

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



**Revisión crítica de los informes sobre el uso de las nuevas tecnologías y  
sus efectos socioeducativos**

**Critical review of reports on the use of New Technologies and their socio-  
effects**

317

---

Fecha de recepción: 12/08/2016  
Fecha de revisión: 22/09/2016  
Fecha de aceptación: 7/10/2016

## Revisión crítica de los informes sobre el uso de las nuevas tecnologías y sus efectos socioeducativos

### Critical review of reports on the use of new technologies and their socio- effects

Juan Bautista Martínez Rodríguez<sup>1</sup> & Elisa Hernández Merayo<sup>2</sup>

#### Resumen:

Los estudios acerca del crecimiento en la utilización de las TIC se difunden a través de observatorios, informes o foros de diferentes entidades que configuran una singular representación social de la implantación mediática. Este trabajo realiza una revisión crítica sobre tales informes y sus sistemas de indicadores con el fin de identificar su papel preformativo y sus efectos en la alfabetización multimedia de la ciudadanía y el acceso a los diferentes dispositivos. Los supuestos teóricos se fundamentan en las categorías de apropiación tecnológica, performatividad y representación social aplicadas a la selección de treinta informes publicados desde 2009. Los resultados muestran: a) énfasis reduccionista e instrumental de los indicadores utilizados cuya finalidad se orienta al incremento de la demanda de los equipamientos, provocada por las entidades dedicadas a su comercialización, b) ausencia de indicadores que muestren la apropiación social de las tecnologías o el significado de los valores atribuidos por los grupos sociales invisibilizados, y c) uso de estereotipos sobre la juventud, que se corresponde con el uso diferenciado de las redes sociales. Se concluye la necesidad de indicadores de significado que reconozcan las prácticas de apropiación y reorienten las representaciones sociales para el acceso equitativo de las TIC.

**Palabras claves:** datos estadísticos, informes, educación mediática, tecnologías de la información y la comunicación, análisis de documentos

#### Abstract:

Studies on the growth of ICT use are disseminated through observatories, reports, or the forums of different organizations that construct a unique social representation of media adoption. This work makes a critical review of these reports and their indicator systems in order to provide a more objective understanding of society that will enable teachers and students involved in multimedia literacy to take informed decisions. The theoretical assumptions are based on technological appropriation, performativity, and social representations in the 30 of the reports published since 2009. Findings show: a) a

---

<sup>1</sup> Universidad de Granada, España; [jbmr@ugr.es](mailto:jbmr@ugr.es)

<sup>2</sup> Universidad de Granada, España; [ehm@ugr.es](mailto:ehm@ugr.es) FPU AP2009-2243

reductionist emphasis in instrumental indicators of technology oriented toward increasing the demand for equipment from organizations engaged in distribution; b) a lack of indicators that show social appropriation of technologies, or the significance of the values assigned by social groups; and c) the identification of stereotypes of young people, gender differences, and a significant differentiated use of social networks. The review concludes with a request for significant indicators that recognize appropriation practices and reorient social representations in the use of ICTs.

**Keywords:** statistical data, reports, media education, information and communications technology, analysis of documents\_

## 1. Introducción y estado de la cuestión

El nivel de implantación de las nuevas tecnologías se está valorando a través de diferentes metodologías e indicadores, basados en datos, cuestionarios o encuestas acerca del uso y de las percepciones de los usuarios. Los trabajos de Winocur (2007) ya demostraban que la reflexión política y académica acerca de la Sociedad de la Información y del Conocimiento no considera como preferente explorar datos e indicadores acerca de la experiencia de apropiación práctica y simbólica de las TIC por parte de los diversos grupos sociales, ni su impacto en el desarrollo de políticas educativas. En la misma línea, Toboso y Estévez (2012) confirmaban posteriormente que esos datos no explican la apropiación de las tecnologías ni su uso efectivo en las actividades cotidianas. La "apropiación" es un concepto relacionado con la utilización de las tecnologías pero, especialmente, con el imaginario simbólico de valores, representaciones y prácticas compartidas por cada grupo social (Echeverría, 2008) lo que está vinculado a la utilización significativa y el sentido del uso de las mismas. Por tanto, se trata de variables o indicadores de significado relacionadas con los discursos de elección en la adquisición y uso de los distintos equipamientos o soportes muchas veces olvidadas en los informes.

Diferentes investigaciones (Sierra, 2006; Marí, 2012) hacen referencia al hecho de que el uso de los informes e indicadores funcionan como activadores de demanda de los servicios y equipamientos que venden o prestan las mismas empresas, lo que supone entender la sociedad de la información como resultado de la globalización desde la perspectiva de la economía política de la comunicación, que evidencia que los indicadores de uso, en términos generales, representan los intereses de los grandes grupos del sector de las telecomunicaciones, lo que distorsiona la comprensión del acceso a la sociedad de la información y obstaculiza los procesos de alfabetización mediática.

Para analizar los informes, dentro del marco de los proyectos EDU2010-18585 y SEJ2578, se han seleccionado también estudios de mercado

financiados por entidades privadas de los sectores de la comunicación (en los que la Fundación Telefónica, entre otras, tiene un gran peso) y los elaborados en colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; por lo que estas iniciativas generalmente responden a los intereses empresariales e industriales. Otros están promovidos por entidades de carácter más propiamente público como los de algunas consejerías o el propio INE.

Al introducir los nuevos medios en la escuela es necesario comprender no sólo los niveles de uso de las tecnologías digitales, sino los patrones aplicados por las y los internautas, puesto que no reportan las mismas ventajas para todas y todos los estudiantes (Valiente, 2011).

Las sociedades actuales inspiradas en el modelo de economía del conocimiento (Drotner y Livingstone, 2008) abren paso a una cultura mediática basada en el libre comercio y en la exposición de quienes menos tienen a condiciones de vida que continúan deteriorándose constantemente. La celebración por parte de muchos estudios culturales, sociales y educativos de una sociedad de la información sin límites, basada en la individualidad del consumo y la neutralidad positivista de las nuevas tecnologías y redes de la información, alimenta el sentimiento de impedimento de algunas educadoras y educadores para ver el potencial transformador que pueden abrir estas nuevas tecnologías, así como las posibilidades de reducir las desigualdades y brechas existentes en la sociedad actual (Kellner, 2011; Sádaba y Gordo, 2008).

Las nuevas tecnologías más allá de ser tratadas como meros productos o herramientas para el uso de software, programas o soportes educativos, requieren de un planteamiento capaz de poner en valor los usos críticos de "empowerment" de la ciudadanía como constructora de nuevas relaciones. En definitiva, los espacios virtuales tienen la potencialidad de convertirse en espacios públicos donde experimentar el *ethos democrático*. Porque las TIC por sí mismas no son ni serán la solución si los sistemas educativos no se transforman (Sancho, 2011), se han de evaluar las interacciones entre mundos digitales y

mundos educativos utilizando informes que incorporen nuevos indicadores para no ignorar la diversidad cultural digital que conforma cada vez más las identidades de los estudiantes.

## **2. Material y métodos: selección de documentación, categorías y criterios para el análisis**

En nuestro entorno, son numerosos los estudios que recogen y analizan, mayoritariamente de forma cuantitativa, el estado de la sociedad de la información, detallando los niveles de penetración y uso de los diferentes dispositivos electrónicos.

Para este estudio se han recopilado y analizado más de 30 informes sobre el uso de nuevas tecnologías de nuestro entorno desde 2009 realizados por varias entidades, públicas y privadas. Para ello, se han seleccionado categorías descriptivas para su análisis y comparación, aplicando los criterios de mayor relevancia por su cobertura estadística, persistencia y nivel de discriminación de sus indicadores. Además, se han seleccionado atributos básicos como: año, autoría, tipo de documentación, entidades que financian, objetivos de los informes o estudios y tipo de indicadores documentados. Los informes recopilados se analizan como fuentes de información (Londoño, Maldonado y Calderón: 2014) que significan una concreta representación social por a) el uso de unos indicadores y el descarte de otros, lo que naturaliza una interpretación particular e interesada, b) el nivel de contextualización o generalización de los indicadores y c) la ausencia o presencia de datos relacionados con la pluralidad cultural y experiencial. Criterios adoptados para el análisis desde la perspectiva de la apropiación tecnológica como dimensión básica de la competencia social y ciudadana de la juventud en el uso y sentido de las redes sociales.

Tabla 1. Análisis de informes. Fuente: Elaboración propia

Realiza el estudio	Estudio	¿Quiénes son?
Fundación Telefónica (Foro Generaciones interactivas)	La generación interactiva en España-2009 Niños y adolescentes ante las pantallas - 2009	Socios fundadores: Telefónica, Universidad de Navarra, Organización universitaria interamericana. Socios: Telefónica, Iberia, Plan Avanza del Ministerio de Fomento, comercio e industria, TREI. <i>"La colaboración de empresas e instituciones es imprescindible para lograr los objetivos del Generaciones Interactivas."</i>
	La sociedad de la información en España SiE-2010/2012/2013/2014/2015	
	Menores y redes sociales – 2011 La generación interactiva en Andalucía. – 2011 Niños y adolescentes ante las pantallas - 2011	
Elogia IPSOFACTO IAB Spain Research	Estudio sobre redes sociales en Internet-2009	Empresa de servicios de marketing y comunicación digital. Entre su junta directiva hay empresas como Microsoft, Tv3, Yahoo!, Zed Digital, etc.
	IV/V/VI Estudio anual de redes sociales 2013/2014/2015	
The Cocktail Analysis (BBVA, Microsoft)	Informe de Resultados Observatorio Redes Sociales. 3ª/4ª/5ª/6ª Oleada – 2010/2012/2013/2014	The Cocktail Analysis es una agencia de investigación y consultoría estratégica especializada en tendencias de consumo, nuevas tecnologías y comunicación (expresado en el propio informe) <a href="http://www.tcanalysis.com/#">http://www.tcanalysis.com/#</a>
Pfizer, TNS demoscopia	La juventud y las redes sociales en internet -2009	Pfizer es la multinacional farmacéutica más grande de EEUU que mantiene activas colaboraciones con diferentes empresas. TNS DEMOSCOPIA Fue presidida hasta 2003 por el actual ministro de Educación José Ignacio Wert.
Dpto de educación, política lingüística y cultura del gobierno Vasco	La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales-2013	Áreas de actuación: <a href="http://www.hezkuntza.ejgv.euskadi.eus/r43-573/es/contenidos/institucion/1698/es_5171/es_educacion.html">http://www.hezkuntza.ejgv.euskadi.eus/r43-573/es/contenidos/institucion/1698/es_5171/es_educacion.html</a>
INJUVE (Ministerio de trabajo y asuntos sociales), Obra Social Caja Madrid, Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.	Jóvenes y Cultura Messenger-2009	Instituto de la Juventud (Injuve), es un organismo público adscrito al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad. La fundación de ayuda contra la drogadicción tiene entre sus vocales a personas pertenecientes a telefónica, el grupo zeta, repsol, la razón, COPE, RTVE, BBVA, Santander, endesa, incluso google Spain y tuenti entre muchos otros ( <a href="http://www.fad.es/patronos">http://www.fad.es/patronos</a> )
Junta de Andalucía (Observatorio de la Infancia en Andalucía)	Actividades y usos de TIC entre los chicos y chicas de Andalucía. Informe 2010	El Observatorio de la Infancia en Andalucía (OIA) es un órgano consultivo y de propuesta, adscrito a la Dirección General de Infancia y Familias de la Junta de Andalucía, que tiene por objeto el desarrollo de las actuaciones de investigación, formación y documentación, así como el establecimiento de un sistema de información y documentación que permita el adecuado conocimiento, análisis técnico, seguimiento, evolución y difusión pública de los asuntos relacionados con los derechos y la
	Tecnologías de la información y la comunicación -2012	

Realiza el estudio	Estudio	¿Quiénes son?
		atención a la población menor de 18 años
Instituto Nacional de tecnología de las Comunicaciones, y agencia española de protección de datos. (INTECO)	Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales (Observatorio de la seguridad de la información)-2009	<a href="http://www.inteco.es/Presentacion/mision_visio_n_valores/">http://www.inteco.es/Presentacion/mision_visio_n_valores/</a> Entre algunas de las misiones de INTECO están: 1. La dinamización del sector TIC, generando nuevos negocios y oportunidades para clientes, proveedores y profesionales. 2. La igualdad de oportunidades para todo el tejido empresarial español, especialmente la pyme, actuando como suministro de último recurso en materia de innovación TIC allá donde sea necesario.
	Estudio sobre hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres-2010	
ONTSI	Perfil Sociodemográfico de los internautas. Análisis de los datos del INE-2010	Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información es un órgano adscrito a la entidad pública empresarial Red.es, cuyo principal objetivo es el seguimiento y el análisis del sector de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la información. Red.es es una entidad pública empresarial adscrita al ministerio de industria, energía y turismo.
	Las redes sociales en Internet – 2011	
	La sociedad en Red 2011/2013	
	Ciberseguridad y confianza en los hogares españoles-2015	
Centro Reina Sofía Telefónica Banco Santander FAD	Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual -2014	El Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud es un centro privado e independiente, promovido por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción.
	Jóvenes en la red: un selfie-2015	

### 3. Análisis y resultados: representaciones sociales, estereotipos y usos desiguales de las redes

Los informes construyen una imagen de las nuevas tecnologías digitales que oscila entre la promesa idealizada de estos medios- una perspectiva no sorprendente teniendo en cuenta que gran parte de ellos son financiados por grandes empresas de las comunicaciones- y la alerta hacia los nuevos cambios y el miedo a lo desconocido.

En escasas ocasiones es posible encontrar estudios de este tipo que superen la dicotomía anterior, avanzando en la construcción de un modelo más complejo que contemple tanto las posibilidades como los riesgos que entraña la red. En este sentido el estudio del INJUVE "Jóvenes y cultura messenger" (2009) sí rompe con esas relaciones causa-efecto, acercándose a



la complejidad de la realidad.

Todos los informes hacen gala de un avance continuo en la cantidad de internautas que acceden la red anualmente obviando, en la mayoría de ellos, que este aumento en el uso de la red se encuentra necesariamente unido a las exigencias de una sociedad informatizada y mediatizada desde las propias corporaciones y empresas que elaboran o encargan la realización de estos estudios. El crecimiento exponencial de estas tecnologías de la comunicación e información se encuentra por tanto atravesado, no solo por el interés de la propia ciudadanía en los beneficios y aportes de la misma, sino en intereses comerciales que idealizan una cultura interconectada.

### **3.1 Los imaginarios sociales representados en los informes**

Los informes ofrecen información útil de cara a las tendencias de utilización de los más jóvenes en su tiempo de ocio, y por tanto, pueden abrir la miradas a los nuevos escenarios pues ofrecen una foto panorámica del espacio virtual que variará en función del contexto social. Sorprende que el WhatsApp se ha convertido en un género textual nuevo, capaz de reformular otros géneros. Según el estudio "La juventud y las redes sociales en internet" (Pfizer, TNS demoscopia 2009) el 98.1% de los jóvenes son usuarios de internet y el 92.6% participan en redes sociales

Muchos adolescentes son usuarios de Tuenti y de ellos el 75% lo es también de twitter (The cocktayl analysis, 2014). Los usos de twitter son muy diversos, en el caso de los más jóvenes se trata de un uso más lúdico que experto (describen cosas que están haciendo, cambian enlaces con vídeos o fotos...), por tanto el uso tanto de Tuenti como de Twitter se diferencian más en el formato que en la función que la juventud más temprana les da. También tienen en común que cada vez existe mayor aceptación de las marcas comerciales.

Algunos informes tratan de averiguar a través de opciones cerradas el motivo de uso de las redes pero es imposible extraer de ellos los verdaderos

sentidos de un determinado uso. Por ejemplo, el estudio de la ONTSI (2009) identifica los siguientes usos de las redes sociales: *comunicarse con amigos; compartir información (fotos, vídeos...); comunicarse con familiares; consultar información sobre diversos temas; comunicación con compañeros de trabajo; organizar eventos/encuentros; seguir la actualidad de personas conocidas; ser miembro de grupos; conocer nuevas personas*. Aunque parece quedar claro que las redes tienen un fin relacional, sin embargo, no aclara de qué forma se modifican las comunicaciones tradicionales: si las redes sociales amplían o truncan las relaciones cara a cara, si los grupos de los que se forma parte preexisten en la realidad, o si ya existían anteriormente en la vida de personas conocidas por otros medios. Tampoco se aclara en qué forma buscar o compartir información se convierte en algo diferente: a qué tipo de información se accede, si es alternativa o no, con quien se comparte, si existen redes de distribución del conocimiento, etc.

Otros informes tratan de rescatar los contenidos a los que se accede en la red, según el informe "Menores y redes sociales" (Sádaba y Bringué 2011) son: *contenidos relativos al ocio (música, juegos, humor, deportes, noticias, aficiones, etc.), contenidos educativos y culturales (vinculados al desarrollo de tareas escolares), contenidos calificados para adultos*. Pero estas categorías son de nuevo tan amplias que apenas aportan información, aunque dan cuenta de la brecha digital que existe entre el escenario de ocio y el escenario escolar, pues solo uno de cada 10 accede a esos contenidos denominados "educativos o culturales". No se trata de que no accedan a la educación o a la cultura sino de que acceden a una diferente de la escolar. Según Gurung y Rutledge (2014) acceden a ambos contenidos, solo que en dos nichos que siguen hábitos diferentes: una forma de conexión digital personal que es generalmente individual, positiva, variada y múltiple, mientras que la conexión educativa es proactiva, dinámica, multifacética y mixta.

Finalmente, los datos del INE (Según el estudio Sociedad en red 2010: 101) apuntan a un *mayor porcentaje de internautas entre los hombres, los*

jóvenes entre 16 y 24 años, los estudiantes y las personas con estudios universitarios. Sin embargo, estas brechas en el uso de internet son demasiadas veces omitidas. En muchos de estos informes encontramos la ausencia a estas categorías sociológicas, o la sustitución de estas por eufemismos vagos y ambiguos que no hacen sino ocultar que las desigualdades virtuales siguen reproduciendo las desigualdades sociales.

### **3.2 Estereotipos sobre la generación interactiva**

En el panorama de las nuevas tecnologías emergentes muy frecuentemente se define la juventud en base a dos estereotipos, como menores vulnerables y como generación de nativos digitales tecnológicamente sabia (Prensky, 2001), o lo que es lo mismo como jóvenes en peligro y jóvenes peligrosos (Gordo López, 2008). Esta dicotomía ha sido superada por estudios posteriores que reconocen la necesidad de espacios donde los jóvenes experimenten su propia agencia (Kushner, Wattie, Kutanegra, 2011).

En los informes destaca, por ejemplo, el caso de la Fundación Telefónica que publica anualmente un estudio sobre la Sociedad de la Información (SiE 2010, 2012 y 2013) en España en el que se define la ciudadanía como consumidora autónoma. Por otra parte, realiza la encuesta "La generación interactiva en España" (2009) publicando posteriores análisis de la misma en 2009 y 2011 centrada en adolescentes; en ella presentan una ciudadanía joven con una relación con las TIC *estrecha y habitual*, que se torna herramienta básica del entorno escolar y de los procesos de socialización, o sea como una ciudadanía joven consumidora/usuario, como un nuevo campo de mercado.

El control parental no parece ya la mejor solución para asegurar un buen uso de la red, además jóvenes y adultos tienen diferentes visiones. Según el estudio, "La juventud y las redes sociales en internet" (Pfizer, TNS demoscopia, 2009) el 38% de los padres asegura que siempre supervisan la actividad de sus hijos, mientras que solo un 18% de ellos lo reconocen. Según el

mismo informe pese al gran pánico, los riesgos reales son menores a los percibidos, tan solo pequeños porcentajes han sufrido las siguientes amenazas: Adicción (7.3%); acceso a contenidos inapropiados (6.1%); privacidad amenazada (3,6%); ser acechados por otra persona (4,2%); acoso sexual (0,7%); riesgo económico (0,7%). Además, las ideas preconcebidas sobre la influencia negativa a nivel social de las nuevas tecnologías parecen no ser ciertas ya que las y los más jóvenes siguen prefiriendo las actividades fuera del hogar, como salir con sus amigos (Sánchez y Álvaro: 2011).

Desde luego, si la mirada a las y los más jóvenes es como la que ofrece el Informe Generación 2.0 (Sánchez y Álvaro, 2011) será difícil establecer una comunicación fluida; y la mirada adulta y jerárquica será siempre limitante: ellas y ellos están en un “estadio evolutivo inferior (...) el 41% no percibe esta posibilidad de peligro al encontrarse en un momento evolutivo *“esto no me va a ocurrir a mi, propio de la fábula de la imbecilidad*. Siguiendo en la distancia entre jóvenes y adultos el informe “Seguridad Infantil y Costumbres de los menores en internet” (ACPI-protegeles 2012) se plantea por qué solo el 40,5% de los alumnos encuestados encuentra con facilidad páginas para menores en internet; tal vez sea que no las busquen o que rechacen una versión descafeinada del mundo que pretenden en ocasiones ofrecerles.

Se critica en los distintos informes el hecho de que los menores exponen en sus redes sociales parte de sus intimidades, con esta crítica no se tiene en cuenta que los intereses juveniles se dirigen a poder decidir qué quieren hacer público en las redes virtuales y en su vida física, cómo y con quién. En definitiva se trata de negar en parte sus libertades como personas con capacidad para tomar decisiones y asumir las responsabilidades que se derivan de éstas.

### **3.3 La construcción desigual del gusto en las redes sociales**

Aún persiste una pequeña brecha digital de género en cuanto al acceso a Internet aunque la tendencia se va reduciendo. Según el estudio SiE 2010 la diferencia entre hombres y mujeres es de 7,5 puntos mientras que en 2009 era

del 7,2. Sin embargo, sigue persistiendo una brecha de uso de las redes sociales (ONTSI 2011b) puesto que las redes sociales de “microblogging” (Twitter), las redes sociales de contenido, y las redes profesionales son menos usadas por las mujeres.

Igualmente en el uso lúdico de las redes sociales las diferencias sobre los juegos elegidos y los valores transmitidos varían significativamente: los chicos se decantan por los juegos de carrera, la estrategia, los deportes y los juegos de rol; mientras que las chicas lo hacen por las comunidades virtuales y los juegos de mesa (Sádaba y Bringué 2011: 89-90). En el Foro generaciones interactivas, Sádaba y Bringué (2011, p.74) afirman que *las féminas son más habladoras y encuentran en el uso del teléfono móvil una herramienta idónea*. También plasma una versión de los chicos más arriesgados que las chicas, conscientes y críticas. Siguiendo con los estereotipos, el estudio de la ONTSI (2011a) se afirma que en las redes sociales las personas no mienten en las cosas esenciales y hay pequeñas mentiras, aunque dentro de unos límites. Por ejemplo, considera que las mujeres mienten con la edad y el peso, y los hombres con la estatura, el puesto de trabajo y los ingresos. De todas estas diferencias de género no explicadas en estos estudios, en el informe “La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales” (2013) - elaborado por el Departamento de educación, política lingüística y Cultura del Gobierno Vasco – se pregunta: ¿nuevos contenidos mediáticos o el mismo sexismo en formato nuevo?

La información ha transformado nuestras relaciones (Castellar, 2009) así como la necesidad de estar comunicados y de comunicar, de darnos a conocer pero también de conocer a quienes están al otro lado de la pantalla; de acceder al mundo desde nuestro cuarto propio conectado (Zafra, 2010).

Finalmente, si bien es verdad que los sectores de una determinada edad han tendido a ser quienes han adoptado por primera vez estas redes como forma de comunicación alternativa, su progresivo uso de personas adultas resalta su marcado carácter intergeneracional.

#### **4. Discusión y conclusiones**

En los informes se presentan tres posicionamientos desde la teoría de los estudios culturales y educativos: ver las tecnologías como amenazas, como promesas o como posibilidades (Suoranta y Vadén, 2008). Sin aceptar el determinismo tecnológico marcado por simplistas relaciones causa-efecto (Selwyn, 2011) es necesario reconocer que el paso de la comunicación de masas a la auto comunicación de masas abre nuevas posibilidades (Castells, 2009). Lo cual no justifica que se omitan en los informes criterios sociológicos básicos tales como clase, cultura, incluso sexo; en algunos casos, a la hora de analizar los diferentes patrones de acceso y uso a las nuevas tecnologías, refleja un afán homogeneizador que legitima y reproduce la cultura dominante, olvidando las diversas brechas digitales (Chomsky: 2003) y configurando una representación social desigualadora.

La imagen que emana de la mayoría de los informes es la de una ciudadanía consumidora de servicios, modelo alejado de la ciudadanía mediática, que exige empoderar a la ciudadanía en sociedades plurales y democracias hipercomunicadas (Gozálvez y Contreras Pulido: 2014) En otro sentido, el aparente discurso de autonomía se limita a la idea de consumidor autónomo dentro del mercado tecnológico (Drotner y Livingstone 2008), olvidándolo como agente político y social autónomo, capaz de experimentar una ciudadanía plena.

Por otra parte, es destacable que precisamente la fundación telefónica sea capaz de ofrecer esa visión extra tecnófila de sus productos, al mismo tiempo que aprovecha los ciberpánicos que la sociedad red plantea a la juventud. Es el argumento perfecto para crear la necesidad de poseer un ordenador en el propio hogar con el fin de evitar que niñas y niños accedan a internet desde otros lugares que las y los adultos no puedan controlar.

Las redes sociales plasman las diferentes preferencias que suelen existir igualmente fuera de la red, no actuando ésta como igualadora de las

diferencias. Además de las evidentes brechas de género, los estudios contribuyen en cierto modo a potenciar determinados estereotipos. Los últimos hechos acaecidos en España potencian la filosofía que emana de la cultura hacker y ciberpunk, que apuesta por construir una nueva democracia basada en el concepto de rizoma que según Morss (en Sourante y Vadén 2008: 134) *hace referencia a un tronco subterráneo, como una raíz, que construye una red de interconexiones sin una organización central.*

El acceso a las nuevas tecnologías digitales no garantiza la innovación, es más, se admite la brecha educativa entre un uso más avanzado de las mismas durante el ocio frente al uso en la realización de tareas escolares (Buckingham, 2006); por ello es necesario dirigir los informes hacia los diversos usos de las nuevas tecnologías digitales en las diversas esferas. La perspectiva adulta debe reconsiderar la prohibición de internet y las redes sociales como espacios que pueden escapar al control y conocimiento, acercándose para aprender junto con los más jóvenes y evaluar críticamente la información sobre los medios. La tecnología educativa no ha sido diseñada para satisfacer las necesidades educativas sino que la escuela se está viendo en cierto sentido forzada a adaptar esos productos desarrollados para contextos y finalidades distintas, *o a comprar servicios, que producen sustanciosos beneficios a empresas, de los que no se destina prácticamente ningún porcentaje a proyectos de I+D+I para educación* (Sancho: 2011). En consecuencia tampoco es evaluada en relación a las necesidades educativas sino a la rentabilidad empresarial de las mismas. No podemos olvidar, como afirman Buckingham y Martínez (2013) que el primer contacto que tienen los niños con los ordenadores ya no es en las escuelas sino que los medios digitales se convierten en parte central de su vida extraescolar, sus relaciones y sus identidades cotidianas. Es necesaria mayor investigación educativa en nuevas tecnologías, orientada a la búsqueda de significados y sentidos sociales que debieran ser objeto de estos informes.

## Referencias bibliográficas

- ACPI y PROTÉGELES (2002). *Seguridad infantil y costumbres de los menores en Internet*.
- BUCKINGHAM, D. (2006). *La educación para los medios en la era de la tecnología digital*. Ponencia del Congreso del X aniversario de MED la Sapienza di Comunicare.
- BUCKINGHAM, D., y MARTÍNEZ, J. B. (2013). Jóvenes interactivos: nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar*, 40, 10-13. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-00>
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHOMSKY, N. (2003). *La (des)educación*. Crítica: Barcelona.
- Departamento de educación, política lingüística y Cultura del Gobierno Vasco (2013). *La desigualdad de género y el sexismo en las redes sociales*. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.
- DROTNER, K., y LIVINGSTONE, S. (Eds.) (2008). *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: Sage.
- ECHEVERRÍA, J. (2008) Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación, *Revista CTS*, 10(4).
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2010). *La sociedad de la información en España*. SiE 2009.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2012) *La sociedad de la información en España*. SiE 2011.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2013). *La sociedad de la información en España*. SiE 2012.
- GARCÍA, A., LÓPEZ DE AYALA, MC., y CATALINA, B. (2013). Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41, 195-204. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-19>
- GORDO LÓPEZ, AJ. (2008) ¿Jóvenes en peligro o peligrosos? Alarmas y tecnologías sociales del "desarrollo" y gobierno digital. *Revista Estudios de Juventud*, 8(82), 103-114.



- GOZÁLVEZ, V., y CONTRERAS, P. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar*, 42, 129-136. doi :<http://dx.doi.org/10.3916//C42-2014-12>
- GURUNG, B., y RUTLEDGE, D. (2014) Digital learners and the overlapping of their personal and digital engagement. *Computers & Education*, 77, 91-100
- IAB Spain Research (Elogia Ipsosfacto) (2009) Estudio sobre redes sociales en internet.
- INJUVE (2009). *Jóvenes y cultura messenger*. Ministerio de trabajo y asuntos sociales y Fundación de ayuda contra la drogadicción.
- KELLNER, D. (2011). *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid. Akal.
- KUSHNER, S., WATTIE, AM., y MADE K. (2011). Evaluación, adolescentes y derechos. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 71(25,2), 45-61.
- LONDOÑO, O., MALDONADO, L., y CALDERON, L. (2014). *Guía para construir estados del arte*. Recuperado de [http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-322806\\_recurso\\_1.pdf](http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigadores/1609/articles-322806_recurso_1.pdf)
- MARÍN, V. (2012). Reflexión crítica sobre los indicadores utilizados para la medición de los usos sociales de Internet. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, 8(1), 61-71.
- ONTSI (2010). *Perfil Sociodemográfico de los internautas. Análisis de los datos del INE-2010*.
- ONTSI (2011a). *La sociedad en Red 2010*.
- ONTSI (2011b). *Las redes sociales en Internet*.
- ONTSI (2013). *La sociedad en Red 2012*.
- PFIZER – TNS DEMOSCOPIA (2009). *La juventud y las redes sociales en Internet*.
- PRENSKY, M. (2001). Digital Natives, digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- SÁDABA, C. y BRINGUÉ, X. (2011). *Menores y redes sociales*. Madrid: Fundación telefónica.

- SÁDABA, C., y BRINGUÉ, X. (2011) *La generación interactiva en Andalucía. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Fundación Telefónica.
- SÁDABA, Í., y GORDO, ÁJ. (coords.) (2008). *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Catarata.
- SÁNCHEZ, A., y ÁLVARO, A. (2011). *Generación 2.0. Hábitos de uso de las redes sociales en los Adolescentes de España y América Latina*. Universidad Camilo José Cela.
- SANCHO, JM (2011). Del imparable. desarrollo tecnológico, de la penuria de la educación. *Cuadernos de Pedagogía*, 418, 12-15
- SELWYN, N. (2011). *Schools and schooling in the digital age: a critical analysis*. London, Routledge
- SIERRA, F. (2006). *Políticas de Comunicación y Educación. Crítica y Desarrollo de la Sociedad del Conocimiento*. Barcelona: Gedisa.
- SUORANTA, J. Y VADÉN, T. (2008). De los medios de comunicación sociales a los medios de comunicación socialistas: El potencial crítico del wikimundo. En P. McLaren. y J. Lyons Kincheloe (coords). *Pedagogía crítica. De qué hablamos, dónde estamos*. Barcelona. Editorial Graó.
- THE COCKTAYL ANALYSIS (2014). *Informe de Resultados*. Observatorio Redes Sociales. 6ª Oleada.
- TOBOSO, M., y ESTÉVEZ, B. (2012). Propuesta de un sistema de indicadores de apropiación social de tecnologías y su relación con dinámicas de innovación social. En E. Apodaka, L. Merino y M. Villarreal, M. (eds.). *Crisis y mutaciones de la expertise. Escenarios, políticas y prácticas del conocimiento experto* (pp. 173-187). ASCIDE. Zarautz (Guipuzkoa).
- VALIENTE, O. (2011). ¿Quién quiere un ordenador? La evidencia internacional sobre el coste y la efectividad de las iniciativas 1x1 en educación. *Cuadernos de pedagogía*, 418, 21-25.
- WINOCUR, R. (2007) .Nuevas tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana *TELOS*, 73. Recuperado de <http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloexperiencia.asp@i>

[darticulo=1&rev=73.htm](#)

ZAFRA, R. (2010). *Un cuarto propio conectado*. Madrid: Fórcola Ediciones.

**Cómo citar este artículo:**

Martínez Rodríguez, Juan Bautista y Hernández Merayo, Elisa (2017). Revisión crítica de los informes sobre el uso de las nuevas tecnologías y sus efectos socioeducativos. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 6(2), 317-335. doi: <https://doi.org/10.21071/edmetic.v6i2.5319>