

# NATIVOS DIGITALES: CONSUMO, CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES ONLINE

Dra. Ainhoa Fernández-de-Arroyabe-Olaortua, Dr. Iñaki Lazkano-Arillaga y  
Leyre Eguskiza-Sesumaga. Bilbao (España)

<https://doi.org/10.3916/C57-2018-06>

## INTRODUCCIÓN



**Internet y las redes sociales**, el acceso y uso de las nuevas tecnologías por parte de los **jóvenes** es un reto social, para padres y educadores, y un reto para la industria tecnológica.



**YouTube** lo más usado por los adolescentes con perfil de consumidores donde emplean nuevos patrones de uso, creación y difusión de contenidos audiovisuales.



**Entorno digital juvenil** ha sido muy investigado: nuevos contenidos audiovisuales, videojuegos o «youtubers». Así como su actitud frente al teléfono móvil.

## OBJETIVO Y METODOLOGÍA



Definir los hábitos de consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales en Internet de los adolescentes guipuzcoanos en dos ámbitos, el del ocio y el escolar, poniendo el foco en las diferencias de género, curso y tipo de centro (público-privado).

Se observa: –qué producen y cómo– y su difusión –qué plataformas, redes de mensajería utilizan– en cada ámbito.



Cuestionario autorrellenable de 100 preguntas, la mayoría, de respuesta múltiple, divididas en seis bloques.

2.426 adolescentes (de 12 a 16 años), estudiantes de los cuatro cursos de ESO en Guipúzcoa.

**Muestra:** 60 centros. 120 grupos (2 grupos de diferente curso por centro), 30 por cada curso.

Realizada entre diciembre de 2016 y enero de 2017. En presencia del tutor/investigador. Duración: 45 minutos.

## RESULTADOS



El **género** define el consumo, la creación y la difusión de contenidos en el ocio.

El **tipo de centro** en el uso escolar.

El **curso** refleja la evolución de las tendencias de consumo, creación y difusión.



## CONCLUSIONES



El ocio es el ámbito preponderante en el consumo, creación y difusión de contenidos de los adolescentes.



La gran mayoría de los jóvenes carece de capacidad crítica para producir audiovisuales, a pesar de contar con las destrezas y los medios técnicos a su alcance.



Los patrones de consumo masculinos y femeninos son opuestos entre sí y condicionan la tipología de productos que consumen en Internet, la cual, proyectan directamente en los contenidos que generan y en la manera en la que los comparten.

# Comunicar

[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)