

**Resumen de la ponencia a presentar en el
22º SEMINARIO DE TELEVISIÓN – 116º Seminario AEDEMO.
Sevilla, febrero de 2006**

La generación Internet frente al televisor
Prof. Idoia PORTILLA

En este trabajo se pretende conocer qué efecto ha tenido Internet en el tiempo dedicado por los niños y jóvenes a la televisión. Este público tiene gran influencia en la sociedad actual y es el futuro de ésta, por lo que conocer cómo están actuando es relevante para la toma de decisiones tanto a corto como a largo plazo.

La importante relación de niños y adolescentes con Internet ha quedado patente ya en muchos estudios. Según el EGM, en el año 2004 un 16,8% de la población usó Internet la víspera, mientras que entre las personas de 14 a 19 años la cifra es del 32,5%, la más alta por grupos de edad. Del mismo modo, en el estudio por ciclos de vida de los hogares realizado por la AIMC con datos de EGM, se confirma la relación de los jóvenes con este nuevo medio. Así, aquellos hogares catalogados como “con adolescentes” (donde reside alguien de 9 a 17 años) son los que presentan mayor tasa de penetración de ordenador (72,9%) e Internet (46,1%). De hecho, presentan también la tasa más alta del otro medio objeto de estudio: la televisión (Ver Tabla).

Penetración del ordenador, Internet y la televisión. EGM. Octubre 2004-Mayo 2005.

<i>Penetración en el hogar (% vertical)</i>	<i>Total hogares</i>	<i>Hogares con adolescente* (Con menores de 9 a 17 años)</i>
Ordenador	44,3%	72,9%
Internet desde el hogar	27,7%	46,1%
Televisión	99,5%	99,9%
<i>Nº de hogares (en miles)</i>	16.296	2.114

Fuente: EGM – Octubre de 2004 / Mayo de 2005. AIMC.

*Terminología del ciclo de vida de los hogares de AIMC.

Dada su destacada relación con Internet, es esencial analizar qué efectos ha podido tener este medio en el resto, especialmente en la televisión, cuya importante cuota en el mercado publicitario podría verse afectada si se resiente su audiencia.

Antes de entrar a fondo en la cuestión, se presentarán los antecedentes del proyecto donde se engloba este estudio, comentando las ventajas e inconvenientes de los datos y cuáles de ellos serán utilizados. Después se resumirán los problemas que tiene el estudio del efecto de un medio sobre otro, para analizar finalmente el efecto de Internet sobre el tiempo dedicado a la televisión entre los escolares, cerrando con unas conclusiones sobre todo lo visto en este trabajo.