

MENORES Y OCIO DIGITAL EN EL SIGLO XXI. ANÁLISIS EXPLORATORIO DE PERFILES DE USUARIOS DE VIDEOJUEGOS EN ESPAÑA

*Children, Teens and digital Entertainment in the 21st Century.
Exploratory Analysis of Video-Game User Profiles in Spain*

XAVIER BRINGUÉ SALA
CHARO SÁDABA CHALEZQUER
ELENA SANJURJO SAN MARTÍN
Universidad de Navarra

Este trabajo aborda la importancia del juego infantil como elemento de desarrollo personal y social a través del estudio particular de una forma de ocio contemporánea con gran penetración entre los menores: los videojuegos.

La investigación se centra en una muestra significativa de menores, usuarios de videojuegos, de centros públicos y privados de todas las comunidades autónomas españolas. El objetivo del análisis es doble: por un lado, establecer una tipología de usuarios atendiendo a variables sociodemográficas, uso de otras pantallas como elemento lúdico —ocio transversal—, la dimensión escolar y académica y la implicación de la familia —básicamente del padre y la madre— en el uso de los videojuegos y sus posibles consecuencias. Por otro, el comportamiento de los distintos tipos de menores videojugadores en torno a dos dimensiones: el tiempo dedicado a las pantallas y al estudio, y la mediación familiar. Como resultado de la investigación se han obtenido ocho grupos distintos de videojugadores que se posicionan de forma diferenciada sobre las dos dimensiones citadas. El estudio confirma la hipótesis sobre la no uniformidad de los menores videojugadores atendiendo a las variables y dimensiones seleccionadas. Concluye con una serie de recomendaciones educativas acerca del papel del ocio digital en los menores y su relación con dos ámbitos de especial trascendencia: el académico y el familiar.

Palabras clave: *Juego infantil, Videojuegos, Adolescentes, Mediación familiar, Internet, Aprendizaje, Entretenimiento.*

Introducción

El juego infantil constituye una pieza fundamental en el desarrollo psicológico y social de los menores. De hecho, el estudio del juego como elemento educativo ha sido objeto de numerosos trabajos académicos con enfoques interdisciplinarios muy diversos. Al mismo tiempo la importancia del juego infantil se ha trasladado a otros ámbitos sociales. Quizá la expresión máxima de esta relevancia sea su inclusión como uno de los puntos esenciales de la Convención sobre los Derechos del Niño, aprobada por la ONU en 1989 y ratificada por el artículo 31 de la Convención sobre Derechos del Niño (Marín, 2009).

En este contexto, el estudio del valor del juego ha incorporado paulatinamente la importancia de los videojuegos como una nueva forma de ocio. Si bien el origen de esta tecnología se remonta a 1961, ha sido en las dos últimas décadas cuando ha experimentado su mayor desarrollo. Este crecimiento se ha reflejado también en la rapidez con la que esta nueva opción de ocio ha sido adoptada por los menores: el interés que los videojuegos suscitan entre este grupo de edad es global y afecta a ambos géneros por igual, se produce de forma cada vez más precoz y ocupa un tiempo cada vez más considerable en sus vidas (Bringué y Sádaba, 2009; Tolsá, 2012).

La relación entre los videojuegos y los menores viene determinada por multitud de elementos cuya integración en el ámbito investigador aporta importantes matices. Dicho de otro modo, desde los inicios del estudio académico de la realidad «generación digital» se ha procurado aportar conocimiento desde la tipificación de diferencias y similitudes sobre un amplio rango de variables. Uno de los objetivos presente en estos trabajos consiste en la definición de perfiles de usuarios que permitan conocer mejor los posibles grupos encontrados y las características individuales de sus miembros. Por ejemplo, Holloway & Valentine (2003)

agrupan a los menores usuarios de tecnología en perfiles como: *techno boys*, *lads*, *luddettes* y *computer competent girls* con el objetivo de comprender cómo el género interactúa sobre el uso de la tecnología y la competencia digital. Livingstone (2002) aporta una serie de categorías —*tradicionalists*, *low media users*, *screen entertainment fans* y *specialists*— con el objetivo de relacionar el uso concreto de la tecnología con factores sociales y culturales. Junto a esto, también encontramos el reciente estudio de Van den Beemt *et al.* (2010) que tipifica a los adolescentes usuarios de tecnología en cuatro grupos: *tradicionalist*, *gamers*, *networkers* y *producers*.

El presente estudio sigue la línea metodológica de los trabajos antes citados. Pretende establecer perfiles entre los menores usuarios de videojuegos mediante la consideración de variables que explican sus características individuales, y que están ampliamente recogidas en la elaboración de tipologías y perfiles en este ámbito. A continuación, se describe brevemente su pertinencia.

En primer lugar, atender a variables clásicas como el sexo y la edad de los videojugadores descubre realidades muy interesantes: entre los chicos predomina una mayor inversión de tiempo y también una mayor preferencia sobre contenidos de acción o deporte; las chicas, por el contrario, prefieren juegos de rol o de relación social. En referencia a la edad, ambos sexos manifiestan una gran dedicación de tiempo antes de los 12 años y después de los 17; la entrada en la adolescencia marca claramente un cambio de pautas en los hábitos de dedicación a esta pantalla (Hamlen, 2010).

Un segundo aspecto interesante es la consideración del videojuego como una pieza más que se integra dentro del panorama de ocio que han abierto las tecnologías digitales. Dicho de otro modo: una de las dimensiones básicas del consumo de pantallas por parte de los menores es la posibilidad de divertirse con ellas, ya sea con

una consola portátil, un juego *online* o el teléfono móvil. En este sentido, cada vez son más frecuentes los contenidos lúdicos multipantalla, que combinan incluso la posibilidad de ocio *online* y *offline*: juguetes clásicos que cuentan en la actualidad con una película sobre su historia y sus personajes, un videojuego o diversas aplicaciones para tabletas o para redes sociales (Lenhart y col., 2008).

Un tercer aspecto interesante en la realidad poliédrica del ocio digital infantil viene dada por las consecuencias que tiene la intensidad de esta preferencia en el ámbito educativo de los menores. Se cumple una vez más una vieja paradoja: los videojuegos pueden constituir un aliado de primer orden como herramienta educativa y, al mismo tiempo, dificultar o poner en riesgo el proceso de maduración de los menores en diversos aspectos como el desplazamiento del tiempo de estudio, la exposición a contenidos violentos, el aislamiento o problemas relacionados con la salud (Byron, 2008).

Por último, cualquier menor se caracteriza por su condición de sujeto dependiente que, en la mayoría de los casos, se encuentra bajo la tutela de sus progenitores. El uso de videojuegos afecta a las relaciones familiares y exige la adaptación del proyecto educativo familiar a esta faceta de ocio. El grado y tipo de influencia o mediación familiar sobre el uso de videojuegos puede ser determinante en las consecuencias, positivas o negativas, que tengan sobre los menores (Egenfeld-Nielsen, 2008).

En definitiva, el protagonismo del ocio digital entre los menores a través del uso de videojuegos tiene consecuencias educativas en múltiples facetas de sus vidas. Avanzar en el conocimiento de esta realidad exige, por un lado, no perder la visión de conjunto sobre lo que puede ser común y, por otro, afinar en las peculiaridades que matizan y determinan los retos educativos que nacen de la relación entre menores y videojuegos.

Objetivos del análisis

El primer objetivo del presente análisis es definir distintos perfiles entre los menores videojugadores en función de cuatro ejes: las características sociodemográficas, la transversalidad del ocio, el interés por los estudios y la implicación de la familia en la relación que sus hijos mantienen con las diversas pantallas.

La selección de estos ejes responde a diversos motivos. El eje *sociodemográfico* es un elemento clásico en ejercicios de segmentación y parece interesante incluirlo para ver en qué medida elementos como el sexo, la edad o variables familiares determinan tipos distintos de jugadores.

El segundo eje, que se ha calificado como *ocio transversal*, recoge el hecho de que el juego electrónico no está limitado a una única pantalla, y que uno de los grandes atractivos de las tecnologías interactivas para los menores es precisamente su disposición para el ocio y el entretenimiento (Izco, 2007; Pranchett, 2005). Tener en cuenta el uso de una o varias pantallas con fines lúdicos puede ser de gran interés para enriquecer la tipología resultante del análisis.

El objetivo educativo de este estudio determina en gran medida la elección de los dos siguientes ejes: el relacionado con los *estudios* y la *implicación familiar* en la relación con el uso de pantallas. El uso de videojuegos supone un consumo de tiempo que está compitiendo con el dedicado a otras actividades, entre las que se encuentra el estudio. Analizar en qué medida el reparto de tiempos define diferencias entre los videojugadores puede ser de gran interés para determinar cómo se relaciona o no un elevado uso de videojuegos con un menor tiempo dedicado al estudio y a las tareas escolares (Gee, 2008; Gros, 2008; Ito y Bittani, 2010; Sádaba y Naval, 2007). El interés demostrado por la familia en la relación que sus hijos establecen con la tecnología, manifestado en la existencia o no de prácticas de mediación y couso en las

distintas pantallas, es foco de numerosos estudios que relacionan la actitud de los padres con un mejor o peor aprovechamiento de las oportunidades que las tecnologías plantean (Livingstone, 2001, 2003; Eurobarómetro, 2008).

El otro objetivo de este análisis consistirá en estudiar cómo se comportan los distintos grupos en relación a dos dimensiones: tiempo y mediación familiar. Investigar las posibles agrupaciones de los clústers en la dedicación de tiempo a los videojuegos, a Internet y al estudio, puede ayudar a definir mejor la necesidad de desarrollar estrategias educativas diferenciadas para cada grupo. El papel de la mediación familiar y su impacto en la agrupación de los distintos clústers será útil para entender en qué medida el papel de los padres puede ser determinante en el tipo de videojugador.

Un último criterio a la hora de determinar la selección de los ejes de este trabajo ha sido que el cuestionario utilizado por el proyecto de Generaciones Interactivas, base de este trabajo, recogiera información suficiente sobre cada uno de ellos.

El análisis y la elaboración de los perfiles de menores videojugadores, y el estudio del comportamiento de los clústers en torno a las dos dimensiones de tiempo y mediación familiar tienen como finalidad comprobar las siguientes hipótesis de investigación:

- H1: Se pueden tipificar distintos perfiles de menores videojugadores desde variables sociodemográficas, relativas al uso de otras pantallas como elemento de ocio, sociodemográfico, ocio transversal, estudio e implicación familiar.
- H2: El tiempo y la mediación familiar son dimensiones que explican fuertes diferencias entre los posibles tipos de videojugadores y las características de sus miembros. En consecuencia, su consideración resulta fundamental desde una visión educativa de este fenómeno.

El análisis se realizará sobre el 59,66% de menores de 10-18 años que, según los datos obtenidos en la realización de la encuesta «Generaciones Interactivas en España» 2009, respondió afirmativamente a la pregunta 70: «Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?».

Metodología

Encuesta Generaciones Interactivas en España 2009. Muestra del análisis

Para la realización de este trabajo, se ha procedido al análisis de los resultados obtenidos por la encuesta «La Generación Interactiva: valoración y uso de pantallas en menores de 10 a 18 años», integrada dentro de los proyectos que desarrolla el Foro Generaciones Interactivas¹. Los datos, referidos a España, fueron recogidos entre marzo y junio de 2009². La muestra final estaba compuesta por 9.574 alumnos de entre 10 y 18 años y es representativa del universo de estudio tanto en la distribución por curso y edades, como en variables como el sexo, titularidad del centro educativo —público, concertado, privado— y comunidad autónoma.

La recogida de datos se hizo desde un panel de centros educativos que aceptaron participar tras una invitación aleatoria, sujeta a las características del muestreo antes citadas. Todos los centros participantes recibieron un usuario y contraseña únicos para completar los cuestionarios de forma controlada y protegiendo la identidad de los participantes, asegurando la participación anónima.

Para el presente análisis la muestra final válida, menores que respondieron afirmativamente a la pregunta 70 «Habitualmente, ¿sueles jugar con videojuegos o juegos de ordenador?», recoge 5.712 casos. De estos el 65,23% es de sexo masculino y el 59,3% pertenece al grupo de edad de 13-15 años (G2).

*Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España***TABLA 1. Muestra de estudio por sexo y edad**

	Masculino	Femenino	Total
G1: 10-12 años	738	497	1.235
G2: 13-15 años	2.209	1.182	3.391
G3: 16-17 y más	779	307	1.086
Total	3.726	1.986	5.712

Elección de las preguntas para el estudio desglosado de los escenarios

El estudio se aborda desde cuatro ejes con el objetivo de elaborar una clasificación de los videojugadores. A continuación se detallan las preguntas, incluidas en la encuesta, relacionadas con cada uno de los ejes.

En el caso del *eje sociodemográfico* la encuesta pregunta por el sexo, la edad, el número de hermanos, el tipo de hogar (monoparental o biparental) y el trabajo desempeñado por los progenitores.

Para el *eje de ocio transversal* se identificaron los siguientes ítems: tiempos medios dedicados a videojuegos e Internet entre semana y fin de semana; gasto medio en móvil; porcentaje de contenidos consultados y creados en el dispositivo móvil en relación al juego; posesión o no de juegos pirateados; uso y posesión de videoconsolas.

La encuesta también incluye información relevante para el *eje de estudios*: asignaturas aprobadas en la última evaluación; tiempos medios de estudio; actividad lectora; intervención de la familia en la elaboración de las tareas escolares.

Por último, para el caso del *eje implicación familiar* también hay información suficiente en el cuestionario: los menores han respondido sobre el interés que su familia manifiesta sobre su uso de las nuevas tecnologías, o la implementación de determinadas prácticas de mediación y couso en Internet, móvil y videojuegos.

De esta manera, se identificaron un total de 41 indicadores susceptibles de aportar información relevante para construir la tipología de videojugadores en función de los cuatro ejes seleccionados.

El siguiente paso consiste en analizar la selección hecha de indicadores con el objetivo de obtener una listado final menor en número, que explique el máximo de información o variabilidad total; para ello se ha optado por aplicar una técnica de reducción de información redundante.

Análisis de la información y segmentación de la muestra**Análisis factorial exploratorio. Selección de la información relevante**

La aplicación de un análisis factorial exploratorio tiene un doble objetivo: ordenar los 41 indicadores seleccionados según el grado de importancia de la información que cada uno de ellos contiene, y realizar una nueva clasificación que seleccione aquellos indicadores que aporten la máxima información frente a los excluidos.

Como resultado de este proceso, los 41 indicadores iniciales quedaron finalmente reducidos a 25 después de 12 procedimientos iterativos. La variabilidad total explicada por el análisis osciló entre un 61% (primer proceso) y un 62% (último proceso). Los indicadores que finalmente se fijaron como más relevantes fueron los siguientes:

- 1) *Eje sociodemográfico* (3 indicadores): sexo del encuestado; grupo de edad al que pertenece³; nivel de conocimiento y uso de tecnologías atendiendo a la situación profesional de la madre y del padre⁴.
- 2) *Eje de ocio transversal*:
 - *Videojuegos* (4 indicadores): «número de consolas que tienes»; «uso real»⁵;

- «tiempo medio que dedicas a jugar entre semana»; y «tiempo medio que dedicas el fin de semana (ambas en minutos)».
- *Internet: (3 indicadores):* «¿juegas en Internet?»⁶; «tiempo medio que dedicas a Internet entre semana» y «tiempo medio que dedicas el fin de semana (ambas en minutos)».
 - *Móvil: (2 indicadores):* «¿juego con el móvil?»⁷; y «gasto medio mensual del móvil».
- 3) *Eje de estudios (2 indicadores):* «tiempo medio de estudio entre semana»; «tiempo medio que dedicas el fin de semana a los estudios»⁸ (ambas en minutos).
- 4) *Para el eje implicación familiar (10 indicadores):* «discuten tus padres contigo por el uso de Internet, móvil y videojuegos por separado»⁹; «cuando estoy conectado me preguntan qué hago, echan un vistazo, están en la misma habitación o me recomiendan sitios para navegar»; «el medio de pago de mi móvil es la tarjeta»; «tus padres saben de qué van los videojuegos con los que juegas»; «en Internet mis padres se sientan conmigo y me ayudan o hacemos algo juntos (compras, organizar viajes, escribir a la familia)»; «compañía de los padres en el uso de Internet y videojuegos frente a otros actores» (hermanos, amigos, uso individual, etc.); «papel los progenitores en el aprendizaje de Internet».

La tabla 2 ofrece los factores rotados del análisis factorial exploratorio definitivo, según el método de normalización Varimax con Kaiser.

Análisis clúster en dos etapas para clasificar los perfiles de videojugador. Segmentación de la muestra

Con el fin de obtener una distinción entre tipos de videojugadores, se aplicó la técnica de análisis

clúster o agrupación, que persigue realizar grupos o clasificaciones en función de unos criterios determinados. El análisis en dos etapas es adecuado para estudios con un número de individuos grande —como es nuestro caso con 5.712 niños encuestados— y que podrían tener problemas de clasificación con otros procedimientos (análisis clúster jerárquico o k-means). Otra peculiaridad de esta técnica, y que es beneficiosa en este caso, es que permite trabajar conjuntamente con variables de tipo mixto (cualitativas y cuantitativas). Por otro lado, la aplicación de esta técnica va a permitir que, una vez obtenidos los grupos, se caractericen por ser homogéneos en su composición interna y heterogéneos frente al resto de grupos.

La clasificación se efectúa atendiendo a características afines identificables a partir de las variables utilizadas. El procedimiento se basa en un algoritmo que produce resultados óptimos si todas las variables son independientes, las continuas normalmente distribuidas y las categóricas multinomiales, como es nuestro caso. La técnica se divide en dos etapas. En la primera se efectúa un preclúster cuya clasificación se utiliza para la segunda etapa en la se procede a un clúster de tipo jerárquico.

Tras la aplicación de este análisis la muestra final clasificada fue de 3.327 casos. Como resultado final de la segunda etapa de clasificación quedan definidos los siguientes grupos o clústers:

- El clúster 1, los *internautas*, está compuesto por chicos adolescentes de entre 16 y 18 años que han asimilado Internet en sus vidas de forma rutinaria. Estudian poco y su familia no presta mucho interés por su relación con las TIC. Supone el 14,2% de la muestra final combinada.
- El clúster 2, los *videojugadores*, está formado por chicos de 13 a 18 años con equipamiento alto de consolas, con gran dedicación a las mismas y un uso también

Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España

TABLA 2. Selección de factores

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
	Mediación tipo II Internet y videojuegos	Dedicación a los videojuegos	Dedicación a los estudios	Mediación tipo I Internet móvil y videojuegos	Dedicación a Internet	Uso real-equipamiento consolas	Conocimiento TIC de los padres	Mediación de tipo II móvil	Juego en Internet y móvil por sexo y edad
Sexo	0,118	-0,441	0,228	-0,014	0,251	0,155	-0,097	0,087	0,501
Grupo de edad	-0,282	-0,143	0,031	-0,030	0,301	0,168	-0,010	0,008	-0,574
Profesión del padre	-0,037	-0,013	0,090	-0,042	-0,023	-0,029	0,763	0,022	0,027
Profesión de la madre	0,015	-0,063	0,008	0,063	0,027	-0,026	0,765	0,012	-0,033
Poseción videojuegos	0,109	0,251	-0,042	0,097	-0,026	-0,771	0,031	0,108	-0,043
Uso diferentes consolas	0,100	0,174	-0,012	0,136	-0,049	0,814	-0,044	0,012	-0,026
Tiempo uso videojuegos L-V	-0,009	0,735	-0,065	0,052	0,229	-0,011	-0,102	0,056	0,038
Tiempo uso videojuegos S-D	0,015	0,782	0,047	0,051	0,177	-0,024	-0,012	-0,039	0,020
Juego en Internet	-0,155	0,004	-0,037	-0,045	-0,065	0,066	0,030	-0,064	0,735
Juego con el teléfono móvil	-0,029	0,174	-0,060	-0,089	-0,162	0,140	0,052	0,062	0,591
Gasto mensual en teléfono móvil	-0,035	0,078	-0,026	0,095	0,070	-0,040	0,024	0,737	0,120
Tiempo uso Internet S-D	-0,032	0,143	0,063	0,064	0,787	-0,059	0,054	0,014	-0,080
Tiempo uso Internet L-V	-0,055	0,231	-0,158	0,029	0,703	0,035	-0,067	0,068	-0,076
Tiempo estudio S-D	0,069	-0,036	0,887	-0,011	-0,037	-0,009	0,115	-0,012	-0,024
Tiempo estudio L-V	0,055	-0,029	0,891	-0,045	-0,017	0,020	0,007	-0,014	0,017
Discusión por los videojuegos	0,021	0,253	-0,003	0,681	-0,158	-0,003	0,062	-0,121	-0,080
Mediación activa en los videojuegos	-0,065	-0,065	0,005	-0,303	0,048	0,058	0,083	-0,138	0,074
Couso en videojuegos	0,514	0,183	0,030	0,068	-0,094	0,126	0,005	0,078	-0,027
Mediación activa sobre el teléfono móvil	0,010	0,056	-0,004	0,019	0,020	0,027	-0,047	-0,749	0,141
Discusión por el teléfono móvil	0,036	-0,046	-0,015	0,658	0,072	0,063	-0,063	0,320	0,037
Couso en Internet	0,676	-0,057	0,032	-0,059	0,016	-0,044	0,005	-0,040	-0,167
Compañía en Internet	0,593	0,004	0,015	-0,072	-0,106	-0,001	-0,001	0,013	0,092
Aprendizaje en Internet	0,310	0,074	0,020	-0,078	-0,103	0,015	0,533	0,111	0,293
Mediación activa en Internet	0,618	-0,158	0,070	0,124	0,139	-0,126	-0,040	-0,083	0,079
Discusión por Internet	-0,039	-0,110	-0,050	0,705	0,273	0,002	0,040	-0,077	0,015

alto del teléfono móvil e Internet. Son los que menos estudian y su familia tan solo muestra un leve «interés» por el móvil o Internet. Supone el 13,9% de la muestra final.

- Los *usuarios primarios* constituyen el clúster 3: está formado por chicos de edades preadolescentes y adolescentes (10 a 15 años) que juegan poco a los videojuegos y hacen un uso bajo del teléfono móvil. Estudian como la media y su familia mantiene «un interés» intermedio en su relación con Internet (14,8% de la muestra).
- El clúster 4, *heavy-users multiplataforma*, está compuesto por chicos y chicas de edad preadolescente (10-12 años) que juegan mucho con Internet; en el caso de los videojuegos, usan un número de consolas superior al que poseen. Hacen también un uso alto del teléfono móvil. Son buenos estudiantes y su familia muestra un alto «interés» por las tres pantallas (6,8% de la muestra final).
- Los *profesionales del videojuego* forman el clúster 5 que se describe por reunir a chicos de todas las edades que juegan mucho: de forma exclusiva lo hacen con las videoconsolas y juegos de ordenador. Son malos estudiantes y su familia muestra un débil «interés» por la relación con las tres pantallas (11,8% de todos los clasificados).
- El clúster 6, *desencantados tecnológicos*, está formado por chicos de edades de 10 a 15 años con un nivel de equipamiento muy alto que no destacan por un uso elevado de ninguna de las pantallas. Son estudiantes normales con «un interés» alto por parte de la familia en la relación de su hijos con Internet (11,3% de la muestra final).
- Las *chicas light* constituyen el clúster 7. Son chicas de todas las edades que no destacan por un uso elevado de ninguna de las pantallas. El equipamiento de consolas es muy bajo, lo cual queda

compensado por el juego en Internet. Son estudiantes normales con «un interés» alto por parte de su familia sobre su relación con Internet (15,9% de la muestra final).

- El último clúster es el de las *menores smart*: chicas de 10 a 15 años, muy buenas estudiantes, que no destacan por el uso de ninguna pantalla en particular y con un «interés» alto en Internet por parte de su familia (11,3% de todos los clasificados).

La comparación detallada de cada uno de los clústers en relación a los cuatro ejes de partida puede verse en la tabla 3.

Escenarios entre semana y en fin de semana. Análisis de los tiempos medios dedicados a pantallas; compañía y aprendizaje

Con el fin de validar la segunda hipótesis —en qué medida las dimensiones de tiempo y mediación familiar son significativas para señalar distintos comportamientos entre los clústers— se analizará, en primer lugar, el comportamiento de estos en relación a los tiempos medios dedicados entre semana y el fin de semana al estudio, a Internet y a los videojuegos. Las agrupaciones de clústers obtenidas suscitan un gran interés (ver gráfico 1).

El gráfico muestra tres grandes agrupaciones en el caso del tiempo medio que los menores dedican al estudio tanto entre semana como el fin de semana. La primera, clústers por debajo de la media, asocia a los grupos 2, 5 y 1, formados básicamente por chicos de 13 a 18 años. La segunda, en torno a los valores medios, reúne a los clústers 3, 6 y 7, compuestos tanto por chicos (de G1 y G2) como chicas de todas las edades. Y por último, la tercera, donde se dan los mayores tiempos medios de estudio tanto entre semana como el fin de semana (4 y 8) y que recogen a chicas y chicos (estos en menor proporción) únicamente de 10 a 12 años.

*Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España***TABLA 3. Tipología de menores españoles videojugadores**

Clúster	EJE 1: SOCIODEMOGRÁFICO <i>Sexo</i> <i>Edad</i> <i>Oficio padres-capacitación TIC</i>	EJE 2: OCIO TRANSVERSAL <i>Tiempo* Internet L-V</i> <i>Tiempo Internet S-D</i> <i>Tiempo videojuegos L-V</i> <i>Tiempo videojuegos S-D</i> <i>Juega móvil</i> <i>Juega Internet</i> <i>Uso efectivo</i>
Internautas	Mayoritariamente masculino. 31,6% de los chicos de 16 a 18. Progenitores con un oficio que les da un nivel intermedio de conocimiento TIC, algo más bajo en el caso del padre.	Tiempo en Internet entre semana: 107 minutos, el 2º más alto. Tiempo de uso de videojuegos entre semana: 79 minutos. Fin de semana: 98. No juegan en Internet ni en el móvil. Uso real de las consolas con las que juegan: igual a las que poseen (3).
Videojugadores	Mayoritariamente masculino. 15% de los chicos de 13 a 15 años y 17,3% de 16 a 18. Nivel de uso de TIC muy polarizado para ambos progenitores (muy bajo-bajo o intermedio-alto).	Tiempo fin de semana de videojuegos: 111 minutos, el segundo más alto. L-V, el tercero más elevado. No juegan en Internet ni el móvil. Uso real de las consolas con las que juega: igual a las que posee (4). Gasto medio mensual en móvil: 19,2 €, el 2º más alto.
Usuarios primarios	19,8% de los chicos de 13 a 15 años y 15,5% de 10 a 12 años. Padres con un oficio que les permite un nivel «alto» de conocimiento TIC.	Tiempo de videojuegos entre semana está entre los tres más bajos. El tiempo del fin de semana es similar para videojuegos e Internet: 103 minutos. Uso real de videoconsolas: menor del que se posee (3-4). Gasto medio mensual en móvil: 12,9 €, el más bajo.
Heavy-users multiplataforma	Chicos y chicas a partes iguales. 14,4% de los chicos de 10 a 12 años. Presenta la mayor dispersión en el nivel de TIC de ambos padres.	Tiempo a videojuegos entre semana y fin de semana: el mayor de todos los clústers. Juegan en Internet. Uso real de videoconsolas: dos veces mayor a las que posee (2-3). El mayor gasto medio en móvil: 20,5 €.
Profesionales del videojuego	Mayoritariamente masculino y de los tres grupos de edad por igual. El trabajo de los padres les da un nivel de conocimiento TIC bajo en el caso de la madre y bajo-intermedio en el caso del padre.	Tiempo a videojuegos entre semana: el segundo más alto. En fin de semana, tercer puesto. No hay juego en Internet ni en móvil. Uso real de las consolas con las que juega: igual a las que posee (3). Gasto mensual del móvil, en la media (14 €).
Desencantados tecnológicos	Mayoritariamente chicos de G1 y G2. Progenitores con un oficio que les otorga un nivel bajo o intermedio en el caso de la madre y bajo para el padre en conocimiento TIC.	Tiempo para Internet y videojuegos entre semana y el fin de semana: en torno a la media. Mayor posesión de consolas de todos los clústers (4). Gasto medio en móvil: 12 €, el más bajo.
Chicas light	Exclusivamente chicas de los tres grupos de edad. Padres con un oficio que les da un nivel intermedio de conocimiento TIC en el caso del padre y de bajo a intermedio en el caso de las madres.	Tiempo dedicado a los videojuegos entre semana y el fin de semana: ligeramente por encima de la media. Juegan en Internet. El número de consolas que poseen es el más bajo.
Menores smart	Exclusivamente chicas de los dos primeros grupos de edad. Padres con un oficio que les permite un nivel alto de conocimiento TIC.	Tiempo de videojuegos y de Internet: los más bajos entre semana y el fin de semana. Tiempos de uso de Internet, superiores a los de los videojuegos.

* Todos los tiempos están referidos al tiempo medio en minutos

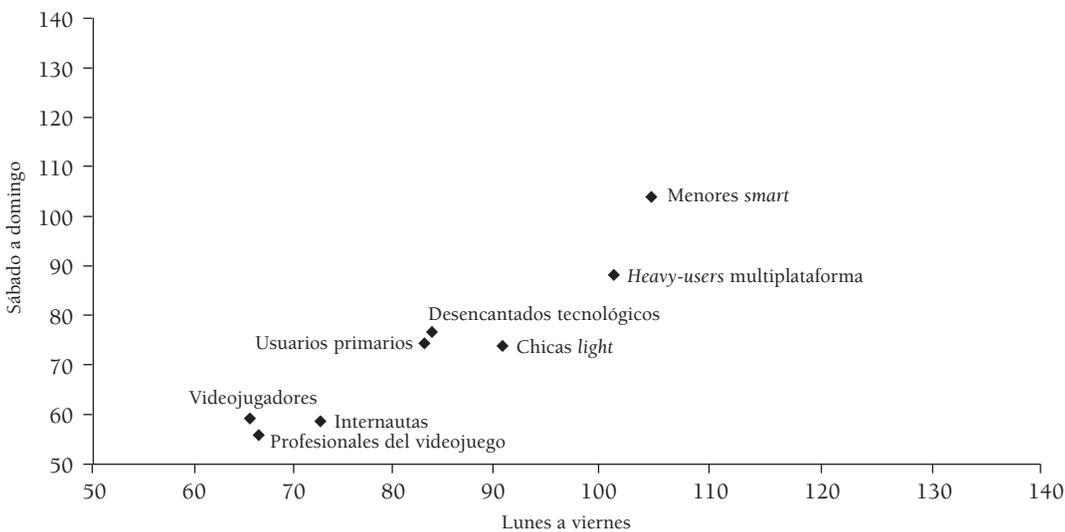
Xavier Bringué Sala, Charo Sádaba Chalezquer y Elena Sanjurjo San Martín

TABLA 3. Tipología de menores españoles videojugadores (cont.)

Clúster	EJE 3: ESTUDIO Tiempo de estudio L-V y S-D	EJE 4: FAMILIA. MEDIACION Mediación activa tipo I Mediación activa tipo II Couso en aprendizaje y/o compañía)
Internautas	Tiempo de estudio de S-D un 17,9% menor a la respecto a la media entre semana (71,6 minutos). Ambos tiempos sumados son los terceros más bajos.	No existe mediación activa de ningún tipo. No hay couso en ninguna pantalla.
Videojugadores	Tiempo de estudio L-V (65 minutos) y S-D (59 minutos) es el más bajo.	Sí hay mediación activa tipo I (Internet y videojuegos). Mediación activa tipo II polarizada en «ninguna o baja» para Internet y el móvil. No hay couso en ninguna pantalla.
Usuarios primarios	Tiempo de estudios entre semana y fin de semana coincide con la media global.	Existe mediación activa (tipo II) de intensidad intermedia únicamente en el caso de Internet. No se contemplan prácticas de couso en ninguna de las tres pantallas.
Heavy-users multiplataforma	Tiempo de estudio entre semana y el fin de semana, los segundos más altos.	Mediación activa de tipo II en las tres pantallas. Existe couso de nivel alto en Internet (compañía y aprendizaje) y en videojuegos. Son los niveles más altos.
Profesionales del videojuego	Tiempo de estudio entre semana y fin de semana, los segundos más bajos. El tiempo dedicado el fin de semana es un 15,3% menor al empleado de lunes a viernes.	No hay mediación activa tipo I. Sí una débil mediación activa de «tipo II» en todas ellas. No hay couso en ninguna de las tres pantallas.
Desencantados tecnológicos	Tiempos de estudio entre semana y el fin de semana coinciden con la media global.	Mediación activa «tipo II» en las tres pantallas. Presenta los niveles más altos de couso en compañía para Internet y en la media para aprendizaje y compañía de videojuegos.
Chicas light	Tiempo dedicado a los estudios entre semana (89 minutos) en la media.	Existe mediación activa de «tipo II» intermedia en Internet. No se da couso.
Menores smart	Igual nivel de estudio entre semana y fin de semana (103 minutos). Los tiempos más altos.	Existe mediación activa de «tipo II» alta en Internet. No hay discusión sobre ninguna de las tres pantallas. Couso en Internet en aprendizaje con carácter alto.

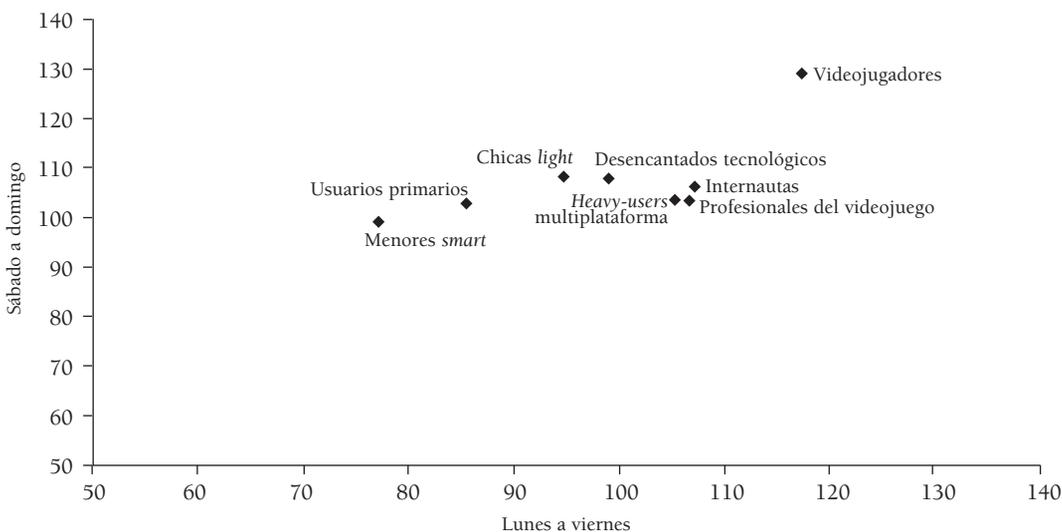
Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España

GRÁFICO 1. Tiempo medio dedicado a los estudios entre semana vs. fin de semana



Nota: los tiempos medios de estudio son respectivamente: De «lunes a viernes» es 81 y de «sábado a domingo» es 72,3.

GRÁFICO 2. Tiempo medio dedicado a Internet entre semana vs. fin de semana



Nota: los tiempos medios de Internet son respectivamente: De «lunes a viernes» es 98,8 y de «sábado a domingo» es 108.

Xavier Bringué Sala, Charo Sádaba Chalezquer y Elena Sanjurjo San Martín

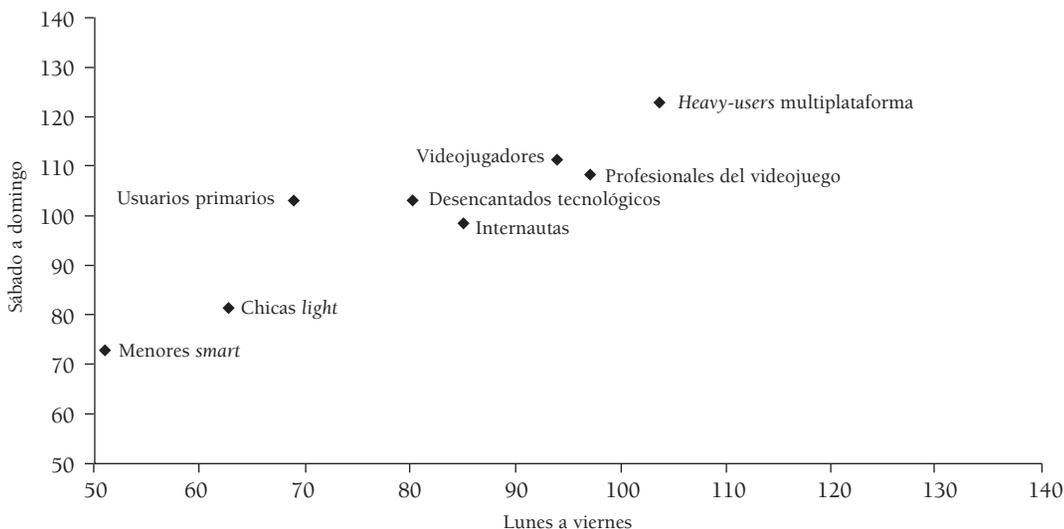
En el caso del tiempo dedicado a Internet, se aprecian en el gráfico cuatro agrupaciones. Con el consumo de la red más moderado tanto de lunes a viernes como en fin de semana, están los clústers 8 y 3, compuestos por chicas y chicos con edades de 10 a 12 años (hasta 15 en el caso de ellos). En segundo lugar, los grupos 7 y 6, con consumos muy similares entre sí; en tercer lugar se agrupan los clústers 4, 5 y 1, que destacan frente a los anteriores por un mayor consumo de Internet entre semana y donde se encuentran chicos de todas las edades y chicas del grupo más joven; y el último compuesto únicamente por el clúster 2, con un clarísimo consumo de Internet respecto al resto, tanto entre semana como el fin de semana.

En lo que respecta al tiempo medio dedicado a los videojuegos se identifican cinco grupos. El primero está formado por los clústers que menos tiempo les dedican, tanto entre semana como el fin de semana: el 7 y el 8. Una peculiaridad de

esta agrupación es que está formada únicamente por chicas de los tres grupos de edad. El segundo grupo está compuesto por un único clúster (el 3, formado por chicos de 10 a 15 años), que, sin superar el valor medio global de tiempo dedicado a los videojuegos de lunes a viernes, sí lo hace el fin de semana. El tercero, en torno a valores medios, está formado por los clústers 1 y 6. Esta agrupación la constituyen chicos de todas las edades. En el caso de la cuarta agrupación se superan los valores medios (clústers 2 y 5). Están compuestos por chicos y en mayor porcentaje de 13 años en adelante. El último grupo, formado de nuevo por un único clúster, el 4, con los valores de consumo más altos, está formado por niños de 10 a 12 años.

Una vez analizado cómo se comportan los clústers frente a la dimensión tiempo, es el momento de comprobar si la mediación familiar también es susceptible de generar agrupaciones de interés entre los clústers.

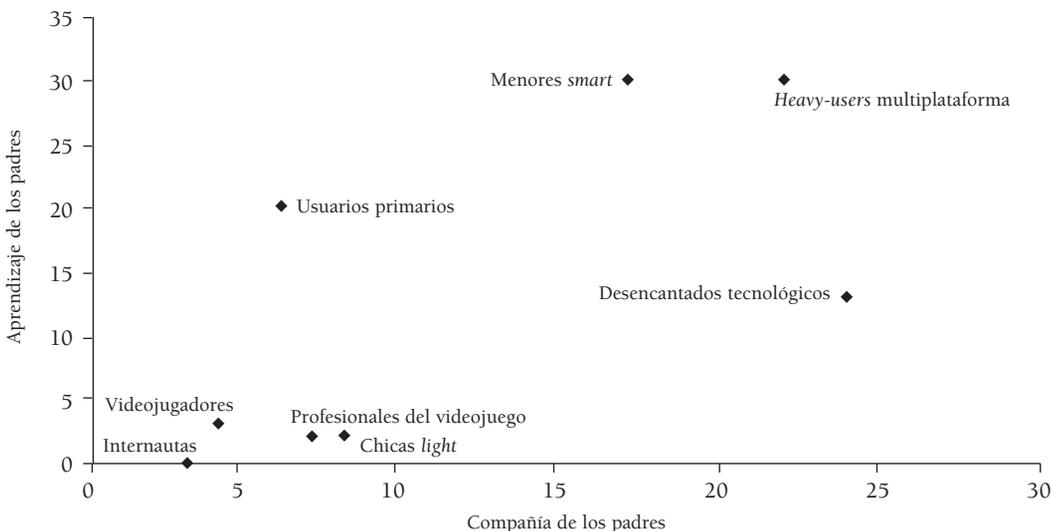
GRÁFICO 3. Tiempo medio dedicado al videojuego entre semana vs. fin de semana



Nota: los tiempos medios de videojuegos son respectivamente: De «lunes a viernes» es 78,6 y de «sábado a domingo» es 98,6.

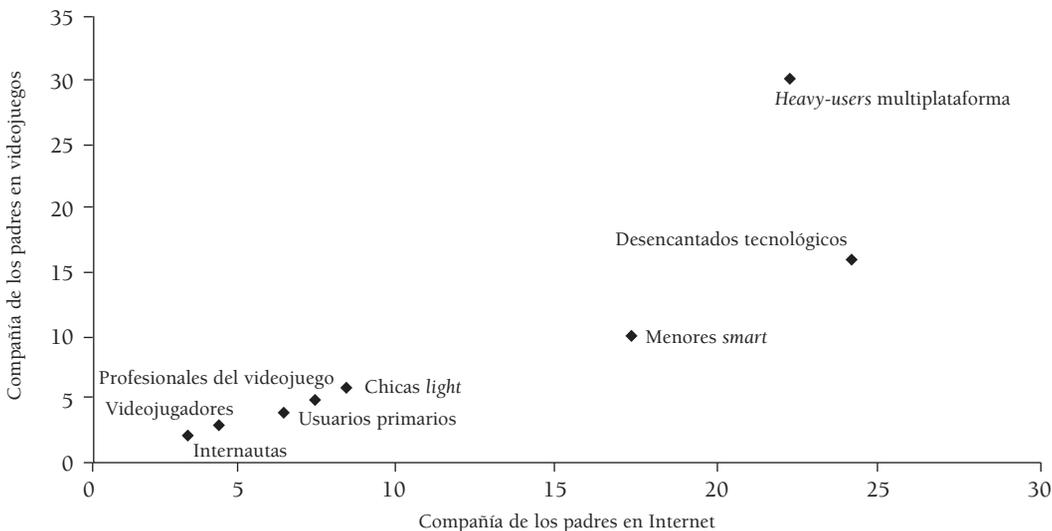
Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España

GRÁFICO 4. Relación compañía y aprendizaje en Internet



Nota: el tiempo medio de compañía y aprendizaje se encuentra en torno al 10%.

GRÁFICO 5. Relación compañía entre Internet y videojuegos



Nota: el tiempo medio de compañía y aprendizaje en Internet se encuentra en torno al 10%.

El gráfico muestra cuatro agrupaciones en función del comportamiento de los padres cuando acompañan y enseñan a sus hijos en Internet. El

primer comportamiento agrupa a la mitad de los clústers, y se define porque el porcentaje de compañía y aprendizaje manifestado por los padres

no supera los valores medios. Esta agrupación está formada por chicos y chicas de todas las edades. El segundo comportamiento (clúster 3) no supera la media global en compañía pero sí lo hace en aprendizaje. Este grupo se compone de chicos de 10 a 15 años. La tercera agrupación, con los valores medios más altos, reúne a los clústers 4 y 8, que recogen tanto a chicos como a chicas de las edades más tempranas (10 a 12 años). El último clúster, el 6, invierte la tendencia en comportamiento del 3: supera la media en compañía y se queda por debajo de la de aprendizaje. En este grupo encontramos a chicos de 10 a 15 años.

Si atendemos específicamente a la compañía de los padres mientras sus hijos usan Internet y los videojuegos se advierten en el gráfico 4 agrupamientos interesantes. El primero, el más numeroso está formado por los clústers 1, 2, 3, 5 y 7, en los que hay tanto chicos como chicas de los tres grupos de edad. Las otras tres agrupaciones, ambas con un único clúster son: el 8, por encima de la media en la compañía de los padres en Internet y está formado por las chicas de edades más tempranas; el 4 (chicos y chicas de 10 a 12 años), claramente por encima de la media en la compañía de los padres en el uso de ambas pantallas; y por último, el 6 (chicos de 10 a 15 años), donde la compañía en Internet de los padres supera a la que tiene lugar en el uso de los videojuegos.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en este estudio permiten llegar a las siguientes conclusiones en relación al uso de videojuegos como elemento de ocio infantil y sus posibles implicaciones educativas:

- Queda demostrada la validez de las dos hipótesis planteadas. Por un lado, la realidad «menores videojugadores» se presenta como no homogénea si se toman como criterio de clasificación variables

relevantes en el ámbito sociodemográfico, uso lúdico de otras pantallas, aspectos relativos al ámbito académico y el grado de implicación familiar. Por otro, los grupos obtenidos se posicionan de forma diferenciada sobre las dimensiones «tiempo dedicado a las pantallas y al estudio» y «mediación familiar en el uso de Internet y los videojuegos».

- La implicación de los progenitores no es un factor influyente en el uso de videojuegos como elemento de ocio infantil. El grado de presencia o ausencia de este factor no parece determinar la intensidad de uso. Analizando aquellos grupos que se posicionan por encima de la media en tiempo de uso durante todos los días de la semana encontramos las dos posibilidades: una débil influencia familiar —clústers «videojugadores» y «profesionales del videojuego»— o un alto grado de mediación por parte de los progenitores —«heavy-users multiplataforma»—.
- La edad y el sexo podrían ser factores de confusión en la conclusión anterior. Sin embargo, no parece ser así ya que el grupo «profesionales del videojuego» reúne casos de edades dispares de ambos sexos, rasgo último que también es compartido por el grupo «heavy-users multiplataforma».
- La dedicación al uso de videojuegos no es incompatible con un tiempo elevado de estudio. Esa posibilidad aparece exclusivamente en aquellos grupos con un alto índice de interés familiar. La eficacia de la intervención educativa de los progenitores para compatibilizar de forma correcta ambas actividades es una evidencia.
- Se demuestra la existencia de un ocio transversal: aquellos grupos con mayor uso de videojuegos muestran también un uso lúdico elevado de otras pantallas. Un ejemplo lo encontramos en los grupos de «videojugadores» y «heavy-users multiplataforma».

- Algunas de las consecuencias del ocio digital a través del uso de videojuegos pueden ser mediadas por factores educativos *offline*. En concreto, el grado de compañía y aprendizaje en familia —que expresa un interés o preocupación fundamental por la maduración de los menores— influye sobre aspectos que son claramente positivos como la correcta dedicación al tiempo de estudio o la incorporación natural de la tecnología en sus vidas.

Limitaciones e implicaciones

El interés evidente de las conclusiones alcanzadas por el presente análisis exige conocer las limitaciones a las que ha estado sujeto. Por un lado, el número y profundidad de las cuestiones planteadas a los menores encuestados determinó los 10 años como la edad mínima de

participación. En un futuro será interesante adaptar y adoptar una recogida de información similar entre niños de edades más tempranas, con el fin de valorar también la integración entre ocio *online* y ocio *offline*.

Por otro lado, el estudio tiene en cuenta las respuestas de los menores, directas sobre su uso y consumo e indirectas sobre el comportamiento de sus padres. Aunque el valor de esta información es evidente, cabría plantearse en el futuro una investigación que recoja las respuestas simultáneas sobre los mismos de padres e hijos en el ámbito de los videojuegos, como ya ha hecho el proyecto EUKids Online para el uso de Internet. El desarrollo de investigaciones que combinen este planteamiento transversal padres-hijos con otro longitudinal aportaría, sin duda, referencias válidas más universales para la implementación de nuevos proyectos tanto de investigación como de práctica educativa.

Notas

¹ www.generacionesinteractivas.org

² Los resultados globales de este estudio están disponibles en: Bringué, X., Sádaba, C. (2009) *La Generación Interactiva en España*. Colección Fundación Telefónica. Ed. Ariel, Barcelona.

³ G1: «10-12 años»; G2: «13- 15 años» y G3: «16 a 18 y más».

⁴ 1: «Desempleado o jubilado»; 2: «Trabaja en el hogar»; 3 «Desempeña un oficio»; 4 «Realiza un trabajo técnico o de nivel universitario».

⁵ Cociente entre la suma de videoconsolas que usa entre las que posee.

⁶ Asume dos valores 1 (Sí juego) y 0 (No juego). Para ambos se ha observado que el porcentaje que supone el uso de la aplicación del juego es superior al 25%.

⁷ Asume dos valores 1 (Sí juego) y 0 (No juego). Para ambos se ha observado que el porcentaje que supone el uso de la aplicación del juego es superior al 25%.

⁸ Presentaban seis posibles respuestas: 0 «Nada»; 30; 45,5; 90,5; 150,5 y 210,5 minutos.

⁹ Asume dos valores 1 (Sí hay discusión) y 0 (No la hay).

Referencias bibliográficas

- AGUADED GÓMEZ, J I. (2003). El reto de la educación ante la sociedad audiovisual. *Primeras noticias. Comunicación y pedagogía*, 187, 46-51.
- ALONSO-GETA, (2008). Los espacios del juego y el desarrollo cívico en la infancia. En S. BOIX, (ed.), *Crecer jugando*, 27-56.

- BRINGUÉ SALA, X.; SÁDABA CHALEZQUER, CH. (2009). *La Generación Interactiva en España*. Madrid: Ariel-Fundación Telefónica.
- BROSTRÖM, S. (2005). Transition problems and play as transitory activity. *Australian Journal of Early Childhood*, 30 (3).
- BYRON, T. (2008). *Safer Children in a Digital World: Full Report*. London: Department for Children, Schools and Families.
- EGENFELDT-NIELSEN, S., HEIDE SMITH, J.; PAJARES TOSCA, S. (2008). *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. Nueva York: Routledge.
- ETXEBERRÍA, F. (1998). Videojuegos y educación. *Comunicar*, 10, 171-180.
- EUROBARÓMETRO (2005). Flash Eurobarometer 248: Towards a safer use of the Internet for children in the EU -a parents perspective. Analytical report.
- GAUTHIER, A. H. (2004). Are parents investing less time in children? trends in selected industrialized countries. *Population and development review*, 30 (4), 647.
- GEE, J. P. (2003): *What video games have to teach us about learning and literacy*. Nueva York: Palgrave.
- GROS, B. (coord.) (2008): *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Grao.
- GROS SALVAT, B. (2009). Certezas e interrogantes acerca del uso de los videojuegos para el aprendizaje. *Comunicación* (7), 251-264.
- HAMLEN, K. R. (2010). Re-Examining Gender Differences in Video Game Play: Time Spent and Feelings of Success. *Educational Computing Research*, 43 (3), 293-308.
- HASTINGS, E. (2009). Young Children's Video/Computer Game Use: Relations with School Performance and Behavior. *Issues In Mental Health Nursing*, 30 (10), 638-649.
- HOLLOWAY, S. L. (2003). *Cyberkids: Children in the Information Age*. London, UK: RoutledgeFalmer.
- ITO, M. y BITTANTI, M. (2010). Gaming. En ITO, M. et al., *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, Estados Unidos: The MIT Press.
- JOVER, G., LÓPEZ, E. y THOILLIEZ, B. (2010). Presencia del juego y el juguete como recurso pedagógico en los colegios de Educación Primaria. Observatorio del Juego Infantil. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.
- LENHART, A., KAHNE, J., MIDDAUGH, E., RANKIN MACGILL, A., EVANS, C. y VITAK, J. (2008). *Teens, Video Games, and Civics: Teens' gaming experiences are diverse and include significant social interaction and civic engagement*. Washington D. C.: Pew Internet & American Life Project.
- LIVINGSTONE, S. (2002). *Young People and New Media*. London, UK, and Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- LIVINGSTONE, S. (2003). Children's Use of the Internet: Reflections on the Emerging Research Agenda. *New Media & Society*, 5 (2), 147-166.
- LIVINGSTONE, S. y BOVILL, M. (eds.) (2001). *Children and their changing media environment: a European comparative study*. Mahwah. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- MARIN, I. (2009). Jugar, una necesidad y un derecho. *Revista de Psicología, Ciències de l'Educació i de l'Esport*, 25, 233-249.
- ORTEGA RUIZ, R. (1996). El juego en la educación primaria. C&E. *Cultura y educación*, (1), 115-126.
- PRATCHETT, R. (2005). *Gamers in the UK: Digital play, digital lifestyles*. Tadworth, Reino Unido: estudio encargado por BBC Creative Research & Development.
- SÁDABA, CH. y NAVAL, C. (2008). Una aproximación a la virtualidad educativa de los videojuegos. *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 9 (3), 167-183.
- SEDEÑO, A. M. (2010). Videojuegos como dispositivos culturales: las competencias espaciales en educación. *Comunicar*, 34, 183-189.

Menores y ocio digital en el siglo XXI. Análisis exploratorio de perfiles de usuarios de videojuegos en España

- TEJEIRO, R. y PELEGRINA, M. (2003). *Los videojuegos: qué son y cómo nos afectan*. Barcelona: Ariel.
- TOLSA, J. (2012). *Los menores y el mercado de las pantallas*. Colección Generaciones Interactivas-Fundación Telefónica, vol. 5. Madrid: Foro Generaciones Interactivas.
- VAN DEN BEEMT, A. (2010). Patterns of interactive media use among contemporary youth. *Journal of computer assisted learning*, 27 (2), 103.

Abstract*Children, Teens and digital Entertainment in the 21st Century. Exploratory Analysis of Video-Game User Profiles in Spain*

The importance of play in the social and personal development of children has been recognized long ago. However, in the last decades new forms of entertainment such as video games have developed and became very popular among young people.

The aims of the analysis, which is based on a large sample of Spanish children and teen-agers under 18 who play video games, are twofold. First, it provides a typology of users considering socio-demographic variables, use of other screens (transversal leisure), academic outcomes, and the degree of family involvement (mainly parents) in the use of video games. Secondly, it examines the behavior of different types of children and teen-agers who play video-games considering two dimensions: the time they devote to playing and to study and family mediation.

Eight different types of video game users were identified confirming the hypothesis that the users are not a homogenous group in relation to the variables and dimensions used in the analysis. The article concludes with educational recommendations about the role of digital entertainment among young people in relation to academic performance and family life.

Key words: *Children play, Video games, Teenagers, Family relations, Internet, Learning, Entertainment.*

Résumé*Les enfants et les adolescents mineurs et les loisirs numériques au XXI siècle: une analyse exploratoire des utilisateurs de jeux vidéo en Espagne*

L'importance du jeu dans le développement personnel et social de l'enfant est reconnue depuis longtemps. Cependant, au cours des dernières décennies de nouvelles formes de divertissement, les jeux vidéo, se sont répandues très rapidement parmi les jeunes.

Cette analyse est basée sur un large échantillonnage d'enfants et d'adolescents espagnols en bas de dix-huit ans qui utilisent les jeux vidéo. L'objectif de l'analyse est double: 1) Établir une typologie des utilisateurs en se basant sur des variables sociodémographiques, sur l'usage d'autres types d'écrans (loisirs numériques) et sur les résultats académiques et l'implication de la famille (principalement des parents) dans l'utilisation des jeux vidéo; 2) Examiner le comportement des divers types d'enfants et d'adolescents impliqués dans ces jeux, en considérant deux axes: le temps consacré aux écrans et à l'étude, et la médiation familiale.

Huit groupes différents de joueurs ont été identifiés, confirmant ainsi l'hypothèse selon laquelle les joueurs ne sont pas un groupe homogène en fonction des variables et des axes utilisés dans

Xavier Bringué Sala, Charo Sádaba Chalezquer y Elena Sanjurjo San Martín

l'analyse. L'article termine par des recommandations éducatives concernant le rôle des loisirs numériques chez les mineurs en relation avec leur performance académique et leur vie de famille.

Mots clés: *Jeux, Jeux vidéo, Adolescents, Famille, Divertissements, Internet, Apprentissage.*

Perfil profesional de los autores

Xavier Bringué Sala

Licenciado en Ciencias de la Educación y doctor en Comunicación. En 1996 trabajó en la London School of Economics como Research Scholar. En la actualidad es profesor adjunto del Departamento de Empresa Informativa de la Universidad de Navarra. Miembro de la Society of Consumer Psychology, subdirector del Instituto de Ciencias para la Familia y subdirector del Departamento de Empresa Informativa, en la Universidad de Navarra. Preside el Consejo Académico Asesor del Foro Generaciones Interactivas.

Correo electrónico de contacto: jbringue@unav.es

Charo Sádaba Chalezquer

Profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, de la que es actualmente vicedecana de Posgrado y Relaciones Externas. En los últimos diez años ha trabajado en proyectos de investigación sobre niños, jóvenes y nuevas tecnologías, tema sobre el que ha publicado numerosos artículos y libros y dictado conferencias para padres, docentes y menores. Desde 2008 es directora de Investigación del Foro Generaciones Interactivas y desde 2009 experta independiente del programa Safer Internet de la Comisión Europea.

Correo electrónico de contacto: csadaba@unav.es

Elena Sanjurjo San Martín

Licenciada en Económicas y Doctora en Economía Aplicada por la Universidad de Navarra. Fue investigadora visitante en la London School of Economics. Docente durante seis años en el Departamento de Métodos Cuantitativos de la Facultad de C.C. Económicas de la Universidad de Navarra. Experta en desigualdad y bienestar regional, así como en tablas input-output. Ha trabajado para las consultoras Vialogoscopio de Caja Navarra-Banca Cívica e Infocenter. Actualmente desempeña un puesto de técnico estadístico en el Foro de Generaciones Interactivas.

Correo electrónico de contacto: esanjurjo@unav.es