

**1**

**VOL 23\*2011.**

**ANUARIO ININCO**  
**INVESTIGACIONES**  
**DE LA**  
**COMUNICACIÓN**

**ISSN: 0798-2992 / Depósito legal: pp198908DF26**  
**Publicación Semestral**  
**Junio 2011**



**TEMA CENTRAL**  
**CONECTIVIDAD EN VENEZUELA**

**LA POLÍTICA VENEZOLANA ORGANIZADA EN FACEBOOK**

**NIÑOS Y ADOLESCENTES INTERACTIVOS VENEZOLANOS**

**COMUNICACIONES INTERNAS EN LA PRENSA VENEZOLANA**

**¿CÓMO DEBERÍAN SER LAS RELACIONES INTERCULTURALES?**

**OBSERVATORIO ININCO: ECONOMÍA CREATIVA DE LA PUBLICIDAD EN**  
**VENEZUELA 1996-2008**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN**  
**FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN**  
**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA**

**AÑO BICENTENARIO UCEVISTA**

**CONTENIDO / CONTENT****EDITORIAL / Leading Article**

Las redes sociales virtuales de interacción y comunicación

**TEMA CENTRAL / Main Topic**  
**CONECTIVIDAD EN VENEZUELA**  
*Connectivity in Venezuela*

Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook

La generación interactiva venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet

La educación para los medios digitales

**COMUNICACIÓN, GESTIÓN DE LOS INTANGIBLES Y PUBLICIDAD**  
*Communication, administration of the intangible and publicity*

Comunicación interna y cultura en cuatro diarios venezolanos

**GÉNERO Y SEXUALIDAD***Gender and Sexuality*

Estudio de las representaciones del sujeto mujer lesbiana

**SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA DE LA CULTURA***Sociology and Anthropology of the Culture*

Diálogo intercultural, Hermenéutica Analógica y Ética transcultural

**OBSERVATORIO ININCO DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA***Observatory ININCO of the Communication and Culture*

Economía creativa de la publicidad en Venezuela 1996-2008

Normas para la presentación de originales al *Anuario* ININCO**Normas de Arbitraje / Arbitration Rules****Países que participan en este número / Countries that participate in this number**

Colombia (Universidad del Norte, UNINORTE), España (Universidad de Navarra),

Venezuela (UCAB, UCV, UMA, ULA)



89,95 en la Evaluación Integral 2008 del Programa de Publicaciones Científicas y Tecnológicas del Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT)

**Commemoración de los 200 años del 5 de Julio de 1811**  
**AÑO BICENTENARIO UCEVISTA****Comunicando Democracia / Communicating Democracy**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN  
(ININCO)**

**Director ININCO UCV**  
**Director General de Publicaciones**  
Gustavo Hernández Díaz  
gustavo797@cantv.net

**Director Editor Anuario ININCO UCV**  
Carlos E. Guzmán Cárdenas  
carloseguzman@cantv.net / cguzmancardenas@gmail.com  
Twitter: @anuarioininco

**Observatorio ININCO de la Comunicación y la Cultura UCV**  
<http://observatorioininco.ning.com/>  
<http://www.youtube.com/user/ininco>  
observatorioinincoouv@gmail.com  
Facebook: Observatorio ININCO de la Cultura y la Comunicación  
Twitter: @visionininco

**Consejo Editorial**  
Morella Alvarado Miquilena, Carlos Colina Salazar  
Carlos E. Guzmán Cárdenas, Bernardino Herrera León  
María Fernanda Madriz, Luisa Torrealba Mesa

**Asistente Editorial**  
Paola Pascarelli

**Traducción inglés, francés y portugués**  
Carlos E. Guzmán Cárdenas  
Pierre Negaud  
negaud@yahoo.fr

**ANUARIO ININCO/INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN**

Instituto de Investigaciones de la Comunicación

Facultad de Humanidades y Educación

Universidad Central de Venezuela

Editor responsable Anuario ININCO, UCV: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas

Selección fotográfica y de imágenes: Carlos Enrique Guzmán Cárdenas

Diagramación y montaje: Dora Nicholls de García - Carlos Pérez Cárdenas

Depósito legal: pp 198908DF26

ISSN: 0798-2992

@ININCO Junio 2011

La misión del **Anuario ININCO / Investigaciones de la Comunicación** es la eficaz y oportuna divulgación científica de las investigaciones que se realizan en el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Entre sus objetivos destacan: a) fomentar y divulgar las investigaciones científicas de la comunidad académica, nacional e internacional, en el

campo de la comunicación, la cultura y disciplinas correlativas; b) contribuir a la elevación del nivel científico y docente en el ámbito universitario en la toma de conciencia del compromiso colectivo de socializar el trabajo de la investigación científica y de reflexión; c) proporcionar soluciones a los problemas nacionales, regionales e internacionales de la comunicación por intermedio de los resultados publicados de sus investigaciones y participar en aquellos procesos de toma de decisión compatibles con sus objetivos; e) contribuir al desarrollo integral e independiente de Venezuela e incidir en la construcción de las respuestas democráticas y abiertas, humanas y libres, de aprendizaje, en torno a los temas complejos -y no de pensamiento único- de la comunicación y la cultura. Tiene como visión la reflexión fecunda sobre nuestra sociedad comunicando democracia.

Tiraje: 500 ejemplares

Papel: Bond 20

El Anuario Ininco/Investigaciones de la Comunicación está indizado en:

- Sistema Regional de Información en línea para Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal LATINDEX
  - Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura FELAFACS
  - Biblioteca Digital de la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI)
  - Red de Revistas de la Asociación Latinoamérica de Sociología (ALAS)
  - Portal de la Comunicación InCom-UAB
  - Red de Información Socio-Económica REDINSE
  - Con la sigla AnIn en la Bibliografía Generale della Lingua e Letteratura Italiana (BIGLLI)
- Índices Acumulados 1980/2006 (indización ININCO)

Forma parte del registro de publicaciones científicas del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas. Esta revista está incluida en la colección Scielo Venezuela (<http://www.scielo.org.ve/scielo.php>)

Publicación financiada principalmente por el Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT) y el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CDCH) de la UCV

Web site: [www.ucv.ve/humanidades/fhe2005/institutos/ininco/index.htm](http://www.ucv.ve/humanidades/fhe2005/institutos/ininco/index.htm)

Web site: <http://www2.scielo.org.ve/scielo.php>

El Anuario ININCO/Investigaciones de la Comunicación no suscribe, necesariamente, las opiniones emitidas por los autores. Los textos son arbitrados y publicados de conformidad por sus autores. Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización de los autores. Ley de Derecho de Autor. Gaceta oficial N° 4638 Extraordinario. 1 Octubre de 1993. Las imágenes utilizadas son estrictamente para uso académico.

## COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

En orden alfabético, por apellidos y país.

ALFREDO ALFONSO. Secretario General Universidad Nacional de Quilmes UNQ. **Argentina.**

GUSTAVO CIMADEVILLA. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Río Cuarto UNRC. Coordinador Grupo Comunicación, Tecnología y Desarrollo ALAIC. **Argentina.**

SUSANA FINQUELIEVICH. Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información. Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

+ ANIBAL FORD (1934-2009). Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

OCTAVIO GETINO. Observatorio Industrias Culturales (OIC). **Argentina.**

EDWIN R. HARVEY. Cátedra UNESCO de Derechos Culturales, Universidad de Palermo. **Argentina.**

GUILLERMO NÉSTOR MASTRINI. Facultad de Ciencias Sociales. Ciencias de la Comunicación. Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

HÉCTOR SCHARGORODSKY. Director Observatorio Cultural de la Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires UBA. **Argentina.**

IEN ANG. Instituto de la Investigación Cultural (Centre for Cultural Research. CCR). Universidad de Western Sydney. **Australia.**

JOHN HARTLEY. ARC Centre of Excellence in Creative Industries and Innovation. Universidad Tecnológica de Queensland. **Australia.**

JOHN SINCLAIR. Facultad de Artes, The Australian Centre. Universidad de Melbourne UNIMELB. **Australia.**

LUIS RAMIRO BELTRÁN SALMÓN. **Bolivia.**

MARCELO GUARDIA CRESPO. Departamento de Ciencias de la Comunicación Social. Universidad Católica Boliviana San Pablo UCB. **Bolivia.**

ERICK R. TORRICO VILLANUEVA. Universidad Andina Simón Bolívar UASB. **Bolivia.**

JOSÉ TEIXEIRA COELHO NETTO. Observatorio de Políticas Culturales. Universidad de Sao Paulo. **Brasil.**

VALÉRIO CRUZ BRITTOS. Universidad do Vale do Rio dos Sinos UNISINOS. Editor de la *Revista Eptic On Line*. **Brasil**

JOSÉ MARQUES DE MELO. Director de la Cátedra UNESCO / UMESP de Comunicación. Universidad Metodista de São Paulo. **Brasil.**

CESAR RICARDO SIQUEIRO BOLAÑO. Universidad Federal de Sergipe UFS. Presidente de ALAIC. Director de la *Revista Eptic On Line*. **Brasil.**

EDUARDO BARRETO VIANNA MEDITSCH. Universidad Federal de Santa Catarina UFSC. **Brasil.**

VINCENT MOSCO. Departamento de Sociología. Queen's University. **Canada.**

JOSÉ JOAQUIN BRUNNER REID. Director Centro de Políticas Comparadas de Educación, Universidad Diego Portales UDP. **Chile.**

VALERIO FUENZALIDA FERNÁNDEZ. Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC). Facultad de Comunicaciones. **Chile.**

GUILLERMO SUNKEL. Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile. **Chile.**

ANDRÉS DARÍO CALLE NOREÑA. Director *Revista Escribanía*. Universidad de Manizales. **Colombia.**

JESÚS MARTÍN BARBERO. **Colombia.**  
ANCÍZAR NARVÁEZ MONTOYA. Universidad Pedagógica. **Colombia.**  
CÉSAR AUGUSTO ROCHA TORRES. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Minuto de Dios, UNIMINUTO. **Colombia.**  
JOSÉ IGNACIO AGUADED GÓMEZ. Universidad de Huelva. **España.**  
LLUÍS BONET I AGUSTÍ. Departamento de Economía. Universidad de Barcelona UB. **España.**  
LUIS ALFONSO ALBORNOZ. Presidente de ULEPICC. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Universidad Carlos III de Madrid. **España.**  
SALVADOR CARRASCO ARROYO. Facultad de Economía. Universidad de Valencia UV. **España.**  
VICTOR FERNÁNDEZ BLANCO. Departamento de Economía. Universidad de Oviedo UNIOVI. **España.**  
LUIS CÉSAR HERRERO PRIETO. Departamento de Economía Aplicada. E.U. Estudios Empresariales. Universidad de Valladolid UVA. **España.**  
+ DANIEL E. JONES (1950-2007). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Ramon Llull. **España.**  
BLANCA MUÑOZ LOPEZ. Departamento de Ciencia Política y Sociología. Universidad Carlos III de Madrid. **España.**  
MARÍA DEL MAR RAMÍREZ ALVARADO. Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla. **España.**  
ANA SEGOVIA. Facultad de Ciencias de la Información. Departamento de Periodismo III. Universidad Complutense de Madrid UCM. **España.**  
FRANCISCO SIERRA CABALLERO. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS). Universidad de Sevilla. **España.**  
JUSTO VILLAFANE GALLEGO. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I (CAVP1) Universidad Complutense de Madrid UCM. **España.**  
VINCENT DUBOIS. Instituto de Estudios Políticos. Grupo de Sociología Política Europea-PRISME (CNRS UMR 7012). **Francia.**  
BERNARD MIÈGE. Institut de la Communication et des Médias. GRESEC. Universidad Stendhal Grenoble 3. **Francia.**  
LUCA DAL POZZOLO. Observatorio Cultural del Piemonte. **Italia.**  
CLAUDIA PADOVANI. Departamento de Estudios Históricos y Políticos. Universidad de Padova. **Italia.**  
MICHELE TRIMARCHI. Association for Cultural Economics International ACEI. *Economia della Cultura. Revista de la Asociación por la Economía de la Cultura.* IULM Universidad de Milán. **Italia.**  
DELIA CROVI DRUETTA. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad Nacional Autónoma de México UNAM. Vice-Presidente de ALAIC. **México.**  
RAÚL FUENTES NAVARRO. Departamento de Estudios Socioculturales. ITESO. **México.**  
OCTAVIO ISLAS CARMONA. Cátedra de Investigación en Comunicación Estratégica y Cibercultura. Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. **México.**  
GUILLERMO OROZCO. Universidad de Guadalajara UDG. **México.**  
ERNESTO PIEDRAS FERIA. Director general *The Competitive Intelligence Unit.* **México.**  
ROSANNA REGUILLO CRUZ. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente ITESO. **México.**

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara UDG. **México.**

RAÚL TREJO DELARBRE. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. **México.**

HELENA SOUSA. Centro de Estudios de Comunicación y Sociedad. Universidad de Minho UMINHO. Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). **Portugal.**

BEATRIZ GARCÍA GARCÍA. School of Sociology and Social Policy. University of Liverpool. **Reino Unido.**

WILLIAM GLADE. Departamento de Economía. Universidad de Texas en Austin. **USA.**

TOBY MILLER. Universidad de California, Riverside UCR. **USA.**

JANET WASKO. Escuela de Periodismo y Comunicación. Universidad de Oregon UO. Asociación Internacional de Estudios de Comunicación Social (AIECS-IAMCR). **USA.**

GEORGE YÚDICE. Department of Modern Languages and Literatures. Universidad de Miami. **USA.**

HUGO ACHUGAR. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Literatura Uruguaya y Latinoamericana. Universidad de la República. **Uruguay.**

SANDRA RAPETTI LOCANTO. Universidad de la República. **Uruguay.**

+ LUIS STOLOVICH (1948-2006). Universidad de la República. **Uruguay.**

JESÚS MARÍA AGUIRRE. Facultad de Humanidades. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. **Venezuela.**

CARLOS ARCILA CALDERÓN. Escuela de Comunicación Social. Universidad de Los Andes ULA. **Venezuela.**

RAFAEL ARRAIZ LUCCA. Universidad Metropolitana UNIMET. Miembro de la Academia de la Lengua Venezolana como Individuo de Número. **Venezuela.**

MARCELINO BISBAL. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ANDRÉS CAÑIZALEZ. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. CIC. Director *Revista Comunicación*. **Venezuela.**

DAVID DE LOS REYES. Facultad de Humanidades y Educación. Doctorado en Humanidades. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI. Facultad de Humanidades y Educación. Doctorado en Humanidades. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MORAIMA GUANIPA. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS. Innovarium Inteligencia del Entorno. Observatorio Cultural y Comunicacional de Venezuela. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

TULIO HERNÁNDEZ CÁRDENAS. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

OSCAR LUCIEN REYES. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MIREYA LOZADA. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Psicología. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MARITZA MONTERO. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Psicología. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

ANTONIO PASQUALI. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

MARIA EUGENIA PEÑA DE ARIAS. Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información. Escuela de Comunicación Social. Universidad Monteávila. **Venezuela.**

MIGDALIA PINEDA DE ALCÁZAR. Facultad de Humanidades. Universidad del Zulia LUZ. **Venezuela.**

MAX RÖMER PIERETTI. Facultad de Humanidades. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. **Venezuela.**

ELIZABETH SAFAR GANAHL. Facultad de Humanidades y Educación. Instituto de Investigaciones de la Comunicación ININCO-UCV. Universidad Central de Venezuela UCV. **Venezuela.**

LEOPOLDO TABLANTE. Universidad Católica Andrés Bello UCAB. CIC. **Venezuela.**

## **Contenido / Content**

### **Editorial / Leading Article**

Las redes sociales virtuales de interacción y comunicación

*The virtual social networks of interaction and communication*

CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS .....

### **Tema Central / Main Topic**

#### **CONECTIVIDAD EN VENEZUELA**

##### *Connectivity in Venezuela*

Las redes sociales virtuales como espacios para la discusión de asuntos públicos: estudio de los grupos sobre política venezolana de Facebook

*The virtual social networks as spaces for the discussion of public matters: study of the groups on Venezuelan politics of Facebook.*

MARÍA EUGENIA PEÑA DE ARIAS.....

La generación interactiva venezolana: su relación con la computadora y el acceso a Internet

*The generation interactive Venezuelan: their relationship with the computer and the access to Internet*

MABEL CALDERÍN, CHARO SÁBADA Y XABIER BRINGUÉ.....

La educación para los medios digitales

*The education for the digital media*

JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA TERRERO.....

### **COMUNICACIÓN, GESTIÓN DE LOS INTANGIBLES Y PUBLICIDAD**

#### *Communication, Administration of the Intangible and Publicity*

Comunicación interna y cultura en cuatro diarios venezolanos

*Internal communication and culture in four Venezuelan newspapers*



CARLOS ARCILA CALDERÓN, ELIAS SAID-HUNG, JORGE MORET Y RAIMON  
COLMENARES.....

**GÉNERO Y SEXUALIDAD**  
*Gender and Sexuality*

Estudio de las representaciones del sujeto mujer lesbiana  
*Study of the fellow's woman lesbian representations*  
GISELA KOZAK ROVERO.....

**SOCIOLOGIA Y ANTROPOLOGÍA DE LA CULTURA**  
*Sociology and Anthropology of the Culture*

Diálogo intercultural, Hermenéutica Analógica y Ética transcultural  
*Dialogue intercultural, Hermeneutics Analogical and Ethical transcultural*  
ENRIQUE ALÍ GONZÁLEZ ORDOSGOITTI.....

**OBSERVATORIO ININCO DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA**  
*Observatory ININCO of the Communication and Culture*

Economía creativa de la publicidad en Venezuela 1996-2008  
*Creative economy of the publicity in Venezuela 1996-2008*  
CARLOS ENRIQUE GUZMÁN CÁRDENAS Y YOLANDA QUINTERO AGUILAR.....

**Normas de Arbitraje / Arbitration rules**

## La Generación Interactiva Venezolana: Su relación con la computadora y el acceso a Internet

Charo Sádaba, Xavier Bringué y Mabel Calderín

### INTRODUCCIÓN

El escenario de la comunicación ha variado mucho en los últimos tiempos debido a la rápida proliferación de diversas “pantallas” como son el computador, Internet, los videojuegos o el celular. En este panorama cobran especial protagonismo los niños y los adolescentes como el público que mejor se adapta a estas novedades, siendo el segmento de edad que más rápidamente descubre la funcionalidad de este universo de nuevas pantallas.



Dicho de otro modo, de forma muy precoz tienen a su disposición toda una serie de posibilidades tecnológicas que incorporan en sus vidas con total normalidad y con las que se relacionan de un modo natural. Están rodeados de aquello que denominamos pantallas y que incluyen desde Internet hasta el celular, los videojuegos y la televisión. Se divierten, se informan, estudian, se entretienen

y se comunican gracias a ellas. De hecho, son ellos “*el público que más rápidamente se ha adaptado al nuevo escenario de la comunicación*” (Bringué, 2008:17).

La denominada generación interactiva<sup>1</sup> destaca, entre otras cosas, por su evidente afinidad con Internet y los nuevos medios. Dicha afinidad se debe a que, según ha señalado Bringué, “*las Tecnologías de la Información y la Comunicación encuentran en niños y adolescentes un terreno especialmente abonado<sup>2</sup> para su rápida implantación*” (2008: 31).

En el mundo de hoy los niños, adolescentes y jóvenes mantienen relaciones de todo tipo a través de las pantallas. Esta nueva situación hace que surjan nuevos retos desde el punto de vista de la investigación (Tolsá, 2008). El estudio del caso Venezolano incluye el esbozo de los aspectos contextuales y circunstancias que condicionan, de un modo u otro, el consumo cultural que sus habitantes realizan de los medios de comunicación y del resto de pantallas. El presente artículo se limita a exponer los resultados del estudio con respecto a la pantalla del computador y su conexión a Internet.

### I.- ASPECTOS CONTEXTUALES

La República Bolivariana de Venezuela estructura internamente sus 916.445 km<sup>2</sup> en 23 estados y un distrito capital. En 2009 el país contaba con 28.384.132 habitantes, según la proyección de población realizada por el Instituto Nacional de

<sup>1</sup> Según Bringué “la tvgeneration ha dado paso a la generación interactiva: de la mano de la tecnología están modificando los modos de comunicarse, estudiar y, sobre todo, relacionarse”. (2008: 25)

<sup>2</sup> Algunas de las razones concretas que podrían explicar esta afinidad juvenil con Internet y los nuevos medios son la interactividad y la sociabilidad que éstos proporcionan, la posibilidad de crear nuevos espacios de intimidad, de personalizar los mensajes y, por supuesto, de proporcionar el acceso a información ilimitada (Izco, 2007).

Estadística (INE, 2009) de este país<sup>3</sup>. De acuerdo con datos publicados por el Fondo de Población de Naciones Unidas (UNFPA<sup>4</sup>) la mayor parte de sus residentes, (el 94%), son urbanos. Este porcentaje le sitúa como el país más urbanizado de Latinoamérica. De hecho, siete de sus ciudades más pobladas, Caracas, Maracaibo, Valencia, Maracay, Barquisimeto, Ciudad Guayana y Barcelona concentran más de la mitad de su población total, concretamente, residen en ellas más de 17 millones de habitantes, según datos del INE. Casi todas las grandes ciudades se encuentran ubicadas en la zona de costa-montaña del país, donde reside el 71% de su población. Por el contrario, la zona sur del Río Orinoco, concentra únicamente el 6% de los habitantes de la República.

En la actualidad, el Fondo Monetario Internacional sitúa a Venezuela como la cuarta economía más fuerte de Latinoamérica, por detrás de Brasil, México y Argentina. Su Producto Interior Bruto (PIB) ha experimentado un crecimiento constante en los últimos años, alcanzando incluso crecimientos de dos dígitos. Según datos del Informe para las Américas del Fondo Monetario Internacional, en 2004, el PIB venezolano se incrementó un 1,3%; en 2005 un 10,3%; en 2006 un 10,3%; en 2007 un 8,4%; y en 2008, un 4,8%. La previsión para este año, según este mismo informe sitúa el crecimiento en menos 2,2%, dato que no sorprende, ni genera alarma, si se evalúa teniendo en cuenta la crisis mundial que está atravesando el planeta en su conjunto. El mismo informe estima que en 2010 el PIB venezolano se recuperará con respecto al año anterior, aunque éste seguirá siendo todavía negativo, menos 0,5%.

Sus exportaciones, principalmente de petróleo, aunque también el gas, han sido el pilar sobre el que se ha producido y se sigue sustentando el desarrollo económico de Venezuela. Gracias esencialmente a la extracción y al refinamiento de estas materias primas, La República Bolivariana experimentó un crecimiento económico constante hasta la década de los 80, época en la que su economía se vio significativamente afectada como consecuencia de la crisis energética vivida durante esos años. El retroceso económico generado acarrió consigo consecuencias políticas y sociales que desestabilizaron el país.

En la actualidad, el petróleo sigue siendo la piedra angular sobre la que se sustenta este país. Esta materia prima es el principal producto que exporta Venezuela. De hecho, el 'oro negro' constituye en 80% de los ingresos que actualmente obtiene la República Bolivariana desde el exterior. No en vano este Estado es el sexto país en el ranking de exportación y el séptimo en lo que a yacimientos y reservas de crudo respecta. Por último, merece la pena destacar que Venezuela es miembro fundador de la Organización de países exportadores de petróleo, foro en el que ejerce un papel activo.

A pesar de que la extracción y la refinación de esta materia prima es la industria por excelencia de Venezuela, el país también ha desarrollado otros ámbitos empresariales, en su mayoría, relacionada con productos derivados del petróleo, como la producción de neumáticos, fertilizantes, etc. El acero, el cemento, el aluminio o la factoría automovilística, también son sectores productivos, no ligados directamente al 'oro negro' donde Venezuela ha sido capaz de crear industria de calidad destinada tanto al consumo interno, como a la comercialización en el mercado mundial.

Merece la pena destacar que Venezuela se encuentra entre las diez primeras naciones latinoamericanas presentes en el ranking de desarrollo humano (IDH). De acuerdo con el PNUD (2007) su IDH (0,792), le sitúa entre los países de desarrollo

---

<sup>3</sup> <http://www.ine.gov.ve/demografica/distribucion.asp>

<sup>4</sup> <http://venezuela.unfpa.org/index.htm>

medio del planeta. En el ranking general, de los 177 Estados evaluados, ocupa el puesto 74. Sin embargo, a pesar del optimismo que se desprende de todos estos datos, es interesante destacar algunos rasgos no tan positivos que también contribuyen a describir el contexto económico y social del país. El desarrollo en Venezuela no es uniforme, alcanzando cuotas superiores en las zonas urbanas frente a las rurales, como sucede en la mayoría de los países latinoamericanos. Venezuela, a pesar de tener un IDH que lo sitúa como país de desarrollo medio, tiene un 28,5% de su población que viven en la pobreza, según datos obtenidos por el INE<sup>5</sup> en el segundo semestre de 2007. De este porcentaje, un 7,9% viven en la extrema pobreza, mientras que el 20,7% restante son pobres sin el calificativo mencionado.

Por otro lado, destaca el hecho de que no todos los estados que forman Venezuela presentan el mismo nivel de desarrollo económico. Según el informe publicado en 2007 por el INE el IDH fluctuaba entre el 0,8656 del Distrito Capital (índice más alto), al 0,7424 del Amazonas (índice más bajo)<sup>6</sup>. Para ilustrar esta afirmación, incluimos algunos datos obtenidos del apartado del INE dedicado a los hogares en pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI)<sup>7</sup>. Según este organismo, en el 16,7 % de las viviendas de Guárico duermen tres o más personas en una sola habitación; en Apure, 37% de los hogares no tiene agua, luz ni cloacas o pozo séptico; el 19% de las familias de Delta Amacuro habitan en casas frágiles, sin paredes de bloque, ni suelos de cemento. Esos tres son los estados con mayor pobreza estructural del país, seguidos de Portuguesa, Monagas, Zulia y Barinas, según el INE.

En lo que a la Educación respecta, se debe subrayar que la cobertura educativa del país ha aumentado en todos los niveles formativos en los últimos quince años. La escolarización desde el primer grado al noveno ha ascendido de 4.222.035 alumnos en el curso 1992-93, a 4.984.453, durante el 2006-07, según datos del INE<sup>8</sup>.

A pesar del aumento de cobertura presente en los datos aportados en el párrafo anterior, es en la educación media, diversificada y profesional donde la mejora alcanzada en Venezuela durante los últimos años se hace más patente. La formación en estos grados en la República Bolivariana se ha duplicado a partir del surgimiento de las misiones Ribas<sup>9</sup>, Robinson I y II<sup>10</sup> y Sucre<sup>11</sup>. Si el curso académico 1992-93 había 292.534 alumnos matriculados, en 2006-07 eran 711.305 los alumnos inscritos, según el INE<sup>12</sup>. En lo que a las TIC respecta, es preciso mencionar que, tal y como destacan Calderín y Rojano, Profesoras del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello (CIC-UCAB): *"el desarrollo de la comunicación de*

<sup>5</sup> <http://www.ine.gov.ve/pobreza/menupobreza.asp>

<sup>6</sup> <http://www.ine.gov.ve/condiciones/calidadvida.asp>

<sup>7</sup> <http://www.ine.gov.ve/pobreza/menupobreza.asp>

<sup>8</sup> <http://www.ine.gov.ve/condiciones/educacion.asp>

<sup>9</sup> Surge en noviembre del 2003 como un programa educativo que pretende garantizar la continuidad de estudios a todos los venezolanos que no han logrado ingresar o culminar sus estudios desde la tercera etapa del nivel de educación básica, hasta el nivel de educación media diversificada y profesional. Ver más información en: <http://www.misionribas.gov.ve/>

<sup>10</sup> Robinson I: Nace en el año 2003 como un programa masivo de alfabetización, que tiene por objeto enseñar a leer y escribir a los venezolanos, en aras de procurar su participación. Utiliza el método aplicado "Yo Sí Puedo", desarrollado por una pedagoga cubana que ha demostrado ser de mayor comprensión para personas adultas y adultas mayores que no recibieron esta instrucción básica.

Robinson II: Tiene como objetivo que los participantes aprueben el sexto grado de educación básica, garantizar la consolidación de los conocimientos adquiridos durante la alfabetización y ofrecer otras oportunidades de formación en oficios varios. La Misión Robinson 2 se apoya en el método "Yo sí puedo seguir", el cual utiliza la televisión, la video clase y folletos de apoyo como estrategia educativa. Ver más información en: <http://www.misionrobinson.me.gov.ve/>

<sup>11</sup> Busca masificar la Educación Superior a través de la desconcentración del sistema y la creación de nuevas modalidades, alternativas y oportunidades de estudio en todo el territorio nacional. Ver más en: <http://www.misionsucre.gov.ve/>

<sup>12</sup> <http://www.ine.gov.ve/condiciones/educacion.asp>

*masas en el país se ha dado a la par que el crecimiento económico nacional, especialmente después de la década de 1950 cuando los ingresos petroleros provocaron una etapa de modernización que incluyó la configuración de estructuras empresariales, las cuales consolidaron industrias culturales con un alto impacto en la población venezolana (2008: 300)”.*

Según estas profesoras, el cambio más significativo desde entonces en el desarrollo de las TIC y medios de masas en el país se produjo en la década de los 90, cuando: *“un viraje en la concepción política ha hecho que el Estado realice importantes inversiones en la adquisición de medios y en la promoción de iniciativas mediáticas alternativas o independientes (Calderín y Rojano, 2008: 300)”.*

En la actualidad, Venezuela trabaja en el diseño de políticas orientadas hacia la creación de un Plan Nacional de Tecnologías de la Información (PNTI), proyecto en el que están involucrados, entre otros, el Ministerio del poder Popular para ciencia y Tecnología (MCT), en Centro Nacional de Tecnologías de la Información (CNTI), el Ministerio del poder Popular para la Comunicación y la Información (MINCI) y el Ministerio del Poder Popular para las Telecomunicaciones e Informática y la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)<sup>13</sup>.

Igualmente las profesoras Calderín y Rojano (2008) señalan que desde el Estado se han promovido diversas iniciativas para permitir el acceso gratuito a las TIC por parte de los ciudadanos. Algunas de las acciones emprendidas por el Estado son los centros bolivarianos de informática y telemática, las aulas virtuales y los infocentros entre otras. El global de las iniciativas recogidas en los párrafos anteriores contribuye a explicar que la penetración de las TIC en Venezuela sea una realidad en avance. Tal y como se recoge en la **Tabla 1**, que indica como el incremento de las TIC en este país en los últimos doce años ha sido significativo en todas ellas<sup>14</sup>.

**Tabla 1. Evolución de las TIC en Venezuela (%) (tomado de CONATEL, 2010)**

	1996	2009
Televisión por suscripción	21	29,63
Teléfono fijo	15,47	23,66
Teléfono celular	68,93	98,96
Internet	14,5	27,04

A pesar de que a Venezuela le queda un largo camino por recorrer para llegar a alcanzar los niveles de los países latinoamericanos más desarrollados en este campo, la implantación y el uso de las TIC ya ha iniciado su andadura en esta nación. Aunque una parte considerable de su población no pueda tenerlas todas, algunas TIC, como por ejemplo el celular, han superado la barrera económica y están siendo adquiridas por personas de todos los poderes adquisitivos, alcanzando casi el 100% de la población. Además el gobierno está pretendiendo ajustar tarifas de acuerdo a la zona donde habite el suscriptor y reducir los precios entre operadores, con el fin de facilitar el acceso a las TIC a las personas con menor poder adquisitivo (Calderín y Rojano, 2008). También es relevante destacar que, a pesar de que la mayoría de los

<sup>13</sup> Para obtener más información sobre este plan, [http://www.gobiernoenlinea.ve/directorioestado/plan\\_nacional\\_01.html](http://www.gobiernoenlinea.ve/directorioestado/plan_nacional_01.html)

<sup>14</sup> Para ampliar la información consulte [http://www.conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores2009/Presentaci%C3%B3n\\_publica\\_ltrim\\_2009.pdf](http://www.conatel.gob.ve/Indicadores/indicadores2009/Presentaci%C3%B3n_publica_ltrim_2009.pdf)

venezolanos siguen sin disponer de una conexión a Internet en propiedad, ello no les impide ser usuarios de la red. De hecho el fenómeno de los accesos públicos a la Red desde espacios como los centros bolivarianos de informática y telemática, las aulas virtuales o los infocentros que ya hemos citado anteriormente, son una realidad extendida en el país.

A pesar de que el uso y acceso a las TIC es ya una realidad constatada que crece año a año en Venezuela, a este país todavía le queda un largo camino por recorrer. Sin lugar a dudas, los jóvenes, niños y adolescentes venezolanos son un segmento de población prioritario para conseguir la implantación tecnológica deseada. Varios estudios e investigaciones evidencian que los rasgos que definen a los niños y jóvenes venezolanos les hacen ser el grupo objetivo idóneo a través del cual conseguir y fortalecer el uso y conocimiento de las TIC en el país (Calderín y Rojano, 2008).

Toda la información aportada hasta el momento evidencia que existe un nuevo escenario de la comunicación al que también se ha adaptado la generación interactiva venezolana, tal y como demuestran los resultados obtenidos en esta investigación. Por ello se consideró importante analizar las pautas de consumo, uso y valoraciones que realizan sobre las pantallas los niños y adolescentes de este país.

## II.- MÉTODO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

El estudio se extrae de una investigación internacional realizada en siete países de América Latina: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, México, Perú, y Venezuela. El universo de estudio lo conformó la población escolarizada de entre 6 y 18 años, y la muestra total investigada incluyó 25.467 sujetos. Se realizó un **Análisis multivariante** complejo con un número alto de variables predictoras y confusoras para alcanzar la potencia estadística suficiente y con ello valorar también modificaciones de efecto. En el caso de **Venezuela**, la **muestra** según se indica en la **Tabla 2** alcanzó un total de **1.128 niños y adolescentes de 6 a 18 años** del ámbito urbano dividida por edades.

**Tabla 2. Distribución de la muestra**

Primaria	Secundaria	Total muestra
290	838	1,128

Se llevó a cabo un **muestreo multietápico** que combina muestreo estratificado y por conglomerados. Por otro lado, se eligieron al azar las zonas urbanas del país agrupadas según la población escolarizada, tanto privada como pública. El margen de error muestral fue de 2,5%.

La **encuesta online** fue el instrumento utilizado para la recogida de datos a través de un cuestionario autoadministrado y alojado en la página web [www.generaciones-i.net/](http://www.generaciones-i.net/). Teniendo en cuenta que la muestra se divide en dos grupos diferentes, también el cuestionario incluyó dos versiones distintas:

- Cuestionario dirigido a los niños de entre 6 y 9 años (21 preguntas)
- Cuestionario dirigido a escolares de entre 10 y 18 años, (60 preguntas)

Los escolares participantes contestaron las preguntas desde las aulas de informática de su propio centro educativo. A cada centro se le asignó un código de participación para controlar el acceso de los encuestados y, al mismo tiempo, proteger

su identidad personal. Además, para asegurar la calidad de la información recopilada se limitó el tiempo de respuesta y se contó con la presencia de un profesor en el aula. También se controló la repetición de las respuestas para evitar la contabilización de participaciones múltiples por parte de un mismo usuario. En el presente artículo se describe la relación de cada uno de estos **grupos etarios (6-9 años y 10-18 años)** con la pantalla del computador y específicamente el uso que hacen de Internet.

### III.- RESULTADOS DEL ESTUDIO

Con respecto a los **niños de 6 a 9 años** y el uso que hacen de Internet, la investigación revela que **más del 70% de los menores venezolanos perteneciente a este grupo etario disponen de un computador en su hogar**. Las ubicaciones más habituales para la computadora entre quienes la tienen son el propio dormitorio (20,3%); el salón (16,6%); y el cuarto de trabajo o estudio (13,8%). El porcentaje de menores que ubica el computador en una u otra habitación no varía mucho si se analizan los datos incluyendo la variable género. Las diferencias porcentuales más significativas que merece la pena destacar al respecto son el hecho de que más niños (23,1%) que niñas (18,1%) disponen de computador en su dormitorio; mientras que son más las féminas que los varones los que tienen este aparato en su cuarto de estar: 19,4%, frente al 14%.



Si casi tres cuartas partes de los menores encuestados reconocieron poseer un computador en su casa, algo más de la mitad de la muestra, admitió tener disponibilidad de conexión a Internet desde su hogar (53,8%). Este dato pone de manifiesto que **los menores venezolanos de entre 6 y 9 años están considerablemente por encima de la media latinoamericana en lo que ha acceso a Internet respecta**, ya que la media se sitúa en el 45,9%. Merece la pena destacar que el porcentaje de niñas con acceso a Internet desde su casa supera en unas décimas al de los niños: 54,2%, frente al 53,8%.

El porcentaje de menores que se conectan a Internet desde su hogar es muy elevado, 63,5%, convirtiéndose esta ubicación el lugar prioritario desde el que se acceden a la Red los menores venezolanos. También es relevante mencionar que es casi cuatro puntos superior el número de niñas (65,4%), frente al número de niños (61,9%) que admitieron conectarse desde la vivienda. Casi la mitad de ellos (43,1%) afirmaron navegar desde el colegio, siendo éste el segundo lugar más frecuente de conexión, seguido de 'otro sitio', 30,6%. Estos datos corroboran dos hechos resaltados en la descripción del contexto de Venezuela (**ver tabla 1<sup>15</sup>**): a) Los menores son un elemento clave para promover el uso de las TIC en este país, ya que los datos obtenidos evidencian que el porcentaje de hogares con niños que disponen de acceso a Internet supera significativamente al número de hogares globales que están conectados a la Red, b) Estos datos confirman la importancia que tienen en Venezuela

<sup>15</sup> CONATEL confirma que un 27,04% de los hogares están conectados a la red.

los centros bolivarianos de informática y telemática, las aulas virtuales y los infocentros en el acceso y uso de las TIC. Todos ellos estarían englobados en 'otros lugares', donde más de un cuarto de los menores reconocen acceder a la red en este país.

El hecho de que los centros educativos y los espacios públicos de conexión sean lugares habituales de acceso en porcentajes tan relevantes refrenda la idea de que **la no propiedad de Red no es sinónimo de no conexión**, ya que como demuestra esta investigación, también es frecuente que naveguen desde otros lugares.

Al analizar la compañía con la que cuentan los niños a la hora de conectarse a Internet, resulta relevante que casi la mitad de menores afirmen hacerlo en soledad, (45,1%), siendo ésta la opción elegida por la mayoría de los encuestados. Esta práctica es considerablemente superior entre los niños, 48,4%, que en las niñas, 41,7%. Los que navegan en compañía optan por la presencia de iguales: amigos (28,6%) o hermanos (26,3%). La variable género condiciona la presencia de unos u otros. Las niñas superan a los niños al navegar acompañadas de amigos, (33,1%, frente al 24,6%); mientras que en el caso de los hermanos sucede lo contrario. Un 28,6% de los varones navegan en su compañía, mientras que las chicas lo hacen en un 24,4% de los casos.

La conexión en presencia de personas adultas se reduce con respecto a los porcentajes aportados al describir la compañía de iguales. Un 25,1% afirma acceder a la Red en presencia de su madre, mientras que un 22,7%, lo hacen con su padre, porcentaje idéntico este último al de los menores que afirman conectarse en presencia de los profesores. También es relevante destacar que, si bien en porcentaje de niños y niñas que navegan con su madre es casi idéntico, los chicos que navegan acompañados de sus padres (25,4%), superan a las chicas, (20,5%). Sin embargo, la navegación en presencia de profesores es una práctica con un sesgo claramente femenino: 28,3% de niñas, frente al 17,5% de niños. Los datos evidencian pues que los menores venezolanos de esas edades gozan de forma temprana de una gran autonomía e independencia en su conexión a la red, siendo la navegación en soledad o acompañados de iguales la modalidad más frecuente entre ellos.

Por otra parte, el caso de los **adolescentes de 10 a 18 años**, más de la mitad de los adolescentes venezolanos, **50,8%, afirman acceder a Internet desde el hogar**. Este porcentaje es casi 5 puntos superior a la media latinoamericana de conexión situada en el 45,9% (Bringué y Sádaba, 2008). Al contrario de lo que sucedía entre los menores de 9 años, el acceso a Internet desde casa es considerablemente superior entre los chicos, 57,1%, que entre las chicas, 44,6%.

A pesar de que las tasas de conexión a Internet desde el hogar son elevadas en Venezuela, es relevante destacar que la vivienda no es el principal lugar desde el que navegan. Como demuestran los datos obtenidos, la mayoría de los adolescentes venezolanos se conectan a Internet desde los cibercafés (55,5%), siendo la propia casa el segundo lugar más habitual de acceso (51%). Las viviendas de los amigos y familiares también son espacios desde donde los adolescentes venezolanos suelen conectarse, aunque en porcentajes inferiores a los apuntados, tal y como se constata en la **Tabla 3**. Por último, se quiere destacar que ante la pregunta de: "¿En qué lugar sueles usar Internet?", sorprende que sólo un 13,2% afirmó hacerlo desde el colegio, porcentaje casi 30 puntos inferior al obtenido en la muestra de los menores de 9 años.

Al introducir la variable género en el análisis, la prioridad por los lugares de conexión descrita para el global de la muestra se repite sólo en la porción de las chicas. En la de los varones, son mayoría los que optan por conectarse desde su



propio hogar (57,5%), seguidos de los que escogen los cibercafés (52,9%), y de los que acceden desde la casa de un amigo (29,9%). El porcentaje de féminas que se conecta desde los diferentes espacios analizados, supera en todos los casos al de varones, con dos únicas excepciones: el hogar y 'otro sitio'.

**Tabla 3. Lugares de uso de Internet (%) (tomada de Bringué y Sádaba, 2008)**

	Casa	Colegio	Ciber	Casa amigo	Casa familiar	Otro sitio
<b>Masculino</b>	57,5	12,4	52,9	29,9	28,4	9,9
<b>Femenino</b>	45,6	14,4	58%	31,6	33,2	9,4
<b>Total</b>	51	13,2	55,5	30,4	30,5	9,6

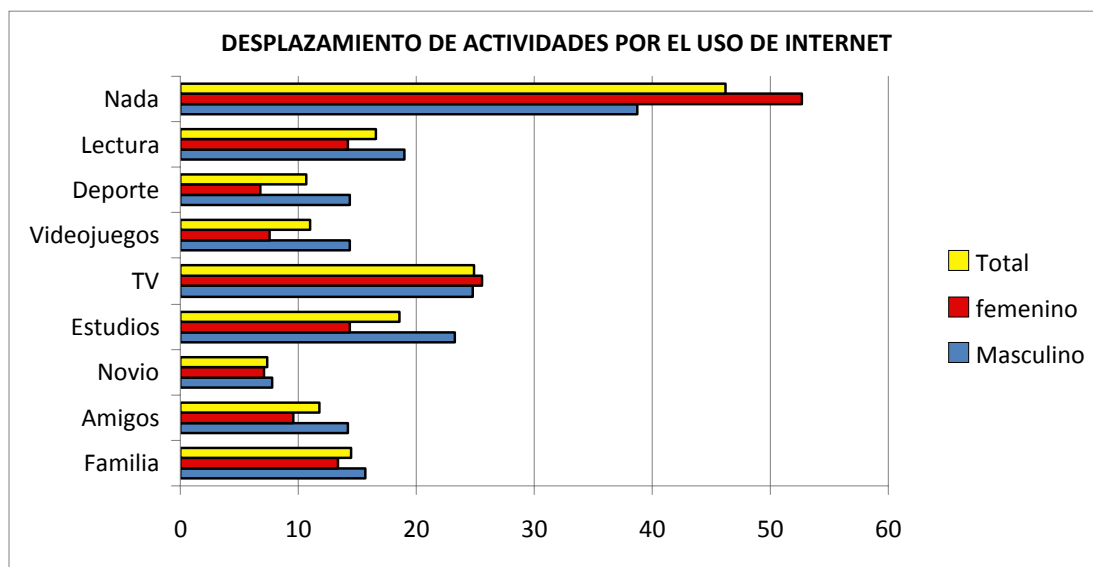
Los adolescentes forman parte de la denominada generación interactiva y, como se señalaba al comienzo, han nacido rodeados de toda una serie de posibilidades tecnológicas nunca antes conocidas. Esto ha supuesto que, para ellos, todo aquello que los adultos denominamos nuevos medios no lo sean en absoluto. Para un adolescente, Internet es un medio convencional. Por consiguiente, tiene sentido pensar que, en numerosos casos, Internet convive con variadas actividades realizadas por los adolescentes; en unos casos se integran en el uso de la Red y en otros son desplazadas.

En Venezuela, casi la mitad de la muestra analizada, un 46,2%, asegura que no le han quitado tiempo a nada para utilizar la Red. El porcentaje de chicos que se suman a esta afirmación es considerablemente inferior al de las chicas, 38,7%, frente al 52,7%, datos que evidencian que en este país el desplazamiento de actividades como consecuencia del uso de Internet tiene un sesgo masculino.

Por otra parte, es interesante mencionar que quienes sí consideran que Internet ha supuesto para ellos un desplazamiento de otras actividades, se refieren a que durante ese tiempo podrían estar haciendo otra cosa, pero no necesariamente que hayan dejado de hacerla para volcarse en su computador. En este sentido, podríamos destacar que **la principal actividad desalojada por el uso de Internet en Venezuela es la televisión, seguida de los estudios y la lectura.**

Tal como se aprecia en el **Gráfico 1**, se puede afirmar que **en este país el género es un factor que marca diferencias en lo que concierne al desplazamiento de actividades.** De hecho, los chicos que han reducido el tiempo dedicado a otras actividades por usar Internet superan en todos los casos analizados a las chicas, con una única excepción, la televisión, donde, por unas décimas, ellas despuntan sobre ellos.

Las diferencias porcentuales son muy significativas en los deportes y en los videojuegos, donde el número de chicos que reconocen haberle quitado tiempo a ambas actividades, duplica al de chicas. Este dato es perfectamente lógico, puesto que ambas actividades, pero sobre todo los videojuegos, tiene también un sesgo masculino en este país. Por último es relevante destacar que en el caso del espacio destinado a los estudios, el número de chicas que admite haberle restado momentos a esta actividad es casi 9 puntos inferior al de los chicos.



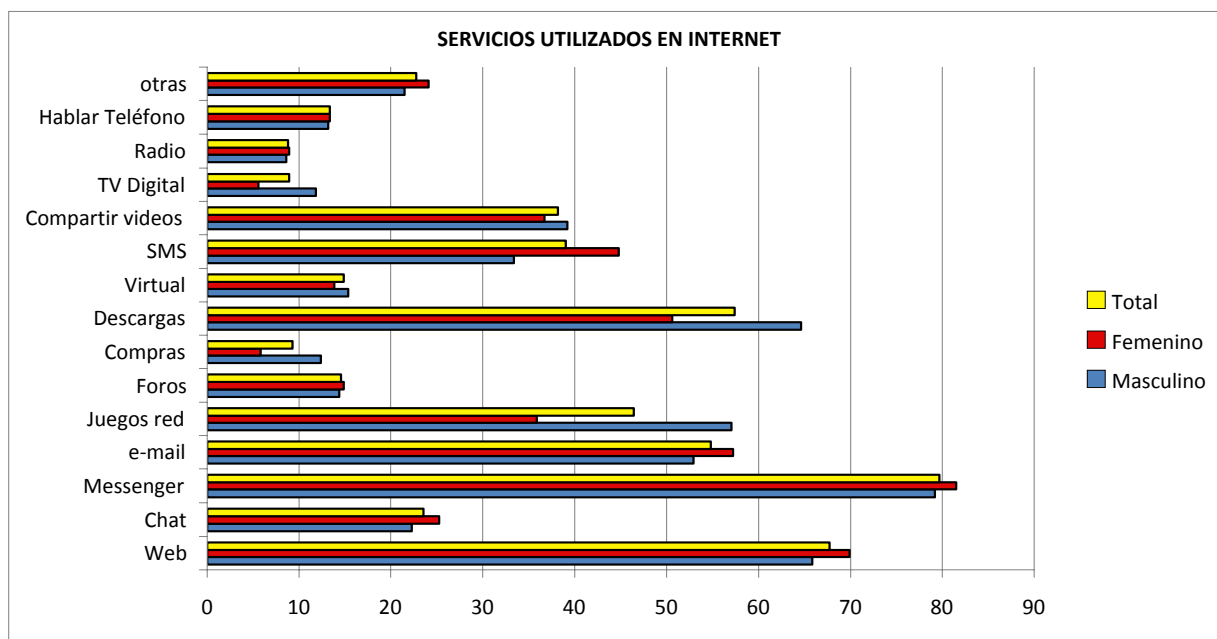
**Gráfico 1. Desplazamiento de actividades por el uso de Internet (tomado de Bringué y Sádaba, 2008)**

Los datos obtenidos también constatan que **la gran mayoría de los adolescentes venezolanos que se conectan a la red lo hacen en soledad**. Esta tendencia, que ya se apuntaba en el caso de los más pequeños, se consolida y aumenta considerablemente al llegar la adolescencia, ya que el 71% de los chicos de la muestra analizada aseguran que, la mayoría de las veces que usan Internet, están solos.

No obstante, en ocasiones también navegan acompañados. Un amigo (48%), los hermanos (28%) y varios amigos (26,2%) constituyen las compañías principales de los que acceden de este modo, muy por encima de los que se conectan junto a sus padres (10,8%), madres (17,1%) o profesores (2,6%). De hecho, los datos permiten confirmar que la compañía de padres, madres y profesores en la navegación de los adolescentes venezolanos disminuye considerablemente si se compara con los porcentajes de los niños menores de 10 años que reconocen acceder en presencia de estos adultos. En el caso concreto de los profesores, este descenso es muy significativo. Los educadores pasan de ser la compañía adulta más frecuente entre los menores de diez años (en un 22,7% de los casos) a ser, con sólo un 2,6% de la muestra, la compañía menos habitual entre los adolescentes venezolanos. Los datos aportados en este epígrafe, una vez más, refrendan la certeza de que los adolescentes prefieren relacionarse con aquellos que no suponen para ellos una fuente de autoridad.

En cuanto al uso de servicios y contenidos, **los adolescentes venezolanos se caracterizan por utilizar la Red para multitud de fines**. En términos generales se puede afirmar que los fines prioritarios para estos chicos son, en este orden, el uso de la red vinculado a la posibilidad de comunicarse con otros, el uso con una finalidad informativa y el uso con un carácter lúdico. Los adolescentes priorizan la función comunicativa, el 79,7% afirman utilizar el messenger y un 54,8% el correo electrónico. Un 67,7% usan la red con una finalidad informativa y la función lúdica también es considerable, (un 57,4% se descarga películas, música y un 46,4% juegan en red), tal y como se refleja en el **Gráfico 2**.

Todos los datos aportados confirman la idea de que **la comunicación es clave para este segmento de población**, siendo también muy relevante para ellos el uso informativo y lúdico que pueden obtener de Internet.



**Gráfico 2. Servicios utilizados en Internet (tomado de Bringué y Sádaba, 2008).**

En el Gráfico 2 se evidencia que en muchos de los usos no hay diferencias significativas entre los porcentajes de chicas y chicos que los realizan. Los resultados son similares, por ejemplo, en la utilización de Internet para chatear, utilizar el messenger, participar en foros o en comunidades virtuales, compartir vídeos o fotos, escuchar la radio digital o hablar por teléfono.

A pesar de estas semejanzas, es interesante mencionar que el porcentaje de niñas supera al de niños en el uso de la Red como plataforma para visitar páginas web, para chatear, para emplear el messenger, para utilizar el mail, para participar en foros, y para el envío de SMS. Es decir, las féminas superan a los varones, sobre todo, en usos que se pueden englobar dentro de la función comunicativa, siendo la divergencia porcentual especialmente significativa en el uso para enviar SMS, donde las chicas despuntan frente a los chicos en más de 10 puntos porcentuales: 44,8%, frente al 33,4%.

Los varones predominan en el resto de los usos no mencionados en las líneas anteriores y presentes en el Gráfico 2. Las diferencias porcentuales obtenidas del análisis comparativo por género son muy relevantes en el uso de los juegos en red (57%, frente al 35,9%) y en las descargas de música, y películas (64,6%, frente al 50,6%). También merece la pena destacar que más del doble de chicos que de chicas compran y ven la televisión digital utilizando la red.

En las páginas web que visitan los adolescentes, la música está en primer lugar (casi un 80,1%), y los juegos a cierta distancia (un 55%), se erigen en los contenidos más demandados. Es relevante destacar que la variable género marca diferencias porcentuales considerables que merece la pena mencionar. La priorización de contenidos mencionada para el global de la muestra se confirma en las chicas, pero los chicos optan por los deportes como segundo contenido más visitado. Además, si para un 82,8% de las chicas que configuran la muestra, la música es el contenido prioritario, este porcentaje se reduce al 77,7% en el caso de los chicos. Por el contrario, el porcentaje de varones es significativamente superior al de féminas en las visitas a las páginas de juegos: un 67,1%, frente a un 43%, respectivamente.

Sin embargo, la divergencia porcentual más relevante si se atiende la variable género se produce en las visitas de páginas de deportes: 67,8% de chicos, frente al 17% de chicas. La diferencia también es significativa en las páginas para adultos, 14,9% de varones, frente al 1,3% de mujeres. La comparativa por género muestra que las páginas educativas, culturales o de *hobbies* son más visitadas por chicas que por chicos, aunque los márgenes de distancia entre los dos sexos son considerablemente inferiores a los destacados en las frases anteriores.

En cuanto a la Mediación educativa se puede afirmar que Venezuela, en este ámbito, está por encima de las medias latinoamericanas en casi todas las opciones analizadas (con las excepciones de 'están en la misma habitación' y 'comprueban por donde he navegado'). Un 34,9% de los adolescentes encuestados afirmaron que sus padres 'no hacen nada' mientras ellos navegan, porcentaje algo más de un punto por debajo de la media obtenida de los resultados del conjunto de los países analizados.

Casi la mitad de los adolescentes venezolanos (44,3%) afirman que sus padres les preguntan qué hacen, mientras que el 32,4% afirma que echan un vistazo mientras navegan. También merece la pena destacar el predominio de la mediación activa (apuntada en el párrafo anterior) frente a la pasiva: sólo un 2,6% de los adolescentes afirma que sus progenitores comprueban los lugares donde han navegado, mientras que sólo un 5% manifiestan que sus padres miran su correo electrónico.

Por último, se considera interesante apuntar que el género es un factor que influye en el porcentaje de mediación existente, aunque la diferencia suscitada no es llamativa. Los casos en los que la divergencia porcentual es más relevante son los siguientes: Las chicas que reconocen algún tipo de mediación superan a los chicos en la modalidad de 'echar un vistazo' (35,2%, frente al 29,6%). También es reseñable que casi el doble de chicas que de chicos afirman que sus padres revisan su correo electrónico (6,1%, frente al 3,8%). Por el contrario, los varones despuntan algo sobre las féminas entre los que afirman que sus progenitores les 'preguntan qué hacen', (45,3%, frente al 43,3%); y entre los que reconocen que sus padres 'les ayudan' (16,5% frente al 12,4%).

Sobre los motivos de discusión, no parece que Internet sea fuente de graves conflictos familiares, más allá del tiempo de conexión, ya que el 59,3% de la muestra asegura no tener disputas nunca con sus progenitores por esta causa. También es relevante mencionar que el número de mujeres que aseguran no discutir nunca supera en 10 puntos porcentuales al de hombres que se adhieren a dicha afirmación. No obstante, sí que existe un factor de fricción entre padres e hijos en este sentido: el tiempo que éstos pasan navegando. Un 26,6% reconocen discutir por este motivo, siendo mayor el porcentaje de chicos que lo hace, 28,9%, frente al 24,3% de las chicas.

Y es que a pesar de que un 35,6% de los adolescentes entrevistados afirman que sus padres no les ponen ningún tipo de limitación al navegar, quienes sí las tienen parecen saber con claridad qué cosas les permite hacer mientras navegan y cuáles no. Así, saben que no deben dar información personal, comprar o ver vídeos, tres de las restricciones más reiteradas por parte de los adolescentes venezolanos al preguntarles qué les prohíben hacer sus progenitores al conectarse a la Red. Por ello, no es de extrañar que las discusiones no sean demasiado frecuentes. También merece la pena señalar que en lo que ha prohibiciones por parte de los padres respecta, los chicos superan a las chicas en las restricciones referidas a 'jugar', 'subir archivos', 'chatear', 'bajar archivos' 'enviar mensajes a celulares' y 'enviar correos electrónicos'.

La diferencia porcentual sólo es relevante en 'subir archivos', actividad en la que el doble de chicos la reconocen como propia (10,6% frente al 4,8% de chicas); y en enviar correos y bajar archivos, donde el porcentaje de varones no duplica al de féminas, pero se aproxima a ello. En el resto de posibles prohibiciones, el número de chicas que admiten cada tipo de limitación siempre supera al de chicos. Por ejemplo, si un 26,6% de los varones incluyen como suya la advertencia por parte de sus padres en lo relativo a no facilitar datos personales, el porcentaje se eleva al 42,3% en el caso de las mujeres. Con los datos aportados hasta el momento, podemos afirmar que **no se puede hablar de tensiones y problemas derivados del uso de Internet por contenidos y prohibiciones quebrantadas, pero probablemente sí en cuanto al tiempo de uso.**

Finalmente, sobre la valoración que los adolescentes venezolanos tienen de sí mismos como internautas cabría destacar que la mayoría de ellos se reconocen con un nivel medio (42,2%) seguido de los que estiman que su conocimiento al respecto es avanzado (26,1%). Existen diferencias reseñables en la percepción que tienen sobre esta cuestión hombres y mujeres. La chicas superan a los chicos en el nivel de principiante (19,2%, frente al 13,2%), y en el nivel medio (45,1%, frente al 40,5%). Por en contrario, son más los chicos que adjetivan su conocimiento como internautas de avanzado y de experto. Un 28,6% de ellos se sitúa como usuarios de nivel avanzado, mientras que un 24,1% de ellas se autocalifican en ese rango. La diferencia porcentual es superior en el caso de quienes se consideran expertos. Si un 15,4% de los chicos estiman que se encuadran en este nivel, sólo un 8,9% de las chicas lo afirman. Respaldados por los datos obtenidos en esta investigación parece que en lo que a conocimiento de las TIC respecta, en Venezuela, los varones aventajan actualmente a los féminas en los niveles más adelantados.

La investigación realizada también revela que la mayoría de los adolescentes (59,3%) son autodidactas en el uso de Internet, siendo significativamente superior el porcentaje de chicos (64,6%) que el de chicas (53,7%). Quienes admiten haber sido instruidos, destacan principalmente a iguales como mentores en el ámbito. Los amigos han formado al 23,8% de las mujeres encuestadas y al 14,7% de los hombres; mientras que los hermanos han instruido en la materia al 18,7% de las chicas y al 16,2% de los chicos. Por último, merece la pena indicar que los profesores son el tercer agente formador más frecuente entre los adolescentes venezolanos en lo que a las TIC respecta, siendo más habitual su adiestramiento en el caso de las féminas (19,7%), que en el de los varones (13,4%).

## CONCLUSIONES

- Los menores venezolanos de entre 6 y 9 años están considerablemente por encima de la media latinoamericana en lo que ha acceso a Internet respecta, ya que la media latinoamericana se sitúa en el 45,9% y más de la mitad de los menores encuestados (53,8%) admitió tener conexión a Internet desde su hogar. Asimismo, el 43,1% afirmó que se conectan desde el colegio y el 30,6% indicó que lo hacen desde 'Otro sitio'.

- Los adolescentes forman parte de la denominada generación interactiva como resultado de haber nacido rodeados de toda una serie de posibilidades tecnológicas nunca antes conocidas. Y eso implica que aquello que los adultos consideran nuevos medios no lo sean en absoluto para esta generación.

- Los niños menores 9 años superan en casi 30 puntos a los adolescentes a partir de los 10 años en el uso de Internet desde el Colegio.

- Casi la mitad de la muestra analizada en el grupo de adolescentes (46,2%) asegura que el uso de Internet no implica el desplazamiento de otras actividades. El grupo que sí considera que Internet ha supuesto un desplazamiento de otras

actividades para ellos aclara que no es propiamente un desplazamiento sino que simultáneamente podrían estar haciendo otra cosa como ver televisión, estudiar o leer.

- El género es un factor que marca diferencias en lo que concierne al desplazamiento de actividades porque los chicos que han reducido el tiempo dedicado a otras actividades por usar Internet superan en todos los casos analizados a las chicas, con la única excepción de la televisión, donde, por unas décimas, ellas están por encima.



- Las diferencias porcentuales son muy significativas en los deportes y en los videojuegos, donde el número de chicos que reconocen haberle quitado tiempo a ambas actividades, duplica al de chicas. Este dato es perfectamente lógico, puesto que ambas actividades, pero sobre todo los videojuegos, tiene también un sesgo masculino en este país.

- El número de chicas que admite haberle restado momentos al espacio destinado a los estudios es casi 9 puntos inferior al de los chicos.

- El uso de Internet no es fuente grave de conflictos y problemas familiares aunque el tiempo de conexión sí se considera un factor de fricción entre padres e hijos, siendo mayor el porcentaje de chicos (28,9%) que de chicas (24,3%) en reconocer que se dan discusiones por ese motivo.

- La mayoría de los adolescentes (59,3%) son autodidactas en el uso de Internet, siendo significativamente superior el porcentaje de chicos (64,6%) que el de chicas (53,7%)

- Los profesores son el tercer agente formador más frecuente entre los adolescentes venezolanos en lo que a las TIC respecta, siendo más habitual su adiestramiento en el caso de las féminas (19,7%), que en el de los varones (13,4%).

## REFERENCIAS

Bringué, X. (2008). Niños y jóvenes en un nuevo escenario de comunicación. En Etayo, E., Moreno, J. E., Guerrero, C., Sánchez B. y Navarro, M. (Eds.). *Los jóvenes y el nuevo escenario de la comunicación. Actas del XXI Congreso Internacional de la Comunicación*. Pamplona: Eunsa.

Bringué, X. y Sádaba, C. (Coord.) (2008). *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel. Disponible en: <http://www.generacionesinteractivas.org/?p=549>

Calderín, M. y Rojano, M. (2008). La generación interactiva como objeto de estudio: Venezuela. En Bringué, X. y Sádaba, C. (coords.), (2008). *La generación interactiva en Iberoamérica: niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel. pp. 291-307. Recuperado el 20 de julio de 2010 de, <http://www.generacionesinteractivas.org/descargas/8ggiicomoobjetodeestudio.pdf>

Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). (2010). *Indicadores anuales*. Recuperado del sitio web de CONATEL en, [http://www.conatel.gob.ve/indicadores\\_anuales.asp](http://www.conatel.gob.ve/indicadores_anuales.asp)

- Fondo de Población de las Naciones Unidas (2003). *Esquema del programa para Venezuela (2003-2007)*. Recuperado en septiembre 10, 2010, de, <http://venezuela.unfpa.org/programa.htm>
- Fondo Monetario Internacional (2009). *Perspectivas económicas: las Américas. Los fundamentos más sólidos dan dividendos*. Washington, D.C.
- Instituto Nacional de Estadística (2007). *Alumnos matriculados en educación básica de primero a noveno grado, por dependencia del plantel, según año escolar, 1992/93-2006/07*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de [http://www.ine.gov.ve/condiciones/cuadro\\_educacion.asp?Tt=227-11&cuadro=Educacion\\_227\\_11&xls=22711](http://www.ine.gov.ve/condiciones/cuadro_educacion.asp?Tt=227-11&cuadro=Educacion_227_11&xls=22711)
- Instituto Nacional de Estadística (2007). *Alumnos matriculados en educación media, diversificada y profesional, según entidad federal, 1992/93-2006/07*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de [http://www.ine.gov.ve/condiciones/cuadro\\_educacion.asp?Tt=227-16&cuadro=Educacion\\_227\\_16&xls=22716](http://www.ine.gov.ve/condiciones/cuadro_educacion.asp?Tt=227-16&cuadro=Educacion_227_16&xls=22716)
- Instituto Nacional de Estadística (2007). *Venezuela. Índice de desarrollo humano, por componentes, según entidad federal, 2007*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de <http://www.ine.gov.ve/idh/2007.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas (2008). *Hogares pobres por Necesidades Básicas Insatisfechas, según año, 1997-2008*. Recuperado en septiembre 11, 2010, de [http://www.ine.gov.ve/pobreza/Hogares\\_necesidades.asp](http://www.ine.gov.ve/pobreza/Hogares_necesidades.asp)
- Instituto Nacional de Estadística (2009). *Hogares pobres por línea de pobreza, según año y semestre, 1997-1er semestre 2009*. Recuperado en septiembre 10, 2010, de [http://www.ine.gov.ve/pobreza/HogaresPobres\\_linea.asp](http://www.ine.gov.ve/pobreza/HogaresPobres_linea.asp)
- Instituto Nacional de Estadística (2009). *Proyecto de población*. Recuperado en septiembre 09, 2010, de <http://www.ine.gov.ve/demografica/distribucion.asp>
- Izco, E. (2007). *Los adolescentes en la planificación de medios. Segmentación y conocimiento del target*. Tesis Doctoral, Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (2007). *Informe sobre el desarrollo humano 2007-2008. La lucha contra el cambio climático: solidaridad frente a un mundo dividido*. Nueva York.
- Tolsá, J. (2008). La generación interactiva como objeto de estudio: panorama de la investigación acerca de niños, jóvenes y nuevas tecnologías. En Bringué, X. y Sádaba, C. (Coords.). *La generación interactiva en Iberoamérica. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel. pp. 205-223. Recuperado el 10 de julio de 2010 de, <http://www.generacionesinteractivas.org/descargas/8ggiicomoobjetodeestudio.pdf>