Autora: Silvana Ruiz, doctora en Ciencias de la Información por la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia y miembro de OIMED (Observatorio de Investigación en Medios Digitales)

**Introducción**

Desde el ámbito de la investigación, y recientemente en la última década, nos encontramos con una proliferación de estudios que se centran, sobre todo, el uso de las tecnologías como la penetración de Internet, las redes sociales o el uso de dispositivos tecnológicos, lo que evidencia un aumento del uso de nuevos medios de consumo entre los jóvenes y su implicación como consumidores activos Cánovas, García de Pablo, Oliaga y Aboy, 2014; Centro de Investigaciones Sociológicas, 2016), sin embargo, estos trabajos se abordan desde una aproximación cuantitativa, centrada en aspectos comerciales o tienden a perderse dentro de categorías más amplias del término juventud sin tener en cuenta a la infancia (Espinar y González, 2008, p. 11, Palfrey, Gasser, Maclay y Beger, 2014), Condeza, Bachmann y Mujica, 2014, p. 57. Debido a la escasez de estudios sobre el consumo de noticias y las posturas que adoptan los menores desde un prisma cualitativo, echamos en falta estudios multidisciplinares que aborden ampliamente la relación de los menores con los medios de comunicación.

Más allá de las opiniones que nos proporcionan los datos estadísticos y las carencias en este tipo de estudios, nuestro propósito fue realizar una investigación cualitativa[[1]](#footnote-1) a través de grupos de discusión con niños de 8 a 18 años y periodistas, lo cual nos permitió, sobre todo, por un lado, poder escuchar a los jóvenes, ofrecer una aproximación personal al contexto mediático y mostrar su experiencia con la información. Y por otro, aportar la experiencia del sector profesional de medios de comunicación y su relación con la juventud.

A través de métodos cualitativos es posible no solo conocer la relación que los jóvenes mantienen con las fuentes de información, sino también su opinión en torno a los medios de comunicación y las tendencias en el uso de unos soportes frente a otros y ofrecer así un enfoque de conceptos. No obstante, a raíz de indagar sobre este tipo de metodología, descubrimos que el investigador debe afrontar algunas barreras como la falta de recursos para acercarse a los menores, bien por su falta de autonomía, ya que están supeditados a decisiones de los adultos o por otro lado, por los retos que plantea la protección de la información y la privacidad en el tratamiento de los datos.

**Principales resultados del estudio: cómo acceden los niños a las nuevas tecnologías**

Descubrimos que más del 90 por ciento de los niños entrevistados usan Internet a diario y más del 60 por ciento dispone de varios dispositivos tecnológicos de acceso, siendo el móvil el que más destaca, incluso desde los 8 años, un sector predominantemente digital. A los niños les gusta estar informados sobre lo que les gusta o les incumbe en cualquier soporte, principalmente en el entorno cercano e Internet. Respecto al consumo de información, se aleja de los cánones clásicos y las principales aplicaciones digitales con mayor número de usuarios y uso son *Whatsapp*, *Youtube* y *Google*, donde, además, los menores adquieren el protagonismo y se convierten en productores de información, capaces de transmitir sus ideas, pensamientos e inquietudes.

**Derechos de la infancia a ser escuchada en asuntos que les afectan. Conclusiones, propuestas y sugerencias**

A los jóvenes les preocupa lo que sucede en su entorno más próximo, sin embargo, a veces se sienten excluidos tanto en el entorno familiar como en los medios de comunicación, cómo se abordan las noticias, el lenguaje empleado, etc. El desencanto juvenil hacia la prensa debería ser suficiente para que los medios converjan hacia la reflexión. Los medios deben desarrollar estrategias para fortalecer su relación con niños y jóvenes.

En el ámbito estatal, ¿cómo pueden los Estados cumplir mejor sus obligaciones con los derechos de los niños en relación con el entorno digital? Conscientes de la figura del “Defensor del Menor” y la actividad que llevan a cabo diferentes organizaciones independientes que velan por la infancia, a nivel estatal, no obstante, no se apuesta por una figura especializada en esta materia y que sea dependiente de organismos gubernamentales. Proponemos, por tanto, la creación de una persona, organismo o agencia especializada en atender todas las cuestiones relativas a los menores en el entorno digital, como puede ser una figura de “defensor del menor digital”, es decir, que se encargue de velar por los menores de forma especializada y concreta a todas las cuestiones que atañen este ámbito, poniendo como ejemplo los casos de *fake* *news*, *ciberacoso*, *bullying*, *sexting* o *grooming*, entre otros peligros de la Red.

Para abordar la discriminación y que todos los niños y niñas tengan sus derechos en un mundo digital,deberíamos plantear si el acceso a las nuevas tecnologías es un derecho del niño a la información y facilitar el acceso a niños con pocos recursos, como, por ejemplo, proponiendo como medida fundamental un “bono social” que facilite su acceso a Internet. Concretamente, desglosamos qué propuestas serían interesantes en diferentes ámbitos, tales como el familiar y el educativo, así como el entorno político y de medios de comunicación.

**Ámbito familiar y educativo**

La investigación pone de manifiesto que los niños, en la mayoría de los casos, no han nacido con una cultura de medios tradicionales, ni se fomenta considerablemente desde su ámbito de socialización, sin embargo, sí están familiarizados con el uso de herramientas como *Youtube*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, o aplicaciones móviles como *Whatsapp*, donde incluyen al entorno próximo de amigos y familiares. Ante una generación marcadamente audiovisual, donde prima la instantaneidad frente a la calidad de la información, es necesario, por tanto, incidir en un nuevo modelo de aprendizaje y reforzar los aspectos positivos de los nuevos medios, concretamente en:

- Control parental: educación en medios y límites al uso.

- Favorecer la integración del niño y su participación, adaptando la información en temas políticos y económicos.

- Énfasis en la alfabetización y el desarrollo de competencias frente a la brecha digital (formación responsable en el uso de las TIC).

- Comunicación y comprensión de las necesidades de los niños (integración social, educación en la diversidad, apoyo en dificultades…).

- Fomento de la prensa en el aula que favorezca la comprensión y permita el análisis y el pensamiento crítico).

- Velar por las relaciones y la comunicación personal frente a uso excesivo de nuevos medios respetando su privacidad (control de horarios, contenidos adecuados).

**Relaciones infancia-estado-** Ámbito político y de medios de comunicación

La investigación, donde contamos con la participación de profesionales de la comunicación, pone de manifiesto en el contexto político y económico una falta de confianza y desapego hacia los medios de comunicación, a los que reprochan un excesivo foco de atención en noticias políticas o sensacionalistas en detrimento de cuestiones centradas en la propia juventud. Respecto a los medios de comunicación y su importancia como actores clave en la etapa educativa de los menores, es necesario:

- Crear grupos de trabajo con menores a través de reuniones periódicas para incentivar las cuestiones sobre educación o cultura, donde podría introducirse un mediador capaz de escuchar las propuestas de los jóvenes. Nuestra investigación refleja que, frente a la focalización de información dirigida a los padres, los jóvenes, sobre todo los más pequeños, reclaman interés. Por tanto, se debe escuchar a los jóvenes y dar visibilidad a sus inquietudes, así como desarrollar estrategias y modelos de negocio vinculados al ámbito juvenil.

- Mejorar la oferta de contenidos juveniles y profesionales especializados en nuevos medios e infancia, capaces de interpretar las propuestas de la generación digital. El profesional debe orientar las noticias hacia los jóvenes desde un prisma más responsable y positivista. Apoyarse en noticias de proximidad y adaptar el lenguaje empleado en medios hacia los jóvenes.

- Garantizar que los estados cumplen su responsabilidad y velar por el control de contenidos publicitarios.

**Bibliografía**

Cánovas, G. (dir.), García, A., Oliaga, A., y Aboy, I. (2014). Menores de Edad y Conectividad Móvil en España: Tablets y Smartphones. Centro de Seguridad en Internet para los Menores en España: PROTÉGELES.

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). (2016). Barómetro de febrero 2016. Estudio no 3128. Madrid: CIS.

Espinar, E., y González, M. J. (2008). Jóvenes conectados. Las experiencias de los jóvenes con las nuevas tecnologías. RES, Revista Española de Sociología, 9, 109-122.

Palfrey, J., Gasser, U., Maclay, C., y Beger, J. (2011). Los nativos digitales y las tres barreras que hay que superar. En Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (Ed.), Estado Mundial de la Infancia 2011: La adolescencia, una época de oportunidades (pp. 13-15). Nueva York: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

Ruiz, S. (2016). Usos de Internet relacionados con la información por niños y jóvenes: concepto de noticia, consumo y producción de contenidos. (Tesis doctoral). Universidad CEU Cardenal Herrera.

1. Ruiz, S. (2016). Usos de Internet relacionados con la información por niños y jóvenes: concepto de noticia, consumo y producción de contenidos. (Tesis doctoral). Universidad CEU Cardenal Herrera. [↑](#footnote-ref-1)