



GÉNERO Y TECNOLOGÍA. PANORAMA ACTUAL Y FUTURO PRÓXIMO EN CÁDIZ

Belén Macías Varela
Grupo de Comunicación y Ciudadanía Digital SEJ061
Departamento de Marketing y Comunicación
Instituto de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible (INDESS)
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad de Cádiz
belen.macias@uca.es

Resumen: en la actualidad, las nuevas tecnologías y las redes sociales ocupan gran parte del volumen mediático debido a la inmediatez y alcance que generan en la sociedad. Esto genera grandes transformaciones a nivel social dentro de una misma población, pudiendo generarse brechas digitales.

En esta comunicación, se exponen y analizan los cambios de la sociedad actual, en función a los distintos ritmos de vida que la población gaditana está tomando. Teniendo como referencias las variables de edad, es decir los posibles cambios de aprendizaje con las TICs según las franjas de edades; y sobre todo la variable de género, analizando si ésta condiciona el uso y apropiación de las mismas. Se considera a su vez la implicación social que tienen los jóvenes gaditanos objeto de estudio relacionada con el grado de comunicación online que difunden los jóvenes que pertenezcan a ONGD o movimientos sociales.

Palabras clave: jóvenes, redes sociales, apropiación, brecha digital, cambio social

1. Introducción

La investigación que se lleva a cabo en esta comunicación, se centra en un proyecto sobre los perfiles de usuarios de las redes sociales. Los usos de redes se abordan desde la perspectiva de comunicación social, donde sobresalen edades como quince, dieciséis, diecisiete, veinte, hasta aproximadamente veinticinco años. A la hora de abordar la investigación nos planteamos ¿por qué le damos mayor importancia al uso de las redes sociales? La respuesta la obtenemos en que los jóvenes y adolescentes usan más las redes sociales, como consecuencia de su forma de comunicarse en ellas. Xosé Ramil (2012) destaca una serie de rasgos que permiten la puesta en marcha de una comunicación horizontal en las redes sociales virtuales: nuevas formas de producción basadas en la colaboración, la participación como eje de procesos de comunicación y la construcción colectiva de mensajes. Resalta por otro lado la diversificación y heterogeneidad del público que deja de ser una masa para tener voz y voto y la segmentación entre la comunicación interna y externa para formar parte de una comunicación conjunta, entre otros. En este estudio se valora adicionalmente el manejo de las TICs por parte de los adolescentes en relación con sus padres, analizándose una posible diferenciación de uso por generaciones y haciendo especial hincapié en la posible diferenciación de uso por género.

2. Hipótesis

Con el nacimiento del medio Internet se revolucionó la manera de comunicarse por los medios tradicionales, por ser esta más directa y segmentada. Accediendo a la información de forma prácticamente libre, salvo excepciones marcadas por determinados gobiernos. Internet ha pasado de estar en pocas zonas de acceso, a tenerlo



en centros y lugares públicos, de libre acceso y en una gran mayoría de hogares y teléfonos móviles.

Como hipótesis, nos planteamos la confirmación y el estudio de los motivos del desarrollo de la brecha de género en relación a las diferenciaciones de apropiación de las TICs y la posible brecha generacional entre las distintas generaciones de jóvenes analizadas. Para ello, se analizan las franjas de edades y usos de redes más comunes con mayor representación de jóvenes, empleando diferentes metodologías.

La población objeto del estudio es la de jóvenes de edades comprendidas entre los quince hasta los veinticinco años pertenecientes a la provincia de Cádiz. Se considera a su vez la implicación en ámbitos sociales como participación en ONGD o Tercer Sector como un elemento diferenciador más a tener en cuenta.

2.1. Objetivos

El objetivo principal de esta comunicación es la acentuación de la importancia de un uso igualitario en la apropiación de las nuevas tecnologías con la variable de género. Teniendo estas notables variaciones de acceso, queremos investigar si existen diferencias de género en el uso y apropiación del manejo de las TICs. Como destaca Cecilia Castaño (2008), afirmando que en España existen dos Brechas Digitales vinculadas con la diferenciación de la mujer con los ordenadores y el medio Internet. Una iba en relación al acceso a los ordenadores e Internet, y una segunda Brecha vinculada a la apropiación y manejo de las TICs. Nosotros abordamos la última brecha digital (la segunda), que remite usos diferentes de Internet en función del género. Así como, destacar las posibles diferencias de edad sobre el aprendizaje y las habilidades con las TICs de los jóvenes gaditanos.

3. Metodología

Los datos que se muestran en esta comunicación, forman parte de una investigación de mayor envergadura en la que se han barajado tres tipos de variables: la variable género, la variable edad y la variable organización social. Los sujetos objeto de estudio pertenecen a la provincia de Cádiz, cursando estudios instituto o en la universidad, además de tener colaboraciones con ONG. Los adolescentes y jóvenes objeto de estudio, se engloban en dos franjas de edades que a pesar de ser próximas en rangos, mantienen rasgos diferenciales. Las edades estudiadas se agrupan en dos bloques: los comprendidos entre los 15-18 años y los que lo están entre los 19-25. En el primer caso, adolescentes con edades comprendidas entre los 15-18 años podríamos decir que han crecido en un momento histórico donde el uso de Internet empezaba a ser importante, siendo para ellos un medio consolidado por tener ya unos años de madurez. Además dichos sujetos están en la etapa de crecimiento hacia la edad adulta, empleando así Internet en su proceso de construcción de su identidad personal y colectiva, formando parte de su cotidianeidad.

En la segunda franja, jóvenes con edades comprendidas entre los 19 y los 25 años, si bien emplean Internet en sus hábitos diarios, han tenido un aprendizaje al mismo y a las redes sociales posterior a los del primer bloque lo que sin dudas marca claras diferencias de uso por responsabilidades acordes con las actividades relacionadas a dicha edad como pueden estar relacionadas también por el trabajo o los estudios superiores.



La metodología seguida en la investigación global consiste en una triangulación de técnicas. La valoración de fuentes secundarias, entrevistas en profundidad y el análisis de páginas web de ONG, aunque para este estudio, sólo haremos hincapié en los datos obtenidos de las dos primeras técnicas empleadas, fundamentalmente relacionados con las variables de género y generacional.

La triangulación de técnicas que se emplea para la investigación, tiene predominancia cualitativa por dos motivos. El principal es que no se pretenden obtener datos extrapolables, sino que primamos la importancia de obtener referencias de los imaginarios que posee el público objeto de estudio, ahondando así en criterios de su comportamiento y razón social. Se trata de un estudio cualitativo de fundamento impresionista con criterios flexibles en contraposición con uno cualitativo, sistemático, con estilos rígidos, Pinto y Grawitz (1967).

Se puede decir que la metodología cualitativa plantea como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno, con esta metodología se pretende abarcar una parte de la realidad. No consiste en valorar o medir el grado de cualidad en un determinado acontecimiento, sino acertar el número de cualidades que sea posible.

3.1 Técnicas de investigación

Las dos técnicas que vamos a resaltar en esta comunicación son las entrevistas en profundidad y el análisis de fuentes secundarias. Los datos primarios se refieren a los que provienen de fuentes originales que realiza el investigador como es la realización de las entrevistas en profundidad. Ésta pretende lograr el mayor volumen de información sobre temas concretos, mediante las preguntas abiertas al entrevistado. Para extraer de él respuestas más informales y así lograr más datos sobre su opinión y criterio. Esta herramienta se suele emplear cuando se pretende ahondar en temas complejos, o cuando la información que se pretende extraer es confidencial, delicada o se refiere a un tema tabú. Para generar este tipo de información se genera un guión previo, donde se abordan por bloques los temas centrales de las preguntas. Suelen realizarse preguntas no de forma muy directa, empezando por aspectos menos comprometidos para que el entrevistado adquiera confianza.

El análisis de fuentes secundarias por su parte consiste en datos que han sido producidos por otro investigador u organización, que son tratados desde una perspectiva distinta a la existente. Estos datos secundarios además suelen proceder de investigaciones más extensas, con mayor volumen de universo seleccionado. En nuestro caso se llevó a cabo comparando los datos más significativos de estudios realizados por organizaciones de prestigio como AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), EGM (Estudio General de Medios), el Injuve y el Observatorio e-igualdad de la Universidad Complutense.

4. Resultados

El uso de Internet proporciona en general ventajas a las personas permite obtener: Mejores resultados escolares; Mejores empleos; Más relaciones sociales. No obstante se generan brechas digitales que se interconectan con las brechas sociales (edad, sexo, estudios, empleo).



Por otro lado, la convergencia con los países más desarrollados requiere la incorporación de las mujeres tanto por una cuestión de equidad (SI en igualdad y para la igualdad), como por una cuestión de eficiencia (incorporar el talento femenino).

El análisis de fuentes secundarias se ha realizado analizando principalmente los datos de estudios o informes de organizaciones como Injuve (2009), AIMC, INE (2013). O el observatorio e-igualdad de la Universidad Complutense (2012) a fin de poder valorar datos representativos sobre el consumo o uso de Internet en España, Andalucía o de la propia provincia de Cádiz.

En general se observa que la Brecha Digital de Género (BDG) es de carácter múltiple y coexisten varias como son la Brecha de acceso a la tecnología, que impide que las mujeres se incorporen y participen en la SI en igualdad de condiciones. La Brecha de uso, que se relaciona con la utilización que se hace de las TIC y marca el grado de incorporación efectiva se relaciona con diferencias en la intensidad, usos y habilidades. La Brecha relacionada con el uso de los servicios TIC más avanzados que marca las diferencias en el aprovechamiento de las aplicaciones más innovadoras de Internet, que se diseñan hacia el futuro (se diseñan y construyen las aplicaciones tecnológicas).

Según el Injuve sobre el impacto de Internet en la adolescencia y juventud, situando una edad comprendida entre los 15 a los 25 años. Destacan la baja natalidad española debida quizás a la prolongación de la adolescencia, como menciona Miguel Requena. También citan la variación del núcleo de la familia moderna en contra posición de la forma de la familia tradicional más extensa. Esta prolongación de la adolescencia no solo influye en un comienzo más temprano en la infancia, sino en un retraso en el desarrollo de la vida adulta.

Los datos más significativos de esta comparación en relación a este estudio es que la televisión comienza a decrecer en el consumo que hacen los jóvenes y adolescentes de ella. Internet sin embargo aumenta significativamente los porcentajes de consumo de los jóvenes.

En los años 2006 y 2010 se aprecia una disminución en las edades correspondientes a los 14 a 24 años y de 25 a 34 años del 3% en el grupo de edad de 14 a 24 años, y del 2% en el grupo de 25 a 34 años. Sin embargo en el resto de los grupos de edad han aumentado todos en aproximadamente un 1% o 1,8%.

La evolución del consumo de Internet, según género entre los años 2000 y 2004. Los hombres muestran una evolución toda de crecimiento en cuanto al consumo de Internet. Las franjas de edad valoradas (de 15 a 29 años) han tenido un aumento entre el 2% de mínimo y el 4% de máximo.

Las mujeres han logrado un crecimiento en todas las edades, este aumento ha sido de un 2% en el menor de los casos y un 4% en el mayor. Los hombres han logrado aumentar 0,4% más en la edad de 20 a 24. Pero las mujeres finalmente logran un mayor aumento en su evolución de consumo de Internet con un 0,9% más en la edad de 25 a 29. En el resto de las edades comparadas el aumento que sufren los varones y las mujeres es muy similar.



Según el observatorio e-igualdad (2012) si bien el no existen diferencias de género en el acceso y uso de teléfonos móviles, la Brecha de acceso a ordenador e Internet de las mujeres es un 7,5 % menos que el de los hombres. La edad (juventud) en los dos grupos de edades estudiados las mujeres comienzan a superar a los hombres ligeramente (1%) en el uso de internet y nivel de estudios, son claves para la alfabetización digital y la superación de la primera BDG. En relación al nivel de estudios las mujeres siguen estando por detrás de los hombres en un 2.5% en función del nivel de estudios analizados primarios y secundarios pero comienza a superar a los hombres en FP y estudios universitarios. No obstante en general las mujeres lo utilizan con menor intensidad que los hombres, entorno a un 20% menos.

En relación al uso de internet, los hombres: dominan en los ámbitos de consumo y ocio son usuarios más "activos" (a veces triviales). Las mujeres: dominan en los de bienestar social (empleo, salud o formación), son usuarias "pasivas" (pero de alto valor social). Los hombres se incorporan con facilidad a la utilización de los formatos más novedosos, se observa una progresiva reducción de diferencias de género en los usos avanzados de Internet conforme éstos maduran o se extienden. No obstante se mantiene una especialización clara en función del sexo.

En Andalucía se desarrollan planes de igualdad que se orientan a reducir la brecha digital de género en el acceso, contemplando también objetivos relativos al aprendizaje del uso de las TIC por parte de las mujeres e, insistiendo en su aplicación a necesidades de la vida cotidiana. Presenta también objetivos orientados a impulsar el protagonismo de las mujeres en la construcción de la sociedad del conocimiento y la información. Más allá de los objetivos e indicadores, las medidas previstas también inciden en la creación de espacios en Internet de interés para las mujeres y creados por ellas. El fruto de dichos planes se ha comenzado a constatar con el incremento del uso de Internet y de las redes sociales por las mujeres que recogen los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Según el INE, sobre la encuesta realizada sobre el Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares en el 2013 y los resultados obtenidos de ella. Se tuvo en cuenta como variable los estudios de los sujetos, y en que etapa se estudios se encontraban, y el consumo de Internet a largo plazo "uso de Internet en los últimos 3 meses", o a corto plazo "uso de Internet al menos una vez por semana en estos últimos 3 meses".

Destacamos como conclusión que los estudiantes que tienen mayor consumo de Internet son los que están inactivos teniendo como máximo resultado en uso de Internet en los últimos tres meses de 98,5% y en el consumo de al menos una vez en semana de 95,8%. Seguidos de los estudiantes con educación superior que tienen en el periodo a largo plazo 94,6% y en el periodo de corto plazo 91,3%. En tercer lugar estaría el perfil de estudiantes de la segunda etapa de educación secundaria con 80,3% en el consumo de los últimos tres meses, y de 73,1% en el consumo por semana. En cuarto lugar están los estudiantes activos ocupados con 78,1% con uso de Internet en los últimos tres meses, y con 71,6% usándolo al menos una vez en semana. En quinta y séptima posición se situarían los estudiantes de la primera etapa de educación.

En relación a la brecha digital de género destacar que en general las mujeres utilizaron internet en los últimos tres meses en porcentaje casi igual que los hombres aunque sigue



estando por debajo en un 1%. En relación a su uso de al menos una vez por semana en los últimos tres meses destacar que los hombres lo siguen utilizando en mayor porcentaje con un diferencial ahora del 5% y en cuanto al uso para efectuar compras por internet en ambos casos es pequeño no superando el 25% de la población encuestada por el INE, no obstante los hombres duplican en porcentaje a las mujeres común diferencial del 50%. Si realizamos una comparativa en los últimos cinco años las mujeres han ido haciendo un mayor uso de Internet no obstante no lo consideran suficientemente seguro como para realizar las compras por este medio y su porcentaje de uso no supera el 13%.

La segunda técnica utilizada en este estudio ha sido la entrevista en profundidad. Para llevarlas a cabo se elaboró una selección de veintitrés preguntas abiertas. Las veintitrés preguntas se centraban básicamente en tres temas principales el primero denominado Alfabetización digital (diferentes aspectos del aprendizaje de Internet y las redes por los jóvenes), el segundo Tecnología como eje social (sobre desarrollo tecnológico de la mujer) y Sociabilización de las TICs (sobre comportamiento de las ONG online e importancia por temas sociales en la red).

Se formaron tres grupos, un grupo de personas de instituto, en edades entre los 15 a los 18 años, otro de universitarios en edades de 19 a 25 años, y por último el grupo de 15 a 25 años con participación en ONG. Cada uno de estos grupos constaba de doce personas, seis chicos y seis chicas, teniendo una población total de treinta y seis personas. En nuestra búsqueda del cuarto componente del grupo de ONGs de la provincia de Cádiz, encontramos una mayoría de voluntarias, frente a un grupo más reducido de voluntarios. Por lo que el perfil de voluntariado en ONGs resultó ser mayoritariamente compuesto por mujeres.

En el primer bloque de preguntas sobre la alfabetización digital, los años con los que empezaron a usar Internet. La edad de comienzo más temprana que se resalta es a partir de diez años, y la edad más tardía con la que comenzaron es a los diecisiete. Los jóvenes de menor edad (17 y 18 años) son los que han empezado con edades más tempranas a usarlo. Han aprendido a usar Internet y las redes sociales, gracias a los amigos que les fueron indicando. De los entrevistados contestaron que sus padres suelen pedirles consejo sobre el manejo del ordenador, siendo el 40% de los mencionados las madres. Los jóvenes más mayores coincidían en que no les pedían consejo, sino al revés, ellos pedían consejos a otros. Destacando así que los jóvenes de edades menores tenían mayor manejo del ordenador.

El segundo bloque era de preguntas sobre tecnología como eje social (mujeres). La pertenencia a redes sociales de los entrevistados. Aproximadamente todos los entrevistados contestaron que tenían un perfil en Messenger, Tuenti y Facebook. Además coinciden prácticamente todos en los años de inicio, lo que puede significar que se añadieron a estas redes por probar la novedad y seguir a sus amigos o compañeros. Si consideraban que las chicas usaban los ordenadores de igual forma que los chicos. Tuvimos dos segmentaciones, 50% de los entrevistados valoraron que no, y otro 50% valoraron que posiblemente fuera igual. Los que mencionaron que no destacaron que creían que los chicos mostraban mayor interés en averiguar como utilizar programas de ordenador y que las chicas lo empleaban en un volumen menor de tiempo y fundamentalmente para el uso de las redes sociales. Los entrevistados que opinaron que lo consideraban que si lo empleaban igual, destacaron que no estaban muy



seguros, pero que creían que las chicas lo empleaban más para las redes sociales, hablando desde su experiencia con amigas y familiares.

También citaron el 50% de ellos que tenían más amigos y familiares masculinos que dominaban Internet y programas informáticos, o que estaban en carreras de ese perfil. Y sólo el 30% de ellos citaron conocer y tener más familiares femeninos que dominaban Internet y programas informáticos. Se les preguntó sobre la opinión que tienen los entrevistados sobre la tecnología. De forma general destacaríamos que es una opinión positiva, ya que el 90% de los entrevistados mencionan que así lo es. Pero recalcan también problemas que cada vez se incrementan como la adicción que pueden crear.

La influencia de Internet en la vida cotidiana se muestra cada día más notable, esta cuestión se aprecia al preguntar si podrían pasar un día entero sin conexión a Internet. A lo que respondieron un 30% afirmativamente, pero si tuvieran otra cosa para distraerse, y contestando con muchas dudas. Coincidieron que todos los individuos que contestaron que no serían capaces de estar sin conexión son hombres, el 40% de ellos pertenecientes al grupo de Instituto, otro 40% pertenecientes al grupo de Universidad y un 10% del grupo de ONG.

El tercer bloque de preguntas se denomina Sociabilización de las TIC (concepto de privacidad y ONG. Percibimos de manera más concreta una desconfianza en las ONG por el grupo de voluntarios de ONG. Ellos en su mayoría destacan que si no conocen bien el funcionamiento de la ONG no ayudan ni colaboran porque han vivido y escuchado situaciones de desvío de fondos por parte de ONG y que por eso se dedican actualmente a las ONG en las que están. Destacando también que el modo online les crea aún más rechazo, porque creen que hay más facilidad de aprovechar esos bienes para otros motivos que no sean los de la ONG en cuestión. En este sentido no hay diferenciación de género.

5. Conclusiones

Con este trabajo hemos podido observar el modo en que las nuevas tecnologías influyen en la socialización de los adolescentes. Los jóvenes son los primeros sujetos en adoptar los cambios y modificaciones sociales que están relacionados con las tecnologías. No solo por la entrevistas en profundidad sino por el análisis y valoración de las fuentes secundarias utilizadas. Existen estudios de la facilidad con la que los jóvenes adaptaron la llegada de los móviles a su vida cotidiana, modificando sus patrones de conducta familiares y sociales.

En la actualidad el fenómeno de las redes sociales es una clara realidad con la que convivimos. En cuanto al aprendizaje de las redes destacan mayoritariamente que lo lograron a través de la enseñanza directa de los amigos. Esto determina, en cierto modo, como los adolescentes siguen al grupo, teniendo en cuenta que se añadieron por sus amigos.

En función a las preferencias de usos de las redes sociales destaca su utilización para hablar y quedar con los amigos (suplantando al móvil), y para ver fotos de los demás perfiles de redes sociales. Las mujeres destacan ligeramente en cuanto al uso de las redes para ver las fotos de perfiles ajenos. No hay una predominancia de imaginario social afirmando que las chicas jóvenes no se apropian de las TICs tanto como los chicos. Pero si que destacan los entrevistados, por tener más amigos y familiares masculinos que manejan con más soltura Internet.



En general, se aprecia un mayor consumo de las redes sociales por parte de las mujeres para hablar y subir imágenes y compartir contenidos, y por el contrario se ven más hombres dedicados a indagar en programas o juegos online.

Se observa que existen cambios sociales notables en la manera de comportarse de los jóvenes y adolescentes de la provincia de Cádiz como consecuencia del modo de inserción de las TICs y en particular las Redes sociales en sus vidas, tanto en la participación en sus hogares como en la capacidad de socialización. Además se usa como un instrumento imprescindible de movilización para fines sociales, como las ONGs.

Los jóvenes y adolescentes objeto de estudio utilizan las redes como medio para afianzar su carácter identitario, su cultura o personalidad, con un papel significativo en los procesos de apropiación tecnológica.

Como conclusión general destacaríamos la importancia que está adquiriendo el uso de Internet, tanto en los comercios, como en la vida privada. La sociedad se está volviendo cada vez más tecnocentrista, y este hecho consideramos que se está generando principalmente en los jóvenes, con su forma de concebir la comunicación y la tecnología.

6. Agradecimientos

BMV agradece a la Universidad de Cádiz la financiación de un contrato laboral docente e investigador en áreas estratégicas.

7. Bibliografía

- Albornoz, B. (2009), *“Blogs, artefactos y política”*. Íconos: revista de ciencias sociales. Estudios de ciencia, tecnología y sociedad; Quito. FLACSO, Ecuador.
- Beck, U., Navarro, J. y Jimenez, D. (1998), *“Sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad”*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A.; Barcelona. España.
- Beltrán Salmón, L. R. (2007), *“Adiós a Aristóteles: la comunicación “horizontal”*. *Comunicación alternativa, ciudadanía y cultura*. 1, pp. 37-66.
- Bernete, F. (2007), *“Comunicación y lenguaje juvenil a través de las TIC”*. Ministerio de Asuntos Sociales, INJUVE, Madrid. España.
- Buckingham, D. (2002), *“Crecer en la era de los medios electrónicos”*. Ed. Morata. Madrid. España.
- Bringué, X., Sádaba, C. (2008), *“La Generación Interactiva en Iberoamérica: Niños y Adolescentes ante las Pantallas”*. Colección Fundación Telefónica, Ed. Ariel. Barcelona. España.
- Castoriadis, C. (1983), *“La institución imaginaria de la sociedad”*. Barcelona. Tusquets.
- Castells, M. (2000), *“Internet y la sociedad red”*. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya, España.
- Castaño Collado, C.; Martín Fernández, J. y Martínez Cantos, José Luis (2011), *“La brecha digital de género en España y Europa: medición con indicadores compuestos”* *Reis*, 136, pp.127-140.



- Castaño Collado, C. (2008), *“La segunda brecha digital y las mujeres”*. Ed. Cátedra, Madrid.
- Castells, M. *“La era de la información: economía, sociedad y cultura”*. Ed. Alianza, primera edición 1997-1998, segunda edición 2000-2003, tercera edición 2005-2006. Madrid.
- Castells, M. (2009), *“Comunicación y poder”*. Ed. Alianza. Madrid.
- Cebrián de la Serna, M. y Ruiz Palmero, J. (2008), *“Impacto producido por el proyecto de Centros TIC en CEIP e IES de Andalucía desde la opinión de docentes”*. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, Sevilla, España.
- Chaparro Escudero, M. (2002), *“Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual”*. Los Libros de la Frontera, Barcelona, España.
- De Certau, M. (1990), *“L’invention du quotidien. Arts de faire”*. Gallimard: París. Francia.
- Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los resultados por CC. AA. Principales variables para cada Comunidad y Total nacional (2011). INE.
- Erro, J. (2002), *“Comunicación, Desarrollo y ONG”*. Bilbao: Hegoa, España.
- Erro, J. (2002), *“El trabajo de comunicación de las ONGD del País Vasco”*. Bilbao: Hegoa. España.
- Escofet, A. y Rubio, M. J. (2007), *“La brecha digital: género y juegos de ordenador”*. REICE, 5 (1), pp. 63-77.
- Espinar, E. y González, M. J. (2009), *“Jóvenes en las redes virtuales. Un análisis exploratorio de las diferencias de género”*. Feminismo/s 14, pp. 87-106.
- Espinar, E. y López, C. (2009), *“Jóvenes y adolescentes ante las nuevas tecnologías: percepción de riesgos”*. Athenea Digital, ISSN: 1578-8946, Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Felicié, A. M. (2006), *“Biblioteca pública, sociedad de la información y brecha digital”*. Ed. Alfagrama. Buenos Aires, Argentina.
- Franco, C. (2002), *“¿Conectadas? Las ONG Españolas en la red”*. Barcelona: Fundació Un Sòl Món. España.
- Freire, P. (1970), *“Pedagogía del oprimido”*. Madrid. Ed. Siglo XXI. España.
- García Matilla, A. (2009), *“Educar para la comunicación. Alfabetización audiovisual y multimedia en la era digital”*. TELOS, 60 Segunda Época, Grupo Telefónica, Madrid. España.
- Gómez Gil, C. (2005), *“Las ONG en España: de la apariencia a la realidad”*. Libros de la Catarata, Madrid, España.
- Gordo López, A. (2006), *“Jóvenes y cultura Messenger”*. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), el INJUVE y la Obra Social de Caja Madrid. Ed. Injuve. Madrid. España.
- Hagen, I. (2007) *“We can’t just sit the whole day watching TV: negotiations concerning media use among youngsters and their parents”*. Young, 15(4), pp. 369-393.
- Hine, C. (2004), *“Etnografía Virtual”*. Ed. UOC, Barcelona, España.
- Höflich, J. y Rössler, P. (2002), *“Más que un teléfono: El teléfono móvil y el uso del SMS por parte de los adolescentes alemanes. Resultados de un estudio piloto”*. Estudios de Juventud, España.
- Iglesias de Ussel, J.; Flaquer, Ll. (2005), *“Familia y análisis sociológico: el caso de España”*. Reis, 61/93 pp, 57-75.
- Informe sobre la ayuda oficial al desarrollo descentralizada de la Junta de



Andalucía y entidades locales andaluzas 2006-2008, Coordinadora Andaluza de ONGD. http://www.caongd.org/index.php?option=com_docman&task=cat_view&id=29&Itemid=37.

- Jiménez, J.J. y Vela, C. (2005), “*La transformación de la experiencia virtual a través de la mensajería instantánea*”. En Actas electrónicas del 2º Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad, 1-14 de noviembre de 2004. Madrid: Observatorio para la Cibersociedad. España.
- Kaplún, M. (2001), “*Una pedagogía de la comunicación*”. Ed. de la Torre. Madrid. España.
- Laswell, H. D. (1979), “*Estructura y función de la comunicación en la sociedad*”. En Moragas, M. Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, Barcelona. España.
- Marí Sáez, V. (2006), “*Jóvenes, tecnologías y el lenguaje de los vínculos*”. Comunicar: revista científica Iberoamericana de comunicación y educación, Huelva, España.
- Marí Sáez, V. (2007), “*Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet*”. Zer, 22, pp. 453-471.
- Marí Sáez, V. y Sierra, F. (2008), “*Capital informacional y apropiación social de las nuevas tecnologías. Las redes críticas de empoderamiento local en la Sociedad Europea de la Información*”. Telos 74, Fundesco, Madrid. España.
- Marí, V. (2010), Colección “Cuadernos de Comunicación” Magister en Ciencias de la Comunicación; *Investigar desde los Márgenes, Reflexiones sobre investigación, comunicación y cambio social*, Cádiz. España.
- Marín, V. y Reche, E. (2011), “*La alfabetización digital del alumnado que accede a la Universidad de Córdoba*”. [artículo en línea]. Edutec-e, Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Núm. 35/ Marzo. España.
- Navarro Beltrá, M. (2009), “*La brecha digital de género en España: cambios y persistencias*”. Feminismo/s, 14, pp. 183-200.
- Nos, E. (2002), “*Jornadas de Fomento de la Investigación, Propuestas para la investigación sobre la función social de la publicidad y la comunicación para la sensibilización*”. Universitat Jaume I de Castellón, Castellón. España.
- Pérez Yruela, M.; Jiménez Sánchez, M. y Fernández Esquinas, M. (2003), “*Indicadores de equipamiento y uso de las tecnologías de la información y la comunicación en Andalucía*”. Barómetro i@landalus, Junta de Andalucía. España.
- Piscitelli, A. (2006), “*Nativos e Inmigrantes Digitales, ¿Brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún?*” Revista Mexicana de Investigación Educativa, COMIE, México.
- Prensky. M. (2001), “*Nativos e Inmigrantes digitales*”. On the Horizon. NCB University Press, 9 (5).
- Ramonet, I. (1998), “*La tiranía de la comunicación*”. Ed. Debate, S.A. Madrid, I.S.B.N.: 84-8306-106-6, España.
- Requena y Diez de Revenga, M. (1998), “*Familia y cambio social en las sociedades avanzadas*”. En José F. Tezanos y Rosario Sánchez, eds., Tecnología y sociedad en el nuevo siglo. Segundo Foro sobre tendencias sociales. Madrid: Sistema, pp. 401-426.
- Rodríguez, E. y Megías, I. (2005), “*La brecha generacional en la educación de los hijos*”. FAD. Madrid. España.
- Rogers, E. M. (1962), “*Diffusion of Innovations*”. New York: The Free Press of Glencoe. East Lansing, Michigan: Michigan, State University. USA.



- Ruiz-Palmero, J. y Sánchez Rodríguez, J. (2010), “*El género como factor influyente en la estrategia para integrar las TIC en la práctica docente*”, Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, Sevilla. España.
- Ruiz-Palmero, J. y Sánchez Rodríguez, J. (2007), “*El impacto del proyecto de Centros TICs desde la experiencia vivida por el alumnado*”. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, Sevilla. España.
- Rubio Gil, A.; Menor Sendra, J.J.; Mesa Olea, M^a.J.; y Mesa Olea, B. (2009), “*Adolescentes y jóvenes en la red: Factores de oportunidad*”. Edición Injuve y en línea, (Universidad Rey Juan Carlos). Madrid. España.
- Sábada Rodríguez I. y Domínguez Sánchez M. (2006), “*Los jóvenes ante las nuevas tecnologías: entre la “crisis de la lectura” y el nuevo ocio fragmentado*”. III Congreso ONLINE, Observatorio para la Cibernsiedad. Link: <http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?id=820>.
- Sánchez Navarro, J. y Aranda, D. (2011), “*Internet como fuente de información para la vida cotidiana de los jóvenes españoles*”. *El profesional de la información*, 20 (1), pp. 32-37.
- Servaes, J. (2003), “*Approaches to Development. Studies on Communication for Development*”, Paris: UNESCO. Francia.
- Servaes, J. y Malikhao, P. (2007), “*Comunicación Participativa ¿El nuevo paradigma?*” Redes.com N^o4, ISSN 1696-2079, Sevilla. España.
- Sierra Caballero, F. (2002), “*Comunicación, educación y desarrollo. Apuntes para una Historia de la Comunicación Educativa*”, Sevilla, Comunicación Social, Ediciones y Publicaciones. España.
- Sobrino, M. (1999), “*Juventud y multimedia*”. *Revista de Estudios de Juventud*, 46, pp. 59-66.
- Turkle, S. (1995), “*Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*”, New York: Simon & Schuster. USA.
- Zubero, I. (1996), “*Participación y democracia ante las nuevas tecnologías. Retos políticos de la sociedad de la información*”. Telos, n^o25, Fundesco, Madrid. España.