



Infància i tecnologies de la informació i de la comunicació a Catalunya: la bombolla mediàtica d'infants i adolescents

José Manuel Pérez Tornero i Cristina Pulido

Resum

Aquest article utilitza la imatge d'una bombolla mediàtica com a model explicatiu de l'experiència mediàtica dels infants. En fer-ho, posem de manifest que aquesta és la dada fonamental sobre l'ús mediàtic dels infants que condiciona qualsevol altre aspecte del problema. A partir d'aquest model, i considerant els articles de la Convenció sobre els Drets de l'Infant relatius a comunicació, analitzem les qüestions fonamentals en la relació infància-mitjans: quins mitjans consumeixen els infants? com utilitzen Internet i les xarxes socials? quins continguts sovintegen? i quins riscos representa tot això? Un cop feta aquesta anàlisi, es conclou que, en el context actual, cal facilitar als infants competències i capacitats crítiques suficients per desenvolupar-se amb autonomia en l'esmentada bombolla mediàtica. En aquest sentit, es proposa l'alfabetització mediàtica com el mitjà clau per aconseguir aquest objectiu.



Edita

UNICEF Comitè Catalunya

www.unicef.es/cat

catalunya@unicef.es

Autoria

José Manuel Pérez Tornero

Cristina Pulido

Coordinació de la col·lecció (UNICEF Comitè Catalunya): Maria Truñó i Salvadó

Correcció lingüística: Violeta Roca i Font

Disseny i maquetació: K.P. Gráfica



Les opinions expressades en aquesta publicació són responsabilitat dels autors i no reflecteixen necessàriament la política i posicionaments d'UNICEF.

Barcelona, febrer 2012

Amb el suport de:



Índex

1. Introducció: infància i mitjans en el marc de la Convenció sobre els Drets de l'Infant	04
2. El tsunami tecnològic i la bombolla mediàtica	04
3. Riscos en el seu ús mediàtic	08
4. Alfabetització mediàtica, un repte pendent	10
5. Propostes	11
6. Bibliografia	12

Sobre els autors: José Manuel Pérez Tornero i Cristina Pulido

José Manuel Pérez Tornero: Catedràtic de Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Director del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. Director del grup de recerca consolidat Gabinet de Comunicación y Educación. Expert de la Unió Europea i de la UNESCO en matèria d'alfabetització mediàtica i servei públic de televisió. Actualment és investigador principal del projecte I+D+I Dinamics i del projecte EMEDUS: European Media Literacy Education Study. Ha publicat diversos llibres i articles científics.

Cristina Pulido: Investigadora postdoctoral del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Doctora en Comunicació, Art i Educació de la Universitat de Barcelona. Membre del grup de recerca consolidat Gabinet de Comunicación y Educación. Les seves línies de recerca són: usos socials dels new media, riscos a Internet i infància/adolescència, gènere i mitjans.

Els nens i les nenes tenen els mateixos drets que els adults en matèria de llibertat de consciència, expressió i comunicació. La Convenció posa èmfasi en la necessitat que estiguin tutelats i protegits pels adults i pels Estats.

1. Introducció: Infància i mitjans en el marc de la Convenció sobre els Drets de l'Infant

La Convenció sobre els Drets de l'Infant de les Nacions Unides —que ja té més de dos dècennis de vigència— es refereix a la comunicació i als mitjans expressament en els articles 12, 14 i 17. El seu plantejament es inequívoc: els nens i les nenes tenen els mateixos drets que els adults en matèria de llibertat de consciència, expressió i comunicació. Això sí, la Convenció posa èmfasi en la necessitat que estiguin tutelats i protegits per les persones adultes i, específicament i activa, pels Estats.

Així, es diu amb rotunditat que «Els Estats part han de respectar el dret de l'infant a la llibertat de pensament, de consciència i de religió» (art. 14), tots els infants tenen dret a tenir «judici propi, a expressar la seva opinió en tot el que els afecta i a veure com aquesta opinió és atesa» (art. 12), i, de la mateixa manera, tots els infants «tenen dret a poder accedir a la informació procedent de diferents fonts nacionals i internacionals, especialment la que té la finalitat de promoure el seu benestar social, espiritual i moral, la seva salut física i mental; els Estats han de posar els mitjans perquè tot això sigui possible» (art. 17).

Com es desenvolupen aquests drets a Catalunya? Estan degudament protegits i es promouen adequadament? Són suficients les tuteles i garanties que sobre aquests exerceixen els poders públics? Són respectats per la indústria de mitjans? Són adequades les polítiques públiques que s'han posat en marxa sobre aquest tema?

Aquestes qüestions afecten infinitat de dimensions de la política pública i de la realitat social —actitud de les autoritats, comportament de la indústria, accions del sistema educatiu, entre d'altres—, però, des del nostre punt de vista, n'hi ha una d'essencial que condiona totes les altres i hi influeix: les tecnologies han constituït al voltant dels nens una espècie de bombolla mediàtica personal, feta a la seva mida, que relativitza, si no arruïna, qualsevol política de tutela, protecció o promoció que puguin dur a terme tant famílies com adults i fins i tot autoritats públiques. Aquesta bombolla tendeix a aïllar-los, a relativitzar-ne les relacions directes amb els altres, a allunyar-los de les converses familiars, a dividir-ne i fragmentar-ne l'atenció i, per tant, els fa més vulnerables¹. Aquesta és per a nosaltres la qüestió primordial en relació amb els drets comunicatius dels infants i és en aquesta que ens centrarem.

2. El tsunami tecnològic i la bombolla mediàtica

Últimament, la humanitat sencera està experimentant una mena de tsunami tecnològic, és a dir, un desenvolupament accelerat de les tecnologies, brusc i d'impacte enorme, especialment de les tecnologies comunicatives. Aquest desenvolupament ha ampliat la funció dels mitjans digitals i electrònics en la vida quotidiana dels infants, se n'ha apropiat d'una bona part del temps i n'ha modificat la manera com es relacionen amb l'entorn i amb els altres.

Al voltant de cada nen sembla haver sorgit una mena de bombolla personal que filtra les seves experiències de l'entorn i les seves relacions amb els altres.

Per explicar l'impacte específic que aquesta transformació tecnològica ha tingut sobre l'activitat de les persones i dels infants, farem servir una imatge, la de la bombolla mediàtica: al voltant de cada nen sembla haver sorgit una mena de bombolla personal que filtra les seves experiències de l'entorn i les seves relacions amb els altres, per mitjà d'una configuració especial de tecnologies comunicatives.

A partir d'aquesta idea, podem preguntar-nos: com viuen els nens i joves catalans el tsunami mediàtic que ens ha caigut a sobre durant les últimes dècades? Quines conseqüències i efectes genera? Com influeix sobre la seva mentalitat i en les relacions amb els altres? I, finalment, com condiona tot això la realització i el desenvolupament dels drets comunicatius proclamats en la Convenció sobre els Drets de l'Infant?

1. Turkle, Sherry (2010), *Alone Together. Why expect more from technology and less from each other*, New York, Basic Books.

La veritat és que, tot i la importància d'aquestes preguntes, se'n sap ben poc sobre les respostes. Podem disposar, això sí, d'algunes dades i intuïcions genèriques, fins i tot d'algunes hipòtesis fundades en estudis científics, però quan es tracta de respondre amb precisió i concreció, les nostres incerteses són més grans que les certes, i les nostres llacunes, més grans que els nostres coneixements. No obstant això, es fa urgent començar a trobar respostes encertades si el que volem és ajudar al desenvolupament dels infants i adolescents amb polítiques concretes i amb respostes eficaces. Perquè ningú dubta que els mitjans de comunicació i les noves xarxes tecnològiques, que ocupen una bona part de la seva activitat, representen el nou escenari vital en què desenvolupen la seva existència i els seus drets.

Utilitzem aquí dos termes metafòricament: tsunami tecnològic per assenyalar la força d'implantació de les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) i el seu impacte en la vida quotidiana, i bombolla mediàtica per referir-nos al nou entorn personal que fa de recer als nostres joves i que d'alguna forma explica la manera personal en què cada un d'ells fa servir els mitjans i se'ls apropia.

Justifiquem, en primer lloc, la idea de tsunami tecnològic. Quan s'observen en perspectiva els últims anys del segle XX i els inicials del segle XXI —dècades en què s'han desenvolupat les xarxes socials de la mà de Facebook i altres, els repositoris oberts de vídeo, estil YouTube, i en què s'han generalitzat no només els PC, sinó tot tipus de tauletes portàtils, de telèfons intel·ligents i de consoles de joc— s'aprecia la força i la profunditat del que es pot anomenar sense exagerar un autèntic tsunami tecnològic. Les tecnologies de la informació i la comunicació han topat, com un mar embravut, amb el nostre món quotidià i han creat un paisatge nou fet de la destrucció d'escenaris tradicionals. Pensem, per exemple, en el progressiu declivi de la cultura de masses, en la pèrdua de pes relatiu de la impremta i del paper i en els nous camins que han obert la digitalització de la informació, les xarxes o les tecnologies mòbils: Tot això ha succeït en menys de quatre decennis i ha canviat totalment el nostre sistema comunicatiu.

Encara que no hi ha dubte que aquest tsunami ens afecta a tots, tanmateix són els infants i els adolescents els que n'han rebut l'impacte més fort. Perquè tal com figura implícit en la Convenció sobre els Drets de l'Infant són ells els més vulnerables davant de qualsevol influència externa, d'una banda, i perquè, d'una altra, també són els més disposats i els més aptes per adaptar-se als nous horitzons i vies que queden oberts després de l'efecte del tsunami tecnològic. Els infants i adolescents, tal vegada senten menys la pèrdua provocada per la dissolució o destrucció dels escenaris mediàtics anteriors, però s'adhereixen, en canvi, amb més força als nous paisatges que ha deixat darrere seu el tsunami. Són ells els que han acceptat amb més decisió els nous hàbits i estils de comportament, els que viuen en digital i en xarxa i els que han desenvolupat la seva mentalitat a imatge i semblança de l'esperit mediàtic que els envolta, abraçant amb força el nou estil cultural que desenvolupen els mitjans. Viuen, a més, amb una espontània capacitat d'adaptació la vertiginosa velocitat amb què el tsunami es desenvolupa. Perquè no es tracta d'un tsunami d'una sola onada, sinó d'una successió d'onades amb diferents forces i alçades, el conjunt de les quals ens aboca a un ambient de moviment i transformació perpetus. I són, insistim, els adolescents els que s'acoblen més bé a aquest moviment. Ells han fet de la metamorfosi constant i de la provisionalitat un estil propi.

Per altra banda, cal aprofundir en la idea de bombolla mediàtica. Amb això volem assenyalar el fet que la pressió mediàtica generada pel tsunami tecnològic ha arribat a crear una mena de nou entorn mediàtic per a cada individu com si fos una bombolla personal. En aquesta bombolla, la personalització de les tecnologies —és a dir, la manera com l'individu tria alguns aspectes dels mitjans i dels continguts als quals s'accedeix— es complementa amb la versatilitat i flexibilitat dels contactes socials que les noves xarxes proporcionen. D'aquesta manera, sembla que cada infant i jove s'instal·li en una bombolla comunicativa que compleix diverses funcions: filtra les seves experiències, administra les seves capacitats de relació i d'exploració de l'entorn i arriba a conformar un ambient psicològic a mida de l'usuari.

Vivim un tsunami tecnològic per la força d'implantació de les TIC i són els infants i adolescents els que n'han rebut l'impacte més fort.

Tsunami i bombolla mediàtica, doncs, es complementen i es corresponen. L'acceleració i la facilitat amb què es transformen, es destrueixen i es construeixen els escenaris de l'existència mediàtica són un fet fonamental en la nostra època. Són, de fet, fruit d'aquest tsunami en diverses onades del qual parlem. Però malgrat l'enorme poder de moviment, aquest tsunami reserva per als individus una mena d'entorn propi, personal i relativament estable que ofereix la sensació que la persona el pot manejar al seu gust. Amb això s'equilibra, d'alguna manera, el canvi tecnològic constant i els individus tenen la sensació que no queden del tot exposats a un moviment perpetu. Així, adquireixen un cert benestar psicològic basat en la sensació que és cadascun d'ells qui domina la situació.

Malgrat el canvi tecnològic constant, els individus adquireixen un cert benestar psicològic basat en la sensació que és cadascun d'ells qui domina la situació.

La idea de la bombolla mediàtica s'oposa, en gran manera, al model massiu que dominava els mitjans de comunicació abans del tsunami tecnològic. Segons el model massiu, l'efecte dels mitjans era crear un públic homogeni i amplíssim, en què l'impuls psicològic bàsic era la imitació. No és així en el model de la bombolla, on l'impuls psicològic bàsic és la individualització. En un escenari de comunicació de masses són grans agrupacions d'individus les que, simultàniament, utilitzen els mitjans i reben els mateixos continguts: el mateix consum passiu, d'una banda, i continguts iguals o estandarditzats, de l'altra. L'exemple clàssic d'aquest tipus de comunicació és el consum de la televisió, especialment el d'una televisió com la dels anys 70 del segle XX, que era escassa, centralitzada i homogeneïtzada. En canvi, en un escenari de comunicació interactiva en xarxa —pròpia d'un paisatge posttsunami—, cada individu disposa d'un entorn mediàtic divers, rep continguts que ha triat ell mateix amb un ampli ventall de possibilitats i estableix relacions diferents. És, doncs, el subjecte individual, el que viu en un entorn propi adaptat a les seves rutines i requeriments.

Com podem descriure aquesta bombolla en el cas dels nens i nenes catalans? Quins riscos afronten? Quin tipus de continguts estan creant o consultant més: creatius i pro drets humans o, per contra, violents i ofensius? Quina capacitat crítica estan aplicant en el seu ús dels mitjans? Només intentant contestar aquestes preguntes podrem arribar a diagnosticar la situació actual dels drets comunicatius dels infants en el nostre context.

L'ús de la televisió

Tres de cada cinc adolescents es posa en solitari davant del televisor, sigui el del menjador, sigui el de la seva habitació durant dues hores al dia entre setmana.

La primera dada que ens permet descriure la bombolla dels nens i adolescents a Catalunya és la diversitat de tecnologies amb què es construeix i la gran quantitat de temps que dediquen a cadascun dels mitjans. Algunes dades ens expliquen les característiques d'aquesta diversitat².

Els infants catalans —com, d'altra banda, els del conjunt d'Espanya— tenen accés a la televisió (el 94%), però encara que tots acostumen a veure la televisió al menjador familiar, un significatiu 40% disposa de televisor a la seva pròpia habitació —d'aquests, un 15% més de nois que de noies. El que assegura, en un context de digitalització de la televisió i de multiplicació de l'oferta, una declinació personalitzada de l'oferta televisiva. Dediquen a la televisió una mitjana de dues hores al dia entre setmana i tres, com a mínim, durant els dies del cap de setmana. La majoria accedeixen a la televisió sense mediació familiar de cap tipus —un 59% dels infants entre 6 i 9 anys la veuen sols i un 60%, amb els germans. Aproximadament, tres de cada cinc adolescents es posa en solitari davant del televisor, sigui el del menjador, sigui el de la seva habitació durant dues hores al dia entre setmana. Queda molt enrere el tradicional escenari familiar de consum de la televisió. Almenys en relació amb els infants i adolescents, la televisió, tendeix a esdevenir un mitjà personal³ que continua sent molt important en termes de temps.

Dos factors més ajuden a comprendre la personalització cap a la qual avancem. Molts joves comencen a emprar la televisió a través d'Internet —no en tenim dades gaire precises, però sabem que tendeix a augmentar sobretot el consum de sèries de televisió a partir de

2. Ens servim aquí de les dades proporcionades per Bringué X. i Sábada, Ch.: *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*, Madrid, Fundación Telefónica & Ariel, 2009.

3. En qualsevol cas, les dades indiquen que la funció dels pares i mares continua sent important en l'estil de consum: «Un 20% tria de forma autònoma els programes que vol veure, en el 27% dels casos aquesta decisió recau en el pare o la mare. Amb tot, el 47,6% afirma que negocien entre tots quin programa veuran» (Bringué X., & Sábada, Ch.: 2009).

streaming o de descàrregues. I, en qualsevol cas, és cert que el consum de televisió es compatibilitza, almenys fins a un 20%, amb l'ús d'Internet.

Això ens fa suposar que molts adolescents se situen a la seva habitació davant de la pantalla d'Internet fent compatible això amb un ús de la televisió com a mitjà de fons, és a dir, en segon pla. Cal suposar, doncs, no només una activitat multitasca, sinó també una atenció difusa a diversos mitjans alhora.

Una altra dada indica que l'ús de la televisió és rutinari i gairebé compulsiu: el 42% dels adolescents declara que engega la televisió així que arriba a casa. Cosa que vol dir que la llar té sempre un missatge de fons aportat per la televisió, sobre el qual se solapen i s'afegeixen altres mitjans. Aquestes dades posen en evidència que és la conversa personal i familiar la que més hi perd en aquest tipus d'entorns mediàtics.

Quins drets esmentats per la Convenció tenen relació amb aquest particular ús dels mitjans? Òbviament el de la tutela de les famílies. La Convenció sobre els Drets de l'Infant estableix clarament que només un ús adequat dels mitjans que promogui el desenvolupament personal i que tingui en compte el grau de maduresa dels infants és positiu. I això depèn de la tutela i del paper actiu de les famílies en la configuració d'aquest ús. No obstant això, és evident que la creixent tendència a la personalització de la bombolla mediàtica, i l'escassíssima influència que hi tenen les famílies, posa en risc un dret fonamental dels infants.

La creixent tendència a la personalització de la bombolla mediàtica, i l'escassíssima influència que hi tenen les famílies, posa en risc un dret fonamental dels infants.

Internet i telefonia mòbil

Els nous mitjans que interfereixen amb la televisió són Internet i el telèfon mòbil i això aprofundeix la progressió cap a la personalització mediàtica. Els infants i adolescents consumeixen Internet durant gairebé dues hores al dia, cosa que, sumat parcialment l'ús de la televisió, ens dona un consum mediàtic proper a les 4 h amb aquests dos mitjans només. Des del punt de vista dels joves mateixos, aquest temps de bombolla mediàtica es fa en detriment d'altres activitats: «El 52,4% dels enquestats reconeix treure temps a activitats educatives (estudiar o llegir) per l'ús d'Internet. D'altra banda, el 33,4% (el 40,9% noies i el 32,4% nois) afirma treure temps a la televisió i el 23,6% als videojocs (el 20,2% les noies i el 26,3% els nois). Amb tot, gairebé el 15% afirma robar temps a la família i molt poc als amics» (Bringué, Sábada, 2009).

L'accés en relació amb el telèfon és gairebé universal a les edats adolescents. El 84% dels adolescents i joves el tenen —que augmenta a un 94% quan s'han complert els 16 anys—, i el 29% dels nens (Cf. Bringué X., i Sábada, Ch., 2009). El que sabem del seu ús, d'altra banda, és que serveix —en un 74% dels casos— per connectar-se amb el grup d'amics i d'iguals (tant mitjançant la parla com mitjançant missatges) i per escoltar música (64%). És difícil calcular el temps de consum d'aquest mitjà, però la seva versatilitat i mobilitat garanteix que el fan servir durant molts minuts i potser hores al dia i ho fan, especialment, al marge del consum televisiu, especialment pel que fa a consum musical.

D'una manera semblant a l'ús d'Internet, el telèfon ha permès invertir l'orientació de consum passiu de mitjans que la televisió havia imposat en dècades precedents. Els infants i adolescents, amb Internet i el telèfon, interactuen, es relacionen i emeten missatges amb diferent grau de creativitat, però, en qualsevol cas, enriqueixen les seves expressions. Per exemple, cada vegada són més el que usen el mòbil per fer fotografies i vídeos (entre el 71% i el 51% ho declara així).

Cal destacar que l'adhesió personal al telèfon mòbil i també a Internet és gran. Una cinquena part dels adolescents declara, per exemple, que ho passaria malament si hagués de viure dues setmanes sense telèfon mòbil (Bringué X. i Sábada, Ch: 2009).

Alguns estudis ens proporcionen dades sobre la relació entre uns mitjans i altres⁴. De la qual cosa cal deduir que l'ordinador tendeix a ser el mitjà competidor de la televisió clàssica, així com el consum de videojocs. Segons l'IDESCAT, el consum de la població infantil i adolescent (6-14 anys) en qüestió d'ús i consum dels principals mitjans seria la que expressa la següent taula:

Taula 1: Ús i consum de mitjans per part d'infants de 6-14 anys (2008)

	Televisió	Ràdio	Us ordinador	Videojocs
Audiència (distribució percentual)				
Cada dia o quasi cada dia	87,3%	24,15%	46,1%	20,5%
Més d'un cop per setmana	9,6%	12,9%	22,9%	24,7%
Companyia amb qui es consumeix (en taxes)				
Sol	95%	78,8%	96,1%	93,9%
Pare o tutor	88%	73,1%	64,9%	48,1%
Mare o tutora	91,7%	79,8%	62%	41,9%
Germans	79,5%	61,5%	61,3%	67,3%
Companyys	69,7%	41%	74,1%	73,1%
Altres persones	31,8%	14,2%	19,1%	24,3%
Grau en què trobaria a faltar el consum del mitjà (distribució percentual)				
Gens	5,4 %	25%	3%	3,9 %
Una mica	22,4%	45%	17,4%	25,7%
Molt	68,2%	28%	75,9%	68,7%

Font: elaboració pròpia a partir d'IDESCAT (2010)

Els infants i adolescents catalans dediquen unes quatre hores diàries a la seva connexió mediàtica orientada a dues finalitats: a l'entreteniment, a la relació social amb el grup d'iguals xarxes socials.

Per altra banda, les xarxes socials són un dels usos més populars entre la població infantil i juvenil⁵. Segons l'Informe Generación 2.0, els nens i nenes catalans prefereixen Facebook (75,2%), seguit de Fotolog (15%) i en tercer lloc, Tuenti (5,1%), a diferència de la majoria de comunitats, que prefereixen la xarxa social Tuenti (80%). En general, no perceben que la seva participació a les xarxes socials tingui cap influència negativa en les seves relacions personals i familiars, tot i que sí que reconeixen que els seus pares solen comentar-los que no haurien d'estar tan «connectats».

Tot indica, doncs, que els infants i adolescents catalans dediquen unes quatre hores diàries —si no més— a la seva connexió mediàtica, i ho fan en un entorn tecnològic fix i mòbil a la vegada on diverses plataformes —televisor, ordinador, telèfon...— s'alternen en espais i moments diversos. Però el més significatiu d'aquesta situació és la seva funcionalitat: gairebé tota està orientada a dues finalitats: a) consum de continguts lligats a l'entreteniment —música, telefilms, pel·lícules, etc.—; b) a la relació social amb el grup d'iguals a través de les denominades xarxes socials.

3. Riscos en l'ús dels mitjans

Més enllà del seu consum i ús, el que ens interessa saber és com afecta els drets de l'infant el seu especial ús dels mitjans, quins són els riscos que troben a la xarxa, quin tipus de continguts creen i consulten amb assiduitat, i, en definitiva, quina és la seva capacitat crítica davant la bombolla individual en la qual viuen. Una pista possible per omplir la llacuna informativa ens la proporciona Sonia Livingstone, amb el seu estudi europeu Eukids Online⁶ on enumera tots els riscos, i tots afecten els drets de l'infant:

1. **Bullying: assetjament entre iguals mitjançant l'ús de la violència psicològica, el maltractament verbal i la humiliació.**

L'assetjament entre iguals és un dels riscos habituals a Europa. El 6% d'infants entre 9 i 16 anys ha rebut missatges violents i nocius i un 3% reconeix haver enviat aquest tipus de missatges. Segons les dades de l'estudi, més del 60% que ha protagonitzat un acte de *bullying* (online o offline) n'havia estat víctima prèviament. Això ens indica que el cicle de violència s'autoalimenta i requereix accions precises per trencar-lo i reconduir-lo cap a activitats de convivència i respecte.

4. IDESCAT (2010). «Enquesta de consum i pràctiques culturals infantils 2007-2008». Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a <http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/catalog/pdfdocs/ecpci2007-08.pdf>, consultat el 15 setembre del 2011.

5. Sánchez, A. i Fernández, M. Poveda (2010). «Informe Generación 2.0. Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas». Universidad Camilo José Cela.

6. <http://www2.lse.ac.uk/media/lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>, consultat el 19 de setembre de 2011. Totes les dades es refereixen a Europa, però poden haver coincidències amb els catalans en alguns casos.

2. Pornografia: consum de vídeos sexuals online.

El 14% dels infants entre 9 i 16 anys havia vist imatges sexuals en els últims dotze mesos a Internet. Un de cada tres infants afirmava que aquestes imatges els incomodaven.

3. Sexting: enviament de missatges, fotos i vídeos de contingut sexual, realitzats pels menors mateixos i d'ús coactiu en alguns casos.

El 15% d'adolescents entre 11 i 16 anys confirma haver rebut missatges o vídeos sexuals per part d'iguals i un 3% afirma haver-ne enviat. Quatre de cada deu adolescents han bloquejat les persones que els han enviat aquests missatges, i de vegades el fet de recuperar el control els ha ajudat a superar aquesta situació.

4. Trobades amb persones conegudes online únicament.

El 30% de menors d'edat a Europa ha parlat via online amb persones que no coneixien. Conversar amb una persona estranya es percep com un risc, però també com una activitat divertida. El 6% va acudir a la cita amb la persona coneguda únicament en línia, i d'aquest percentatge, un de cada nou es va sentir molest amb el que va succeir durant la cita.

5. Altres riscos: consum de continguts perjudicials.

El 21% d'adolescents europeus (11-16 anys) ha estat exposat a un o diversos continguts perjudicials o ofensius, en concret, el 12% ha consultat contingut sobre odi; el 10%, pàgines pro anorèxia; el 7%, sobre com autolesionar-se, un altre 7%, en relació amb consum de drogues, i el 5%, continguts relacionats amb el suïcidi.

En el context català, insistim, tenim poques investigacions específiques sobre els riscos que pateixen els infants i adolescents i el tipus de continguts que consulten i creen. En qualsevol cas, esmentarem dues investigacions que han posat sobre la taula la necessitat d'investigar sobre els riscos i oportunitats del seu consum mediàtic quotidià.

Segons l'informe liderat per Protégeles (2002)⁷, un 44% dels nens i nenes s'ha sentit assetjat sexualment a Internet alguna vegada i entre ells, un 11% va reconèixer haver patit aquesta situació diverses vegades. El 54,5% assegurava no haver rebut cap informació sobre les normes bàsiques de seguretat en línia. Aquest últim percentatge pot variar actualment a causa de la posada en marxa de diverses campanyes de sensibilització, com ara la liderada per Internet Segura⁸ o CESICAT a Catalunya. Però encara queda molt per fer.

Sobre els continguts que consulten els nois i noies, les dades són les següents: Un 28% accedeix a pàgines pornogràfiques, un 38%, a pàgines de contingut violent, un 16% consulta continguts racistes i/o xenòfobs. Una de les llacunes que s'identifiquen és l'absència de dades sobre consultes d'un altre tipus de continguts, és a dir, per exemple, continguts que potenciïn la creativitat o la convivència entre cultures. Seria interessant també analitzar-los, per conèixer millor la realitat dels continguts que busquen, consumeixen i creen a la xarxa.

A Catalunya, l'últim estudi realitzat per la Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya⁹ revela que el 15,5% ha patit alguna de les tipologies de *ciberbullying* identificades en l'enquesta. Les tipologies incloses en el qüestionari eren: publicació d'imatges seves sense el seu consentiment, atacs verbals sobre la seva persona en xarxes socials, missatges amenaçadors al seu correu electrònic o usurpació de la identitat. Com es pot comprovar, el percentatge de ciberbullying a Catalunya és superior a la mitjana europea, situada en el 6%, (encara que no es pot descartar que sigui per un efecte metodològic).

Com afecta el panorama descrit als drets dels infants? La conclusió és clara: tots aquests riscos posen en perill el desenvolupament autònom dels nens i nenes; tots s'amplifiquen amb la molt escassa possibilitat de tutela que solen tenir les famílies i amb l'escassíssima regulació i intervenció dels poders públics sobre aquests. Tot això, en fi, ens situa davant un problema social important.

Tots aquests riscos posen en perill el desenvolupament autònom dels nens i nenes amb l'escassa possibilitat de tutela de les famílies i amb l'escassíssima regulació i intervenció dels poders públics.

7. DDAA (2002). Seguridad infantil y costumbres de los menores en internet. Informe realitzat per Protégeles, Defensor del Menor de Madrid i ACPI.

8. http://www.xtec.cat/internet_segura/, consultat el 19 de setembre del 2011

9. DDAA (2010). «Seguretat en l'ús d'Internet dels nois i noies de 8 a 14 anys, any 2010». Fundació Observatori de la Societat de la Informació per Catalunya.

En conseqüència, sembla evident la necessitat de promoure: una implicació més gran de les famílies i dels poders públics pel que fa a la bombolla mediàtica d'infants i adolescents, potenciar una formació que permeti als nois i noies identificar els riscos enumerats i ensenyar-los a autoprotegir-se'n¹⁰. Atès que el seu consum i ús mediàtic sol ser individual o en grup d'iguals, la importància de l'autoprotecció augmenta. Per això necessiten aquest tipus de formació per ser autònoms i sentir-se segurs en el seu ús mediàtic diari, què fer i com actuar davant de les situacions descrites. Cal incidir més en la formació crítica de l'ús mediàtic des de ben petits i al llarg de la vida.

4. Alfabetització mediàtica, un repte pendent

Els infants i adolescents amb grans habilitats tenen més probabilitats de trobar riscos, ja que com més es navega, més possibilitats de risc¹¹. La investigació esmentada també incideix a emfatitzar que l'entorn en línia no està pensant per als infants i que hi ha la necessitat de promoure l'adquisició d'habilitats que els permetin reduir les probabilitats de risc en la seva experiència en línia.

L'alfabetització mediàtica és avui un repte pendent que facilitaria l'adquisició d'aquestes habilitats. Segons la Comissió Europea és la competència que permet accedir als mitjans, comprendre i exercir un esperit crític cap als diferents aspectes del contingut dels mitjans de comunicació, a més de ser capaç de crear continguts en una varietat de contextos. La Comissió Europea la considera com un factor clau en la promoció d'una ciutadania activa en l'actual societat de la informació. Els nens i les nenes necessiten rebre formació des de ben petits en aquesta competència. Cal impulsar polítiques compromeses amb el desenvolupament d'aquesta competència en cada un dels països d'Europa. Primer cal conèixer quin és el nivell d'alfabetització mediàtica de cada país. Segons un estudi¹², els criteris principals per avaluar-lo es classifiquen en dos: factors de l'entorn (disponibilitat de mitjans i context) i habilitats individuals (competències socials i individuals).

En segon lloc, saber el nivell d'alfabetització mediàtica també ens permet inferir quines són les actuacions necessàries que cal implementar per millorar l'alfabetització mediàtica d'un país. Els resultats de les investigacions demostren que si bé podem obtenir dades dels diferents criteris definits, la competència personal relacionada amb la lectura crítica és la que menys dades obté a tot Europa, i la que cal investigar més¹³. Aquesta competència es vincula amb la capacitat de comprendre i aplicar el pensament crític en l'ús dels mitjans de comunicació i en l'avaluació dels seus continguts.

El que ens cal saber més que mai és com els nois i les noies estan aplicant el pensament crític a la gestió de la seva pròpia bombolla mediàtica. Saben gestionar la informació, l'entenen i la processen? Coneixen quines són les conseqüències de segons quins usos? Diferencien les fonts d'informació i la seva veracitat? Elaboren missatges complexos? Identifiquen els riscos i saben com evitar-los? ...

No disposem de prou dades per poder avaluar el desenvolupament d'aquesta competència en els infants de Catalunya. El que sí que sabem és que la situació d'Espanya en general és preocupant. Segons els resultats de l'informe «Assessment of Digital Literacy PISA 2009»¹⁴, Espanya té un nivell bastant baix en lectura digital. Els i les adolescents de 15 anys, encara que són nadius digitals, no dominen la competència necessària per avaluar la credibilitat de les fonts o prioritzar quines són les més rellevants en relació amb un text, així com altres competències tradicionals en lectura com són la comprensió i reflexió dels textos.

10. García, C; Pulido, C. (2010). «Internet y los abusos sexuales a menores. Herramientas para la transformación». Trabajo Social Global. Revista de Investigaciones en Intervención Social, 1 (2), 183-201

11. Segons una de les conclusions de l'estudi «Eukids Online»: Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., Ólafsson, K. (2010). Risks and safety on the internet: The perspective of European Children. Initial Findings. LSE, London: EU Kids Online.

12. Pérez Tornero, José Manuel; Celot, Paolo; Varis, Tapio (2009). «Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels». Brussels: European Commission. Disponible en: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm, consultado el 19 de septiembre del 2011.

13. Pérez Tornero, JM; Baena, G.; Fernández, N.; Giraldo, S.; Paredes, O., Tejedor, S. (2010). «Trends and Models of Media Literacy in Europe: Between Digital literacy and Critical Understanding». Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 40, 85-100.

14. http://www.oecd.org/document/0/0,3746,en_32252351_46584327_48162176_1_1_1_1,00.html, consultat el 19 de novembre de 2011.

5. Propostes

Els infants i adolescents viuen avui la seva realitat a partir de la immersió en una bombolla mediàtica que, amb independència dels avantatges i inconvenients que genera, el seu efecte més directe és que sol impedir l'exercici efectiu de tutela per part de famílies, educadors i poders públics. La realitat essencial en els nens i nenes catalans es que viuen en contacte directe amb els mitjans i les xarxes socials, sense la mediació dels adults.

Una altra realitat, evident en el cas català, és que els infants han adquirit la major part de les habilitats tècniques per desenvolupar-se amb facilitat en aquestes noves tecnologies de la comunicació. Cosa que en si és positiva, però això no els priva de riscos i perills, atès, d'una banda, el seu nivell de maduresa, i de l'altra, que no han aconseguit encara desenvolupar un grau suficient d'autonomia personal i d'esperit crític i els falta consciència sobre l'ús que fan dels mitjans. En altres paraules, dominen la tècnica, però no saben avaluar ni aplicar un pensament crític en el seu consum i ús dels mitjans.

En aquest context, què poden fer els poders públics, adults i famílies? Des del nostre punt de vista, les accions positives haurien de plantejar-se l'objectiu de potenciar l'alfabetització mediàtica de la ciutadania en general i dels infants i famílies en particular i referir-se a dues dimensions fonamentals: les polítiques públiques centrades a millorar l'entorn mediàtic de infants i adolescents, i la promoció de la implicació de les famílies i adults en la tutela i acompanyament de l'ús que fan els infants dels mitjans.

Potenciar l'alfabetització mediàtica

L'educació en mitjans i l'alfabetització mediàtica es presenta com el recurs més bo per aconseguir el desenvolupament dels infants en relació amb els mitjans i defensar els seus drets. Per a això cal:

1. El desenvolupament d'un pla d'Educació en Mitjans integrat en tot el sistema educatiu pensat per a l'ensenyament obligatori i el no obligatori i que tingui per objecte desenvolupar l'esperit crític i la consciència dels infants i joves davant els mitjans, especialment davant la televisió, Internet i les xarxes socials.
2. Aquest pla d'educació en mitjans hauria d'anar acompanyat d'un esforç continu de formació en la matèria a educadors i famílies, així com de campanyes públiques específiques en què haurien de col·laborar tots els mitjans de comunicació i centres educatius.
3. La promoció de mecanismes de formació preventiva en els assumptes i matèries de risc relacionats amb els mitjans de comunicació amb un esforç especial als col·lectius més vulnerables a aquests riscos.
4. La creació d'observatoris, centres de recursos virtuals i físics i centres de formació que assegurin un bon funcionament de les activitats d'educació en mitjans.

Polítiques per millorar l'ambient mediàtic dels nens i nenes

Amb l'objectiu d'estimular i promoure un entorn adequat per a la producció i el consum de continguts, programes i la construcció de serveis adequats als interessos i necessitats dels nois i noies tant pel que fa a la iniciativa privada com a la pública. Això passa per iniciatives com les següents:

1. El suport a la producció de programes per a infants per part dels serveis públics audiovisuals. Aquesta producció hauria d'estimular específicament la participació dels infants i ser l'àmbit adequat per facilitar-ne l'expressivitat i creativitat.
2. Una regulació adequada que exigeixi el compliment dels drets dels infants en els mitjans privats. Aquesta regulació ha de promoure l'autoregulació i la coregulació, en què participin mitjans, organitzacions cíviques i nens i nenes.

Els nois i noies dominen la tècnica, però no saben avaluar ni aplicar un pensament crític en el seu consum i ús dels mitjans.

Es tracta, amb el respecte degut a la llibertat i autonomia dels nens i nenes, d'orientar-los en la relació amb els mitjans i acompanyar-ne l'experiència mediàtica.

3. Potenciació de festivals, premis i altres formes de reconeixement i d'identificació d'exemples destinats a estimular la producció i el consum de productes i serveis de qualitat acompanyat de serveis d'assessoria i d'orientació de l'ús i del consum.
4. Promoció de formació específica destinada als adults amb responsabilitat sobre la infància i als professionals del sector. Aquesta formació ha de capacitar tant per produir com per orientar el consum i l'ús dels mitjans per part de nens i nenes.
5. Promoció de la investigació i el seguiment sistemàtic de les qüestions que afectin la relació infants-mitjans de comunicació.
6. Potenciar l'intercanvi de bones pràctiques en matèria d'educació en mitjans entre les organitzacions d'un país i entre diferents països.

Implicació dels tutors i famílies en els usos mediàtics dels

Es tracta, amb el respecte degut a la llibertat i autonomia dels nens i nenes, d'orientar-los en la relació amb els mitjans i acompanyar-ne l'experiència mediàtica. Per a això, caldria:

7. Promoure l'atenció dels tutors i famílies sobre la importància de l'ús mediàtic dels nens i nenes.
8. Promoure, mitjançant associacions de pares i mares i altres àmbits, la formació específica dels adults en la matèria.
9. Regular sistemes d'alerta, vigilància, orientació i prevenció en matèria de menors i mitjans destinats especialment a les famílies. Tal com es recull en l'Audiovisual Media Services Directive, cal promoure iniciatives d'alfabetització mediàtica per assegurar l'eficàcia i seguretat en l'ús dels mitjans per part de totes les persones.

6. Bibliografia

AAVV (2002). *Seguridad infantil y costumbres de los menores en internet*. Informe realizado por Protégeles, Defensor del Menor de Madrid y A.C.PI

AAVV (2010). Seguretat en l'ús d'Internet dels nois i noies de 8 a 14 anys, any 2010. Fundació Observatori de la Societat de la Informació per Catalunya.

Bringué X., & Sábada, Ch.: *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*, Madrid, Fundación Telefónica & Ariel, 2009.

García, C; Pulido, C. (2010). Internet y los abusos sexuales a menores. Herramientas para la transformación. *Trabajo Social Global. Revista de Investigaciones en Intervención Social*, 1 (2), 183-201

IDESCAT (2010). Enquesta de consum i pràctiques culturals infantils 2007-2008. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a; <http://www.idescat.cat/cat/idescat/publicacions/catalog/pdfdocs/ecpci2007-08.pdf>, consultat el 15 setembre del 2011.

Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., Ólafsson, K. (2010). *Risks and safety on the internet: The perspective of European Children*. Initial Findings. LSE, London: EU Kids Online.

Pérez Tornero, José Manuel; Celot, Paolo; Varis, Tapio (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. Brussels: European Commission. Disponible: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm, consultado el 19 de septiembre del 2011.

Pérez Tornero, JM; Baena, G.; Fernández, N.; Giraldo, S.; Paredes, O., Tejedor, S. (2010). Trends and Models of Media Literacy in Europe: Between Digital literacy and Critical Understanding. Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 40, 85-100.

Sánchez, A. & Fernández, M. Poveda (2010). *Informe Generación 2.0. Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. Universidad Camilo José Cela.

Turkle, Sherry (2010), *Alone Together. Why expect more from technology and less from each other*, New York, Basic Books.

Estudi Europeu EUKIDS ONLINE: <http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>

Internet Segura: http://www.xtec.cat/internet_segura/

PISA 2009 assessment of digital literacy - list of participating countries and economies:
http://www.oecd.org/document/0/0,3746,en_32252351_46584327_48162176_1_1_1_1,00.html ■