contenido publicitario no solicitado por el usuario que normalmente aparece con un mensaje persuasivo y de un usuario desconocido.

   Lo que se pretende con este tipo de mensajes es que el receptor envíe otro mensaje con el asunto de "QUITAR" o "REMOVER" o siga las instrucciones para ser anulado de la "lista de reparto" que vengan en el e-mail. Con esto lo que se hace es confirmar a quien lo envió que la dirección de e-mail es leída por una persona real, y entonces se introducirá en docenas de listas más de spammers con el consiguiente trastorno que esto puede llegar a ocasionar.

- No sólo es necesario prevenir los problemas relacionados con la privacidad cuando navegamos por Internet sino también los que se producen a través de la telefonía móvil.
- Los expertos creen que dentro de poco los más de dos mil millones de usuarios de teléfonos móviles en todo el mundo considerarán natural ver un spot de 15 segundos, antes de ver un vídeo, mandar un mensaje o escuchar una canción-

2.7. Los adolescentes y los problemas de Privacidad

- *Mobile Marketing Association* es una empresa que representa a más de 400 anunciantes, fabricantes de móviles, operadores y empresas de investigación. Su directora ejecutiva Laura Marrit según las declaraciones recogidas por *The New York Times* en el 3GSM World Congress celebrado en Barcelona recientemente que:

  "Este es el año en el que la publicidad en el móvil despegará"…"antes no existían ni los móviles adecuados y ni las redes para transmitir buena publicidad"

- Yahoo, por ejemplo, ha comenzado ha emitir anuncios en sites accesibles a suscriptores con teléfonos avanzados en más de 19 países. Los usuarios de móviles pueden ver los anuncios de la home de Yahoo desde sus teléfonos. Pueden hacer clic en uno de ellos y marcar directamente el número del anunciante o pedir información.
- Los anunciantes que se han sumado a esta iniciativa de Yahoo incluyen a Pepsi, Procter & Gamble, Milton, Nissan, Singapore Airlines e Intel. Entre estos 10 países se encuentran Estados Unidos, Francia, Alemania, Italia, Brasil, Reino Unido e India.
- Una de las ventajas a la que se han referido los expertos en este congreso es la detallada información que ofrecen los operadores de móviles sobre sus consumidores, algo que Internet y otros medios convencionales sólo pueden soñar con tener.
- Los operadores no sólo saben dónde viven sus clientes, sino también dónde se encuentran en el momento de ver el anuncio, su edad y sexo, qué juegos y qué música utilizan en el móvil y cuánto pagan por ello.
- Pero algunos analistas creen que el móvil es un arma de doble filo: por la personalización del cliente parece ser un medio ideal para cualquier anunciante, pero al ser un medio tan personal el consumidor puede considerar que la publicidad invade su intimidad.
- Los miembros de la Mobile Marketing Association en Estados Unidos están de acuerdo para limitar la publicidad a aquellos usuarios que den su consentimiento (opt in) o elijan recibir anuncios a cambio de descuentos o tarifas gratis. En Europa también se llegará a un acuerdo con estas mismas directrices.
- Un reciente estudio realizado por Informa prevé que el mercado de la publicidad en móviles crecerá hasta los 11.300 millones de dólares en 2011 desde casi cero dólares hace dos años. Los dos formatos que se perfilan como favoritos son los banners y los spots. Los mensajes de texto dominarán en los países en desarrollo.

2.8. Los adolescentes ante los mensajes no deseados

- Algo que se llame "viral", "virósico" puede espantar a más de uno. Y mucho más en estas épocas.
- Nadie quisiera ser portador de un virus... pero, en los negocios... ¿A quién no le gustaría que su estrategia de comunicación se constituyera en un virus mortal, que contagie a toda la población en términos de horas?
- El marketing viral puede ser definido como:

"Una estrategia que incentiva el que los individuos transmitan rápidamente un mensaje comercial a otros de manera tal que se crea un crecimiento exponencial en la exposición de dicho mensaje. Es publicidad que se propaga así misma"

- Se refiere a la idea que la gente se pasará y compartirá contenidos divertidos e interesantes. Esta técnica a menudo está patrocinada por una marca, que busca generar conocimiento de un producto o servicio. Los anuncios virales toman a menudo la forma de divertidos videoclips o juegos Flash interactivos, imágenes, e incluso textos.
- Otra definición de Marketing viral puede ser:

"Las técnicas de marketing que intentan explotar redes sociales preexistentes para producir incrementos exponenciales en "conocimiento de marca" (Brand Awareness), mediante procesos de autorreplicación viral análogos a la expansión de un virus informático. Se suele basar en el boca a boca mediante medios electrónicos; usa el efecto de "red social" creado por Internet y los modernos servicios de telefonía móvil para llegar a una gran cantidad de personas rápidamente."

- Cada vez más anunciantes están entrando en la moda del marketing viral como una manera de interactuar con los consumidores y hacerles llegar su mensaje de una manera divertida.

2.8. Los adolescentes ante los mensajes no deseados

- El marketing viral es la mejor manera de comunicar algo sobre un producto o servicio sin gastar un euro en publicidad. La noticia tomada por los medios y transmitida boca en boca permite ahorrar cientos de miles de euros, pero, ¿cómo lograr eso?
- También se usa el término marketing viral para describir campañas de marketing encubierto basadas en internet, incluyendo el uso de blogs, de sitios aparentemente amateurs, y de otras formas de astroturfing diseñadas para crear el boca a boca para un nuevo producto o servicio. Frecuentemente, el objetivo de las campañas de marketing viral es generar cobertura mediática mediante historias "inusuales", por un valor muy superior al presupuesto para publicidad de la compañía anunciante.
- Ralph Willson, consultor estadounidense especialista en Marketing, efectúa el siguiente análisis sobre cuáles son los elementos que deben estar presentes para imponer esta estrategia. Willson reconoce 6 elementos:

1. **Ofrecer un producto o servicio de valor para los prospectos:**

   Gratis, por supuesto, las ganancias para más adelante. Software gratis, (StarOffice de Sun), Correo gratis (Hotmail de MSN), o lo último: conexión gratuita a la red.

   La idea es atraer con algo gratís para luego ofrecer productos por los que si se cobrará.

2. **Utilizar un medio de difusión muy sencillo.**

   Un virus se expande cuando es fácil de transmitir. El medio que lleve un mensaje debe ser fácil de transferir y replicar. Este puede ser el e-mail, un sitio web, un gráfico, o la descarga de un software.

   Hotmail y todos los correos gratuitos incluyen un mensaje al final de cada e-mail enviado, ofreciendo sus servicios a los receptores: "*Consigue gratis tu propio email en...*"

3. **Distribuir a través de un servicio rápidamente escalable:**

   Si bien sobredimensionar un servicio (infraestructura, hardware, software) puede ser antieconómico, se debe prever que el mismo sea rápidamente escalable. Cuando los visitantes comiencen a utilizarlo, si este falla, la publicidad en contra puede destruirlo. Los mismos que ayudaron a "difundir la palabra" serán los que entierren el servicio.

2.8. Los adolescentes ante los mensajes no deseados

4. Explotar la motivación y los comportamientos humanos.

Saber utilizar la motivación humana es vital para cualquier plan de marketing viral. Si la transmisión de un servicio puede explotar sentimientos de pertenencia, status, popularidad, se habrá logrado el objetivo. Amazon logró que miles de sitios web tuvieran sus gráficos porque para los webmasters de esos sitios era importante mostrarse como sitios respetables y pensaban que asociándose con Amazon su marca se vería beneficiada.

5. Utilización de las redes existentes de comunicación.

El ser humano es un ser social. Se calcula que una persona se mueve dentro de un círculo de entre 8 y 12 personas: amigos, familiares, asociados, etc. Pero también, en función de determinada posición social, esta red puede ser de cientos o miles de personas. Una camarera, por ejemplo, puede comunicarse con cientos de clientes a la semana. Los marketers especializados en sistemas multinivel o network marketing conocen muy bien el poder de esas redes humanas.

Lo mismo sucede con los internautas que se rodean de un círculo de amigos cuyo número puede ser muy importante. Aprenda a transmitir su mensaje a través de esas redes y rápidamente logrará "el contagio“

6. Tomar ventaja utilizando los recursos de los demás.

Los programas de afiliados colocan textos o enlaces gráficos en los sitios de otros. Los autores que permiten que sus artículos sean publicados en otros sitios gratuitamente, buscan posicionarse aprovechando la audiencia del sitio.

Una nota de prensa puede ser levantada por cientos de periódicos que utilizarán su poder de llegada para hacer el trabajo del creador de la campaña de markeging viral. Estarán utilizando los recursos a favor del "contagiador".

- La popularidad creciente del marketing viral se debe a la facilidad de ejecución de la campaña, su coste relativamente bajo, (comparado con campañas de correo directo), buen "targeting", y una tasa de respuesta elevada. La principal ventaja de esta forma de marketing consiste en su capacidad de conseguir una gran cantidad de posibles clientes interesados, a un coste bajo.

2.8. Los adolescentes ante los mensajes no deseados

La tarea más difícil para cualquier compañía consiste en adquirir y retener una gran base de clientes. Mediante el uso de Internet y los efectos de la publicidad por e-mail, los esfuerzos de comunicación negocio-a-cliente (*business-to-consumer* o **B2C**) consiguen mucho mayor impacto que muchas otras herramientas.

El marketing viral es una técnica que evita las molestias del spam: impulsa a los usuarios de un producto servicio específico a contárselo a sus amigos. Es una recomendación "boca a boca" positiva. Una de las perspectivas más exitosas que se han encontrado a la hora de conseguir esa base de clientes es la llamada "Comunicaciones de Marketing Integradas" (*Integrated Marketing Communications*, **IMC**) como son:

1. **Web a boca**: escribiendo en un formulario basado en web que convierte la información entrada en un mensaje de correo enviado a los destinatarios indicados. Por ejemplo, es frecuente en los sitios webs de periódicos y agencias de noticias que se incluya en cada artículo un enlace para enviárselo a un amigo de forma automática. De esta forma se convierte toda la información en el artículo en un mensaje de correo.
2. **Email a boca**: Un tipo muy común; consiste en el reenvío espontáneo de mensajes de correo, como bromas, pasatiempos y fotos "comprometidas".
3. **Premiar las referencias**: A veces las compañías de marketing ofrecen recompensas por enviarles direcciones de usuarios, favoreciendo cualquiera de los métodos comentados anteriormente.
4. **Boca a boca**: Quizá la forma de transmisión con una mayor velocidad de crecimiento, consiste en el envío de hiperenlaces mediante programas de mensajería instantánea (MI, de Instant Messaging) como por ejemplo Jabber, AIM, ICQ, MSN, Yahoo o Google Talk.

   Éste método es popular entre mucha gente joven, y es más probable que confíen en un enlace enviado por un amigo mediante MI que si el mismo amigo lo enviara por email.

2.8. Los adolescentes ante los mensajes no deseados

Tipos de campaña viral

1. **Pásalo**: Un mensaje que alienta al usuario a pasarlo a otros.

   La forma mas burda del mismo son las cadena de correo, que incluyen una petición al usuario a reenviar el mensaje. Son más efectivos los videoclips cortos con contenido humorístico, que la gente reenvía de forma espontánea. Muchos de ellos empiezan su vida como anuncios de TV, y circulan por internet a través de *boca a boca*.

   La cantidad de gente que recibe el mensaje de esta forma suele ser mucho mayor que la de gente que vió el anuncio en su forma original.

2. **Viral incentivado**: se ofrece una recompensa por reenviar el mensaje o por dar la dirección de correo de alguien.

   Es una forma de incrementar las posibles direcciones de envío de forma dramática. Sin embargo, es mucho más efectivo cuando la oferta requiere que un tercero haga algo.

   La mayoría de concursos online ofrecen más posibilidades de ganar por cada dirección que se aporte de un tercero; pero cuando se requiere que dicho tercero participe para que el primero consiga esa posibilidad extra de ganar, la probabilidad de que se produzca dicha participación es mucho mayor.

3. **Marketing encubierto**: Un mensaje viral que se presenta como una página, actividad o noticia atractiva o inusual, sin referencias claras a poner un enlace o pasarlo.

   En el marketing encubierto no es inmediatamente aparente que se esté realizando una campaña de marketing.

   Se realiza un esfuerzo especial para que parezca que el descubrimiento es espontáneo e informal, para promover el comportamiento memético natural. "Pistas" en el mundo real, como graffiti que aparece en ciudades con palabras clave virales, se usan de forma frecuente para impulsar a la gente a investigar el "misterio" mostrado.

   Esta puede ser la forma de marketing viral más difícil de identificar como tal, debido a la gran cantidad de contenido inusual e interesante que existe en internet, especialmente porque las compañías intentan imitar el estilo y contenidos de sitios web amateurs y auténticos movimientos underground.

2.8. Los adolescentes ante los mensajes no deseados

4. **Marketing del rumor**: se entiende como tal a anuncios, noticias o mensajes que rozan los límites de lo apropiado o de buen gusto. La discusión de la controversia resultante genera publicidad en forma de rumores y boca a boca.

   Por ejemplo, antes de la comercialización de una película algunas estrellas de cine de Hollywood se casan, se divorcian, son arrestadas o se ven envueltas en alguna controversia que desvía la atención hacia ellas.

   Un supuesto ejemplo sería la campaña pública sobre el dudoso lío amoroso entre Tom Cruise y Katie Holmes que se propagó justo antes de que ambos acabaran una película.

5. **Base de datos gestionada por el usuario**: Los usuarios crean y gestionan sus propias listas de contactos usando una base de datos ofrecida por un servicio online. Al invitar a otros miembros a participar en su comunidad, los usuarios están creando una cadena de contactos viral y autorreplicada que crece de forma natural y alienta a otros a registrarse.

   Ejemplos de servicios semejantes incluyen servicios de empresas de contactos como eCrush, servicios de contactos empresariales como Plaxo, y otras bases de datos sociales como Evite y Classmates.com.

6. **Fichero anexado de correo**: Mucha gente recibe marketing viral mientras está en la oficina, y el software antivirus o el firewall de la compañía pueden interceptarlos y evitar que se reciban.

7. **Sistema de referenciación farragoso**: Para que una campaña viral tenga éxito, debe ser sencilla de usar. Por ejemplo, si la promoción es algún tipo de juego o competición, pedir que se introduzca una dirección de correo de una tercera persona debe ser una opción al acabar de jugar, no una condición previa para poder hacerlo.

8. **Sabotaje**: El descubrimiento de la naturaleza mercantil de una campaña popular puede hacer que las redes sociales empleadas pasen a informar a la gente de dicha intención comercial, promoviendo un boicot formal o informal contra la compañía o producto en cuestión, especialmente en el caso de campañas de marketing encubierto.

2.9. Los adolescentes y los contenidos no aptos para menores

- El crecimiento de la ciberdelincuencia ha obligado a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad a crear sus propios departamentos especializados. Delitos de fraudes on line, piratería o pornografía infantil son perseguidos por el Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil y la Brigada de Delitos Tecnológicos de la Policía Nacional. Dos cuerpos cuyos correlatos provinciales en Andalucía han desarrollado importantes operaciones.
- En relación con las situaciones problemáticas con base en los contenidos, los caminos de la ciberdelincuencia son inescrutables:
  - Piratería de software, juegos, música o cine
  - Estafas y transacciones económicas fraudulentas; phishing
  - Delitos de exhibicionismo y provocación sexual; relativos a la prostitución y a la corrupción y pornografía de menores
  - Descubrimiento y revelación de secretos
  - fraudes de telecomunicaciones (telefonía fija, móvil,…)
  - Acceso ilícito a sistemas informáticos; delitos contra el derecho a la intimidad
  - Amenazas, injurias, calumnias y extorsiones
  - Tráfico de estupefacientes, órganos humanos, etc.
  - Grupos organizados, terrorismo, …
- La lista se antoja interminable cuando se trata de tipificar su casuística. Mucho más cuando estas conductas delictivas, que se practican a través de medios informáticos, se multiplican a un ritmo exponencial.
- Tanto es así que las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado se han visto obligados a crear un departamento específico y especializado en investigar y perseguir los delitos que se sirven de Internet o de las Nuevas Tecnologías para su comisión.
- De este modo, nacen el Grupo de Delitos Telemáticos (GDT) de la Unidad Central Operativa de la Policía Judicial, adscrito a la Guardia Civil, y la Brigada de Delitos Tecnológicos y contra la Propiedad Intelectual e Industrial de la Policía Judicial, perteneciente al Cuerpo Nacional de Policía.

2.9. Los adolescentes y los contenidos no aptos para menores

El GDT fue creado en 1997 -por aquel entonces con el nombre de Grupo de Delincuencia Informática- con la intención de centralizar, dentro de la Unidad Central Operativa de Policía Judicial de la Guardia Civil, los esfuerzos para combatir la ciberdelincuencia. En estos años ha vivido alegrías y sinsabores pero, de lo que no hay duda, es que no ha gozado de treguas: entre el 2000 y el 2004, cada año se ha duplicado el número de actuaciones en este ámbito y el ejercicio pasado se saldó con 200 operaciones y 30 detenidos.

- En los últimos meses, estamos asistiendo a un nuevo fenómeno conductual entre los jóvenes que es susceptible de constituir un delito y tiene relación con problemas ocasionados por el contenido nocivo y violento que circulan entre ellos.
- Se trata de la moda entre los jóvenes de grabar vídeos violentos con móviles.
- Una de estas noticias en las que se describe este fenómeno es la siguiente*:

> *Grabar y visualizar vídeos violentos con teléfonos móviles se ha convertido en la última moda entre los escolares españoles. El primer paso es bajarse vídeos de esta índole desde Internet, después lo visualizan y se graban imitándolos. Al parecer, los adolescentes graban peleas entre sus compañeros de Instituto, o incidentes que puedan ocurrir en su grupo de amigos.*
>
> *Algunas de estas peleas se realizan exclusivamente para el vídeo, otras son fortuitas y nadie hace nada por separar a los jóvenes. Estos adolescentes consideran que grabar una de estas escenas es como hacer una foto, un recuerdo para la posteridad. Los que realizan y ven estos vídeos lo consideran algo divertido, algunos de ellos incluso hacen apuestas para pelearse entre sí.*
>
> *Los vídeos también pueden ofrecerse en otro campo, los hechos vandálicos como pegar a viandantes u orinar encima de mendigos mientras, el joven lo graba, narra como hace sus necesidades. Hace unos días la policía detuvo a dos jóvenes que grababan imágenes mientras golpeaban a algunos transeúntes.*
>
> *Otra variedad de estos vídeos violentos son las "gamberradas" divertidas, como ellos lo denominan. Se hacen imitando al famoso programa estadounidense "Jackass", programa que surgió de los vídeos de accidentes caseros que derivaron en accidentes provocados. Para ello, los adolescentes utilizan carros de supermercado con los cuales se estampan contra paredes o bien realizan saltos al vacío o contra muros, poniendo su integridad física en peligro.*

(*) http://www.informativos.telecinco.es/moviles/jóvenes/violencia/dn_18905.htm

IV

Medidas Preventivas y Correctoras

1. En el uso de la Telefonía Móvil
2. Por el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia
3. Ante situaciones potencialmente adictivas: MUD´s e IRC

Medidas Preventivas y Correctoras

- La evolución de nuestra sociedad hacia un nuevo modelo cada vez más virtual es imparable y los puntos clave que lo confirman son:
  - Las nuevas generaciones no conciben el mundo sin el uso de las TIC en todas las actividades de la vida.
  - Los promotores políticos han entendido que el nivel de tecnología del país y de la población es un indicador de bienestar social y que es imprescindible para mantenerse como un miembro del primer mundo o integrarse en él.
  - No sólo los países del primer mundo sino el empuje de los países emergentes será el motor de esta evolución: La India se postula como uno de los primeros países en cuanto a su nivel tecnológico y la capacitación de sus población así como China que está investigando intensivamente en el desarrollo de la 4ª generación.
  - Dentro de la economía global las actividades empresariales se están localizando en estos países gracias a la virtualización de las relaciones laborales y comerciales.
  - La creatividad en el uso de las TIC va a determinar el potencial innovador y competitivo del futuro: se vive en un entorno altamente dinámico en el que las actividades funcionales del día a día se están trasladando con gran rapidez al entorno virtual. Es complejo mantenerse al día en las últimas novedades lo que lleva a un estado de ansiedad y competitividad permanente para no quedarse fuera del juego.
- El desarrollo durante las últimas décadas se ha producido promovido por intereses militares, empresariales y de negocio llegando a contagiar y transformar la manera de comunicarse e informarse de la sociedad civil. Este contagio y transformación se ha producido sin un orden diseñado previamente y una legislación o normativa que regule el uso de la tecnología y prevenga el uso indebido o las consecuencias de su abuso.
- Este entorno virtual está regulado con base en la legislación y normativa ya existentes en entornos tradicionales no virtuales. Esto ya no es suficiente.

Medidas Preventivas y Correctoras

- Observamos que las actividades y la manera en que se llevan a cabo a través de Internet exige que se definan e implanten medidas complementarias basadas en los factores clave que describen la interactividad del ciberespacio y que hemos tratado en la página 10 y siguientes.
- Los resultados particulares y del conjunto de estas medidas complementarias deben impulsar el desarrollo de un entorno o Modelo de Sociedad de la Información basado en el aprovechamiento de las ventajas de las TIC de forma tal que éstas no se conviertan en las causas del abuso y uso indebido de las TIC.
- La propuesta de acciones para lograr un entorno saludable respecto al uso de las TIC debe tener varios pilares e implicarse tanto a las personas cercanas al niño y adolescente afectado, como a los responsables de la prevención, diagnóstico y tratamiento de los posibles problemas relacionados co la salud física y psicológica, a los promotores politicos y promotores privados con intereses lucrativos.
- Las medidas preventivas y correctoras que vamos a tratar se agrupan en:

1. Medidas preventivas en el uso de la Telefonía Móvil
2. Medidas preventivas ante el uso de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia
3. Medidas preventivas ante situaciones potencialmente adictivas: MUD´s e IRC (Chatrooms)

1. Medidas Preventivas: Uso de la Telefonía Móvil

- Recientemente se ha publicado que los grandes operadores de telefonía móvil se comprometen a proteger a los niños:

Una quincena de los grandes operadores europeos de telefonía móvil se comprometieron este martes en Bruselas a hacer todo lo posible para proteger a los menores que utilizan sus teléfonos de llamadas o mensajes de carácter violento, pornográfico o pedófilo.

Por el acuerdo, firmado bajo la égida de la Comisión Europea, los operadores aceptaron "elaborar códigos de autorregulación de aquí a febrero de 2008". En este sentido, doce meses después de su puesta en marcha, la Comisión valorará su eficacia..

Los operadores apoyarán sobre todo el control del acceso a los contenidos para adultos, las campañas de sensibilización de los padres y los niños y la lucha contra los contenidos ilícitos difundidos por telefonía móvil..

Entre los firmantes figuran los grupos franceses Bouygues Telecom, Orange y SFR, el alemán Deutsche Telekom, el italiano Telecom Italia y el número dos mundial de la telefonía móvil, el británico Vodafone.

Una consulta realizada el verano pasado por la Comisión había permitido poner en evidencia ciertos riesgos para los jóvenes que utilizan los teléfonos móviles, como el acoso, intentos de seducción buscando abusos sexuales o el acceso a contenidos pornográficos.

La consulta también mostró claramente que la responsabilidad de un uso seguro de los teléfonos móviles debía ser compartida por los padres, los educadores, los operadores y los proveedores de servicios de telefonía móvil, así como por los poderes públicos.

Este acuerdo ha sido firmado en el marco de la cuarta Jornada Mundial de la Seguridad en Internet, que pretende sensibilizar al público para que utilice de forma más segura Internet.

1. Medidas Preventivas: Uso de la Telefonía Móvil

Din A3: uso teléfono móvil

1. Medidas Preventivas: Uso de la Telefonía Móvil

Los padres han de determinar las reglas de uso de los móviles a implantar en función de la edad del adolescente.

Entre los 11 y 13 años:

- Carecen normalmente de los criterios para un uso adecuado, por eso no es conveniente que tengan uno propio.
- Se puede dejar que hagan uso del móvil en situaciones especiales y bajo la supervisión de un adulto.

Entre los 13 y 15 años:

- Es la fase más complicada, los adolescentes ya saben utilizar todas las opciones del móvil e incluso puede caer en una adición por el uso descontrolado del mismo.
    - Se recomienda que no tenga uno en propiedad y que utilice de manera asidua un terminal familiar en función de:
        - Premio por su evolución escolar o por colaborar en las tareas familiares
        - Tranquilidad familiar en salidas de todo tipo: salidas los fines de semana, salidas deportivas, excursiones, ….
        - Cuando encomendamos a un hijo una tarea externa podemos hacerle partícipe de un privilegio/responsabilidad: puede llevarse el móvil si va a la compra solo, si va a buscar a su hermano al colegio, …..
- Debe reservarse un tiempo específico para comentar con nuestro hijo cómo lo ha utilizado y a cuanto ha ascendido el gasto. Los padres deben cubrir el gasto e incluso dependiendo del tipo de servicios consumidos, hacer partícipe al hijo en ciertas cantidades.
- Si hace un uso irresponsable deben existir ciertas penalizaciones pactadas de antemano.

1. Medidas Preventivas: Uso de la Telefonía Móvil

Entre los 16 y 18 años:

- El adolescente puede tener su móvil bien porque se los han comprado con sus ahorros o porque se lo han regalado.
- Deben existir una serie de normas preestablecidas para el uso responsable.
  - Debe hacerse totalmente responsable de su mantenimiento económico: los contratos pre-pago son los más recomendables
  - Si lo cubren los padres pueden ponerse ciertos límites de consumo siempre que se entienda esto como respuesta a la relación responsabilidad/privilegio.
- Debe ser implicado en la manera en que prioriza sus gastos: en caso de que se utilicen sistemas de recompensas para reforzar conductas positivas no se debe dar únicamente dinero para el móvil. Hay que proporcionar otras alternativas para que el adolescente decida lo que más le conviene en función de sus prioridades.
- En ocasiones se pueden utilizar sistemas de puntos para ser canjeados por dinero para el uso del móvil.
- El padre tiene la obligación de conocer e informarse de las consecuencias sobre el uso/abuso de los móviles y tomar las medidas oportunas con suficiente antelación al surgimiento de problemas que les lleve a tomar posturas radicales en el uso de este tipo de tecnología. Esta situación podría conllevar un problema de comunicación con el menor que es lo que tratamos de evitar.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

1. En la encuesta del Eurobarómetro, el 44% de los padres declaró que desearían disponer de más información sobre cómo proteger a sus hijos y de los contenidos y los contactos ilícitos o perjudiciales.
2. Como consecuencia de ello, nace EUROPE DIRECT como un servicio de información gratuito de la Comisión Europea (accesible a través del número de teléfono 00800 6 7 8 10 11 o por correo electrónico) que ayuda a los padres, profesores y niños de la Unión Europea a encontrar respuesta a las preguntas sobre un uso seguro de Internet y las nuevas tecnologías en línea, en especial para los niños.
3. Los padres, profesores y niños que deseen obtener información sobre un uso más seguro de Internet pueden ponerse en contacto con ED para plantear preguntas sobre los riesgos que implican el uso de Internet:
   - ¿Cómo pueden ponerse en contacto las personas desconocidas con los jóvenes en una sala de conversación y cuáles son los peligros que esto implica?
   - ¿Qué riesgos conlleva el hecho de que mi hijo cree su propio blog?
   - ¿Qué debo tener en cuenta al utilizar la cámara de un teléfono móvil?
   - ¿Hay alguna forma de saber si se está adquiriendo un producto adecuado a la edad de los hijos a través de Internet?
   - ¿Qué tipos de filtros existen?
   - He encontrado contenidos racistas o de pornografía infantil en Internet ¿a quién puedo informar sobre esto?
   - ¿Dónde puedo obtener ayuda si mi hijo ha sufrido algún tipo de acoso en Internet o a través de teléfono móvil?

   Si la pregunta realizada es de carácter general, los usuarios recibirán una pronta respuesta a la misma. En el caso de tratarse de cuestiones más complejas, el servicio podrá derivar su contestación a un experto en el tema en cuestión, o bien a un servicio especializado de resolución de problemas para su seguimiento.

   En otros casos y siempre que se estime oportuno, los usuarios podrán ser remitidos a otras fuentes de información y asesoramiento en el ámbito nacional, regional o local.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

Como acabamos de ver para combatir la ciberdelincuencia es necesaria la implicación de las Administraciones Públicas a nivel local o regional.

Desde la Junta de Andalucía se han puesto en marcha tres iniciativas que se describen a continuación:

1. En este sentido el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha aprobado el **Decreto de Protección del Menor en el Uso de Internet y las Tecnologías de la Información y el Conocimiento** (TIC).

   Esta normativa pretende garantizar el acceso de los menores a la Sociedad de la Información en un contexto seguro, favoreciendo su formación en un manejo adecuado de las nuevas tecnologías y estableciendo medidas de prevención y control que reduzcan los riesgos de exponerse a contenidos ilícitos o nocivos en Internet.

   Para la elaboración del decreto, primer texto normativo aprobado en España de estas características, la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa parte de la base de que el uso de Internet y de las TIC constituye una valiosa herramienta educativa, pero al mismo tiempo, con un uso inadecuado, son una amenaza para un sector de la población especialmente vulnerable: los menores de edad.

   El decreto desarrolla la Ley de los Derechos y la Atención al Menor en Andalucía en lo que se refiere al acceso a las nuevas tecnologías e incluye medidas que van dirigidas no sólo a los menores de edad, sino también a sus familiares, a sus profesores y a las propias administraciones públicas. Por esta razón, en el desarrollo y ejecución de las medidas e instrumentos recogidos en el decreto participarán, además de la Consejería de Innovación, las de Igualdad y Bienestar Social y Educación.

   La norma aprobada dispone una serie de medidas orientadas a garantizar los derechos de los menores, así como facilitar a los padres y tutores sus deberes para educar a los niños en el uso responsable de las nuevas tecnologías.

   Estas medidas se agrupan en tres ejes en función de sus objetivos: fomento del uso de las TIC e Internet; seguridad en su utilización, y prevención de riesgos.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

Para ello, está previsto:

- Reforzar las acciones que la Consejería de Educación desarrolla en los centros docentes en el ámbito de la formación y sensibilización del profesorado y las familias,
- Incorporar nuevas y mejores herramientas de filtrado de contenidos en los equipos informáticos de los colegios e institutos y organizando nuevos programas de formación en el empleo de las TIC.
- Elaborar guías de orientación sobre el buen uso de Internet dirigidas a los menores, a los padres y los docentes, adaptando el formato y el contenido a los distintos tramos de edad.

2. En la misma línea, se va a poner en marcha el **Portal Infantil de Andalucía**, un instrumento desde el que se facilitará a los padres y a los niños recursos para iniciarse de forma segura en las tecnologías de la información.

   Para ello, está previsto identificar enlaces a sitios que garanticen la calidad y la seguridad en sus contenidos, así como un área de descarga de filtros, buzones de preguntas y sugerencias, foros y publicaciones.

   También se establecerá un sistema de recepción de denuncias o reclamaciones ante la localización en la red de contenidos ilícitos, fraudulentos o perniciosos para los menores. Además, se prevé que todas las páginas web del Gobierno andaluz cuenten con una sección específica para niños.

   En cuanto a los otros dos ejes del decreto, los de seguridad y prevención de riesgos en el uso de las TIC, se solapan en muchos de sus instrumentos y objetivos:

   - prevenir que se pueda acceder o divulgar en Internet los datos de carácter personal de los menores sin la autorización de sus padres;
   - evitar un uso inadecuado de su imagen, ya sea en fotografías o en vídeos;
   - impedir cualquier tipo de relación con personas que puedan resultar inadecuadas para el desarrollo evolutivo de los menores;

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

- prevenir los riesgos derivados del comercio electrónico (sistemas abusivos de venta, publicidad engañosa o fraudulenta o las compras sin permiso paterno), y rechazar contenidos y juegos que puedan resultar denigrantes con respecto a los derechos y la imagen de los ciudadanos.

Para el cumplimiento de estos fines, la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa ha clasificado los contenidos que pueden resultar inapropiados o ilícitos porque atenten contra la dignidad humana, la seguridad o los derechos de protección de los menores y desarrollará programas de filtrado específicos en software libre que se pondrán a disposición de las familias, los centros educativos y los centros de acceso público a la red.

También se establecerán otros instrumentos de seguridad que permitan a los padres y profesores controlar y limitar el tiempo que los menores permanecen conectados a Internet. Todas estas nuevas herramientas podrán descargarse de forma gratuita desde el Portal Infantil de Andalucía y se instalarán con carácter general en los ordenadores de todos los centros educativos, en las bibliotecas públicas, en los centros Guadalinfo y en los centros de acceso público a Internet que se están poniendo en marcha en las barriadas con mayor riesgo de exclusión social de Andalucía.

Está previsto que todas estas medidas e instrumentos, que supondrán una inversión de un millón de euros, estén en funcionamiento en un plazo aproximado de seis meses. Asimismo, el decreto contiene un régimen sancionador en caso de incumplimiento de los derechos de los menores en relación con Internet y las TIC, con multas que pueden alcanzar los 600.000 euros en el caso de las infracciones muy graves.

3. El Grupo de Delitos Tecnológicos en Andalucía

La Brigada de Delitos Tecnológicos y de la Información de la Policía Nacional cuenta con unidades provinciales en la Junta de Andalucía que, en la mayoría de los casos, tratan de abortar fraudes y delitos contra la propiedad intelectual.

El *modus operandi* de este grupo contra la ciberdelincuencia no cuentan con un título específico en el Código Penal que tipifique los coloquialmente llamados delitos informáticos.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

Medidas Preventivas y Correctoras

Estos cuerpos especiales de ciberpolicías se ven obligados a operar de acuerdo a unas coordenadas muy particulares:

- *primero realizan una investigación policial clásica;*
- cuando hayan al sospechoso, buscan y siguen sus archivos;
- posteriormente, se procede al seguimiento de las personas y al análisis de los efectos intervenidos;
- finalmente se traduce la investigación para que la autoridad judicial la interprete con corrección.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

Medidas Preventivas y Correctoras

Din A3: Navegación libre por Internet

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

Medidas Preventivas y Correctoras

- La seguridad en Internet debe comenzar por la seguridad a nivel personal.
- Cuando uno se conecta a Internet, hay que tener presente siempre la seguridad y no despistarse. Si uno no está alerta, en cualquier momento pueden producirse situaciones desagradables, como inestabilidad del ordenador, pérdidas de archivos personales, facturas de teléfono elevadas.
- Puesto que los niños y adolescentes son las personas más vulnerables será oportuno que los padres pongan en marcha las siguiente recomendaciones generales:

1. Limitar el tiempo que pasan sus hijos en línea y navegando en Internet
2. Enseñar a sus hijos los riesgos de dar información personal que lo identifique a otra persona o "sitio" en el ciberespacio.
3. No dar a sus hijos el número de tarjeta de crédito o cualquier otra contraseña que pueda usar para comprar cosas en línea o para tener acceso a servicios o "sitios" (website) inapropiados.
4. Advertir a sus hijos sobre arreglos de encuentros personales con personas que conocieron en la web.
5. Recordarle que no todo lo que ve o lee es verdadero.
6. Usar las modalidades de control que su servicio de conexión en línea le ofrece a los padres para limitar el acceso a las salas de conversación, los grupos de noticias y otros sitios no apropiados.
7. Proveerle una dirección de correo electrónico, sólo si su hijo es lo suficientemente maduro para controlarla, supervisar periódicamente los mensajes que manda y recibe así como planificar su actividad "en línea".
8. Insistir en que su hijo obedezca las mismas reglas que cuando utiliza otros equipos informáticos en la escuela, biblioteca o casa de amigos.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

- Otras recomendaciones publicadas en la página web www.protegeles.com y que deben ser tenidas en cuenta son:
  1. No dar datos personales por correo electrónico a menos que conozcas personalmente al destinatario. Recuerda que en la red hay mucha gente que quiere saber datos sobre tí...
  2. Entrada de archivos: Recuerda que el correo es una vía de entrada de archivos. Por lo tanto debes tener el programa antivirus debidamente actualizado para detectar todo tipo de software dañino.
  3. Anti Spam : Es recomendable contar con alguna herramienta anti spam, bien en el servidor de correo o en el antivirus.
  4. Riesgo de virus: Recuerda que al utilizar el correo electrónico corres el riesgo de infectar tu ordenador con virus informáticos. El antivirus, así como el sistema, deben estar actualizados.
  5. Abuso en el uso: Evita el abuso en el uso del correo y rechaza los mensajes que sugieren ser reenviados.
  6. Lista de direcciones: Pide a tus remitentes que no incluyan tu dirección en mensajes que porten una gran lista de direcciones en la cabecera.
  7. Remitentes desconocidos: No abras correos de remitentes desconocidos. Mucho menos si llevan archivos adjuntos. Si tienes herramientas antispan, señálalos como SPAM y así tu servidor de correo los discriminará.
  8. Opciones de seguridad: Investiga las opciones de seguridad de tu programa de correo. Puedes desde evitar la apertura de adjuntos hasta evitar la vista previa de los mensajes que puede bastar a algunos virus para infectar. Si tu correo es de tipo webmail investiga e indaga sobre la política de seguridad y el tratamiento sobre datos personales que ofrece.
- Además es necesario utilizar las siguientes **herramientas de protección**.
  1. **Cortafuegos – Firewall**: Protégete contra los intrusos mediante un Cortafuegos. Estos intrusos pueden robarte información confidencial y causarte numerosos problemas.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

La mejor manera de protegerse es instalar un "firewall" y cerrar todos los puertos de acceso al ordenador a través de una conexión de red, bloqueando las entradas no autorizadas en el ordenador. Muchos virus utilizan un puerto para colarse de manera que combinar un antivirus con un cortafuegos multiplica la seguridad navegando por Internet.

2. **AntiVirus actualizado**: Un antivirus es una herramienta capaz de detectar y limpiar virus de el ordenador. Es importantísimo para nuestra seguridad instalar en el ordenador un antivirus, mantenerlo siempre activado y actualizarla las listas de vacunas en nuestro ordenador. Es conveniente configurar el antivirus para que se actualice periódicamente vía Internet.
3. **Niveles de seguridad**: Configura tu navegador de Internet al nivel más alto de seguridad. Internet Explorer proporciona diversas características que nos ayudan a proteger nuestra privacidad y aumentan la seguridad de nuestro ordenador, pudiendo establecer distintos niveles de seguridad. Estas características de seguridad incluyen tratamiento de "cookies", conexiones seguras, identidad de los programas descargados, etc..
4. **Copias de seguridad**: Se previsor y realiza copias de seguridad de tus archivos importantes de forma periódica. Una infección de virus puede acabar en segundos con el trabajo de años almacenado en tu ordenador. Puedes configurar una tarea automática y periódica de copia de seguridad de tus archivos personales.
5. **Software actualizado**: Es muy importante mantener actualizado tanto el sistema operativo como demás programas que utilices. Los fabricantes más importantes de software ponen a nuestra disposición servicios automáticos de actualización. Asegúrate de tener los últimos "parches" instalados que eviten fallos de seguridad. En el caso de Windows, Microsoft ha creado una página para solucionar estos problemas en sus sistemas operativos, donde se ofrecen de forma automática las últimas actualizaciones disponibles.

2. Medidas preventivas ante el uso indebido de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia

No basta con tener las herramientas adecuadas instaladas y actualizadas. Es necesario pero no suficiente, seguir unas pautas adecuadas de comportamiento durante la navegación por Internet permitirá que la experiencia sea totalmente positiva

1. **Descarga de archivos**: Mucha precaución en la descarga de archivos. Si la descarga la realizas a través de un sitio web, asegúrate que el sitio que estás visitando no contenga contenidos dudosos o maliciosos..
2. **Redes "Peer to Peer":** Habitualmente, el intercambio de archivos se realiza en "Peer to Peer", más conocidas como redes P2P. Mediante este sistema, millones de usuarios comparten sus archivos sin conocerse entre ellos y sin intermediarios, entre sus ordenadores directamente. Cuando accedas a las redes P2P, debes proteger tu intimidad y tus archivos personales para que estén a salvo de posibles espías. Intenta tener siempre la última versión actualizada de dichos programas para evitar agujeros de seguridad.
3. **Comunicación segura**: Especial atención cuando el sitio web nos solicita rellenar algún formulario con datos personales. En tal caso, debemos comprobar que el sitio web proporciona comunicación segura y tiene un certificado válido. Comunicación segura significa que la información proporcionada a través del formulario se codifica, de manera que otras personas no pueden ni leerla ni interceptarla. Un certificado asegura la autenticidad del sitio web que visitamos, asegurando así que ningún otro sitio puede asumir la identidad del sitio original.
4. **Protocolo https**: Podemos reconocer un sitio seguro de varias maneras. En primer lugar, utilizan un protocolo distinto. La dirección de la página comienza por https://. Además, en la barra de información del navegador aparecerá la imagen de un candado. Haciendo doble clic en el candado, accederemos a la información del certificado.
5. **Identificación del navegante**: Por último, recuerda que Internet funciona bajo el protocolo http, basado en la identificación del navegante y del proveedor de contenidos. Cuando te conectas y comienzas a realizar peticiones de información, dichas peticiones pueden viajar por distintos ordenadores intermedios que pueden capturarla y obtener información sobre tí. Mediante un servidor Proxy puedes navegar de forma anónima.

3. Medidas Preventivas ante situaciones potencialmente adictivas: MUD´s e IRC (Chatrooms)

- Las herramientas de comunidad en internet, chat, foros, grupos de noticias, mensajería instantánea, son cada vez más populares.
- La gran mayoría de estos servicios son totalmente públicos...y recordemos que en Internet muchos no son quién dicen ser.
- En concreto, debemos comprender "el peligro de los extraños" y, sin caer en la paranoia, mantengamos la precaución y una actitud preventiva, pensando primero antes de proporcionar cualquier información al extraño que hay detrás de un nick.
- Con unas sanas y sencillas costumbres evitaremos graves problemas.

1. **La seguridad empieza en uno mismo.** Utiliza el sentido común y rechaza cualquier conversación que te haga sentir incómodo
2. **Chat con moderador**: Los chats de Internet son una herramienta de comunicación en tiempo real, en directo, que permite a varios individuos comunicarse por medios de mensajes directos que ven de forma inmediata todas las personas en la sala de chat. Recuerda que la comunicación escrita es muy distinta a la comunicación verbal y da pié a interpretaciones en ocasiones erróneas. Para maximizar tu seguridad y privacidad, participa en salas que cuenten con la supervisión de un moderador. o acude al moderador para que observe la conversación y, en su caso, expulse al alborotador o agresor.
3. **Nick adecuado**: Para participar en las salas de chat necesitaremos un nick o alias que nos identifique. Elije un nick que no contenga información personal. Y evita nombres que atraiga la atención no deseable. Además, si el servicio lo permite, es conveniente registrar tu nick propio para evitar que suplanten tu identidad.
4. **Nunca dar información personal**: Es muy importante ser absolutamente cuidadoso en este tema. No des información que te pueda identificar a tí o tu familia, o que pueda ser rastreada fácilmente: datos familiares, datos de tu centro de enseñanza, email, fotos personales, etc. Tampoco compartas contraseñas de ningún tipo.

3. Medidas Preventivas ante situaciones potencialmente adictivas: MUD´s e IRC (Chatrooms)

5. **No concertar citas**: No aceptes conocer a nadie sin el consentimiento de tus padres o tutores, en tal caso acude acompañado y siempre en lugares públicos.
6. **Utilizar las herramientas protección de seguridad y privacidad** propuestas en el apartado anterior, ya que los chats son el lugar preferido por los *crakers* para infectar y desestabilizar el sistema con “virus troyanos” y/o “nukes”.
7. **Informarse de los posibles riesgos** por el uso abusivo de este tipo de servicios antes de iniciarse en ellos.
8. **Utilizar herramientas de diagnóstico** para detectar situaciones que faciliten la adicción o identificar una situación adictiva ya instaurada.
9. **Limitar el tiempo y la frecuencia** con la que se participa en estos servicios.
10. **Buscar ayuda en especialistas** en caso de que se detecte una posible adicción que afecte al normal funcionamiento de las actividades cotidianas.

V

El Futuro y la Gestión del Cambio

- Antecedentes
- Factores clave de éxito
- Enfoque estratégico
- Alcance de propuesta
- Plan de Acción:
    1. Diseño de contenidos e-learning
    2. Escuela de Desarrollo 2.0
    3. Modelo de Homologación de Proveedores de Contenidos, Herramientas e Información digital
- Dirección Técnica y Académica

El futuro y la gestión del cambio

- El Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía ha aprobado un plan de actuación denominado "***Plan Andalucía Sociedad de la Información***" para desarrollar y maximizar su nivel tecnológico durante el periodo 2006 a 2010 con el fin de garantizar la accesibilidad y disponibilidad de infraestructuras y Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en todo el territorio andaluz.
- Dentro de este plan, como ya hemos expuesto en el capítulo anterior se incluyen actuaciones para desarrollar, en el mundo actual de niños y adolescentes, un entorno saludable relacionado con el uso de las tecnologías de información y comunicación en el que estarán implicados entre otros: los responsables directos y las Entidades con influencia y representatividad en el entorno educativo de estos niños y adolescentes.
- La Junta de Andalucía piensa que no sólo es suficiente intentar adaptar la administración andaluza a la evolución tecnológica y social que se ha producido y se sigue produciendo, sino que pretende innovar y adelantarse en la medida de lo posible a las demandas sociales, ofreciendo unos servicios cada vez más ágiles, de más calidad y más personalizados.
- Las demandas sociales estarán marcadas por:

  1. La necesidad de gestionar la diversidad generacional de nuestra sociedad durante el proceso de cambio y desarrollo del nivel tecnológico. En estos momentos conviven cuatro tipos diferentes de generaciones cada una de las cuales presenta unas características particulares bien definidas (*ver Tabla 6*).

     Nuestros hijos, niños o adolescentes se ubican, como es obvio, en el grupo denominado Generación Y, Generación.Net o la Generación del Nuevo Milenio.

  2. Los cambios que se esperan a futuro y su impacto sobre el entorno laboral *(Tabla 7)* obligan a tener en cuenta acciones que fomenten en las generaciones más jóvenes y futuras el desarrollo de las habilidades y capacidades que se van a requerir en los próximos años y que constituirán los factores claves para asegurar el nivel competitivo de nuestra sociedad, del tejido empresarial y de la sostenibilidad del Modelo del Estado de Bienestar.

- Con este propósito planteamos a la Junta de Andalucía el siguiente proyecto de colaboración:

El futuro y la gestión del cambio

Tabla 6.- Características Particulares Que Definen Los Distintos Grupos Generacionales:

Generación	Características	Estereotipo
Generación Silente (anterior a 1942)	1. Muy disciplinados y trabajadores 2. Respeto a las normas y la autoridad 3. Conservadores y tradicionales	1. Anticuados, de otro mundo. 2. Rígido y autoritarios. 3. Aversión al riesgo.
Baby-boomers (1942-1960)	1. Espíritu joven 2. Optimistas 3. Competitivos 4. Pertenecen a grupos de influencia.	1. Egocéntrico 2. Escépticos 3. Participan en Política 4. Adicto al trabajo 5. Les gusta el poder
Generación X (1961-1981)	1. Equilibrio entre vida privada y laboral 2. Independiente 3. Pragmáticos	1. Egoístas 2. Impacientes 3. Cínicos 4. Vagos
Generación Y (1982-2002) También conocida como **Generación del Milenio o Generación.Net**	1. Flexibles, versátiles, multitarea 2. Les gustan los retos 3. Devoradores de tecnología	1. Malcriados, caprichosos e irreverentes 2. Tecnólogo-dependientes 3. No mantienen la atención en el mismo asunto mucho tiempo

El futuro y la gestión del cambio

Tabla 7.- Cambios A Futuro Y Su Impacto En El Entorno Laboral

Cambios que se esperan	Impacto en el entorno laboral futuro
1. Incorporación de países emergentes al mundo laboral Occidental: fundamentalmente Indica y China.	1. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) , en el 2010 casi el 60% de la fuerza de trabajo del mundo se encontrará en Asia, y sólo China contará con una cuarta parte de la población activa mundial. Las otras regiones en desarrollo (África Subsahariana, Oriente Medio y África del Norte, y América Latina y el Caribe) también contarán con una mayor proporción de población activa en 2010. 2. El 40% de la población activa en el Mundo Occidental estará desempleada. 3. La población activa en el Mundo Occidental representará 1/3 de la población mundial.
1. Nuevos estilos de vida y criterios para definir prioridades: importancia creciente al tiempo dedicado a la vida personal (salud, familia, ocio), reducción tiempos dedicados a viajes de trabajo, mayor eficiencia en el uso del tiempo.	1. Alta flexibilidad en las relaciones laborales entre empleados y empresa: Tele-trabajo, equipos de alta especialización y gestión virtual de proyectos. 2. Staff en plantilla reducido y muy versátil para la gestión de equipos de proyectos virtuales, globales, multi-culturales e intercontinentales, incremento del uso de la lengua inglesa, tecnología sin cables. 3. Empleados: Pertenencia a Redes o Comunidades Globales y Virtuales altamente Especializadas.
1. Nuevas e inciertas necesidades y competencias en el mundo laboral: El 60% de los empleados de hoy sólo tienen el 20% de las habilidades del 2010:	1. Dificultades para identificar las características del talento necesario: incertidumbre, el aprendizaje se producirá en función de las necesidades del contenido del trabajo. 2. Dificultades actuales para reclutar y captar el talento del futuro: baja especialización, altos costes, facilidad para la deslocalización virtual (hacia la India), y deslocalización física (hacia la China). 3. Dificultades para desarrollar el talento actual: cambios en el perfil de habilidades de los Mandos (generación X), dificultad para el desarrollo y adaptación del talento actual de altos Mandos (Baby-boomers), puestos de dirección-asesoramiento corporativo (generación Silente): gestión de la diversidad generacional, programas de jubilación anticipada (retirement management) y outsourcing. 4. Dificultades para retener talento en la actualidad (programas de sucesión) y en el futuro: importancia de networking. 5. Incorporación de la población de los Países del Este en el mundo laboral europeo.

El futuro y la gestión del cambio

- Ante este panorama futuro proponemos a la Junta de Andalucía una propuesta de colaboración que consiste en:

La creación de un ecosistema virtual, dinámica, segura y privada dentro de Internet que cubra las necesidades actuales y futuras que requieran los niños y adolescentes para su incorporación al proceso de comunicación mediada por las tecnologías de información y comunicación.

El futuro y la gestión del cambio

- Los **factores clave de éxito** son:

1. Incluir a todas las generaciones y grupos sociales directa o indirectamente implicados (stakeholders), a través de actividades y programas adaptados a las particularidades que cada uno presente, para evitar la creación de núcleos marginales que se queden excluidos del modelo.
2. Vincular el desarrollo del proyecto con las necesidades de desarrollo competitivo de las empresas actuales y los cambios necesarios que deben asumir para mantenerse sólidamente en el mercado local, internacional y global.
3. Centrar el desarrollo de las capacidades y habilidades de los niños y adolescentes en aquellas que serán necesarias para incorporarse al mundo laboral y no formen parte de ese alto nivel de desempleo que se prevé en el mundo occidental.
4. Lograr que la percepción por parte del usuario sobre el alcance y la capacidad de interacción dentro de este ecosistema virtual es igual o superior a los que se obtiene en Internet.
5. Extrapolar la legislación vigente en el mundo presencial al mundo virtual y suministrar las herramientas de seguridad y privacidad más eficaces para evitar y prevenir las consecuencias por el uso indebido de las TIC y la ciberdelincuencia.
6. Hacer partícipes a los implicados en la cadena de valor en los programas de I+D de las nuevas generaciones de tecnología de información y comunicación.
7. Asegurar un proceso de cambio lógico, progresivo y fiable en el que se minimice el impacto negativo de la incorporación de las TIC y se exploten con equilibrio las oportunidades inherentes al desarrollo de una Sociedad de la Información saludable y responsable.

- Administración Pública: local, autonómica y nacional
- Asociaciones de padres, profesores y Tutores
- Expertos en Pedagogía y Metodologías Educativas
- Cuerpos Legislativo, policial y promotores políticos
- Usuarios
- Expertos en Desarrollo de entornos con alto nivel tecnológico
- Organismos con alcance internacional
- Promotores privados y Representantes de Empresarios
- Expertos en Salud y Modelos Conductuales

El futuro y la gestión del cambio

- El **enfoque estratégico** de desarrollo de este proyecto surge de la integración de los siguientes **elementos básicos**:

1. **Portal Infantil de la Junta de Andalucía**. (*Ver en el capítulo Medidas preventivas y correctoras, en su apartado 2.- Medidas preventivas ante el uso de los Servicios de Internet y la Ciberdelincuencia).*

   Dentro de él se incluirán los otros dos elementos así como el acceso a aquellos servicios de internet que se consideren aptos para ser utilizados por los niños y adolescentes.

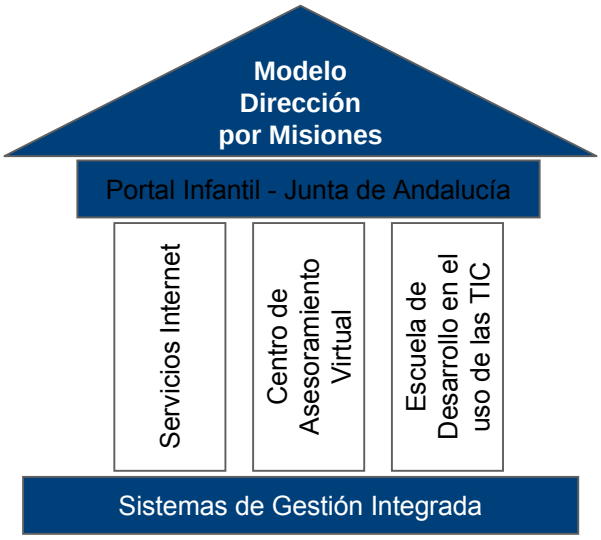
2. **Centro de Asesoramiento Virtual** para la formación e información en el uso saludable y responsable de las TIC dirigido a:

   – Los usuarios, niños y adolescentes, que se registren a través de los centros educativos de la Junta de Andalucía.

   – Las personas vinculadas directamente con el mundo de los niños y adolescentes: padres, familiares, amigos, tutores, educadores, …

   – Los responsables o promotores públicos y privados para que refuercen su autoridad, poder e influencia a la hora de tomar decisiones que garanticen la privacidad, equidad, universalidad, accesibilidad y seguridad dentro del entorno virtual.

   – Los profesionales o asesores externos para que puedan formar parte de un comité de expertos y participar en el diseño e implantación de medidas diagnósticas, preventivas y terapéuticas: psicólogos, médicos, consultores, ….



3. **Escuela de Desarrollo 2.0** en el uso de las TIC de niños y adolescentes de la Junta de Andalucía, elemento que será incluido y relacionado con el Plan de Desarrollo Curricular definido en cada grupo de edad por la Consejería de Educación de la Junta.

4. **Modelo de Dirección por Misiones** del ecosistema virtual que servirá como paraguas para la activación y sincronizador de los tres elementos anteriores a través de los **Sistemas de Gestión Integrada**.

El futuro y la gestión del cambio

- Los **Sistemas de Gestión Integrada** dentro del Portal Infantil de la Junta de Andalucía serán:
  - Sistema de Gestión Logística de los Procesos de Interacción
  - Sistema de Gestión del Conocimiento
  - Sistema de Gestión del Aprendizaje

1. **Sistema de Gestión Logística de los Procesos de Interacción** que combinarán:
   a. Bases de datos de registros de usuarios (ciberpasaporte) iniciado desde la matriculación de los niños y adolescentes en los centros escolares y con una actualización de datos anual, correspondiente al año escolar que curse dichos niños y adolescentes.
   b. Sistema de gestión de accesos a sitios o páginas web en función del cumplimiento de ciertos requisitos para cada grupo de edad basados en sistemas de información de presencia.
   c. Canales de distribución de la información digital: de tipo individuales como son el correo electrónico, la mensajería instantánea y los servicios de telefonía, o de tipo colectivo (plataformas) tales como intranets y webs de centros escolares, webs de proveedores y portales de información.
   d. Modelo de navegación basado en la creación de redes flexibles, on-line, con una estructura en permanente cambio, construida por integrantes iguales, repartidos y autónomos en la que emerja el contenido y lo haga visible a todos los usuarios.
2. **Sistema de Gestión del Conocimiento** en el que se incluirán:
   a. Plataformas para la gestión de contenidos y almacenaje de información digital bien en forma de links a sitios favoritos, o bien en bases de datos ampliamente accesibles en las que se guarde la información creada a través de blogs, webs, documentos, vídeos, música, mejores prácticas, juegos, …
   b. Sistema de categorización de la información basado en un inicio en etiquetar la misma (taxonomía) para después emplear el concepto de folksomía (sistema de "categorización democrática") que conlleva la actualización continua de dicha categorización.

El futuro y la gestión del cambio

Esto a su vez permitirá poner de manifiesto el conocimiento táctico fruto de la experiencia e interacción de los usuarios y determinar tendencias, contenidos no aptos y no deseados por los niños o adolescentes.

c. Buscador avanzado de información de valor rápido y eficaz:

- a través de palabras clave introducidas por el propio usuario y que en función del valor que le aporta pueda ser guardada como referencia para usos posteriores
- mediante un software de análisis estadístico (algoritmos) de las preferencias del usuario (etiqueta o categorización de las referencias guardadas) denominados “ampliadores” que se dedican a identificar nueva información relacionada de calidad (intensidad de links establecidos con los diferentes contenidos) y a remitirla a los usuarios, quienes podrán rechazarla o aceptarla como nuevas referencias en su entorno privado.
- Alertando de las novedades: sistema de señales que avisan a los navegantes sobre la introducción de nuevos contenidos relacionados con sus preferencias para que si lo desean puedan consultarlos.

d. Proceso de filtrado de contenidos susceptibles de ser almacenados y distribuidos en el entorno. Consta a su vez de:

– Un proceso de autocontrol en el que sea el criterio de los propios usuarios quienes acepten o rechacen los diferentes contenidos a través del uso de rutinas del tipo “tropezarme con él” o “no me gusta” cuando acceden, a través de los buscadores, a los diferentes contenidos.

– Unos criterios de homologación de proveedores con el fin de asegurar la calidad e idoneidad de los contenidos de documentos, ficheros, links y cualquier tipo de información que faciliten a los usuarios a través de sus webs o intranets.

– Normativa que regule las actividades de vigilancia y protección de la seguridad y privacidad, que facilite la identificación de ciberdelincuentes y permita bolquear los mensajes no aptos para menores antes de que lleguen a ellos.

El futuro y la gestión del cambio

3. **Sistema de Gestión del Aprendizaje** que contenga:
   a. Modelo conductual que defina los comportamientos correctos y los contravalores para fomentar en el uso saludable y responsable de las TIC.
   b. Base de datos en las que registren y clasifiquen los contenidos y herramientas e-learning en función de la metodología pedagógica empleada (blended-learning).
   c. Distribución de contenidos y herramientas a nivel individual según el estilo de aprendizaje del niño o adolescente, o colectivas que faciliten:
      - La adquisición de conocimientos, la gestión del conocimiento informal,, la autoría individual (blogs) o compartida de documentos (wikipedia), el debate (chats con moderador), la reflexión (foros), …
      - El entrenamiento de habilidades en la interacción social con su compañeros durante la realización de proyectos y sesiones de trabajo individual o en equipo en entornos virtuales.
      - El desarrollo de hábitos saludables en el uso debido y responsable de las TIC.
   c. Guías de apoyo a tutores, educadores y padres con el fin de que puedan dar soporte a los niños y adolescentes lo largo del proceso de aprendizaje y desarrollo mediado por TIC.
   d. Procesos de Retroalimentación y Feed-back para el seguimiento del desarrollo y mejora del rendimiento formativo, educativo y de adaptación social de los niños y adolescentes.
   e. Hojas de ruta predefinidas en función de las necesidades de formación y desarrollo que se hayan establecido en los itinerarios formativos de cada currícula educativa y el nivel de conocimiento y habilidad de los niños y adolescentes en el uso de las TIC.
   f. Software de planificación y programación en el que se combinen las distintas herramientas y contenidos de acuerdo con las hojas de ruta y el estilo de aprendizaje de cada niño o adolescente.
   g. Modelo de acreditación y certificación de nivel de desarrollo alcanzado por cada niño o adolescente en relación con el conocimiento y las habilidades que haya manifestado en el uso correcto de las TIC.

El futuro y la gestión del cambio

El futuro y la gestión del cambio

Dina A3

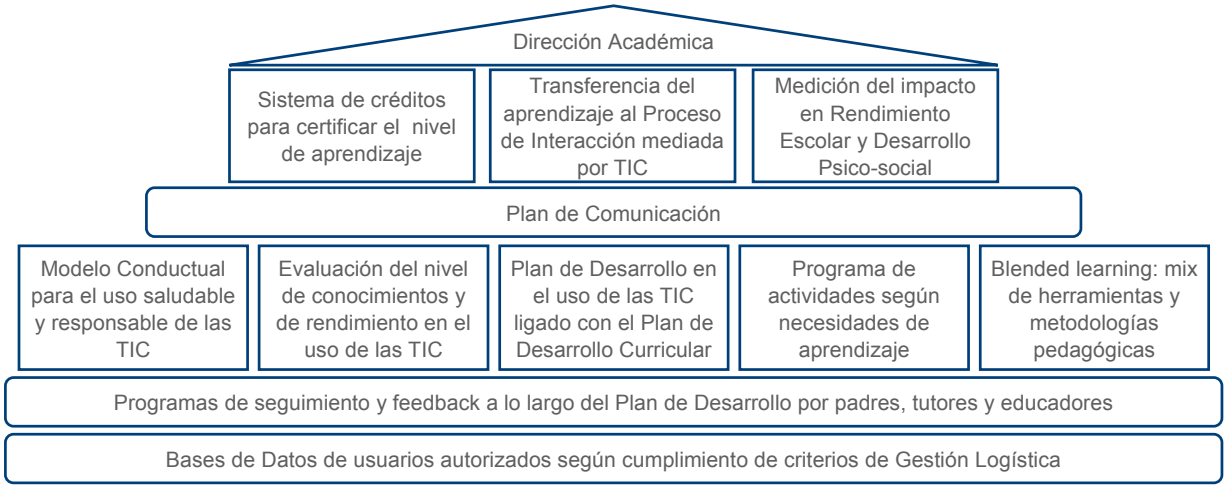
El futuro y la gestión del cambio

- El **alcance** de esta propuesta de colaboración se centra en:

1. Diseño de acciones formativas e informativas para los diferentes usuarios y stakeholders relacionados que accedan al Centro de Asesoramiento Virtual

Administración Pública: local, autonómica y nacional	Cuerpos Legislativo, policial y promotores políticos	Organismos con alcance internacional
Asociaciones de padres, profesores y Tutores	Usuarios	Promotores privados y Representantes de Empresarios
Expertos en Pedagogía y Metodologías Educativas	Expertos en Desarrollo de entornos con alto nivel tecnológico	Expertos en Salud y Modelos Conductuales

2. Diseño y puesta en marcha de la Escuela de Desarrollo en el uso de las TIC:



3. Acreditación y Certificación de Calidad de links para la navegación y la Homologación de Proveedores de Contenidos y páginas web a las que puedan acceder los usuarios a través de los Servicios de Internet disponibles en el Portal Infantil.

El futuro y la gestión del cambio

1. Plan de Acción: Diseño de contenidos e-learning.

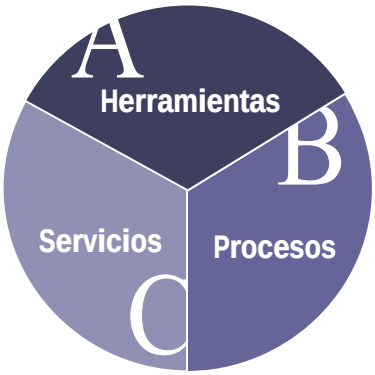
Las acciones formativas o contenidos e-learning estarán orientadas a cubrir las necesidades de alfabetización tecnológica de los distintos stakeholders.

Los objetivos a lograr serán:

- Formar a los usuarios en relación con las diferentes herramientas, software, alcance, ventajas, limitaciones, entornos digitales, creación de contenidos, navegación en la web, realizar búsquedas, ….
- Desarrollar habilidades en el uso de los canales de comunicación interactiva a nivel individual o a nivel de colectivo dentro de los diferentes tipos de entornos virtuales privados o públicos.
- Prevenir las consecuencias del uso indebido y fraudulento de las TIC.
- Ayudar a identificar y diagnosticar situaciones potencialmente problemáticas y prácticas indebidas en el uso de las TIC.
- Divulgar la normativa que regula la navegación y uso de los servicios de Internet.
- Informar eficazmente en relación con medidas para la protección de la seguridad y privacidad de los usuarios.
- Aportar protocolos de actuación para corregir situaciones no deseadas y reestablecer un entorno saludable de usuarios con problemas.

1. Plan de Acción: Diseño de contenidos e-learning.

- El diseño de contenidos e-learning consta de los siguientes elementos:



A. Herramientas: hay que tener en cuenta a la hora de diseñar herramientas e-learning los siguientes aspectos:

1. Los contenidos técnicos relacionados con las materias a tratar en cada acción formativa
2. Las metodologías pedagógicas más adecuadas para los objetivos de la formación
3. Los canales de distribución con base en el nivel tecnológico de los usuarios: CD-rom, Internet, Intranet, Televisión por cable, Servicios de Telefonía (movil learning)

- Las herramientas a diseñar y distribuir dependiendo del objetivo a alcanzar pueden ser:

1. Píldoras e-learning: para la transmisión de conocimientos teóricos a través de pantallas interactivas que presentan dichos conocimientos y que deben ser adquiridos por el usuario para lograr el objetivo de la formación.
2. Test de evaluación que deberán incorporar sistemas de feed-back sobre los resultados obtenidos y calidad de las respuestas (mostrar dónde y porqué de los resultados volcados).

1. Plan de Acción: Diseño de contenidos e-learning.

3. EPSS: herramientas en soporte digital de ayuda rápida al desempeño.
4. Simuladores para el entrenamiento de habilidades y sensibilización de usuarios ante un problema concreto
5. Foros y blogs para la autoría de documentos y compartir la experiencia de los diferentes usuarios
6. Wikipedia: para compartir experiencias a través de la creación de documentos de manera colaborativa.
7. Videos o tutores digitales para la divulgación de mensajes e instrucciones a usuarios
8. Juegos: para entrenar de una manera lúdica que fomente la interacción y concentración del usuario. Se utilizan técnicas de autodescubrimiento, ejercicios prácticos y resolución de problemas relacionados con la materia a tratar.

B. Los **procesos** de aprendizaje y transferencia dependerán del usuario, de su nivel tecnológico y de los objetivos a lograr:

1. Los más utilizados son los de interacción individual y distribución a través de CD-rom.
2. Otras acciones se distribuyen a través de Internet o por acceso a través de Intranets o entornos privados. Se requiere la presencia de plataformas para la gestión del aprendizaje en la que se puede hacer una gestión de programas y/o acciones de formación, gestión y seguimiento de usuarios, seguimiento del grado de realización de las acciones de formación y seguimiento del nivel de conocimientos adquiridos y habilidades desarrolladas.
3. Las tendencias son la incorporación de herramientas para la formación colectiva en equipos de trabajo virtuales.

El proceso en el caso del Centro de Asesoramiento Virtual se ajusta a las siguientes etapas:

1. Acceso a través de los canales de distribución a una plataforma de gestión de usuarios en las que éstos se deberán identificar mediante login y password.

1. Plan de Acción: Diseño de contenidos e-learning.

2. Acceso a las acciones de formación con base en los objetivos a lograr
3. Realización de las acciones formativas
4. Evaluación del nivel de conocimientos y habilidades desarrolladas
5. Informe de resultados con calidad de respuesta a nivel individual, por colectivos y a nivel global para informar sobre el impacto de las acciones y programas de formación y el ROI de la formación.

C. En relación con los **servicios**, se incluyen:

1. Glosarios de términos y ayuda para la navegación
2. Biblioteca de apoyo con artículos o referencias de interés,
3. FAQ´s (preguntas más frecuentes),
4. Tutor experto para consulta a través de correo electrónico
5. Moderador de sesiones colectivas, buzón de sugerencias, ….
6. Sistemas de feed-back para seguimiento del desarrollo y formación adquirida

- El **plan de trabajo** para la puesta en marcha de las diferentes acciones de formación consta de las siguientes fases:

1. Creación de un Comité de expertos:
   - Expertos para el desarrollo del Modelo de la Sociedad de la Información desde el punto de vista de desarrollo tecnológico
   - Expertos para dotar de identidad propia a los problemas de salud física y mental por el uso de las TIC, protocolizar las pautas terapéuticas y definir las medidas socio-asistenciales más efectivas.
   - Expertos pedagogos y metodologías educativas para la formación-información y desarrollo integral de la comunicación en este nueva sociedad
   - Expertos en legislación para regular y minimizar el impacto de los factores que potencian la interactividad en Internet: anonimato, accesibilidad, disponibilidad y violación de la seguridad y privacidad de los usuarios.
   - Usuarios habituales o que tengan experiencia e incluso hayan sufrido alguna situación problemática: ciberadicción, ciberdelincuencia, cambios en la conducta o daños en la salud.
   - Promotores privados que tengan intereses en el desarrollo de servicios-productos para ser distribuidos o comercializados a través de Internet o para el uso de las TIC

1. Plan de Acción: Diseño de contenidos e-learning.

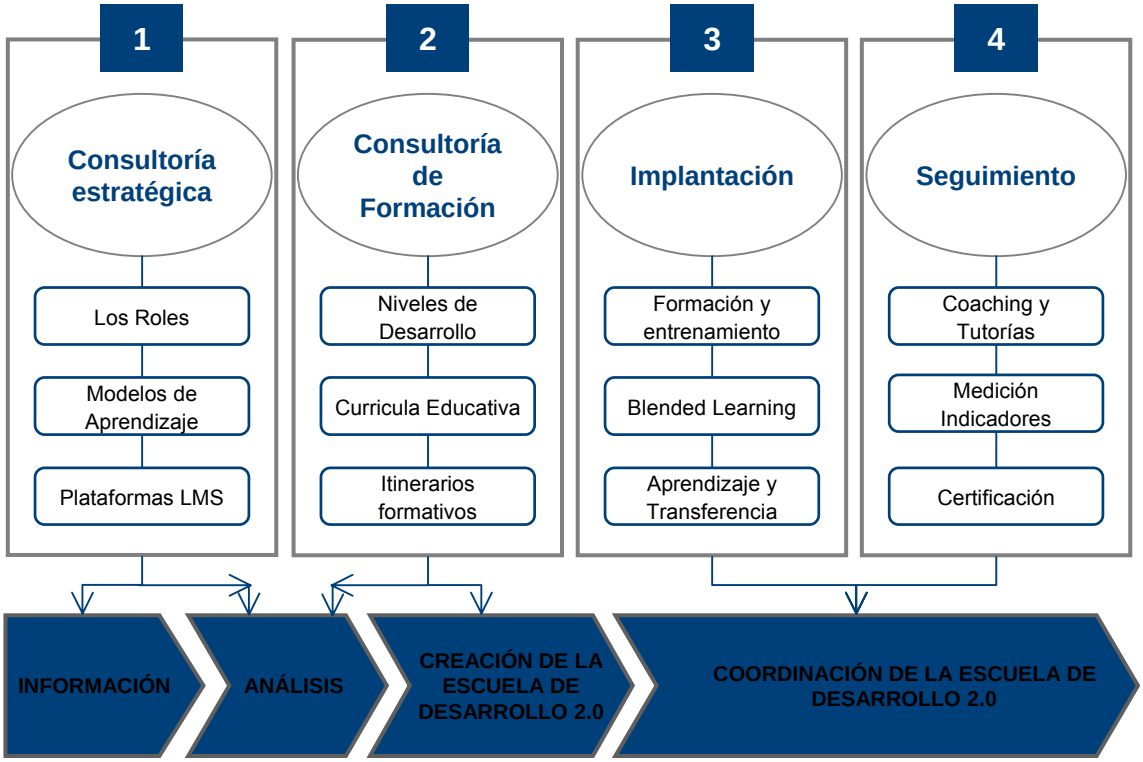
Las funciones de este Comité serán:

- Determinar los contenidos técnicos y las metodologías pedagógicas más eficaces para el aprendizaje y la transferencia atendiendo a:
  - Criterio 1: Impacto temporal, es decir, el plazo en el que se espera obtener resultados
  - Criterio 2: Impacto sobre la disponibilidad de los recursos, es decir, la dificultad para llevar a cabo la acción
- Diseñar las hojas de ruta formativas
- Definir los criterios de evaluación, seguimiento y sisemas de retroalimentación o feed-back de cada acción formativa o, en su caso, hoja de ruta

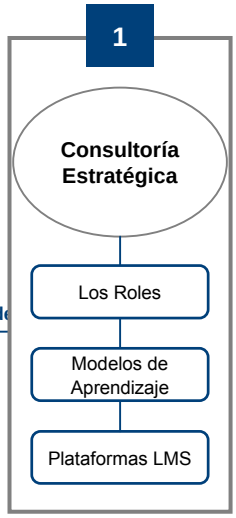
2. Diseño de contenidos
3. Diseño metodológico
4. Diseño gráfico
5. Validación por Comité de expertos
6. Integración en soporte digital
7. Registro en sistemas de gestión del aprendizaje (plataformas LMS)
8. Implantación prueba piloto (roll-out) con grupo de control
9. Corrección de incidencias y validación
10. Lanzamiento, apertura de accesos a la plataforma y distribución a usuarios

2.- Diseño y puesta en marcha de la Escuela de Desarrollo 2.0

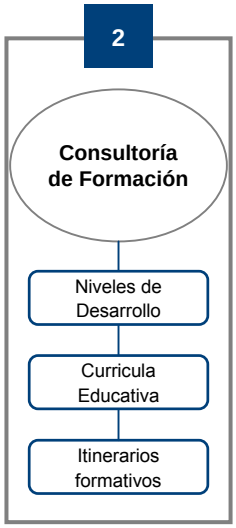
- Los objetivos a lograr serán:
  1. Fomentar el nivel tecnológico en los Centros Escolares y/o Educativos.
  2. Desarrollar las habilidades de interacción social a través del uso de herramientas metodológicas e-learning:
     - Aprendiendo a usar la tecnología de manera saludable y responsable
     - Transfiriendo este aprendizaje a los procesos y estilos de aprendizaje y entrenamiento
  2. Incorporar activamente a los responsables de la educación, formación y entrenamiento de los niños y adolescentes en el proceso de desarrollo de los mismos.
- Las fases que se incluyen dentro del **plan de acción** son:



2.- Diseño y puesta en marcha de la Escuela de Desarrollo 2.0

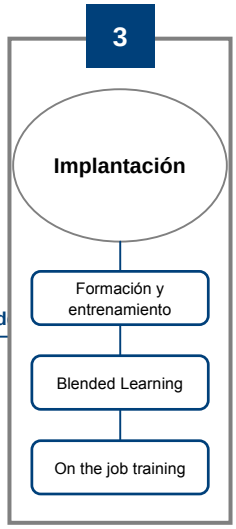


- Creación de un Comité de Expertos formados por representación de los diferentes Stakeholders
- Recopilación y Análisis de información de ese Comité para seleccionar las plataformas tecnológicas más adecuadas para el modelo de aprendizaje a emplear y que sea manejable por los diferentes roles dentro del sistema
- Diseño de herramientas de evaluación y seguimiento incluidos el sistema de indicadores clave de desempeño
- Elaboración, presentación y validación del Informe de conclusiones y recomendaciones para asignación de recursos e inclusión en proyecto de desarrollo tecnológico de la Junta de Andalucía.

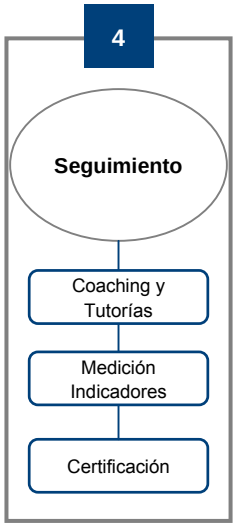


- Jornadas internas de consultoría / trabajo para:
  1. Clasificar los tipos y estilos de aprendizaje de niños y adolescentes
  2. Diseñar el componente tecnológico dentro de las Currículas Educativas
  3. Diseñar diferentes Itinerarios Formativos en función de los dos puntos anteriores
  4. Determinar las herramientas tecnológicas más eficaces para lograr los objetivos de cada itinerario
  5. Establecer los canales de comunicación que se deberán emplear para distribuir la formación y el entrenamiento.
- Reuniones con proveedores e implicados:
  1. Homologación de proveedores de contenidos y herramientas e-learning
  2. Diseño y desarrollo de contenidos y herramientas e-learning
- Realización de sesiones de validación por expertos en materia educativa y pedagógica de los resultados obtenidos en las acciones de consultoría para el diseño
- Diseño de un Plan de Comunicación:
  1. Diseño de logo y lema del proyecto, misión y los objetivos
  2. Selección de soportes gráficos, canales y medios de comunicación
  3. Calendario de comunicación a diferentes grupos de interés

2.- Diseño y puesta en marcha de la Escuela de Desarrollo 2.0



- Lanzamiento de la Escuela de Desarrollo 2.0
- Gestión del Cambio con Jornadas de formación-información presencial a tutores, educadores y padres de alumnos
- Formación y entrenamiento de habilidades e-learning desde el Centro de Asesoramiento Virtual para tutores, profesores, educadores y padres de alumnos.
- Convocatoria por itinerarios de formación (experiencia piloto) a los alumnos
- Distribución de las diferentes metodologías blended-learning de cada itinerario formativo junto con acciones de tutorización por parte de profesores y educadores
  1. Formación y desarrollo interactiva a nivel individual
  2. Formación y desarrollo interactiva mediante simuladores
  3. Formación y desarrollo interactiva colectiva en entornos virtuales: trabajo en equipo en la gestión de proyectos
- Tutorización a distancia por parte de profesores de las acciones de formación y desarrollo de sus alumnos
- Evaluación continua y elaboración de informes de resultados



- Reuniones / talleres de trabajo con profesores, tutores y educadores (opcional de padres) para la implantación del modelo de coaching posterior a las acciones de formación:
  1. Facilitando guías de coaching y tutorización adaptada a la acción formativa
  2. Desarrollando las habilidades de coaching y tutorización de los profesores, tutores y educadores.
- Jornadas internas de trabajo / consultoría:
  1. Medición mediante KPI´s del nivel de aprendizaje y transferencia de las acciones de formación y desarrollo.
  2. Análisis de los resultados: observación, cuestionario, evaluación del desempeño, resultados de aprendizaje
  3. Estudio de los nivel de desarrollo de los estudiantes
  4. Acreditación y/o certificación del aprendizaje y transferencia en el uso saludable y responsable de las TIC.
- Presentación de los Informes sobre “El impacto de la formación y situación actualizada del grupo piloto o, en su caso, de los Centros Escolares en la Junta de Andalucía”.

El futuro y la gestión del cambio

3. Plan de Acción: Modelo de Homologación de Proveedores de Contenidos, Herramientas e Información digital.

El **objetivo** de este elemento dentro del ecosistema virtual que supone el Portal Infantil de la Junta de Andalucía es el de lograr un entorno altamente seguro que asegure la calidad de la información que se crea, almacena y distribuye dentro de la Red así como proteger la privacidad de los datos de los menores y la integridad física y psíquica de sus usuarios como consecuencia de un uso indebido de las TIC.

Los **elementos** que se incluyen dentro de este Modelo de Homologación de Proveedores son:

1. Equipo de expertos para:
    - Categorización de contenidos y seguimiento de la misma
    - Auditar la calidad de contenidos y páginas web
    - Investigar rutas de enlaces entre los sitios web
    - Certificar a los proveedores o promotores que quieran participar en la creación y distribución de información digital dentro del portal.
2. Sistema de clasificación democrática de contenidos (folksomia) en el que serán los propios usuarios quien actualizarán con sus propias palabras clave la categorización inicial aportada por el equipo de expertos
3. Sistema de autocontrol en e que el usuario evalúa el contenido de manera que sea puesto en cuarentena para su análisis y, en su caso, ser aislado y destruido o ubicarlo en un sitio de acceso restringido.
4. Normas de Acreditación en las que se establezcan los procesos de acreditación y los criterios de calidad de contenidos y enlaces dentro de las páginas web.
5. Sistemas de análisis estadístico de las preferencias de los usuarios para actualizar las certificaciones otorgadas.

El **plan de trabajo** consta de las siguientes fases:

1. Formación de un grupo de trabajo que incluya expertos en los grupos de interés o stakeholders en el entorno infantil y adolescente.
2. Diseño de los criterios que definen la calidad de contenidos, referencias, páginas web, ….
3. Elaboración de una normativa que contenga todos los procesos para la certificación de proveedores en la que se asignen las responsabilidades, los tiempos y los recursos a emplear.

El futuro y la gestión del cambio

4. Publicación y divulgación de las normativas
5. Creación del cuerpo de acreditación de proveedores
6. Puesta en marcha del proceso de acreditación:
    - Cumplimentación de una solicitud de acceso en el entorno del Portal Infantil
    - Auditoría de calidad y grado de cumplimiento de normativa reguladora
    - Acreditación provisional o rechazo del contenido
    - Categorización inicial de los contenidos
    - Registro en plataformas del Portal
    - Apertura a usuarios a través de los diferentes servicios dentro del Portal Infantil.
    - Análisis periódico durante los tres primeros días en relación con la valoración otorgada por usuarios.
    - Acreditación definitiva del contenido y certificación provisional del proveedor.
    - Seguimiento de proveedores hasta su certificación definitiva
    - Publicación en listas de proveedores seguros y fiables.
7. Seguimiento de resultados
8. Publicación de resultados

VI

Referencias

Referencias

1. "*Informe: 10 años de Internet en España y en el Mundo*". Estudio publicado por Tatum Consultores, en enero de 2007. Disponible en http://www.tatum.es/publicaciones_archivo.asp
2. "*Perfil sociodemográfico de los internautas. Análisis de datos INE*".
3. Resultados de la encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares que publica el INE.
4. *Infancia y Adolescencia en la Sociedad de la Información - Análisis de la relación de las TIC en el hogar*. Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
5. Estudio: "*Seguridad Infantil y Costumbres de los Menores en el Empleo de la Telefonía Móvil*". ONG PROTEGELES y Defensor del Menor. Madrid 2005. Disponible en http://www.dmenor-mad.es/pdf/estudiotelefonosmoviles.doc
6. Autores: Marta Beranuy Farques, Xaveir Sánchez Carbonell, Carla Graner Jordania, Montserrat Castellana Rosell y Ander Chamarro Lusar. Publicado por la Facultad de Psicología Ciències de l'Educació i de l'Esport Blanquerna. Universitat Ramon Llull.
7. *Estudio de Hábitos y Usos de los Videojuegos* – Fase Omnibus; GfK Emer Ad Hoc Research – aDeSe
8. "Las dos caras de Internet". Roberto Sánchez. Revista Dinámica. Volumen 3. Número 10. http://www.aap.org.ar/publicaciones/dinamica/vol3/10/dinami/10_06.htm
9. "Caught in the net. How to recognize the Sigins of Internet Addiction an a Winning Strategy for Recovey"; Dr. Kimberly S.Young; Ed. Wiley
10. *Who am we?* - Turkle, S. (1993). Disponible en: http://www.wired.com/ wired/archive/4.01/turkle_pr.html.
11. *La vida en pantalla*, Turkle, S. (1997), Barcelona, Editorial Paidós (1ª Ed. 1995).
12. *E-learning; el futuro de la formación empresarial*; Domingos Bruno. Director Comercia de España y Latinoamérica de Auralog. Revista e-Deusto, Febrero 2007
13. *Las diferentes caras de la seguridad informática*; Simon Canal. Product Manager Seguridad Corporativa de Bitdefender España. Revista e-Deusto, Febrero 2007
14. *Empresa 2.0*: el nacimiento de la colaboración emergente; Andrew P. McAfee; Harvard Business Revieq – Noviembre 2006
15. Revisando el concepto de organización; Henry Mintzberg y Ludo Van der Heyden; Harvard Business Review – Octubre 2006
16. *Cómo mejorar el rendimiento de las inversiones en TI*; Peter Weill y Sinan Aral; Harvard Business Review – Febrero 2007
17. *Revisando la arquitectura de negocio en la era de internet*; Don Tapscott; Harvard Business Review – Febrero 2007

Referencias

17. *Corporate Social Capital and Liability*; Roger Th.A.J. Leenders and Shaul M. Gabbay; Kluwer Academic Publishers.
18. *Blogs Marketing, la nueva y revolucionaria forma de incrementar las ventas, construir su marca y obtener resultados excepcionales.*Jeremy Wright; Editorial Mc Graw Hill
19. ASTD 2006 – Sesión Workshop 7: "*Develop Your Collaborative Leadership Skills*". James Tamm, Business Consultants Network, Inc.
20. ASTD 2006 – Sesión SU314: "*A New Map of Leadership: Global Trends Impacting Leaders and Leadership Development*". Andre Martin, The Center for Creative Leadership.
21. ASTD 2006 – Sesión M209: "*High Performing Global-Virtual Teams: 10 Leadership Principles*". Terence Brake; Presidet, TMA-Américas.
22. ASTD 2006 – Sesión TU210: "*Virtual Team Skills and Team Learning*". Tammy Dewar, Ph. D, and Dave Whittington, Ph.D. Callioe Learning.
23. "*Dispersed Teams are peopleware for the 21st Century*". Interview with Jessica Lipnack and Jeffrey Stamps, Co-Authors of "Virtual Teams".
24. "*Virtual Teams – We´ve got the T-shirt*!". Pene Welsh and Carmel Moyniban. 16th Australian International Education Conference – 2002.
25. "*Virtual Teams*", artículo publicado por Bárbara Geisler en 2002."Las nuevas tecnologías empiezan a desmontar las jerarquías de la empresa". A. Garcia Fonseca. Expansión, 15 de abril de 2002.
26. "*Aprendizaje cooperativo en entornos virtuales: el caso de la Universitat Oberta de Catalunya*". Monste Guitert i Catasús, Ferrán Giménez i Prado.
27. "*Aprendizaje colaborativo en entornos virtuales*". www.e-ducativa.com.
28. "*Etapas de desarrollo y facilitación en una comunidad virtual de aprendizaje*". Gilbert Brenson-Lazan. Amauta International, LLC. Publicado en el año 2001.

VII

Anexo I

Estudio Comparativo por Edades: Seguridad infantil y costumbre de los menores en telefonía móvil.

mediet

JUNTA DE ANDALUCÍA MARZO 2007