



## Observatorio

**Públicos vulnerables y empoderamiento digital: el reto de una sociedad e-inclusiva**

Carmen Fuente-Cobo

## Artículos

**Producing political content for web 2.0: Empowering citizens and vulnerable populations**

Andreu Casero-Ripollés

**Social and digital empowerment of vulnerable library users of the Murcia Regional Library, Spain**

José-Antonio Gómez-Hernández, Manuel Hernández-Pedreño and Eduardo Romero-Sánchez

**Electronic government and online tasks: Towards the autonomy and empowerment of senior citizens**

Leopoldo Abad-Alcalá, Carmen Llorente-Barroso, María Sánchez-Valle, Mónica Viñaras-Abad and Marilé Pretel-Jiménez

**Empoderamiento mediático mediante e-learning. Diseño y validación de una escala**

Juan-Francisco Martínez-Cerdá y Joan Torrent-Sellens

**Radio y empoderamiento social. Usos y gratificaciones del taller de radio para las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo**

Juan-Antonio Cortés-Fuentes y Beatriz Correyero-Ruiz

**The empowerment of the film spectator: Theatrical on demand in Spain**

Rafael Linares-Palomar and Antonio Baraybar-Fernández

**Empowerment or impoverishment of children from social networks? Perceptions of sexualized images of girls in Instagram**

Mónica Díaz-Bustamante-Ventisca and Carmen Llovet-Rodríguez

**Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes**

Belinda De-Frutos-Torres y Mercedes Marcos-Santos

**Percepción de los padres sobre el empoderamiento digital de las familias en hogares hiperconectados**

Teresa Torrecillas-Lacave, Tamara Vázquez-Barrio y Laura Monteagudo-Barandalla

## Análisis

**Qué aprendimos del sida y de la electro-sensibilidad: comunidades vulnerables y su empoderamiento**

Andoni Alonso-Puelles

**Tecnología cívica para la participación ciudadana. El caso de Codeando México**

Martín-Adalberto Tena-Espinoza-de-los-Monteros y José-Antonio Merlo-Vega

**El periodista como agente social: propuesta didáctica para la intervención comunicativa en comunidades cercanas**

Vanessa Saiz-Echezarreta y Belén Galletero-Campos

**Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla**

Matilde Delgado, Emili Prado y Celina Navarro

2017, enero-febrero, v. 26, n. 1, pp. 1-148  
eISSN 1699-2407  
CODEN: PINFF2



# PÚBLICOS VULNERABLES & EMPODERAMIENTO DIGITAL

11:25 AM - BROADCASTING THE PROTEST



# El profesional de la información

Revista bimestral fundada en 1992 por  
Tomàs Baiget y Francisca García-Sicilia

El profesional de la información es una revista  
de la editorial Ediciones Profesionales de la  
Información S.L.

NIF: ES B63664544

Apartado 32.280 - 08080 Barcelona, España

Tel.: +34 - 609 352 954

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

## Redacción

El profesional de la información

Apartado 32.280

08080 Barcelona, España

Tel.: +34 - 934 250 029

[epi@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:epi@elprofesionaldelainformacion.com)

## Publicidad

Tel.: +34 - 608 491 521

[publici@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:publici@elprofesionaldelainformacion.com)

## Suscripciones

El profesional de la información

Apartado 32.280

08080 Barcelona, España

[suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com)

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/suscripciones.html>

## Servicios online

Roxana Dinu: [roxanadinu@gmail.com](mailto:roxanadinu@gmail.com)

## Diseño

MASmedios, <http://www.masmedios.com>

Director artístico: Moisés Mañas

## Maquetación

Isabel Olea  
[isabel.iolea@gmail.com](mailto:isabel.iolea@gmail.com)

## Distribución online

Recyt. Fundación Española para la Ciencia y la  
Tecnología

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI>

Depósito legal: B. 12.303-1997

Los trabajos publicados en EPI son aprobados  
según el sistema tradicional "peer review" en  
doble ciego: son revisados al menos por dos  
expertos en el tema, del Consejo Asesor de la  
revista y/o externos.

Para conseguir que los trabajos no pierdan actua-  
lidad, la dirección y los evaluadores de esta revista  
ponen especial esfuerzo en revisar los artículos  
con gran rapidez, consiguiendo un tiempo medio  
de aceptación o rechazo de los trabajos de sólo  
unas pocas semanas.

## DIRECCIÓN EDITORIAL

Tomàs Baiget

EPI SL

<http://www.baiget.com>

## SUBDIRECTOR

Javier Guallar

Universitat de Barcelona

<http://sites.google.com/site/sitiodejavierguallar>

## COORDINACIÓN EDITORIAL

Carlos Tejada-Artigas

Universidad Complutense de Madrid

[tejada@ccdoc.ucm.es](mailto:tejada@ccdoc.ucm.es)

Luis Rodríguez-Yunta

CCHS, CSIC, Madrid

[luis.ryunta@cchs.csic.es](mailto:luis.ryunta@cchs.csic.es)

## REDACTORA JEFE

Isabel Olea

EPI SL

[isabel.iolea@gmail.com](mailto:isabel.iolea@gmail.com)

## REDACCIÓN

Natalia Arroyo-Vázquez

Universidad Isabel I

[natalia.arroyo@gmail.com](mailto:natalia.arroyo@gmail.com)

Ricardo Eito-Brun

Grupo GMV

[reito@gmv.es](mailto:reito@gmv.es)

Javier Leiva-Aguilera

Catorze.com

<http://www.javierleiva.info>

Toon Lowette

Grid Electronic Publishing

[toon@grid.be](mailto:toon@grid.be)

Roser Lozano

CRAI Universitat Rovira i Virgili

[roser.lozano@urv.cat](mailto:roser.lozano@urv.cat)

Jorge Serrano-Cobos

MASmedios

[jorgeserrano@gmail.com](mailto:jorgeserrano@gmail.com)

## REVISIÓN DE LENGUA INGLESA

Laurie Bridges

Oregon State University Libraries and Press

[laurie.bridges@oregonstate.edu](mailto:laurie.bridges@oregonstate.edu)

## COMITÉ CIENTÍFICO

Ernest Abadal

Universitat de Barcelona, Barcelona.

Isidro F. Aguillo

Centro de CC Humanas y Sociales, CSIC, Madrid.

Adela d'Alòs-Moner

Consultora, Barcelona.

Carlos B. Amat

Inst. Agroquím. y Tecn. Alimentos, CSIC, Valencia.

Jesús Bustamante

Biblioteca, Cedefop, Salónica, Grecia.

Carlota Bustelo-Ruesta

Consultora, Madrid.

Atilio Bustos

Pontificia Univ. Católica de Valparaíso, Chile.

Lluís Codina

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Emilio Delgado-López-Cózar

Universidad de Granada, Granada.

Javier Díaz-Noci

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Assumpció Estivill

Universitat de Barcelona, Barcelona.

Andrés Fernández-Ramos

Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Antonia Ferrer-Sapena

Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

António Fidalgo

Universidade da Beira Interior, Portugal.

Francisco-Javier García-Marco

Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

Johannes Keizer

Food and Agriculture Org. (FAO). Roma, Italia.

Jesús Lau

Universidad Veracruzana, Veracruz, México.

Mari-Carmen Marcos

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona.

Pere Masip

Blanquerna, Univ. Ramon Llull, Barcelona.

Charles McCathieNevile

Yandex, Moscow, Rusia.

José-Antonio Moreiro-González

Universidad Carlos III de Madrid.

Enrique Orduña-Malea

Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

Juan-Antonio Pastor

Universidad de Murcia, Murcia.

Fernanda Peset

Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.

Joan Roca

Minnesota State University, Mankato, USA.

Ramón Salaverría

Universidad de Navarra, Pamplona.

Tomás Saorín

Universidad de Murcia, Murcia.

Robert Seal

Loyola Univ. Chicago, Evanston, Illinois, USA.

Ernesto Spinak

Consultor, Montevideo, Uruguay.

Emir-José Suaidén

IBICT, Brasilia, Brasil.

Daniel Torres-Salinas

Universidad de Navarra, Pamplona.

Jesús Tramullas

Universidad de Zaragoza, Zaragoza.

## BASES DE DATOS

### Academic search premier (Ebsco)

<http://www.ebscohost.com/academic/academic-search-premier>

### Catálogo de Latindex

<http://www.latindex.unam.mx/buscador/ficRev.html?folio=6772>

### Communication source (Ebsco)

<http://www.ebscohost.com/academic/communication-source>

### Dialnet (Universidad de La Rioja)

[http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?&clave\\_revista=469](http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?&clave_revista=469)

### ERIH Plus

<https://dbh.nsd.uib.no/publiseringskanaler/erihplus/periodical/info.action?id=449601>

### ISI Social sciences citation index, Social SCI, WoS (Thomson Reuters)

[http://wokinfo.com/products\\_tools/multidisciplinary/webofscience/ssci](http://wokinfo.com/products_tools/multidisciplinary/webofscience/ssci)  
Impact Factor 2015 = 0,710

### Inspec, Information services in physics, electronics and computing (IET, The Institution of Engineering and Technology)

<http://www.theiet.org/publishing/inspec>

### ISOC, Índice español de ciencias sociales y humanidades

<http://bddoc.csic.es:8080/ver/isoc.do>

### ISTA, Information science and technology abstracts (Ebsco)

<http://www.ebscohost.com/public/information-science-technology-abstracts>

### Lisa, Library and information science abstracts (CSA)

<http://www.csa.com/factsheets/lisa-set-c.php>

### Lista, Library, information science & technology abstracts (Ebsco)

<http://www.libraryresearch.com>

### Scopus (Elsevier) Scimago Journal Rank 2015 = 0,422

<http://www.scopus.com>

## ACCESO A LOS TEXTOS COMPLETOS

### Recyt (2000-)

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI>

### Digitalia Publishing (2011-)

<http://www.digitaliapublishing.com>

### Ebscohost Electronic Journals Service (2000- )

<http://ejournals.ebsco.com/direct.asp?JournalID=105302>

### e-Libro (2011-)

<http://www.e-libro.net>

### Library, information science & technology abstracts with full text (2000- )

<http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=584>

### Library, information science & technology abstracts with full text, LISTA (2000- )

<http://www.libraryresearch.com>

### Academic search complete (2000- )

<http://www.ebscohost.com/thisTopic.php?marketID=1&topicID=633>

### Business source complete (2000- )

<http://www.ebscohost.com/academic/business-source-complete>

### El profesional de la información (1992-embargo 3 años)

<http://elprofesionaldeinformacion.com/contenidos.html>

## EPI EN REDES SOCIALES

<http://www.facebook.com/elprofesionaldeinformacion>

[http://twitter.com/revista\\_EPI](http://twitter.com/revista_EPI)

<http://www.linkedin.com/company/el-profesional-de-la-informacion-epi->

<http://pinterest.com/source/elprofesionaldeinformacion.com>

<http://pinterest.com/source/elprofesionaldeinformacion.com>

## PLATAFORMA DE PRODUCCIÓN OJS

Recyt, Repositorio español de ciencia y tecnología (Fecyt)

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI>

# Sumario

EPI, 2017, v. 26, n. 1

## Tema central: Públicos vulnerables y empoderamiento digital

### OBSERVATORIO

- 5 Públicos vulnerables y empoderamiento digital: el reto de una sociedad e-inclusiva  
Carmen Fuente-Cobo

### ARTÍCULOS

- 13 Producing political content for web 2.0: Empowering citizens and vulnerable populations  
Andreu Casero-Ripollés
- 20 Social and digital empowerment of vulnerable library users of the Murcia Regional Library, Spain  
José-Antonio Gómez-Hernández, Manuel Hernández-Pedreño and Eduardo Romero-Sánchez
- 34 Electronic government and online tasks: Towards the autonomy and empowerment of senior citizens  
Leopoldo Abad-Alcalá, Carmen Llorente-Barroso, María Sánchez-Valle, Mónica Viñarás-Abad and Marilé Pretel Jiménez
- 43 Empoderamiento mediático mediante e-learning. Diseño y validación de una escala  
Juan-Francisco Martínez-Cerdá y Joan Torrent-Sellens
- 55 Radio y empoderamiento social. Usos y gratificaciones del taller de radio para las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo  
Juan-Antonio Cortés-Fuentes y Beatriz Correyero-Ruiz
- 67 The empowerment of the film spectator: Theatrical on demand in Spain  
Rafael Linares-Palomar and Antonio Baraybar-Fernández
- 77 Empowerment or impoverishment of children from social networks? Perceptions of sexualized images of girls in Instagram  
Mónica Díaz-Bustamante-Ventisca and Carmen Llovet-Rodríguez
- 88 Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes  
Belinda De-Frutos-Torres y Mercedes Marcos-Santos
- 97 Percepción de los padres sobre el empoderamiento digital de las familias en hogares hiperconectados  
Teresa Torrecillas-Lacave, Tamara Vázquez-Barrio y Laura Monteagudo-Barandalla

### ANÁLISIS

- 106 Qué aprendimos del sida y de la electro-sensibilidad: comunidades vulnerables y su empoderamiento  
Andoni Alonso-Puelles
- 114 Tecnología cívica para la participación ciudadana. El caso de Codeando México  
Martín-Adalberto Tena-Espinoza-de-los-Monteros y José-Antonio Merlo-Vega
- 125 El periodista como agente social: propuesta didáctica para la intervención comunicativa en comunidades cercanas  
Vanessa Saiz-Echezarreta y Belén Galletero-Campos
- 132 Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla  
Matilde Delgado, Emili Prado y Celina Navarro

### AGENDA

### 148 INFORMACIÓN PARA LOS AUTORES



## 20 años diseñando y gestionando información

MASmedios apoya la Declaración de Lyon del 2014 que propugna el derecho de las personas a acceder a la información.

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

## PÚBLICOS VULNERABLES Y EMPODERAMIENTO DIGITAL: EL RETO DE UNA SOCIEDAD E-INCLUSIVA

Vulnerable publics and digital empowerment: The challenge of an e-inclusive society

**Carmen Fuente-Cobo**



**Carmen Fuente-Cobo** es profesora titular de periodismo y directora adjunta del área de estudios de comunicación en el *Centro Universitario Villanueva* (adscrito a la *Universidad Complutense de Madrid*) desde 2005. Es también titulada por el *Programa de Dirección General (PDG)* del IESE y cuenta con más de 20 años de experiencia profesional en empresas de contenidos y tecnológicas. Sus líneas de investigación son: ética y profesionalismo periodístico, protección de la infancia en el ámbito audiovisual, y políticas públicas audiovisuales. Es investigadora del *Programa de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital (Provuldig)*, financiado por la *Comunidad de Madrid* (S2015/HUM-3434).

<http://orcid.org/0000-0003-2898-1210>

*Universidad Complutense de Madrid, Villanueva Centro Universitario, Área de Comunicación  
Claudio Coello, 11. 28001 Madrid, España  
cfuentecobo@villanueva.edu*

### Resumen

La lucha contra la pobreza y la exclusión social son, con mayor o menor intensidad, una constante en las estrategias europeas de crecimiento económico y generación de empleo, y en los programas marco de investigación vinculados a éstas. En la actualidad los conceptos de exclusión e inclusión incluyen el acceso y uso de tecnologías y redes de información y comunicaciones. Por su relevancia y peso cada vez mayor en las políticas sociales, es preciso avanzar en la definición y aplicación de conceptos como exclusión, vulnerabilidad y empoderamiento en el marco de las sociedades digitales. Para ello, la inversión y dedicación de recursos a la investigación en ciencias sociales y humanidades es una condición fundamental.

### Palabras clave

Vulnerabilidad digital; Empoderamiento; E-inclusión; Sociedad digital; Brecha digital; *Horizonte 2020*; *Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación*.

### Abstract

The fight against poverty and social exclusion is, to a greater or lesser extent, a constant feature in European strategies for economic growth and employment generation and is featured in related research frameworks and programs. At present, the concepts of exclusion and inclusion include access to and use of information and communication technologies and networks. Due to its relevance and increasing weight in social policies, it is necessary to make progress in the definition and application of concepts such as exclusion, vulnerability, and empowerment within the framework of digital societies. The investment and dedication of resources to conduct research into the social sciences and humanities is, therefore, a fundamental necessity.

### Keywords

Digital vulnerability; Empowerment; E-inclusion; Digital society; Digital divide; *Horizon 2020*; *Spanish State Plan for Scientific, Technical and Innovation Research*.

**Fuente-Cobo, Carmen** (2017). "Públicos vulnerables y empoderamiento digital: el reto de una sociedad e-inclusiva". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 5-12.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.01>

### 1. Introducción

Hace una década el científico colombiano Manuel Elkin Patarroyo reivindicaba una “ciencia con conciencia social” en la conferencia inaugural de un coloquio internacional celebrado en Granada. Patarroyo, que ha dedicado su vida a la consecución de una vacuna que pueda poner fin a la malaria que todavía aflige a amplias zonas del continente africano, recordaba que la investigación sobre enfermedades que afectan al 90% de la población mundial recibe únicamente el 10 por ciento de toda la inversión en investigación científica y reclamaba el desarrollo de proyectos científicos centrados en mejorar la vida de las personas.

La llamada de atención del científico colombiano, *Premio Príncipe de Asturias de Investigación Científica y Técnica* en 1994, no iba dirigida a los investigadores individuales sino más bien a la industria farmacéutica y a las administraciones públicas, que determinan la agenda y prioridades de la inversión en investigación.

La investigación sobre enfermedades que afectan al 90% de la población mundial recibe únicamente el 10% de toda la inversión

Dos años antes, con motivo del centenario de la teoría de la relatividad y del cincuentenario del fallecimiento de Albert Einstein, el filósofo Francisco Fernández Buey se refería al genial físico en un artículo que titulaba “ciencia con conciencia” y que aparecía publicado en el mismo año en que lo hacía su libro sobre Einstein, titulado en este caso “Ciencia y conciencia”. Posiblemente este segundo título sea más exacto ya que la relación entre ciencia y conciencia de la que habla Fernández Buey al referirse a Einstein no atiende tanto a la unidad de estos dos ámbitos en la actividad investigadora y en el objeto del conocimiento científico, sino que se refiere más bien al perfil personal del científico y a su aprecio por ese otro tipo de conocimiento sapiencial, de tipo humanístico, que le caracterizó como un hombre de mente abierta y juicio independiente y le permitió entenderse y dejar huella en intelectuales de trayectorias y posiciones muy diferentes.

En cualquier caso, hablar de ciencia con conciencia exige tener presente no solamente la figura del científico sino también a las instituciones, organismos y estructuras cuyas decisiones afectan a la selección y orientación de las prioridades de investigación. En el ámbito social, una de las cuestiones recurrentes en las políticas puestas en marcha en la Unión Europea y en España ha sido la lucha contra la pobreza y la exclusión social, realidades que se reconfiguran en el marco de la sociedad digital.

Los objetivos de inclusión social se han intensificado en la estrategia *Europa*

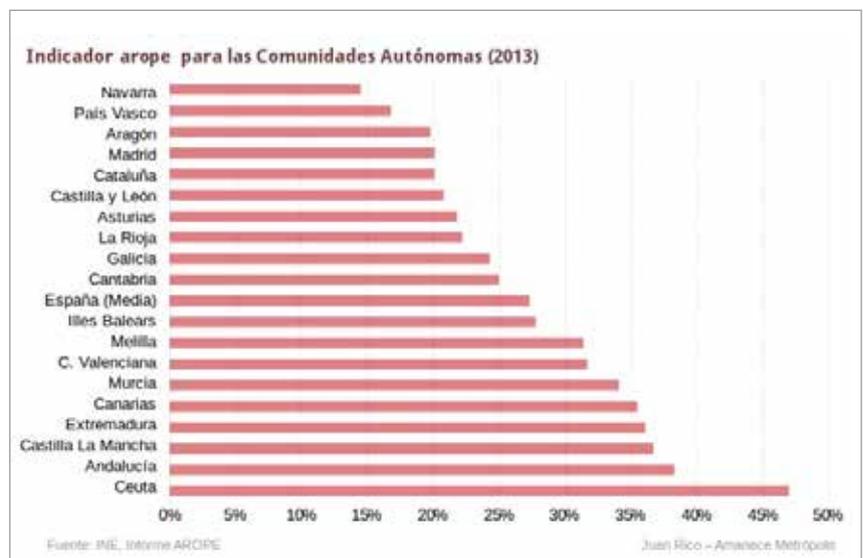


[http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/europe-2020-in-a-nutshell/index_en.htm)

2020, aprobada en junio de 2010 y que persigue la consecución de un crecimiento económico basado en el conocimiento y la innovación (crecimiento inteligente), el uso eficaz de los recursos (crecimiento sostenible) y altos niveles de empleo y cohesión social y territorial (crecimiento integrador). La estrategia tiene cinco objetivos: el empleo, la investigación, la innovación, el cambio climático y la energía, y la lucha contra la pobreza. En relación con este último ámbito, el objetivo es reducir el número de personas en situación de pobreza o exclusión en un 25%. En esta situación se encuentran alrededor de 80 millones de personas en Europa.

La estrategia *Europa 2020* ha recibido críticas en relación con sus objetivos de lucha contra la pobreza. En particular, se le reprocha que este objetivo no se haya definido de manera más ambiciosa y que pueda quedar diluido dentro del más amplio de crecimiento del empleo, aunque se reconoce como un avance importante el que por primera vez la pobreza y la exclusión social sean una de las prioridades clave de la estrategia europea de crecimiento (Jones, 2010). En la actualidad se asume de manera general que existe una relación entre pobreza y nivel de crecimiento económico y, en consecuencia, la lucha contra la pobreza no debe ser perseguida solamente como un fin en sí mismo, sino también como un medio que incide en el crecimiento económico.

También se ha criticado el indicador elegido para medir la extensión de la pobreza. El indicador que se maneja es



<http://amanecemetropolis.net/graficos-arope-crisis-pobreza-y-exclusion-en-espana>

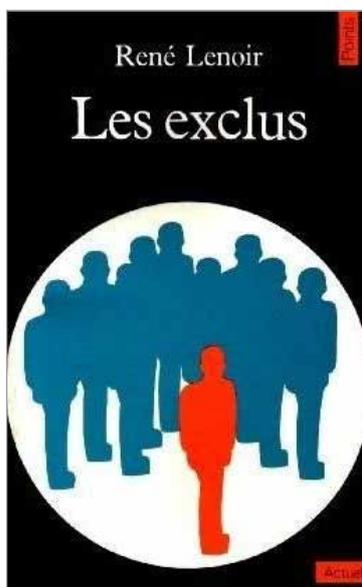
*arope* (at risk of poverty and/or exclusion), que incluye tres tipos de factores de riesgo, uno de los cuales es la privación material severa. Entran en esta categoría los hogares/personas que no pueden hacer frente a los gastos de bienes y servicios, entre los cuales se incluye el teléfono (fijo o móvil). Señalan los críticos que el estándar *arope* necesita ser ampliado con otros indicadores como la educación, las condiciones de vida o el acceso a Internet. De hecho, variables como la tasa de desempleo o el nivel de acceso familiar a internet son muy diferentes en Irlanda o RU frente a España, Grecia o Italia, a pesar de que todos ellos tienen cifras de pobreza similares (Cruz-Morato; García-Lizana, 2015).

El indicador de nivel de pobreza *arope* incluye tres tipos de factores de riesgo, pero resulta insuficiente

En relación con estos debates, un repaso de la bibliografía científica producida en los últimos años pone de manifiesto que algunos de los conceptos esenciales que llevamos manejando desde la década pasada y que están plenamente integrados en las políticas y programas de investigación, en la producción científica y en los foros académicos, son todavía imprecisos, tal vez porque actúan como “palabras poderosas” mediante las cuales señalamos aquellos objetivos que percibimos como deseables en el ámbito de las políticas sociales. Es el caso de conceptos como “vulnerabilidad”, “exclusión” o “empoderamiento” que, analizados en el marco de la sociedad digital, aparecen vinculados en este monográfico de la revista *El profesional de la información*.

## 2. Exclusión-inclusión y brecha digital

El recorrido histórico por sus diferentes aproximaciones, desde que fuera popularizado por René Lenoir en su obra *Les exclus – Un français sur dix* (1974), pone de manifiesto las dificultades que todavía existen para acotar el concepto de exclusión social, que en la actualidad está presente en todas las agendas de política social nacionales e internacionales, como apunta García-Blanco (2016).



ISBN: 9782020043762

Por lo que se refiere a las estrategias europeas de crecimiento, el concepto de exclusión aparece en los documentos finales del Consejo europeo de Lisboa de marzo de 2000. El objetivo de las estrategias europeas a partir de entonces no es tanto la lucha contra la pobreza cuanto la puesta en marcha de planes

para la inclusión social, como señalaba el entonces comisario para *Asuntos Económicos y Monetarios* de la Unión Europea, Pedro Solbes: “El reto clave es pasar de una agenda centrada en situaciones de exclusión a otra que garantice la inclusión social y la integre en el centro mismo de toda política”<sup>1</sup>. Todo ello a partir de la constatación de que algunas situaciones de exclusión no tienen como causa directa o única situaciones de carencia económica o material, sino que están relacionadas con privación de derechos humanos y de ciudadanía en un sentido amplio (Subirats, 2004).

En la actualidad, el concepto de exclusión se utiliza con una triple acepción, dependiendo de que las oportunidades de participación del individuo o grupo en la vida social se refieran al ámbito económico, al de la ciudadanía o al relacional. Tezanos define la exclusión social como aquella situación en la que las personas se encuentran fuera de las oportunidades vitales que caracterizan a una ciudadanía social plena. Y, aunque él la refiere al momento histórico concreto de finales del siglo XX, el sentido se mantiene para cualquier período, en la medida en que cada tiempo histórico viene acompañado de oportunidades nuevas y diferentes generadas a partir de avances tecnológicos, económicos y sociales. En cualquier caso, las desigualdades sociales que dan lugar a la exclusión se acrecientan en la Sociedad de la Información (Tezanos, 2001, p. 38). Subirats, por su parte, considera la exclusión social como opuesta a la inclusión, entendida ésta como

“un estatuto social sostenido sobre tres pilares: la participación en la producción de valor social dentro o fuera del mercado; la adscripción política y de ciudadanía, y la existencia de contacto con redes sociales y/o familiares” (Subirats, 2005, p. 9).

Algunas situaciones de exclusión no son por carencia económica, sino por la privación de derechos humanos y de ciudadanía

En definitiva, el concepto de exclusión no se entiende ya como una situación vinculada exclusivamente a la pobreza material, sino que se amplía a otro tipo de carencias educativas, relacionales y de oportunidad. Estas carencias implican, por otra parte, que el individuo que las padece se encuentra de una u otra manera limitado en sus derechos sociales, como si fuera un ciudadano de segunda clase. Entre estos derechos sociales, contenidos en el *Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales*, y a su vez inspirados en la *Declaración Universal de Derechos Humanos* de 1948 (derecho a la vivienda, a la educación, acceso a la cultura, etc.), no se incluye ciertamente el derecho de acceso a tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, no cabe entender ya un concepto de inclusión en el que no esté presente la noción de acceso a las herramientas tecnológicas y redes de comunicaciones que constituyen en el mundo presente una de las condiciones básicas para la plena participación social.

La noción de inclusión aparece relacionada, así pues, con la de brecha digital, concepto que comenzó a utilizarse a me-

diados de los años noventa y que tiene su origen en un informe de la *National Telecommunications and Information Agency (NTIA)* del *Department of Commerce* de EUA publicado en julio de 1995, y en el que dicho concepto se utiliza para referirse a las diferencias entre los que tienen acceso a ordenadores e internet, y los que no, los “*have not*”. Por tanto, los excluidos de la sociedad digital son aquellos que reúnen dos condiciones: no tener acceso a la herramienta informática básica, el ordenador; y no tener acceso tampoco a la red, a internet.

Los excluidos de la sociedad digital son los que no tienen ordenador ni acceso a internet o bien no saben utilizarlos adecuadamente

Posteriormente se amplió el concepto: no se trata solamente de tener (equipos, acceso a la red), sino también, y fundamentalmente, de saber utilizar aquello que se tiene. La OCDE definió la brecha digital en 2001 como:

“el espacio que existe entre individuos, hogares, empresas y áreas geográficas con diferentes niveles socioeconómicos, con relación tanto a sus oportunidades de acceder a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como al uso de internet para una amplia variedad de actividades”.



<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=961&langId=es>

**Ballestero** (2002) resume las variables que integran el concepto de brecha digital, señalando que ésta se relaciona con cuatro elementos:

- disponibilidad de ordenador u otro elemento en el hogar que permita conexión a internet;
- posibilidad de conectarse y acceder a la red desde el hogar o el trabajo;
- conocimiento de las herramientas básicas para poder acceder y navegar por la Red; y
- capacidad adecuada para poder hacer que la información accesible en la Red pueda ser convertida en ‘conocimiento’ por el usuario.

### 3. Grupos vulnerables

Entre las muchas cuestiones abiertas se encuentra la identificación de los colectivos vulnerables, es decir, en riesgo de exclusión. La estrategia *Europa 2020* se refiere de manera expresa a grupos muy diversos a la hora de señalar posibles áreas de actuación específica. Así, al definir los objetivos de la *Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión*, creada como iniciativa emblemática en el marco de lucha contra la pobreza, apunta como uno de sus objetivos el desarrollo de programas que permitan luchar contra la discriminación laboral y educativo de las “comunidades más desasistidas”, entre las que cita los discapacitados, así como el desarrollo de una nueva agenda para la integración de los inmigrantes.

En las políticas puestas en marcha en la Unión Europea y en España ha sido recurrente la lucha contra la pobreza y la exclusión social

Además, se insta a los Estados miembros a definir y aplicar medidas adaptadas a las circunstancias específicas de grupos que presentan riesgos particulares (por ejemplo, familias monoparentales, ancianos, minorías, pueblo romaní, discapacitados y personas sin hogar).

**Subirats** (2004) analiza los colectivos incluidos en los *Planes Nacionales de Acción para la Inclusión Social* en Europa, puestos en marcha en los países en el marco de las propuestas aprobadas en los Consejos Europeos de Lisboa y Feira (marzo y junio de 2000), Nova (noviembre 2000) y Laeken (diciembre 2001). Son la población vulnerable, tal como ésta es identificada en los programas de acción social europeos. Elegidos por 10 o más países se encuentran los siguientes grupos de riesgo: discapacitados, menores, inmigrantes y asilados, personas sin hogar, mujeres, jóvenes, y personas drogodependientes. A éstos se añaden los elegidos por cinco o más países: familias, ancianos, exreclusos, personas con problemas psíquicos, alcohólicos y minorías étnicas. Y finalmente, los elegidos por menos de 5 países: pobres, parados, prostitutas, viajeros, inmigrantes retornados, y analfabetos.

Exclusión y vulnerabilidad son estados interrelacionados, en la medida en que podemos entender la exclusión como un proceso (**Castel**, 2004) con tres zonas, desde cada una de las cuales se puede acceder a la otra:

- la zona de integración (en la que los elementos clave son empleo y relaciones sociales estables);
- la zona de vulnerabilidad (precariedad laboral e inestabilidad en las relaciones sociales); y
- la zona de exclusión social (Castel, 1994). A ellas Tezanos (2001) incorpora la zona asistencial, entre la vulnerabilidad y la exclusión, en la que se incluyen los destinatarios de subsidios sociales. Hablamos por tanto de vulnerabilidad para referirnos a las personas y grupos sociales en riesgo de tránsito hacia zonas de exclusión.

La vulnerabilidad, en un sentido amplio, se predica no solamente de aquellos que forman parte de colectivos en situación de riesgo de exclusión, sino que se utiliza también para referirse a individuos y grupos susceptibles de sufrir daño en su acceso y exposición a los medios y servicios de la sociedad de la información. Entran en este apartado, de manera muy especial, los niños, para los que se vienen definiendo políticas específicas casi desde que la televisión se convirtió en un medio masivo.

“Son vulnerables las personas y grupos sociales en riesgo de tránsito hacia zonas de exclusión”

#### 4. Empoderamiento, ¿para qué?

Recordaba Alex Grijelmo recientemente en su columna semanal sobre el uso del lenguaje (*El país*, 20 nov. 2016), el itinerario seguido por el verbo “empoderar” y su acción “empoderamiento”, desde que en 1925 fueran introducidos en el *Diccionario de la Real Academia* como sinónimos de “apoderar” y “apoderamiento”, hasta su desaparición en la edición de 2001 y su reincorporación en la de 2014. La reciente recuperación de estas palabras viene de la mano de su uso en lengua inglesa, de donde se ha tomado el sentido ampliado con el que ahora se aplica. Aunque mantiene como primera acepción la sinonimia con el verbo apoderar, en la segunda acepción incluida por la RAE empoderar significa “hacer poderoso o fuerte a un individuo o grupo social desfavorecido”.

En la actualidad el concepto de “empoderamiento” se aplica a tantos y tan diferentes tipos de situaciones y grupos sociales y tipos de intervención, que difícilmente podemos concluir que para que se dé el efecto de empoderamiento el punto de partida debe ser el de una situación de desventaja económica. Es decir, el concepto tiende a aplicarse de manera generosa y amplia en el sentido que también le daba la RAE en la edición de 2005 de su *Diccionario Panhispánico de Dudas*, de “conceder poder [a un colectivo desfavorecido



<http://www.eshorizonte2020.es/retos-sociales/europa-en-un-mundo-cambiante-sociedades-inclusivas-innovadoras-y-reflexivas>

socioeconómicamente] para que, mediante su autogestión, mejore sus condiciones de vida”. En cualquier caso, el poder para el que se empodera es entendido como una propiedad dinámica susceptible de crecer o disminuir, por lo que junto con la investigación centrada en el empoderamiento de grupos e individuos en diferentes ámbitos, encontramos también resultados de trabajos que describen efectos de “desempoderamiento” en la sociedad de la información (Mariën; Prodnik, 2014).

Una de las perspectivas más fructíferas desde las que se ha abordado esta cuestión del empoderamiento en las dos últimas décadas es la relativa a la alfabetización digital. La investigación centrada inicialmente en el ámbito de lo estrictamente mediático y, más en concreto, en el de los medios audiovisuales (Gozálvez-Pérez; Contreras-Pulido, 2014), ha tenido la virtud de situar en primer plano la relevancia del concepto de competencia y la comprensión del mismo como una realidad que integra dimensiones no solamente relacionadas con el acceso y uso de medios y recursos, sino también con la capacidad para descodificarlos críticamente e interactuar con ellos, siguiendo a Ferrés y Piscitelli (2012).

La alfabetización digital es entendida también como un proceso que permite diseñar estrategias de e-inclusión específicamente enfocadas a colectivos vulnerables como es la tercera edad, para la que el objetivo que se define es recuperar su capacidad de interacción social y su participación cívica, un objetivo que exige a su vez tener en cuenta las circunstancias personales y sociales de cada individuo (Abad, 2014).

Otra de las perspectivas desde las que es abordado el empoderamiento digital es el de las oportunidades profesionales en el campo del periodismo y la información de interés público generadas por el fenómeno “open data”, aunque se advierte que no puede establecerse una rela-

ción directa entre más datos abiertos y empoderamiento, cambio social o niveles mayores de democracia (**Gertrudis; Gértrudix**, 2016).

Los menores, como colectivo especialmente vulnerable, son también objeto de la atención investigadora a través de la educación mediática y digital (**Tejedor; Pulido**, 2012) que busca minimizar los riesgos de un uso inadecuado de medios y redes y a la exposición que los menores tienen en éstas<sup>2</sup>. Este empoderamiento se extiende a la familia, ámbito para el que se plantean iniciativas de alfabetización digital de reforzamiento de la mediación parental, al tiempo que se reclaman políticas públicas y privadas de refuerzo de los sistemas de información y selección de contenidos por parte de padres y educadores.

También los jóvenes son objeto de estrategias de empoderamiento, por ejemplo las que se definen en el entorno audiovisual, entendiendo aquí por empoderamiento la capacitación para usar tecnologías de producción para que los jóvenes puedan hacer oír su voz (**Agüaded; Carrero**, 2013).

El concepto de empoderamiento se vincula también a la participación ciudadana a través de internet (**Cáceres; Brändle; Ruiz-San-Román**, 2015). En este sentido, es entendido como e-facilitación, es decir, como aprovechamiento de las posibilidades que ofrece la Red, para visibilizar iniciativas, reivindicaciones y causas que de otra manera no tendrían oportunidad de ser oídas. Se trata no sólo del ciberactivismo sino también de la ciber solidaridad y de las denominadas tecnologías sociales (**Saorín; Gómez-Hernández**, 2014).

“ La administración española parece haber cuidado la proporcionalidad con las CSH a la hora de realizar las adjudicaciones ”

## 5. El papel de las ciencias sociales y humanidades en la agenda de I+D+i

Desde 1982 las actividades de investigación e innovación en la UE se coordinan por medio de programas marco. El que está actualmente en vigor es el *Programa Marco de Innovación e Investigación (2014-2020)* conocido como *Horizonte 2020*, cuyo objetivo central es la construcción de una sociedad y una economía basadas en el conocimiento y la innovación en toda la Unión, por medio de tres pilares: ciencia excelente, liderazgo industrial, y atención a los retos de la sociedad.

Son siete los grandes retos sociales que el programa europeo identifica para la Unión Europea en la actualidad:

1. Salud, cambio demográfico y bienestar.
2. Seguridad alimentaria, agricultura y silvicultura sostenibles, investigación marina, marítima y de aguas interiores y bioeconomía.
3. Energía segura, limpia y eficiente.
4. Transporte inteligente, ecológico e integrado.
5. Acción por el clima, medio ambiente, eficiencia de los recursos y materias primas.

6. Europa por un mundo cambiante – Sociedades inclusivas, innovadoras y reflexivas.

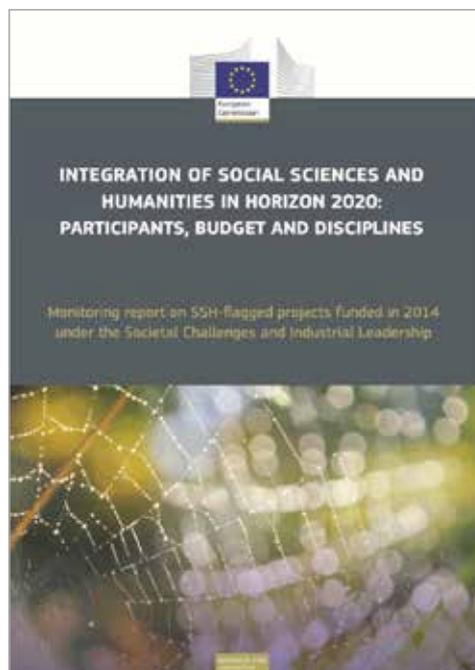
7. Sociedades seguras. Proteger la libertad y la seguridad de Europa y sus ciudadanos.

Respecto al reto número 6 relativo a la consecución de sociedades inclusivas, innovadoras y reflexivas, los indicadores de partida ponen de manifiesto hasta qué punto el concepto de inclusión incorpora ya la alfabetización digital como condición (el 25% de los ciudadanos de la UE, se indica, no poseen alfabetización digital). Los grandes temas que se plantean en relación con este reto de la inclusión (participación, migración, integración, cambio demográfico, derechos humanos, y justicia mundial) demuestran su complejidad y la necesidad de ser abordados desde una perspectiva multidisciplinar.

Esta necesidad de incorporar enfoques multidisciplinares está en la base de la decisión de integrar las ciencias sociales y las humanidades de manera transversal a partir de la convocatoria de 2014 del programa *Horizonte 2020*. Se entiende, en este sentido, que la contribución de campos de investigación y actividad como la sociología, la economía, la psicología, las ciencias políticas, la historia, las denominadas ciencias de la cultura, el derecho y la ética, es necesaria “para generar nuevo conocimiento, apoyar la elaboración de políticas basadas en evidencias, desarrollar competencias clave y producir soluciones interdisciplinares tanto a cuestiones tecnológicas como sociales”<sup>3</sup>.

Los resultados de la ronda 2014/15 reflejan en qué medida este objetivo de integrar ciencias sociales y humanidades (CSH) en la investigación sobre los grandes retos sociales a los que se enfrenta Europa en esta década, está siendo alcanzado por el programa *Horizonte 2020*.

- El presupuesto total del programa para 2014 fue de 4.000 millones de euros.



<https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/news/integration-social-sciences-and-humanities-horizon-2020-participants-budget-and-disciplines>

- El 37% de todos los temas lanzados en esta convocatoria llevaban la etiqueta de CSH, lo que en términos prácticos implica que tenían como objetivo incorporar las CSH como *expertise* plenamente integrado dentro de cada proyecto.
- El presupuesto asignado a socios (*partners*) de perfil CSH para todos los proyectos/temas presentados en relación con los siete retos del programa H2020 fue del 6%.
- El presupuesto asignado al reto 6 (sociedades inclusivas) fue de 114 millones de euros (2,8% del total). De éstos, 70 millones de euros (61,4%) fueron destinados a socios de perfil CSH).
- Sólo 77 de los 308 proyectos financiados bajo la etiqueta de proyectos con temática CSH fueron coordinados por un socio con perfil CSH.
- Respecto a la representación por disciplinas, los socios procedentes de ciencias económicas, negocios y marketing fueron mayoría (53% de los proyectos con socios de CSH), seguidos por los expertos de ciencias políticas, administración pública y derecho (38%) y muy por delante de psicología (19%), sociología (17%), humanidades y artes (9%), demografía y geografía (6%), antropología y etnología (3%), educación y comunicación (2%), e historia (2%).

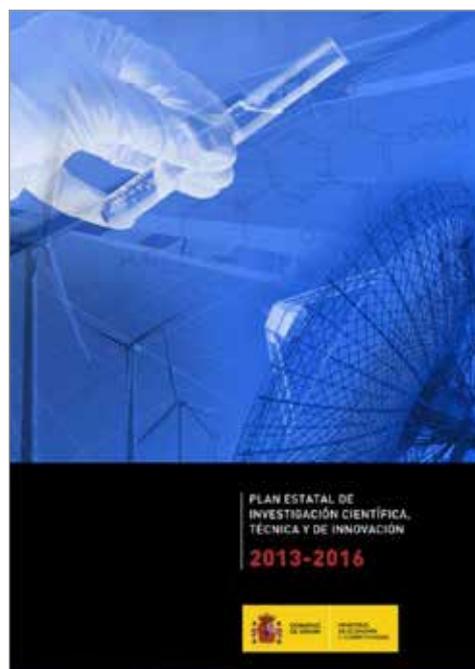
En España, el marco rector de la política en I+D+i es la *Estrategia Española de Ciencia y Tecnología y de Innovación 2013-2010*, cuyo instrumento principal es el *Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2013-2016*, que coincide e integra, a su vez, objetivos del programa europeo *Horizonte 2020*.

El *Plan Estatal* está integrado por cuatro *Programas Estatales* que a su vez se subdividen en subprogramas. Así, el *Programa Estatal de I+D+i* orientado a los Retos de la Sociedad se subdivide en 7 subprogramas, uno de los cuales tiene su foco puesto en los cambios e innovaciones sociales, e incluye entre los temas de atención prioritaria cuestiones relacionadas con desigualdad, exclusión y pobreza.

Un análisis rápido de los proyectos aprobados en la convocatoria de 2016 pone de manifiesto que la administración española parece haber cuidado la proporcionalidad a la hora de realizar las adjudicaciones, ya que los proyectos marcados en algunos de los ocho campos incluidos por el *Ministerio de Economía y Competitividad* en el área temática de gestión de ciencias sociales y humanidades representan aproximadamente la cuarta parte del total de proyectos adjudicados<sup>4</sup>. Si atendemos a las disciplinas representadas, de los 324 proyectos aprobados en esta convocatoria, el mayor número correspondió a los de derecho (63), seguidos de las ciencias sociales (61), economía (54), historia y arte (38), psicología (38), filología y filosofía (24), educación (24), deporte (13) y estudios feministas (9).

Obviamente, el análisis debe entrar en la cuantía y alcance de estos proyectos para poder generar conclusiones válidas acerca de la importancia real de las ciencias sociales y las humanidades en la generación de conocimiento sobre los grandes retos sociales y, sobre todo, como guía y soporte para las políticas sociales.

Los artículos que integran el presente número de *El profesional de la información*, algunos de los cuales están basa-



[http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Plan\\_Estatal\\_Inves\\_cientifica\\_tecnica\\_innovacion.pdf](http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Plan_Estatal_Inves_cientifica_tecnica_innovacion.pdf)

dos en proyectos de investigación aprobados en convocatorias competitivas como las comentadas, son un reflejo de la variedad de colectivos vulnerables que se identifican en la actualidad y de la diversidad de enfoques y estrategias definidos para su empoderamiento.

## Notas

1. Pedro Solbes, prólogo a la obra de Fernando Ballester, *La brecha digital* (ver referencias).
2. Destaca en esta línea el trabajo del equipo de investigación constituido desde hace varios años en la *Universidad del País Vasco*, vinculado al proyecto europeo *EU Kids online*, y su informe más reciente sobre menores e Internet, que acaba de ser publicado en diciembre de 2016. (Ver: **Garmendia-Larrañaga et al.**, *Net children go mobile. Riesgos y oportunidades en internet y dispositivos móviles entre menores españoles* (2010-2015). Informe final. *Universidad del País Vasco – Red.es*. Proyecto cofinanciado por el *Programa Safer Internet* de la *Comisión Europea*, el *Ministerio de Economía y Competitividad* y la entidad pública *Red.es*).
3. *European Commission*. Integration of Social Sciences and Humanities in Horizon 2020: Participants, budget and disciplines. Monitoring report on SSH-flagged projects funded in 2014 under the Societal Challenges and Industrial Leadership.
4. <http://www.idi.mineco.gob.es/portal/site/MICINN>

## 6. Bibliografía

- Abad, Leopoldo** (2014). "Diseño de programas de e-inclusión para alfabetización mediática de personas mayores". *Comunicar*, n. 42, pp. 173-180. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-17>
- Aguaded-Gómez, José-Ignacio; Sánchez-Carrero, Jacqueline** (2013). "El empoderamiento digital de niños y jóvenes a través de la producción audiovisual". *adComunica. Revista*

de estrategias, tendencias e innovación en comunicación, n. 5, pp. 175-196.

<https://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.11>

**Ballester, Fernando** (2002). *La brecha digital. El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*. Fundación Retevisión. ISBN: 9788493154295

**Cáceres-Zapatero, María-Dolores; Brändle, Gaspar; Ruiz-San-Román, José-Antonio** (2015). "Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet". *Prisma social*, n. 15, pp. 643-683.

<https://goo.gl/dw7Lml>

**Castel, Robert** (1994). "La dynamique des processus de marginalisation: de la vulnérabilité à la désaffiliation". *Cahiers de recherche sociologique*, n. 22, pp. 11-27.

<http://dx.doi.org/10.7202/1002206ar>

**Castel, Robert** (2004). "Los riesgos de exclusión social en un contexto de incertidumbre". *Revista internacional de sociología*, v. 72, pp. 15-24.

<https://doi.org/10.3989/ris.2013.03.18>

Comisión Europea (2014). *Horizon 2020 en breve. El programa Marco de Investigación e Innovación de la Unión Europea*. <https://goo.gl/H5fXVT>

Comisión Europea. *Europe 2020. Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrados*. COM (2010) 2020 final.

<https://goo.gl/9pceIC>

**Cruz-Morato, Marco-Antonio; García-Lizana, Antonio** (2015). "Pobreza, exclusión social y crecimiento económico en la Unión Europea". *XII Jornadas internacionales de política económica*. Toledo, mayo 2015.

<http://www.riuma.una.es/xmlui/handle/10630/9857>

European Commission (2014). *Integration of Social Sciences and Humanities in Horizon 2020: Participants, budget and disciplines*. Monitoring report on SSH-flagged projects funded in 2014 under the Societal Challenges and Industrial Leadership.

<https://goo.gl/gHPtNH>

**Fernández-Buey, Francisco** (2005). "Ciencia con conciencia". *Quark*, n. 36, pp. 91-95.

<http://quark.prbb.org/36/default.htm>

**Ferrés, Joan; Piscitelli, Alejandro** (2012). "La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores". *Comunicar*, n. 38, pp. 75-82.

<https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>

**García-Blanco, José-María** (2016). "Los problemas teóricos y metodológicos del concepto de exclusión social. Una visión neofuncionalista". *RIS. Revista internacional de sociología*, v. 74, n. 2.

<https://doi.org/10.3989/ris.2016.74.2.029>

**Garmendia-Larrañaga, Maialen; Jiménez-Iglesias, Estefanía; Casado, Miguel-Ángel; Mascheroni, Giovanna** (2016). *Net children go mobile. Riesgos y oportunidades en internet y dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015)*. Informe final.

<https://goo.gl/M1PBE8>

**Gertrudis-Casado, María-Carmen; Gértrudix-Barrio, Manuel; Álvarez-García, Sergio** (2016). "Competencias informativas profesionales y datos abiertos. Retos para el empoderamiento ciudadano y el cambio social". *Comunicar*, n. 47, pp. 39-47.

<https://doi.org/10.3916/C47-2016-04>

**Gozálvez-Pérez, Vicent; Contreras-Pulido, Paloma** (2014). "Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación". *Comunicar*, n. 42, pp. 129-136.

<https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>

**Jones, Sian** (2010). "La Estrategia Europa 2020, ¿influirá en la pobreza?". *Revista de la Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión*, n. 133, pp. 6-7.

[http://www.eapn.es/ARCHIVO/documentos/recursos/3/873\\_Mag133\\_ES\\_web.pdf](http://www.eapn.es/ARCHIVO/documentos/recursos/3/873_Mag133_ES_web.pdf)

**Mariën, Ilse; Prodnik, Jernej A.** (2014) "Digital inclusión and user (dis)empowerment: A critical perspective". *info*, v. 16, n. 6, pp. 35-47.

<https://doi.org/10.1108/info-07-2014-0030>

Ministerio de Economía y Competitividad. *Estrategia Española de Ciencia y Tecnología y de Innovación 2013-2016*.

<https://goo.gl/qnzKHV>

Ministerio de Economía y Competitividad. *Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación 2013-2016*.

<https://goo.gl/2IL6xa>

National Telecommunications and Information Administration (NTIA), US Dept. of Commerce (1995). *Falling through the Net: A survey of the 'have nots' in rural and urban America*.

<https://www.ntia.doc.gov/ntiahome/fallingthru.html>

OECD (2001). *Understanding the digital divide*.

<https://www.oecd.org/sti/1888451.pdf>

**Saorín, Tomás; Gómez-Hernández, José-Antonio** (2014). "Alfabetizar en tecnologías sociales para la vida diaria y el empoderamiento". *Anuario ThinkEPI*, v. 8, pp. 342-348.

<http://www.thinkepi.net/alfabetizar-en-tecnologias-sociales-para-la-vida-diaria-y-el-empoderamiento>

**Subirats, Joan** (dir.) (2004). *Pobresa i exclusió social. Una anàlisi de la realitat espanyola i europea*. Fundació La Caixa. Col·lecció Estudis socials, n. 16.

<http://www.didacqueralt.com/pobresa-cat.pdf>

**Subirats, Joan** (dir.) (2005). *Perfils d'exclusió social urbana a Catalunya. Una aproximació qualitativa*. Institut de Govern i Polítiques Públiques. Universitat Autònoma de Barcelona.

[https://ddd.uab.cat/pub/llibres/2005/37/exclusiosocial\\_a2005.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/llibres/2005/37/exclusiosocial_a2005.pdf)

**Tejedor, Santiago; Pulido, Cristina** (2012). "Retos y riesgos del uso de Internet por parte de los menores, ¿Cómo empoderarlos?". *Comunicar*, n. 39, pp. 65-72.

<https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-06>

**Tezanos, José-Félix** (2001). *La sociedad dividida. Estructura de clases y desigualdades en las sociedades tecnológicas*. Madrid: Biblioteca Nueva. ISBN: 978 84 7030 893 2

# ARTÍCULOS

## PRODUCING POLITICAL CONTENT FOR WEB 2.0: EMPOWERING CITIZENS AND VULNERABLE POPULATIONS

Producción de contenidos políticos, empoderamiento ciudadano y públicos vulnerables en la web 2.0

Andreu Casero-Ripollés

**Nota:** Este artículo se puede leer en español en:

[http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/ene/02\\_esp.pdf](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/ene/02_esp.pdf)



**Andreu Casero-Ripollés** is an associate professor and head of *Department of Communication Sciences* at the *Universitat Jaume I de Castelló* (Spain). He holds a degree from the *Universitat Autònoma de Barcelona* and a PhD from the *Universitat Pompeu Fabra*. He is a member of the *Institut d'Estudis Catalans*. He has been a visiting researcher at the universities of *Columbia* (United States) and *Westminster* (UK), among others. He studies political communication and the transformation of journalism in the digital environment. He has published articles in journals such as *Information, Communication & society*, *International journal of press/politics*, *American behavioral scientist* and *International journal of communication*.

<http://orcid.org/0000-0001-6986-4163>

*Universitat Jaume I de Castelló, Facultat de Ciències Humanes i Socials, Departament de Ciències de la Comunicació  
Avda. Vicent Sos Baynat, s/n. 12071 Castelló de la Plana, España  
casero@uji.es*

### Abstract

Social media, or web 2.0, allows citizens to produce content and information. However, not everybody has the same access to these benefits. This causes the emergence of a digital divide and the appearance of vulnerable sectors. We study the effect of education, financial income, and the frequency of technology use on the capacity of citizens to produce political content on social media in Spain. The methodology is based on a secondary analysis of data, whereby a statistical method was applied to a quantitative questionnaire (n=2,444). The results reveal that citizens' creation of political content depends more on education level and frequency of digital network use, rather than on income levels. This data provides a significant and novel contribution to the awareness of factors that determine digital inequality.

### Keywords

Social media; Web 2.0; Citizen empowerment; Digital democracy; Political communication; Digital inequalities.

### Resumen

Los medios sociales, o web 2.0, permiten a los ciudadanos producir contenidos e informaciones. Sin embargo, no todos acceden por igual a estos beneficios. Esto genera la emergencia de desigualdades digitales y la aparición públicos vulnerables. Nuestro objetivo es estudiar la incidencia de la educación, los ingresos económicos y la frecuencia de utilización de las tecnologías en la capacidad de los ciudadanos de producir contenidos políticos en los medios sociales en España. La metodología se basa en el análisis secundario de datos a partir de la aplicación del método estadístico a una encuesta cuantitativa (n=2.444). Los resultados revelan que la creación de contenidos políticos por parte de los ciudadanos depende de la educación y la intensidad de uso de las redes digitales, aunque no tanto del nivel de ingresos. Estos datos realizan una aportación significativa y novedosa al conocimiento de los factores que determinan la desigualdad digital.

### Palabras clave

Medios sociales; Web 2.0; Empoderamiento ciudadano; Democracia digital; Comunicación política; Desigualdades digitales.

**Casero-Ripollés, Andreu** (2017). "Producing political content for web 2.0: Empowering citizens and vulnerable populations". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 13-19.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.02>

Manuscript received on 09-09-2016

Accepted on 05-10-2016

## Introduction

Social media (also known as web 2.0) is a concept that encompasses technologies including social networks, microblogs, blogs, or social video portals, and promotes new communication options for citizens. By means of social media citizens can communicate and interact with others by producing their own content and presenting it to a potentially broad audience (Jenkins, 2006). This possibility has diverse democratic implications as it can encourage citizen participation in public debates, promote pluralism, and reconfigure valid power relations (Castells, 2009). This opens up the prospect of reformulating citizens' roles in the articulation of public opinion and political communication.

However, the bibliography has proven that not all citizens have equal access to social media's benefits, in terms of content production (Hargittai; Hsieh, 2013). Digital inequalities consequently appear and turn specific social groups vulnerable, as they are excluded from the advantages generated by 2.0 platforms. This produces democratic costs. Thus, it is essential to analyze the social factors that create vulnerable sectors, as well as the factors that condition and limit the use of digital technologies. Our objective is to study the effect of education, financial income, and the frequency of technology use on citizens' capacity to produce political content and information for web 2.0 in Spain.

## Bibliographic revision: Citizen empowerment and production of political content on the web 2.0

Social media has inspired theories about public empowerment:

- on the one hand, thanks to its potential, citizens can produce and spread communicative content (instead of simply consuming) (Jenkins, 2006; Castells, 2009);
- and on the other hand, social media platforms facilitate communal activities and promote connectedness as a social value (Van-Dijck, 2013).

These conditions enable citizens to act as a counterbalance and compensate for the influence of political, financial, and media elites in the configuration of the public debate (Castells, 2009). In this regard, web 2.0 gives:

- users a chance to participate in public discussions by freely expressing their opinions (Shirky, 2011);
- users can also inversely implement public agenda building dynamics (Sung-Tae; Young-hwan, 2007);
- even begin political monitoring processes to supervise political, financial, and media powers (Keane, 2009; Feenstra; Casero-Ripollés, 2014).

Cáceres-Zapatero; Brändle; Ruiz-San-Román (2015) showed that the Internet generates the feeling of empowerment for approximately half of the population in Spain.

These new possibilities of social media pave the way for a redefinition of citizens' roles in the classic triangle of political communication. In the past, citizens fulfilled a passive role, merely viewing the interactions between journalists and political actors who controlled and defined the field (Wolton, 1989). According to this theoretical perspective, web 2.0 is equipped with two democratic potentials:

- first of all, it entitles citizens to participate in politics as it enhances their influence;
- secondly, it provides an opportunity to increase the public's civil obligations, strengthen democracy, and reduce disaffection.

A crucial dimension for these potentials is the reduction of costs for users to create content in a digital environment. As such, the production of political information becomes easy, fast, and cheap. Through social media platforms, users can prepare and spread messages easily and autonomously. Some argue that this will place creation out of the hands of the elites, introducing it to more citizens, thus reinforcing democracy and facilitating greater participation in the public sphere (Jenkins, 2006; Castells, 2009; Benkler, 2015). Expressing and sharing thoughts or comments, which constitutes one form of political content created through web 2.0, is an action that leads to citizen empowerment, along with a wide range of practices (Cáceres-Zapatero; Brändle; Ruiz-San-Román, 2015).

“ The production of political information becomes easy, fast, and cheap in the digital environment ”

Producing political content is a highly valuable resource for social movements, activists, and the general public when activating, articulating, advertising, and expanding protests. In some cases, such as the 15-M movement in Spain or the Occupy movement in the United States and Great Britain, anonymous individuals made and publicized content (Micó-Sanz; Casero-Ripollés, 2014). Additionally, activists even implemented resources of an alternative nature as an instrument of protest. In this regard, the digital environment could contribute to the emergence of new informative actors (Tewksbury; Rittenberg, 2012). Thus, the creation of content by the public through web 2.0 turns into a defining and central element of a new kind of political activism (Lievrouw, 2011). Producing this type of content is a key aspect of citizens' political participation (Blank, 2013), although it is not the only defining factor of this participation (Zallo, 2013).

With respect to these approaches, other authors uphold that, despite its possibilities, social media has limits in terms of its capacity for citizen empowerment and for the transformation of democracy. The first criticism concerns the fact that for most citizens, political participation through web 2.0 involves minimum civil obligation. Users simply need to interact with a technological device, such as a computer or digital tablet, and conveniently *click* from home; as such, these citizens favor a comfortable or low-risk form of activism, also known as *slacktivism* or *clicktivism* (Gladwell, 2010; Morozov, 2013). Their involvement is sporadic and discontinuous with little capacity to mobilize, as these individuals are not willing to protest in public or in the streets to defend their beliefs. Thus, in these cases, the support for a cause or protest through social media has minimal political impact and low-to-null practical effects on the democratic

dynamic, as this form of activism only serves to increase participants' feeling of well-being (Morozov, 2011).

Secondly, several authors indicate that digital networks are less popularly used for political purposes, as opposed to entertainment and social interaction uses (Van-Dijk, 2013). Politics is still a minority issue on social media, despite its increasing usage in recent years (Dahlgren, 2013), something that has been evidenced empirically in the Spanish case (*Fundación Telefónica*, 2016). Furthermore, the digital environment imposes an economy of attention that generates disparities (Fuchs, 2014). Any citizen may produce and disseminate information, but not all content has the same visibility at all levels of society. Despite the fact that anyone can use digital networks, not all users are equal. Some users possess more advantages on social media due to their fame or power. They thus create strong doses of attention and they amass large followings, which amplifies their reach and visibility. This establishes limits, in terms of counterbalancing the citizen and web 2.0's capacity, for social influence.

Lastly, another essential issue concerning citizen empowerment on web 2.0 is related to the requirement of certain technical and cognitive digital abilities (DiMaggio; Hargittai, 2001; Van-Deursen; Van-Dijk, 2011). Above all, communicative cognitive competencies are required; this includes refined search strategies, a critical capacity to assess content credibility, and the ability to prepare content efficiently (Hoffmann; Lutz; Meckel, 2015; Hargittai; Hsieh, 2013). However, not all individuals possess these abilities to the same extent, and as a consequence there are differences on their capacity to exploit social media in terms of power generation; this therefore becomes a source of the digital divide. The big question is: what factors affect individuals' digital communication competencies?

When answering this question, the scientific bibliography has focused more on the acquisition of information than on the production of content. Many researchers have demonstrated that information acquisition is not equal across digital networks; instead, it continues to be based on stratification, thus promoting exclusions and the digital divide (Hargittai; Hsieh, 2013). Age, gender, race, and (predominantly) socioeconomic factors lead to differences between users' abilities to access political information (Norris, 2015). This shows that not all citizens have the same opportunities and that the digital environment establishes cognitive differences, which creates vulnerable sectors and a gap between the information-rich and the information-poor (Bonfadelli, 2002; Haywood, 1995).

However, an analysis of the factors that affect citizens' content production capacity on social media has received limited attention (Hargittai; Walejko, 2008; Blank, 2013; Hoffmann; Lutz; Meckel, 2015). In general, previous research reveals the persistence of social inequality in digital content creation (Schradi, 2013). However, the results were ambiguous and inconclusive. In university-centred studies, Hargittai and Walejko (2008) and Correa (2010) confirm that education is not a determining factor in the production of digital content. On the other hand, Schradi (2011) and Blank (2013) show that education does have a significant effect.

With regards to income, both Hargittai and Walejko (2008) and Van-Deursen and Van-Dijk (2011) link individuals' economic level to a greater capacity for creating digital content. On the other hand, past experience with content creation and Internet-management tasks are both positively associated with content production (Hargittai; Walejko, 2008; Cáceres-Zapatero; Brändle; Ruiz-San-Román, 2015).

Nevertheless, these limited results are not conclusive. Consequently, there are numerous aspects that require further clarification. This research intends to fill this gap. For this purpose, the Spanish case is studied, as the *15-M* movement of 2011 was significant internationally because of the digital mobility and activism it initiated, which was subsequently continued by diverse social segments (Casero-Ripollés, 2015). The objective is to study the effect of education, financial income, and the frequency of digital technology use on citizens' capacity to produce political content for web 2.0 in Spain. The initial hypothesis upholds that these three factors directly and positively affect citizens' production of political information. In this regard, people who perform poorly on these three variables are considered to be part of the vulnerable sectors.

Not all citizens have equal access to social media's benefits in terms of content production

## Methodology

The methodology is based on secondary analysis of data, whereby a statistical method is applied to the results obtained from a quantitative questionnaire. Thus, the barometer n. 3,038 (published in September 2014 in Spain) from the *Centre for Sociological Research (CIS)* was used. [http://www.cis.es/cis/opencms/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2014/Documentacion\\_3038.html](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2014/Documentacion_3038.html)

In this survey, 2,444 Spanish residents between the ages of 18 and 95 years were interviewed. At the 95.5% confidence level, the actual error of the entire sample is  $\pm 2.0\%$ .

Out of the three types of digital content produced by citizens: expert, entertainment, and politics, the last ones are analyzed. This is why the action of writing comments about current political and social events on digital networks is implemented, in line with earlier bibliography (Blank, 2013). It was determined that the dependent variable would be "Writing comments about current, social or political topics on a forum, blog, social network, etc."

As such, the independent variables were:

- education level;
- the level of personal financial income; and
- the frequency of social network use.

The choice of education and income is based on the fact that it deals with factors traditionally used within the bibliography (Hargittai; Hsieh, 2013). On the other hand, exploiting the frequency of use is justified by its connection with users' specific digital competency requirements, an aspect that may limit citizen empowerment on the Internet (DiMaggio; Hargittai, 2001).

The statistical crossing of dependent variables (Y) and independent variables (X) has been carried out by means of the SPSS program. Calculating the Pearson correlation coefficient (r) and the dependency coefficient (R<sup>2</sup>) has been done by means of established mathematical formulas; it will determine the degree of dependency between both variables, as well as the relationship (whether positive or negative) among them.

Some variables were recoded as certain values included a very low number of subjects. In these cases, the reduced character of the sample determined its restricted representativeness that skewed the results. Thus, the highest income levels (i.e. “between 2,401 and 3,000”; “between 3,001 and 4,500”; “between 4,501 and 6,000” and “over 6,000 Euros”) were consolidated into a single category called “over 2,401 Euros” that, after this operation, does in fact include an representative number of individuals. Similar groupings have been made with certain values relative to the level of education.

“People who are less educated are configured as vulnerable sectors in terms of creation of political content on social media”

### Results

Statistical analysis results relative to the level of education reveal the existence of a relationship between the degree of academic training and the use of social media to create and disseminate political content (X<sup>2</sup>=131.899, gl=7, p=0.000) (table 1). The percentages of people who write messages with lower education levels (linked to categories such as “less than 5 years of education” and “elementary school”) are 0% and 4.5% respectively (Table 1). Similarly, these fi-

gures increase as the level of education ascends to 42.9% in postgraduate studies, corresponding to a master’s degree, and 35.5% for individuals who have obtained a PhD. The Pearson correlation coefficient is set on one of the highest values (r=0.957), revealing that the relationship between these variables is positive and strong. Similarly, the coefficient of determination (R<sup>2</sup>=0.915) is high, further supporting this finding. With these results, we can decisively conclude that education greatly impacts the creation of political content on digital networks, conditioning it decisively.

“Social media has inspired theories about public empowerment”

On the other hand, statistical analysis reveals that an individual’s level of financial income is poorly related to a citizen’s use of social media to produce political information (X<sup>2</sup>=30.576, gl=7, p=0.000) (Table 2). The analysis of correlation between variables shows that this relationship, albeit positive, is very weak as the Pearson coefficient is r=0.072 and the coefficient of determination is R<sup>2</sup>=0.005. These values explain that opposite ends are modified in the results. Consequently, the categories corresponding to a greater financial vulnerability (no income and less than 300 Euros monthly) record percentages similar to those obtained by categories linked to a more favorable financial status (income between 1,801 and 2,400 Euros and greater than 2,401 Euros monthly) (Table 2). The practical equivalence of these figures together with the values of the correlation between variables shows that the level of income does not have a direct and conditioning effect on a citizen’s use of web 2.0 to create political content. In other words, greater income does not result in a greater percentage of content creators.

Table 1. Influence of the level of education in the production of political content for web 2.0

			Interviewee’s level of education								Total
			Less than 5 years of education	Primary education	Secondary education	Vocational training	A levels	University studies	Postgraduate studies	PhD	
Write comments about current, social, or political topics on a forum, blog, social network, etc.	Yes	Count	0	14	71	96	90	135	12	6	424
		% within the interviewee’s level of education	0.0	4.5	12.1	22.5	29.4	29.5	42.9	35.3	19.7
	No	Count	24	294	514	331	216	323	16	11	1,729
		% within the interviewee’s level of education	100.0	95.5	87.9	77.5	70.6	70.5	57.1	64.7	80.3
Total	Count	24	308	585	427	306	458	28	17	2,153	
	% within the interviewee’s level of education	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

(X<sup>2</sup>=131.899, gl=7, p=0.000)

Table 2. Influence of financial income in the production of political content for web 2.0

			Income of interviewee (€)							Total	
			No income	Less than or equal to 300	From 301 to 600	From 601 to 900	From 901 to 1,200	From 1,201 to 1,800	From 1,801 to 2,400		More than 2,401
Write comments about current, social, or political topics on a forum, blog, social network, etc.	Yes	Count	80	20	38	39	60	45	36	9	327
		% within Income of interviewee	19.1	34.5	14.9	15.0	20.6	17.8	34.3	20.0	19.4
	No	Count	339	38	217	221	231	208	69	36	1359
		% within Income of interviewee	80.9	65.5	85.1	85.0	79.4	82.2	65.7	80.0	80.6
Total	Count	419	58	255	260	291	253	105	45	1,686	
	% within Income of interviewee	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

( $\chi^2=30.576$ ,  $gl=7$ ,  $p=0.000$ )

Lastly, the statistical analysis shows that the frequency of social network use is established as a factor that conditions citizens' creation of political content on social media ( $\chi^2=40.895$ ,  $gl=6$ ,  $p=0.000$ ). Thus, variables displaying a more intense use of digital networks have higher values, while those that induce lower usage frequencies, in turn, have lower percentages. In this sense, 47% of individuals who continuously use web 2.0 produce political information in this environment (Table 3). However, just 13.3% of individuals who almost never use these platforms are content creators. The value of the Pearson correlation coefficient ( $r=0.927$ ) reaffirms the positive and strong relationship between these variables. On the other hand, the coefficient of determination ( $R^2=0.861$ ) indicates that there is a relatively linear relationship but one with some fluctuation, which is related to the "every several weeks" category. This category reduces the adjustment of data on the line and the goodness of the model. Even so, a more regular and intense use of web 2.0 requires greater content creation by citizens

through these platforms. As a result, the use is configured as a conditioning factor that is able to create inequalities, based on its intensity, among citizens.

“The creation of political content on social media depends on the users' level of education and their frequency of use”

## Conclusions

The results of the Spanish case study partially prove our initial hypothesis: the creation of political content on social media depends on the user's level of education and their frequency of digital network use; however, it disregards the level of financial income. Academic training and use intensity are capable of generating social and political capital among citizens on social networks. Thus, people who are more educated and use social media are at a greater ad-

Table 3. Influence of the frequency of social networks use in the production of political content for web 2.0

			Frequency of social networks use						Total	
			Continuously	Several times a day	Once per day	From three to five times per week	From one to two times per week	Every couple of weeks		Almost never
Write comments about current, social or political topics on a forum, blog, social network, etc.	Yes	Count	95	129	99	23	20	9	6	381
		% within Frequency of social networks use	47.0	36.5	33.4	24.0	19.0	25.7	13.3	33.7
	No	Count	107	224	197	73	85	26	39	751
		% within Frequency of social networks use	53.0	63.5	66.6	76.0	81.0	74.3	86.7	66.3
Total	Count	202	353	296	96	105	35	45	1,132	
	% within Frequency of social networks use	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

( $\chi^2=40.895$ ,  $gl=6$ ,  $p=0.000$ )

vantage than those who do not. The latter are configured as vulnerable sectors. This results in the emergence of a digital divide that affects the democratic potential of social media platforms, as they reach some citizens more than others.

Despite being a powerful equalizer, web 2.0 can strengthen existing inequalities and expand them. While it is true that social media can enable citizen empowerment, it does not automatically occur. Not everyone has equal access or potential to use these platforms. The acknowledgement of the vulnerable sectors' existence demonstrates that social stratification is generated on social media and that there is an asymmetrical distribution of civic power. Those who hold privileged social positions due to their educational level and frequent Internet use have an advantage with respect to those who do not and, thus, their superiority is strengthened. The distance between both types of citizens can be seen in the digital environment with regard to the production of political content.

“The level of income does not have a direct and conditioning effect on citizens' use of web 2.0 to create political content”

The statistical data analysis of the Spanish case reinforces the bibliography's findings regarding the impact of education on citizens' production of content and political information (Schradié, 2011; Blank, 2013). Academic training is expressed as a conditioning factor that can exclude and limit the democratic potential of social media. Similarly, this study reaffirms previous research's findings (Hargittai; Walekjo, 2008; Cáceres-Zapatero; Brändle; Ruiz-San-Román, 2015) that the frequency of digital technology use affects citizens' creation of political content on web 2.0. However, on the other hand, the data obtained indicates that the level of financial income has a weak impact on citizens' production of political information. These results represent a significant and novel contribution to the bibliography on the digital divide, especially on the factors that determine it, as it contradicts earlier academic research findings (Hargittai; Walekjo, 2008; Van-Deursen; Van-Dijk, 2011).

The digital divide is not a matter of financial capital but instead of cultural capital and, in particular, educational capital. The generation of these asymmetries implies a democratic deficit: the access to digital citizenship and to its use are conditioned by factors of the digital gap, primarily by education, that leaves those with a lower level of education in a vulnerable state.

## Funding

This work constitutes part of the research project number CSO2014-52283-C2-1-P, funded by the *Ministry of Economy and Competitiveness (Mineco)* of the *Government of Spain*.

It also constitutes part of the research project entitled *Medios sociales y activismo político en Internet: hacia una redefinición de los vínculos entre la comunicación y la democracia en la era digital* beneficiary of the *BBVA Founda-*

*tion Grants to researchers, innovators, and cultural creators* awarded in 2014. The *BBVA Foundation* does not take responsibility for the opinions, comments, and content included in this chapter or any of the results arising therefrom, for which the author is solely and entirely accountable.

## Bibliography

**Benkler, Yochai** (2015). *La riqueza de las redes: cómo la producción social transforma los mercados y la libertad*. Barcelona: Icaria. ISBN: 978 8498886344

**Blank, Grant** (2013). “Who creates content? Stratification and content creation on the internet”. *Information, communication & society*, v. 16, n. 4, pp. 590-612.  
[https://www.researchgate.net/publication/258245939\\_Social\\_stratification\\_content\\_production\\_A\\_response](https://www.researchgate.net/publication/258245939_Social_stratification_content_production_A_response)  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.777758>

**Bonfadelli, Heinz** (2002). “The internet and knowledge gaps. A theoretical and empirical investigation”. *European journal of communication*, v. 17, n. 1, pp. 65-84.  
[https://www.researchgate.net/publication/249720563\\_The\\_Internet\\_and\\_Knowledge\\_Gaps](https://www.researchgate.net/publication/249720563_The_Internet_and_Knowledge_Gaps)  
<https://doi.org/10.1177/0267323102017001607>

**Cáceres-Zapatero, María-Dolores; Brändle, Gaspar; Ruiz-San-Román, José-Antonio** (2015). “Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de internet”. *Prisma social: revista de ciencias sociales*, n. 15, pp. 643-684.  
<http://hdl.handle.net/10201/47443>

**Casero-Ripollés, Andreu** (2015). “Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España”. *Historia y comunicación social*, v. 20, n. 2, pp. 245-260.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2015.v20.n2.51399](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51399)

**Castells, Manuel** (2009). *Comunicación y poder*. Barcelona: Editorial UOC. ISBN 978 8420684994

**Correa, Teresa** (2010). “The participation divide among ‘online experts’: Experience, skills and psychological factors as predictors of college students' web content creation”. *Journal of computer-mediated communication*, v. 16, n. 1, pp. 71-92.  
<https://goo.gl/WpQJn>  
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01532.x>

**Dahlgren, Peter** (2013). *The political web: Media, participation and alternative democracy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 1137326386

**DiMaggio, Paul; Hargittai, Eszter** (2001). “From the ‘digital divide’ to ‘digital inequality’: Studying Internet use as penetration increases”. *Working paper series*, n. 15. Princeton: Center for Arts and Cultural Policy Studies, Woodrow Wilson School, Princeton University.  
<https://www.princeton.edu/~artspol/workpap/WP15%20-%20DiMaggio+Hargittai.pdf>

**Feenstra, Ramón A.; Casero-Ripollés, Andreu** (2014). “Democracy in the digital communication environment: A typology proposal of political monitoring processes”. *International journal of communication*, v. 8, pp. 2448-2468.  
<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2815>

- Fuchs, Christian** (2014). *Social Media: a critical introduction*. London: Sage. ISBN: 978 1446257319
- Fundación Telefónica** (2016). *La sociedad de la información en España 2015*. Madrid: Fundación Telefónica-Ariel. <https://goo.gl/XzDQeg>
- Gladwell, Malcolm** (2010). "Small change. Why revolution will not be tweeted". *The New Yorker*, 4 October. <http://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>
- Hargittai, Eszter; Hsieh, Yuli-Patrick** (2013). "Digital inequality". In: Dutton, William H. (ed.). *The Oxford handbook of internet studies*. Oxford: Oxford University Press, pp. 129-150. ISBN: 978 0199589074
- Hargittai, Eszter; Walejko, Gina** (2008). "The participation divide: content creation and sharing in the digital age". *Information, community and society*, v. 11 n. 2, pp. 239-256. <https://soc334technologyandsociety.files.wordpress.com/2012/08/hargittaiwalejko2008.pdf> <https://doi.org/10.1080/13691180801946150>
- Haywood, Trevor** (1995). *Info-rich/info poor: access and exchange in the global information society*. London: Bowker Saur. ISBN: 978 0862916312
- Hoffmann, Christian-Pieter; Lutz, Christoph; Meckel, Miriam** (2015). "Content creation on the internet: A social cognitive perspective on the participation divide". *Information, communication & society*, v. 18, n. 6, pp. 696-716. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.991343>
- Jenkins, Henry** (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: NYU Press. ISBN: 0814742815
- Keane, John** (2009). *The life and death of democracy*. London: Simon and Schuster. ISBN: 978 1416526063
- Lievrouw, Leah** (2011). *Alternative and activist new media*. Cambridge: Polity. ISBN: 978 0745641843
- Micó-Sanz, Josep-Lluís; Casero-Ripollés, Andreu** (2014). "Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain". *Information communication & society*, v. 17, n. 7, pp. 858-871. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.830634>
- Morozov, Evgeny** (2011). *The net delusion: the dark side of internet freedom*. New York: Public Affairs. ISBN: 978 1610391061
- Morozov, Evgeny** (2013). *To save everything, click here: Technology, solutionism, and the urge to fix problems that don't exist*. New York: Public Affairs. ISBN: 978 1846145483
- Norris, Pippa** (2015). "Movilización política y redes sociales: El ejemplo de la Primavera Árabe". *Infoamérica: Iberoamerican communication review*, v. 9, pp. 17-36. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5148403>
- Schradie, Jen** (2011). "The digital production gap: The digital divide and web 2.0 collide". *Poetics*, v. 39, n. 2, pp. 145-168 <https://goo.gl/8P2LW3> <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2011.02.003>
- Schradie, Jen** (2013). "The digital production gap in Great Britain". *Information, communication & society*, v. 16, n. 6, pp. 989-998. <https://goo.gl/8P2LW3> <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.799305>
- Shirky, Clay** (2011). "The political power of social media". *Foreign affairs*, v. 90, n. 1, pp. 28-41. <http://www.cc.gatech.edu/~beki/cs4001/Shirky.pdf>
- Sung-Tae, Kim; Young-Hwan, Lee** (2007). "New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting". *Korea journalism review*, v. 1, n. 2, pp. 3-29.
- Tewksbury, David; Rittenberg, Jason** (2012). *News on the internet. Information and citizenship in the 21st century*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0195391978
- Van-Deursen, Alexander; Van-Dijk, Jan** (2011). "Internet skills and the digital divide". *New media & society*, v. 13, n. 6, pp. 893-911. <https://doi.org/10.1177/1461444810386774>
- Van-Dijck, Jose** (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press. ISBN: 978 0199970780
- Wolton, Dominique** (1989). "La communication politique: construction d'un modèle". *Hermès*, v. 4, pp. 27-42. <http://hdl.handle.net/2042/15353> <https://doi.org/10.4267/2042/15353>
- Zallo-Elgueazabal, Ramón** (2013). "Comunicación y democracia en el entorno digital". *adComunica*, n. 5, pp. 141-174. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.10>



# SOCIAL AND DIGITAL EMPOWERMENT OF VULNERABLE LIBRARY USERS OF THE MURCIA REGIONAL LIBRARY, SPAIN

Empoderamiento social y digital de los usuarios en riesgo de exclusión de la *Biblioteca Regional de Murcia*, España

José-Antonio Gómez-Hernández, Manuel Hernández-Pedreño and Eduardo Romero-Sánchez

**Nota:** Este artículo se puede leer en español en:  
<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/view/54692/33296>



**José-Antonio Gómez-Hernández**, PhD in arts with honors and bachelor in contemporary history, has been a professor of librarianship since 1988 at the *University of Murcia (UM)*, where he currently teaches on library management and on educational and cultural services. Previously he was the dean of the *Faculty of Information Studies*, director of *Editorial and Cultural Services*, and vice-chancellor of Communication and Culture. In his early career years, he worked as a librarian at UM. His publications include *La información y las bibliotecas en la cultura de masas*, *Estrategias y modelos para enseñar a usar la información* and *Gestión de bibliotecas*.  
<http://orcid.org/0000-0003-4532-1142>

*Universidad de Murcia, Facultad de Comunicación y Documentación.  
Campus de Espinardo. 30100 Murcia, Spain  
jgomez@um.es*



**Manuel Hernández-Pedreño** is a professor of sociology at the *University of Murcia (UM)*, has a degree in economics and a PhD in sociology. He publishes frequently on inequality and social exclusion and especially on disadvantaged groups such as immigrants, women, youth, homeless persons, or persons with disabilities. He is the director of the *Social Exclusion Observatory* of the *UM*, and has participated in the project “European network of social quality indicators” promoted by the *European Foundation on Social Quality*. He has obtained the *National research award 2015* of the *Economic and Social Council* of Spain for his study “Inequality, poverty and social exclusion: coordination and evolution of public policies in Spain”.  
<http://orcid.org/0000-0001-5243-0481>

*Universidad de Murcia  
Facultad de Economía y Empresa, Departamento de Sociología  
Campus de Espinardo. 30100 Murcia, Spain  
manuel@um.es*



**Eduardo Romero-Sánchez** has a degree and a PhD with honors in pedagogy from *University of Murcia (UM)*, where he is professor of the *Faculty of Education*. He has been a visiting professor at the *Institute of Education* of the *University of London*, and at the *Autonomous University of Baja California (México)*. Member of the research staff of the *Social Exclusion Observatory* of *UM* and pedagogical advisor of postgraduate medical education in primary care. His publications focus in two research topics: medical education and moral education.  
<http://orcid.org/0000-0001-5090-0961>

*Universidad de Murcia, Facultad de Educación  
Campus de Espinardo. 30100 Murcia, Spain  
eromero@um.es*

## Abstract

This research is based on two qualitative techniques applied to further understand the levels of digital risk or empowerment of vulnerable users visiting *Murcia Regional Library*. Library users and staff, social workers, and the three most recent library managers were interviewed; participatory observation was applied. We studied the exclusion factors of users, their motivation for using library services, and their information and digital competencies. We conclude that these persons use the library primarily as a center for both leisure and media Internet purposes and also occasionally to study or job search. Nevertheless, and above all, they value the library as a comfortable, normalized, and inclusive space, in which they feel integrated and where, without limits, they can stay for leisure or practical purposes.

## Keywords

*Murcia Regional Library*; User studies; Public library; Vulnerable users; Digital divide; Digital literacy; Digital inclusion.

## Resumen

Para conocer el grado de empoderamiento o riesgo de exclusión digital de los usuarios en situación vulnerable que acuden a la Biblioteca Regional de Murcia se diseñó una investigación cualitativa basada en dos técnicas: la entrevista (a usuarios, a personal bibliotecario, a técnicos de entidades sociales y a los tres últimos directores de la biblioteca) y la observación participante. Estudiamos los factores de exclusión de los sujetos, sus motivaciones para utilizar los servicios bibliotecarios y su valoración de los mismos, así como su nivel de acceso a las tecnologías y su competencia digital. Se concluye que estas personas, aunque utilizan la biblioteca primeramente como centro de conexión a Internet con fines tanto de ocio como de comunicación y de estudio o búsqueda de empleo, valoran también la socialización que logran en la biblioteca como espacio confortable, normalizado e inclusivo en el que se sienten integrados y donde se desenvuelven sin limitaciones para fines lúdicos o funcionales.

## Palabras clave

*Biblioteca Regional de Murcia*; Estudios de usuarios; Biblioteca pública; Usuarios en situación vulnerable; Competencia digital; Brecha digital; Inclusión digital.

**Gómez-Hernández, José-Antonio; Hernández-Pedreño, Manuel; Romero-Sánchez, Eduardo (2017).** "Social and digital empowerment of vulnerable library users of the *Murcia Regional Library*, Spain". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 20-32.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.03>

## 1. Introduction

This work explains how the digital resources of the *Murcia Regional Library* (hereafter, the *BRM*), in terms of its social function, are used by those in vulnerable social situations. Such a social function, which is a given in public libraries, has been accentuated in the financial crisis years, with a notable increase in the number of economically and digitally precarious users. To accommodate and welcome them promotes the library as a place of integration and social cohesion.

The data indicates that, overall, in Spain, the number of library visits and of loans is beginning to descend. This has two general causes: On the one hand, the budgetary cuts for the acquisition of new books and the closures of some libraries and service points. On the other; changes in the manner of access and the usage of library products (especially audiovisuals), the amplification of intelligent telephones, and the considerable degree of connectivity of users with economic means. But, at the same time, there was considerable growth in the number of Internet sessions facilitated by public libraries such as portable computer loans and the unrestricted use of their wifi networks.

One is led to think the library is re-orientating its function. Although loans continue in importance, there has been a growth in interest for other services of a social, technological, educational, or cultural value. These services range from

sojourns into empty spaces and study lounges; meetings and working groups; consultations; reading promotional activities; training workshops; loans of portable computers, chargers, calculators, and e-readers; and free Internet access. They are services which help people with services that they most need, keeping them connected and supporting their need for information, communication, and learning.

This evolution, due to the Financial Crisis and the growth of social inequality, has taken the course of access to information and technologies. While a broad sector of society intensifies its digital consumption with ample private connectivity, another sector lacks the resources for that and needs support from a public service such as the library so as not to be socially and digitally excluded.

This digital inequality makes obvious the various dimensions of this exclusion and the needs of the latter group of users. The objective is to adapt the services; contribute to the inclusive processes; to reduce, as far as possible, the digital divide defined as the new divisive factor which results, as much from the lack of access, as from the lack of capability for the efficient and meaningful use of information.

This analysis focuses on the *BRM* because it is the city's reference library. It is an accessible, prized building with modern installations, ample and comfortable spaces, and it is within a neighborhood of good public transportation servi-

ce. It is always well attended and its generous open hours include Sundays (this was only until year 2012). Moreover, it has been implementing innovative social and educational programs in intercultural and employment mediums, such as *Biblioteca para todos*<sup>1</sup>, *Quitapesares*<sup>2</sup>, *Biblioteca Punto de empleo*<sup>3</sup>, and *Qué sabes*<sup>4</sup> (Gallo-León, 2008; Castillo-Fernández, 2010). When it was realized that, in recent years, some 700 people in the process of requesting a library card had indicated that their residence was a Murcian homeless peoples hostel (Gómez-Hernández, 2016), the Library's management agreed to investigate such users with the dual purpose of knowing the tasks necessary for the social and digital inclusion of these groups and to progress with implementation guidelines.

## 2. Objectives

The general objective is to analyze the information and digital behavior of the BRM users in vulnerable situations, contextualized between an inclusive library vision and a conceptual framework of their social exclusion. And more specifically, to:

- Know the effects of the Economic Crisis on the incorporation of vulnerable users into the BRM.
- Define the levels of access and usage of information and communication technologies (henceforth ICT) and to measure the degree of digital acquisition of the users at risk of exclusion.

- Evaluate the relationship between the library services and the process of social and digital inclusion of such persons at risk of exclusion.

## 3. Methodology

The strategic methodology is based on two qualitative techniques: the semi-structured interview and participant observation, since they allow for the capture of the viewpoint of those who intervene in the social and cultural function of the BRM. Moreover, the state of this matter is reviewed beginning with the *Annual report of the BRM*, *Library statistics* (INE, 2015), and from *Spanish public libraries in numbers* (Ministry of Education, Culture and Sport, 2015).

Interviews were carried out on two types of agents associated with the usage of the BRM and considered to be key informants: professionals and users. With respect to the first group, 17 were interviewed, among them professional librarians, information and loan desk assistants, and security personnel (referred to as TB1 to TB7 when quoted), the three most recent directors (D1 to D3), and two experts from social organizations which work with the population sector that is the object of this study (TES1 and TES2). In regards to the vulnerable users, nine with different degrees of social risk were interviewed (U1 to U9). Sub-categories of these nine were social risk (two of exclusion and seven of vulnerability –please refer to section 4.1 for a definition),

¿Qué sabes? program (see Note 4)

Quitapesares program (see Note 2)

age (between 25 and 62), gender (six men and three women), and nationality (five Spaniards and four foreigners). The procedure followed in the interviews was semi-structured, and the interviews were carried out between February and June 2016.

Participant observations were carried out by nine students in the final year of their respective graduate courses in information & documentation science, pedagogy & social work (O1 to O9). Six were women (one was Moroccan and another Colombian) and three men. After receiving methodology training, the observation of participants was carried out from the 24<sup>th</sup> to the 30<sup>th</sup> of

April 2016 during the BRM operational hours. The observation type was passive (acting as anonymous users), with the exception of one of them (O7) who was an active participant, interacting to a large extent with users and experts in five distinct areas; the access zone or the entrance steps, the main hall (the control, information, press, and loan zone), the interior media hall (the computer and internet center), and the exterior media hall, an open one frequented by long-time regular users, pre-2008-crisis local residents. Other zones included restrooms, the children's room, and reference counter.

“The lack of access and digital competence limits or precludes knowledge, communication, relationships, work, or the exercise of rights”

## 4. Theoretical framework

### 4.1. Social exclusion and the digital divide

After the Economic Crisis of the 1970's in Spain the designation of “social exclusion” was used in sociology as a description of vulnerable individuals and groups, supplanting the previous concept of “poverty”. The new focus better reflects the situations which make life with dignity difficult, and which must be viewed relative to scarcity of economic earnings (Subirats; Brugué; Gomà, 2002).

Social exclusion is defined as:

“structural, dynamic, multi-faceted, and multi-dimensional which includes an individual component and which is approachable by way of social policies. It occurs for structural reasons (such as economic and social changes which have been produced in technological societies), and not only through individual factors” (Laparra-Navarro et al., 2007).

It constitutes a process of distancing from a situation of so-



*I, Daniel Blake* (Ken Loach, 2016)  
<https://vimeo.com/188997363>

cial integration, for the active exercising of citizen's rights, and is produced when people accumulate social disadvantages in a series of crucial domains or dimensions. It is a matter of a process rather than a stable situation and has at least three levels or stages. These range from:

- an integration situation (where work and social relations are strong) to a
- vulnerable situation (characterized by a precariousness relative to work and by the fragility of relational support) and then to
- an exclusion situation (of marked marginalization, of alienation, in which the most disadvantaged circulate) (Castel, 2004).

“Seven dimensions of exclusion have been identified: economic, workplace, training, social health, residential, relational, and participative”

Seven dimensions of exclusion have been identified (Hernández-Pedreño, 2008). These conform to personal and social trajectories and between them there exists a strong connection:

- economic
- workplace
- training
- socio-health
- residential
- relational, and
- participative.

Indeed, the weighty contribution of the ICT into all facets of life gives rise to an eighth dimension of exclusion: Technology or the “digital divide” which has been identified in the sociological domain by Raya-Díez (2007). As it's reflected in the film *I, Daniel Blake* (Ken Loach, 2016) the digital divide is a factor which increases vulnerability. This is because the lack of access and competence limits, or precludes, knowledge, communication, relationships, work, or the

exercise of rights. For these reasons, it ought to be explored how they, digitally speaking, are on the edge in other social fields. The level of digital empowerment ought to be measured and understood so as to act on it. Its equalizing potential demands the exploration of the benefits, strengths, and opportunities for the population group at risk of exclusion.

Hence, technological exclusion is a dimension which, when overcome, can contribute to the reduction of the remaining causes of vulnerability –otherwise it can act to accentuate them-. And it is not only a matter of equipment (the possession of, or access to, a computer or a mobile phone), but also of digital or information technology competence so as to use it meaningfully and to profit from its possibilities in a reflective and intentional manner in accordance with one’s personal or collective objectives.

This focus attempts to convert the information & communicative technologies (ITC) into technologies for empowerment and participation (TEP) (Reig-Hernández, 2012) making possible the related resolution of problems and the necessities of an economic, employment, educational, family, affection, group or citizenry nature, from the merely functional level, to that of social transformation; incorporating values of solidarity, cooperation and equality (Pimienta, 2009; Gómez-Hernández; Saorín, 2015).

“Libraries enrich public space so as to convert it into “a second living room”

#### 4.2. The function of libraries in social and digital inclusion

The concept of digital exclusion as a part of social exclusion is very close to the viewpoint of library science about the function of public libraries. From its origin, the public library has attempted to give equal access to information without barriers related to a person’s economic, social, cultural, racial, political, nationality, gender, or religious status. It fulfills the educational and cultural functions currently prevailing and managed within the European Union for 65,000 libraries which some 100 million citizens frequent (Lison et al., 2016).

A very important factor is the availability of equipments and space for being open, free, accessible and comfortable. The

library welcomes people of whatever status who can come together or interact, a facility that contributes to social cohesion. Like an agora or ‘third place’, it converts itself into a public plaza by democratizing social space with services which facilitate the cultivation of citizens for social, digital, employment, or, cultural inclusion (Gallo-León, 2013). Libraries enrich public space so as to convert it into “a second lounge room”, a place attractive to people of all ages and social groups who revitalize the areas where they are seated, and where anyone can pass the time and utilize services (Lison et al., 2016).

IFLA (*International Federation of Library Associations and Institutions*) as the representative of libraries, has defended the commitment of the latter with the guarantee of access to information for everybody; thereby achieving through the *Declaration of Lyon* (IFLA, 2014a) that this right may be included among the goals of the *2030 Agenda for the sustainable development of the United Nations*. Its concept about Internet access is expressed in the *IFLA Internet manifesto* (2014b). The document highlights the fact that libraries provide this service with comfort, orientation, and support, helping to overcome the barriers created by inequalities of resources, technology, and skills of individuals. It also advocates that the Internet should be open without ideological, political, or religious censorship, nor with economic or technological barriers, so that it may be attended by users in an appropriate ambience, regardless of age, ethnic origin, nationality, religion, culture, ideology, politics, physical or intellectual capability, gender, or sexual orientation. Likewise search competence to freely look for, use, and share confidential and independent resources should be taught, intellectual and cultural creativity promoted, as should be the economic aspect of always giving free access.

In Spain, the public library has augmented its inclusive function in response to the context of the Economic Crisis, in a time of cut-backs and questioning of public services. So as to justify their social and economic value, the return on investment in libraries has been investigated (Gómez-Yáñez, 2014), has been quantified in the Navarra Autonomous Community (Hernández-Sánchez, 2016) and, in a study of *Barcelona Deputation*, fifteen benefits of their function have been described and articulated along four axes and two perspectives (Togores, 2014) (Table 1).

Table 1. Social benefits of libraries (Togores, 2014)

Axis	Individual perspective	Community perspective
<b>Cultural</b>	Promotion & development of the habit of competent reading Universal access to knowledge & reading	Preservation & awareness of local cultural memory Local cultural and artistic progress
<b>Social</b>	Social inclusion Inclusion of disabled persons Inclusion of cultural diversity	Social cohesion Social capital; inherited and developing Revitalisation of public space
<b>Economic</b>	Promotion & development of employment opportunities & workplace inclusion	Promotion & development of local economic progress
<b>Educational/ Information technology</b>	Development of IT (information technology) literacy Resultant digital inclusion	Better-informed societies

## 5. Results

### 5.1. Economic crisis and vulnerable users in the BRM

The initial and evident effect of the crisis was the loss to the BRM of mediums, materials, and personnel. According to the BRM records, if the 2014 library purchases budget for the BRM itself and for the municipal libraries of the Regional System is compared with that of 2008 we see that it reduces from €1,763,360 to €116.584.

BRM had 112 employees in 2010 (BRM, 2011) and by 2014 had lost 20 personnel from both the payroll and external services, resulting in a 22.5% reduction in human resources expenditure. The budget for equipment renewal, cleaning, and other externalized services also fell, requiring an enormous effort to maintain the quality of the services.

*-Intercultural mediators who had been in the municipal libraries were laid off; that was rather hard... Service contracts were cut back, small booksellers who sold us books couldn't be paid... a big thing (D2)*

*-The Economic Crisis has been an influence because it curtailed the possibility of purchases and of innovation within the library. We haven't been able to develop certain very important projects. Our priority now is the arrival of money to switch on the lights... We have no budget for anything else, and that which is achieved, is done at zero cost (D1).*

*-The toilets are in a bad state and neither are they clean. The door handles don't close. Many toilets have no lid, nor is there toilet paper in many of them, and some hand basins are damaged (O5, O6, Grouping: others, toilets).*

In respect to the users, a 21% reduction in their visits has been observed as shown in the drop from 894,483 in 2008 to 706,976 visitors in 2014. Perhaps this was because of the scarcity of new materials or the Sunday closure. Despite this fall off, there was a growth in the number of people who visited because of their personal lack of resources, a situation of unemployment or vulnerability. These individuals study, learn, and use the wifi connection and computers to navigate the Internet (BRM, 2010). There are those who take advantage of the BRM's free entry, in so far as they find a normalizing space, to which they have frequent recourse, at the suggestion of the consultants of the social assistance centers.

*-In 2008, there was an important boom in which people without resources came whether or not there was a crisis (TB2, comment on Media room).*

*-The crisis was markedly noticeable in the sense that before we had had a group of very regular foreigners and now we had many more and a lot of Spanish people who*

*had no jobs (TB11, comment on Media room).*

*-The majority of the users for this service are foreigners of various nationalities (from Eastern Europe, Morocco, Latin America, Sub-Saharan Africa). They occupy spots which are at the back of the room; perhaps so that nobody can see what they were doing (O2, Media screens room).*

*-First of all, these people when they are in the library are not on the streets. That is basic. That is to say, they are in a normalized place to which anybody can go and they are occupying their leisure and free time with something productive; they may be speaking with their family, they may be watching a film; whatever they are doing, they are not on the street (TES1, a social worker in a residence for the homeless).*

*-When people are in the library and are not on the streets, they are in a normalized place where anybody can stay (...). They are told 'When you go there, nobody knows if you are a person in a situation of exclusion or not' (social worker)*

*-They are told "You must go to the library. You must learn to move in other environments". There they can participate. "When you go there, nobody knows if you are a person in a situation of exclusion or not. You are at your computer, you are doing your things, and nobody knows what." It's even more anonymous. And, moreover, it is said: "Go to the library; put yourself on the Internet; practice ...". And so for us the library is one of those places about which we say "You must go to the library, get a library card." (TES1, social worker; refugee).*



Computer and Internet Center (Interior Media Hall)

Table 2. Categorization of levels of digital empowerment

Indicator	Degree	Definition
1. Equipment and access	Minimal	Basic mobile phone or PC, without data management
	Sufficient	Basic mobile or smartphone + PC or portable at home but with limited connectivity
	Complete	Smartphone or PC portable at home with total connectivity
2. Use and function of information & communication technology	Productive	Uses information & communication technology (ITC) for training, work, and/or employment search
	Leisure	Uses ITC and Internet for leisure activities (music, cinema, reading, sports, videos, videogames, etc.)
	Information & communication	Uses ITC and Internet to search for information, e-mail, relationships, social networks
3a. Domain of the five dimensions of digital competence	Basic	Only resolves simple digital tasks
	Independent	Is familiar with, and uses, a range of tools and applies them to resolve problems
	Competent	Makes strategic and critical use of digital competence for a diversity of personal and social purposes
3b. Global classification of digital competence	Limited /dependant	Limited in confronting, autonomously with ITC and Internet, problems of daily life
	Instrumental	Can resolve problems of daily life with ITC and Internet
	Innovator/Transformer	Capable of improving one's daily individual or social conditions and of innovating with ITC and Internet
4. Digital empowerment	Deficient	Does not take advantage of most of the possibilities of digital proficiency for its vital purposes
	Sufficient	Resolves personal needs through digital competence
	High	Profits from digital competence so as to improve one's personal conditions of life and social participation
5. Potential consequences or risks of digital empowerment situations	Exclusion	Lacking the capability to access and profit from information and ITC for purposes of inclusion
	Vulnerability	At risk of losing personal opportunities for lack of mastery of digital competence
	Inclusion	Digital competence helps to improve one's personal situation and social integration

The number of loans decreased, dropping some 15% from 642,631 in 2008 to 548,388 in 2014. Instead, and to lend attention to the greater demand for Internet connection, the BRM had to increase the number of ICT posts in the media zone up to 40, acquire some portables and tablets so as to lend them for use within the premises, and to keep the wifi system permanently open without the necessity of identification.

*-They come almost exclusively for the Internet. In a very short time, things have changed a lot. Two years ago we hardly had any spots for Internet connections. Now there only remain two spots for viewing films and all the rest are for Internet (TB7, Information).*

*-Here in the library, they also leave the wifi open on Sundays, so that many people can make use of it on Sundays in the doorways even though the doors are closed. I pass by and see people and at times I also make use of it. The library is close, but not everything is switched off. Always there is a window of opportunity for usage (U8, Moroccan immigrant woman of 44 years).*

*-It is surprising the good things which the BRM has preserved in the face of the impressively reduced budgets it has experienced. The fact is that there are good people working there and that by using their imagination they have continued pulling things out of the hat, at practically zero cost (D3).*

### 5.2. Access, competence, and the degree of digital empowerment of vulnerable users

Beginning with information gathered in user interviews, we analyzed their risk situation and digital empowerment to

verify the relationship between the degree of access and digital competence, and the greater or lesser possibility of promotion or reduction of social exclusion factors.

#### Digital competence

Has been evaluated according to the *European framework (Punie; Brecko, 2014)*, in accordance with which there are five dimensions, each of which can be experienced in basic, independent or competent degrees (*Europass, 2015*). They are:

- Information (to know how to search, to navigate, filter, evaluate, store, and recover information);
- Communication (to interact, share information and contents, participate, collaborate by means of digital channels, *netiquette*, and management of digital identity);
- Creation of content (develop content, integrate and re-elaborate, be familiar with author's rights, licenses, and programming);
- Security (protection of devices, personal data and digital identity, health, and environment protection);
- Problem resolution (to resolve technical problems, identify needs and responses, innovate and make creative use of ICT; identifying competence gaps).

For the evaluation, five indicators, distinct from the five dimensions above, have been considered and are defined in Table 2.

- Equipment or access to technological resources.
- Declared uses of ICT and Internet
- Digital competence (situational and global)
- Degree of digital empowerment, and
- Situation of digital risk.

Table 3. Evaluation of users' degree of digital empowerment

Nº	Sex	Age	National of	Social risk situation	1. Equip-ment, access, ICT	2. Use & func-tion of ICT	3. Digital competence					Global	Digital empower-ment	Digital risk situation
							The five dimensions							
							3.1. Informa-tion	3.2. Communi-cation	3.3. Content creation	3.4. Security	3.5. Resolve Problems			
U1	Man	25	Brasil	Vulnerability - Labour, Economic Risk. Foreigner	Complete	Productive, Leisure, In-formation/ Communi-cation	Compe-tent	Compe-tent	Indepen-dant	Inde-pendant	Indepen-dant	Transfor-mer	High	Inclusion
U2	Man	30	Spain	Exclusion, Labour & Economic Risk, also Health & relational	Minimal	Leisure	Basic	No	No	No	No	Limited / Depend-ant	Deficient	Exclusion
U3	Man	41	Domi-nican Republic	Vulnerability Labour, Economic Risk. Foreigner	Minimal	Leisure, Information / Communi-cation	Basic	Basic	No	No	No	Limited / Depend-ant	Deficient	Vulnerability
U4	Man	54	Spain	Vulnerability - Labour, Econ-omic Risk .and Relational	Minimal	Leisure	Basic	Basic	No	Basic	Basic	Instru-mental	Deficient	Vulnerability
U5	Man	57	Spain	Vulnerability Labour, Econ-omic Risk. And Health	Sufficient	Productive	Inde-pendant	Basic	No	Basic	Basic	Instru-mental	Sufficient	Inclusion
U6	Man	62	France	Vulnerability Labour, Economic Risk. Foreigner	Sufficient	Productive, Leisure	Basic	Basic	No	Basic	No	Instru-mental	Sufficient	Vulnerability
U7	Wom.	41	Spain	Vulnerability Labour, Econ-omic Risk. Also Residential and Health	Minimal	Productive	Basic	Basic	Basic	No	No	Limited / Depend-ant	Deficient	Vulnerability
U8	Wom.	44	Morocco	Exclusion Labour, Economic Risk. Relational & Foreigner also.	Minimal	Information / Communi-cation	Basic	Básico	No	Basic	Basic	Instru-mental	Sufficient	Inclusion
U9	Wom.	46	Spain	Vulnerability Labour, Econ-omic Risk. Also Residential	Complete	Productive Information / Communi-cation	Inde-pendant	Indepen-dant	Basic	Basic	Basic	Instru-mental	Sufficient	Inclusion

The results are presented in Table 3.

These users usually have minimal equipment: a mobile phone that is not a smartphone or with limited connectivity, without a data contract and used only for calls. They do not have a computer or portable, or it is obsolete, and/or they are lacking Internet where they live. Even when they do have a computer or portable, they go to the BRM for its welcoming, relational condition and out of habit. The objectives of using the ICT in the BRM are diverse: to occupy leisure time, in some cases to study or seek employment, likewise to access information, email, and to connect oneself to social networks, in which, without being intensive users, they participate sporadically.

*-I listen to music; I view Facebook and some film or other (U2, Spanish male, 30 years).*

*-On the Internet, I watch tennis matches. At times I come across them on Canal Plus TV, and as I don't have Plus at home, then I watch them here (U3, Dominican Republic male, 41 years).*

*-Before, yes, I chatted and now I also go into Facebook and I find someone from my family (U8, Moroccan woman, 44 years).*

*-On the Internet I watch topics that interest me like art and painting ... Games on the Internet are what I like most. That which hooked me are online games that you go into matched with another person and they are interactive (U6, French resident male, 62 years).*

Digital competence (among such users) is usually elementary in information and communication tasks, and clearly insufficient in the resolution of problems, creation of content, and questions of security. Only in two cases was it considered to be at the level of transformer; in the rest it was of the instrumental type or limited and dependent. In the evaluation of access, use, and competence, it there was only one user in our study with a high level of empowerment, four with sufficient, and four deficient. In respect to the digital risk situation, we classified one as being in exclusion, four in vulnerability, and the other four in inclusion.



Computer and Internet Center (Exterior Media Hall)

The users have a very positive view of the Internet as a place in which “there is everything”, but they demonstrate fear in the face of the risks to their privacy, excessive dependence, and the coldness of the medium.

*-I consider the Internet very positively because when I go online, although it may be only a small thing, I learn something. Each day I learn a little more (U3, Dominican male, 41 years).*

*-One loses a little humanity. And so, the defect which the Internet has for me is its coldness. ... and one must tread carefully (U6, French male, 62 years).*

*-I consider the Internet very positively because when I go online, although it may be only a small thing, I learn something. Each day I learn a little more (Dominican male, 41 years)*

These users have the sensation of knowing the basics, but they recognize that they need more digital literacy for which they would like to have training in the library.

*-To give digital literacy workshops would be very good, because we come as people who don't know and there are even people with very little ICT knowledge (U5, Spanish male, 57 years).*

*-I miss a lot on Internet, I need a course in this because it makes me waste a lot of time... I don't like the Internet. I know it is marvelous, but it makes me waste time and I don't manage it well ...and so I am lost immediately... I prefer to look at something else ...so many things interest me that in the end I don't concentrate and I have a problem of disorganization and of being focused (U7, Spanish female, 41 years).*

Users with a greater level of digital competence use it to try and overcome their vulnerable situation, including pursuing studies, seeking employment, or preparing themselves to decide on employment posts. Their degree of digital empowerment contributes to reducing other factors of social exclusion, to facilitating relations and communication, access to information, and to training. Likewise, recourse to leisure is very necessary for people with a lot of free time, which they try to occupy in a gratifying manner.

*-I am doing a course in office automation because in the exam for which I am preparing there is a test. And so I make use of the media room to be able to access the course, also I consult my electronic mail or consult the syllabus for which I am preparing myself (U9, Spanish woman, 46 years).*

Users make very good suggestions for improvement. For example, that there ought to be more computers... which could have an expert *in situ*, helping when difficulties are found and who would be able to de-activate specific filters so as to be able to connect oneself to websites currently blocked: games online, like chess, auction websites, etc.

Globally, vulnerable users have varying levels of digital empowerment. When it is high (U1 or U9) it contributes in a greater measure to the reduction of social exclusion factors. Equally so, a very low level of digital empowerment is associated with a broad situation of exclusion and more difficult to deal with, as occurred in the case of U2. In whatever case, and for all of them including the least digitally competent, the *BRM* is a medium of access and usage which is improving its information and digital capacities and practices.

### 5.3. Social function of the *BRM*: Usage and interaction motivations

Users manifest diverse motivations for gathering at the *BRM*--motivations related not only with functional factors (such as free access to computers and the Internet, the use of loan services, or reading the press), but also for psychological and socialization aspects linked to raising self-esteem and social relationships with other users and professional library staff. They feel as if they are in company with others, although in some cases there may only be scant real social interaction, and they draw attention to the feeling of solidarity generated between themselves if they are helped without having consult library personnel when they encounter IT difficulties.

*-There are people who are homeless, or at best emerge from Caritas or wherever they passed the night and, instead of being on the street, they shelter here, and then they can grab a book or read the newspaper. What's more, there are many people who use the Internet to*

*contact their acquaintances and to maintain family contact (TB9, Information).*

*-They use the computer a lot, to be in communication through Facebook or through the social networks, with their family, with people wherever they may be, and others to see films as a form of entertainment (TB11, Media room).*

*-Although you may have had a computer or Internet at home, you would come. That's clear... You would come by habit. And because I enjoy seeing people it pleases me to meet up with them. With my fellow countrymen, with Spanish people and with students who come here (U2, Dominican male, 41 years).*

“ Their degree of digital empowerment contributes to reducing other factors of social exclusion including facilitating relationships and communication, accessing information, training, and leisure ”

At times, they make suggestions for increasing social relations:

*-To have chess tables would be an attraction. If, instead of playing online there were two or three boards, people who enjoy playing chess could play in the library. (U4, Spanish male, 54 years).*

*-I would enjoy reading, theater groups for example; activities for people, every type of person, and particularly excursions. I don't know why they don't do it (U8, Moroccan woman, 44 years).*

The positive effects quoted give evidence of, and explain, the social function which the BRM fulfills when its vulnerable users attribute certain values to the particular context which surrounds them, a diverse and respectful ambience (according to ethnicity and gender), aesthetically pleasing (light and colors), work and study space, and good treatment between professional library staff and users. These and other values mean that some consider the BRM “their second home”. They are coming to recognize that to gather there is a habit difficult to break, even when they have similar resources in their own homes or in the residential refuge. This function stands out above all in users at major social risk. For them, their stay in the BRM supposes an emergence from their daily personal reality in which their vulnerability is evidenced in so far as they are: unemployed, without earnings, homeless, with scarcely any social or family relations.

*-I'm a fan. It's a well-built library, visually speaking. It has a lot of light. And it's a tranquil place (U1, Brazilian man, 25 years).*

*-I stop thinking about all the bad things currently affecting me. Although in a Residence, I have been, and will continue, coming here (U2, Spanish man, 30 years).*

*-I'm hooked on the library. The best is the service to the people, the way they treat them, the courtesy that there is. I'm enchanted. And probably because they treat you*

*well...are both cordial but formally polite at the same time (U7, Spanish woman, 41 years).*

*-Many users come to the library for the necessity of relating to others, for speaking, and for using it so as to avoid loneliness (TB5, Information and Reference).*

“ -I'm hooked on the library. The best is the service to the people, the way they treat them, the courtesy that there is... I'm enchanted because they treat you well; they are cordial and formally polite at the same time (Spanish woman, 41 years) ”

*-A relationship is established which I believe is, for many of these people, as if we were their family. Here they are as equal as the rest, and consequently the treatment which we give them is exactly the same as to the others (TB7, Information).*

*-Their treatment of us is exquisite which surprises us and we speak amongst ourselves that it has to be seen that, because of the difficulties that they have, many of these people live on the street. They have their education and their well-being in the library (TB16, Security).*

Nevertheless, the highly positive evaluation of the users about the functioning of the BRM as a place for socializing is not equally shared by other agents who participated in the investigation. Hence, although professional Librarians and onlookers agree about the good relations with, and treatment of, the users, particularly the vulnerable ones, on the subject of interaction they offer opposing views, depending on the scenario analyzed.

*-They interacted very little among themselves, but positively with the library personnel, above all with those responsible for information and attention to the user, and with the library staff in media sections (O6, Media & Internet centre).*

*-A man of about 60, a Spaniard, is chatting with the security guard. He is very scruffy; in fact, he looks like a vagabond. Finally, he shakes hands and goes upstairs towards the 1<sup>st</sup> floor to the media sections. (O5, main Hall scenario).*

*-There are users who know one another and interact among themselves, while others don't. Among them, an air of amiability and courtesy can be observed (O8, main Hall scenario).*

*-I don't perceive any bad attitudes among the users. Instead, it appears that there is complicity among some, perhaps because they share the same language or culture or have come together (O4, Media rooms scenario).*

Some professional librarians were interviewed and various observers have drawn attention to the fact that the interaction between users is rather scarce and very segregated, ac-

ording to nationality, with certain reactionary elements towards them on the part of the more established groupings of library users.

*-Almost always they speak amongst themselves, they are not accustomed to relate to 'normal' users (TB5, Information and Reference).*

*-Among themselves, there is a kind of spatial separation created, so as not to mix (TB10, Media rooms).*

*-The communication among the users was practically zero. Those who maintained a brief conversation did so mainly with people of their own nationality and in their mother tongue (O1 and O3, comment on Media rooms scenario).*

*-The interior media room looks like a ghetto. From the first hour, by and large, it is occupied by immigrants and by homeless people. They appear to always occupy the same position and they get themselves to it in an almost mechanical manner. Because of this, perhaps it may be that other people avoid entering the interior media room (O9, comment on Media rooms scenario).*

*-Some years ago, a user said to me, "Is this an NGO, or what?". Said because there were only foreigners there (TB8, Information).*

*-They spend hours on the Internet, foul-smelling people arrive, at times there are conflicts among members of the same nationality (TB6, Information).*

For all of them, including the least digitally competent, the *BRM (Biblioteca Regional de Murcia)* is a medium of access which is improving their informational and digital capacities and practices

*-In my opinion, perhaps the media rooms are the place where one is more able to sense that there may be segregation. Whilst the exterior media room is occupied by people of a regular user profile, the interior room is occupied by immigrants and by people of social exclusion (O2, comment on Media rooms scenario).*

The differences between the discourses about socialization could be due to different perceptions about what is "normal" in social interaction. The groups at risk of exclusion usually have a low relationship index because their personal history is riddled with conflicts with family and friends and their self-esteem is low because of contributing factors of depression, mental illness, homelessness, unemployment, or addiction to drugs or alcohol. These difficulties cause them to positively value relationships which, for formally trained agents such as professional librarians or observers,



Computer and Internet Center (Interior Media Hall)

are inappropriate, tending to define them as segregated and non-participative. This is a perception, arising in part from the lack of comprehension by these observers, that social inclusion is a process which is arrived at in small steps, such as those which are taken in public spaces, for example libraries.

## 6. Conclusions

The *BRM* is carrying out an important social function which is expanding with vulnerable groups, favoring the cohesion of being an open space with behavioral norms. Although users attend mainly because of free access to the Internet, they are turning it into a place for socialization--their "second home". Moreover, the library is contributing to the maintenance and improvement of the digital competencies of these vulnerable groups, verifying that those with a higher degree of digital empowerment have more possibilities of social advancement. Library services, which include reading and training workshops, support for studies, work environment orientation, cultural activities, book loans, facilitation of library spaces, computer equipment and connections, provide resources for digital, educational, and information inclusion; making them important for social inclusion.

In the *BRM* different groups with different statuses and levels of digital empowerment gather. They come together in mutually respectful harmony, regardless of their gender, age, or nationality

In the *BRM* different groups with different statuses, and different levels of digital empowerment, come together in a mutually respectful harmony, regardless of their gender, age, or nationality. The perceptions of library professionals, users, and observers relevant to the relationships and interaction which are generated in the library are diverse. The

desired benefits of digital and social inclusion for vulnerable people are rated more highly by those very people than by those library professionals or observers.

The results show that *BRM* is progressing towards a model better understood by disadvantaged groups in which it should continue advancing, since it is to be remembered that, in the Region of Murcia, 38.8% of the population is at risk of poverty or exclusion (Llano-Ortiz, 2016). On this theme, it would be interesting to take into account the *Norms on library services for homeless persons* which the IFLA (Winkelstein, 2016) has put together based on international experiences. Valuable practices to consider would be the developments in the *Central Library of Zagreb* (Bunić, 2015) and in that of Winston-Salem, North Carolina (Skinner, 2016). In both of these, staff have been trained in the characteristics of vulnerable users, taking into account the collaboration of some of them. Programs of digital literacy and workplace orientation have been carried out, beginning with real needs. Participative leisure programs are implemented and linked to reading, there is collaboration with the NGOs which service them, and they count on the assessment of social services' professionals to adapt the services in a way in which they contribute better to the integration of these users.

Although the library is increasing its social work, it should be recognized that it still only reaches a small part of the total population who find themselves vulnerable, namely 28.6% of the Spanish population (Llano-Ortiz, 2016). Currently the majority of the visits to public libraries continue to be carried out by those who have a level above the national socio-educational level, and the library is seldom visited by people of lesser resources. Because of that, and within the context of inequality, uncertainty and technological change, libraries must succeed in attracting a greater proportion of the citizenry at risk of exclusion, and to contribute to their integration and digital empowerment. This ought to be considered an opportunity and priority by a public enterprise which guarantees the effective right to information.

Although the library is increasing its social work, it should be recognized that it still only reaches a small part of the total population who find themselves vulnerable

## Notes

1. "Library for everyone" was a program catering to the intercultural needs of local people and attracting Murcia Region's ethnic minorities and immigrants to the library, by means of contracting cultural mediators and offering services to these communities.
2. "Quitapesares" is a program for donating food to social welfare organizations which allows public library book borrowers who are overdue to return items borrowed and avoid penalties if they donate food to this program.
3. "Library and employment" is a program of work training for the unemployed.



*Biblioteca para todos* program (see Note 1)

4. "What do you know" is a program in which library users offer training workshops, on a voluntary basis and in the library, on topics on which they are experts.

## 7. References

- Biblioteca Regional de Murcia* (2009). *Memoria 2008*. Murcia.
- Biblioteca Regional de Murcia* (2010). *Encuesta de satisfacción de usuarios de la Biblioteca Regional de Murcia*. Murcia. [https://estaticocultura.carm.es/wbr/home/FIC20101203\\_051230.pdf](https://estaticocultura.carm.es/wbr/home/FIC20101203_051230.pdf)
- Biblioteca Regional de Murcia* (2011). *Memoria 2010*. Murcia.
- Biblioteca Regional de Murcia* (2015). *Memoria 2014*. Murcia.
- Bunić, Sanja (2015). "Why they need us and why we hesitate: The homeless in the library". En: *IFLA World library and information congress. 81st IFLA General conference and assembly*, Cape Town, South Africa. <http://library.ifla.org/1261/1/100-bunic-en.pdf>
- Castel, Robert (2004). "Encuadre de la exclusión". En: Karsz, Saül (ed.). *La exclusión. Bordeando sus fronteras: definiciones y matices*. Barcelona: Gedisa Editorial, pp. 55-86. ISBN: 8474329396
- Castillo-Fernández, Javier (2010). "Biblioteca punto de empleo". En: Castillo-Fernández, Javier; Gómez-Hernández, José-Antonio; Quílez-Simón, Pedro (eds.). *La biblioteca pública frente a la recesión, acción social y educativa*. Murcia: Tres Fronteras, pp. 173-188. ISBN: 978 8475645612
- Europass* (2015). *Competencias digitales. Tabla de autoevaluación*. Luxemburgo: European Commission. <http://europass.cedefop.europa.eu/es/resources/digital-competences>

- Gallo-León, José-Pablo** (2008). "Innovación en los servicios de bibliotecas públicas orientadas al usuario. El caso de la *Biblioteca Regional de Murcia*". *El profesional de la información*, v. 17, n. 2, pp. 144-154.  
<http://doi.org/10.3145/epi.2008.mar.03>
- Gallo-León, José-Pablo** (2013). *Prospectiva 2020. Las diez áreas que más van a cambiar en nuestras bibliotecas en los próximos años*. Madrid: Consejo de Cooperación Bibliotecaria.  
<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/dms/mecd/cultura-mecd/areas-cultura/bibliotecas/mc/consejocb/grupos-de-trabajo/21/estudio-prospectiva-2020.pdf>
- Gómez-Hernández, José-Antonio** (2016). "Usuarios en vulnerabilidad social ¿por qué y para qué generar capital cultural desde la biblioteca?". *Anuario ThinkEPI*, v. 10, pp. 83-93.  
<http://doi.org/10.3145/thinkepi.2016.13>
- Gómez-Hernández, José-Antonio; Saorín, Tomás** (2015). "Trends in information literacy programmes to empower people and communities: Social technologies supporting new citizen needs". En: Passarelli, Brasilina; Straubhaar, Joseph; Cuevas-Cerveró, Aurora (eds.). *Handbook of research on comparative approaches to the digital age revolution in Europe and the Americas*. Hershey, Pensilvania, USA: IGI Global, pp. 315-330.  
<http://doi.org/10.4018/978-1-4666-8740-0>
- Gómez-Yáñez, José-Antonio** (2014). *Estudio Fesabid: El valor económico y social de los servicios de información: bibliotecas*. Madrid: Fesabid.  
<http://www.fesabid.org/sites/default/files/repositorio/fesabid-valor-economico-social-servicios-informacion-bibliotecas.pdf>
- Hernández-Pedreño, Manuel** (2008). "Pobreza y exclusión en las sociedades del conocimiento". En: Hernández-Pedreño, Manuel (coord.). *Exclusión social y desigualdad*. Murcia: Editum. ISBN: 978 8483717752  
<http://www.um.es/documents/1967679/1967852/Libro-Exclusion-social-desigualdad-08.pdf/b3392fe8-ca07-44d4-8833-2a2124a3b190>
- Hernández-Sánchez, Hilario** (2016). *El valor de las bibliotecas. Estudio de impacto socioeconómico de las Bibliotecas de Navarra*. Madrid: Consejo de Cooperación Bibliotecaria.  
<http://www.elvalordelasbibliotecas.es/es/informe>
- IFLA (2014a). *Declaración de Lyon sobre el acceso a la información y el desarrollo*.  
<http://www.lyondeclaration.org/content/pages/lyon-declaration-es-v2.pdf>
- IFLA (2014b). *Internet manifesto 2014*.  
<http://www.ifla.org/publications/node/224?og=30>
- INE (2015). *Estadística de bibliotecas 2014*.  
<http://www.ine.es>
- Laparra-Navarro, Miguel; Obradors-Pineda, Anna; Pérez-Eransas, Begoña; Pérez-Yruela, Manuel; Renes-Ayala, Víctor; Sarasa-Urdiola, Sebastián; Subirats, Joan; Trujillo-Carmona, Manuel** (2007). "Una propuesta de consenso sobre el concepto de exclusión: implicaciones metodológicas". *Revista española del tercer sector*, n. 5, pp. 15-58.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2376685>
- Lison, Barbara; Reip, Natascha; Huysmans, Frank; Mount, Dan** (2016). *Research for CULT Committee: Public libraries. Their new role*. Luxemburgo: Policy Department for Structural and Cohesion Policies.  
[http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU\(2016\)585882](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2016)585882)
- Llano-Ortiz, Juan-Carlos** (2016). *El estado de la pobreza. Seguimiento del indicador de riesgo de pobreza y exclusión social en España 2009-2015*. Madrid: EAPN.  
<http://www.eapn.es/estadodepobreza>
- Ministerio de Educación Cultura y Deporte (2015). *Bibliotecas públicas españolas en cifras*.  
<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/bibliotecas/mc/ebp/portada.html>
- Pimienta, Daniel** (2009). "Digital divide, social divide, paradigmatic divide". *International journal of information communication technologies and human development*, v. 1, n. 1, pp. 33-48.  
<http://doi.org/10.4018/jicthd.2009010103>
- Punie, Yves; Brecko, Barbara** (2014). *Digcomp: Marco europeo de competencias digitales*. Bruselas: Comisión Europea.  
[http://jakintza.eus/wp-content/uploads/DIGCOMP\\_Donostia\\_ES-Rev.pdf](http://jakintza.eus/wp-content/uploads/DIGCOMP_Donostia_ES-Rev.pdf)
- Raya-Díez, Esther** (2007). "Exclusión social: indicadores para su estudio y aplicación para el trabajo social". *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, n. 70, pp. 155-172.  
[http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub\\_electronicas/destacadas/revista/numeros/70/Inf01.pdf](http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/70/Inf01.pdf)
- Reig-Hernández, Dolores** (2012). *Socionomía*. Barcelona: Deusto. ISBN: 978 8423412723  
<http://www.planetadelibros.com/libro-socionomia/65443>
- Skinner, Elizabeth J.** (2016). "People experiencing homelessness: How libraries can be community collaborators and catalysts for change". In: *IFLA World library and information congress 2016*. Columbus, Ohio.
- Subirats, Joan; Brugué, Joaquim; Gomà, Ricard** (2002). "De la pobreza a la exclusión social: Nuevos retos para las políticas públicas". *Revista internacional de sociología*, n. 33, pp. 7-45.  
<https://goo.gl/OwMsMB>
- Togores, Rosa** (2014). *El valor de las bibliotecas públicas en la sociedad: El caso de la Red de Bibliotecas Municipales*. Barcelona: Diputació Barcelona.  
<https://goo.gl/1jedbz>
- Winkelstein, Julie-Ann** (2016). "Overview of first draft of guidelines for library service to people experiencing homelessness and a brief overview of services to youth experiencing homelessness without parents or guardians". En: *IFLA Council and general conference 2016*. Columbus, Ohio: IFLA.  
<http://library.ifla.org/1494/2/147-winkelstein-en.pdf>

# Colección de libros de bolsillo

## *El profesional de la información (Editorial UOC)*

### Últimos títulos publicados



**PRÓXIMA PUBLICACIÓN**



El profesional de la **información**



Media

Publishing

Editorial UOC

Más información:

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros.html>

# ELECTRONIC GOVERNMENT AND ONLINE TASKS: TOWARDS THE AUTONOMY AND EMPOWERMENT OF SENIOR CITIZENS

Administración electrónica y trámites online:  
hacia la autonomía y el empoderamiento de las  
personas mayores

Leopoldo Abad-Alcalá, Carmen Llorente-Barroso, María Sánchez-Valle,  
Mónica Viñarás-Abad and Marilé Pretel-Jiménez

**Nota:** Este artículo se puede leer en español en:

[http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2017/ene/04\\_esp.pdf](http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2017/ene/04_esp.pdf)



**Leopoldo Abad-Alcalá** graduated in Journalism from *Universidad Complutense de Madrid (UCM)* and Law from *Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)*, and received a PhD in Information Sciences (*UCM*). Researcher head of the projects *Digital divide and older people: Media literacy and e-inclusion* (CSO2012-36872); and *Elderly people, e-commerce, and electronic administration* (CSO2015-66746-R), both of the *National R+D+i Plan*. He is also a researcher of the *Digital vulnerability project* (HUM2015/HUM-3434 -*Provuldig-CAM*). Author of more than 30 publications. Guest lecturer at European, USA, and Ibero-American universities, he combines teaching and research work at *CEU San Pablo University*.

<http://orcid.org/0000-0002-4194-6404>

[abad.fhm@ceu.es](mailto:abad.fhm@ceu.es)



**Carmen Llorente-Barroso** holds a PhD in Advertising and Audiovisual Communication from *Complutense University of Madrid (UCM)* and has devoted part of her career to research in various projects. She has published several articles in indexed journals and regularly participated in professional conferences. Her lines of research are focused on the study of creative and strategic indicators to achieve an effective communication level, particularly oriented to vulnerable audiences. An active member of CSO2015-66746-R, S2015/HUM-3434 (*Provuldig-CAM*), R14, *CEU-Citec* and *Asocrea*, she combines teaching at *CEU San Pablo University* with research.

<http://orcid.org/0000-0001-7710-0956>

[carmenllore@gmail.com](mailto:carmenllore@gmail.com)  
[carmen.llorentebarroso@ceu.es](mailto:carmen.llorentebarroso@ceu.es)



**María Sánchez-Valle** holds a PhD from *Universidad Pontificia de Salamanca*. She is a lecturer at *CEU University* in Madrid, Spain. She is the director and the coordinator of the *Master in public relations and event management*. She is a member of two research teams devoted to online communication and the vulnerable public. She is a researcher in the *Digital vulnerability project* (HUM2015/HUM-3434 -*Provuldig-CAM*) and *Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados* (CSO2013-42166-R).

<http://orcid.org/0000-0003-1497-2938>

[mvalle.fhum@ceu.es](mailto:mvalle.fhum@ceu.es)



**Mónica Viñarás-Abad** holds a PhD in Communication from *Complutense University of Madrid* (Spain). She is an adjunct professor at *Universidad CEU San Pablo*. Author of several books, including *Basic dictionary of communication* and also of various articles in scientific journals. Her research is focused on the strategic management of corporate communication and its social effects. She is a researcher of the project CSO2015-66746-R, S2015/HUM-3434 (*Provuldig-CAM*), and belongs to several professional associations such as *AEIC*, *Dircom*, *Icono 14*, and *AIRP*.

<http://orcid.org/0000-0001-8792-5927>

[monica.vinarasabad@ceu.es](mailto:monica.vinarasabad@ceu.es)

Manuscript received on 09-09-2016

Accepted on 27-09-2016



**Marilé Pretel-Jiménez** holds a PhD in Communication from *Complutense University of Madrid* (Spain), and a master's in Marketing, Communication, and Commercial research from *IDEM*. She is a lecturer and the vicedean at *CEU San Pablo University*. She has more than 20 years of experience in advertising & marketing and has worked as a service client director in the international companies *Y&R*, *Tapsa*, and *TBWA*. Her research focuses on digital, social media, consumer behavior, and branding. Active member of the *Digital vulnerability project* (HUM2015/HUM-3434 -*Provuldig-CAM*).

<http://orcid.org/0000-0001-6775-047X>

[mapretel.fhm@ceu.es](mailto:mapretel.fhm@ceu.es)

University CEU San Pablo, Faculty of Humanities and Communication Sciences  
Pº de Juan XXIII, 6. 28040 Madrid, Spain

## Abstract

The use of the Internet by the senior citizens in order to manage operations with the government and companies requires further study. The objective of this work is to take a close look at the reasons why older people make limited use of e-administration and online procedures. Using a qualitative methodology, based on four focus groups, we analyze the motivations and problems they find when using such procedures. The results indicate acceptance of electronic resources for simple and routine tasks due to the speed and convenience they offer, which simultaneously promotes the independence and empowerment of older people. However, there is a series of factors which have a negative effect on their use, and these must be dealt with in order to favor greater digital inclusion of this age demographic.

## Keywords

E-government; E-administration; Senior citizens; Empowerment; Internet; Online tasks; Online procedures; Digital inclusion; Active aging; Elderly; Older people.

## Resumen

El uso de internet por parte de las personas mayores para realizar gestiones con la administración pública y las empresas no ha sido suficientemente estudiado. El objetivo de este trabajo es profundizar en las razones del empleo limitado de la administración electrónica y los trámites online por parte de los internautas mayores. A través de una metodología cualitativa, basada en cuatro grupos de discusión, se analizan las motivaciones y frenos en la utilización de tales trámites. Los resultados indican una aceptación del empleo de los recursos electrónicos para las tareas más rutinarias y sencillas debido a la rapidez y comodidad que proporcionan, al tiempo que fomentan la autonomía y el empoderamiento de las personas mayores. Si bien, se plantea una serie de aspectos que condicionan negativamente su utilización, sobre los que se debe incidir para favorecer una mayor inclusión digital de este grupo poblacional.

## Palabras clave

Administración electrónica; Personas mayores; Empoderamiento; Internet; Trámites electrónicos; Trámites online; Inclusión digital; Envejecimiento activo; Mayores; Tercera edad.

**Abad-Alcalá, Leopoldo; Llorente-Barroso, Carmen; Sánchez-Valle, María; Viñarás-Abad, Mónica; Pretel-Jiménez, Marilé** (2017). "Electronic government and online tasks: Towards the autonomy and empowerment of senior citizens". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 34-42.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.04>

## 1. Introduction

The census data published by the *National Institute of Statistics (INE)* in July 2015 confirm the aging of the population in Spain, as persons aged over 65 account for 17.57% (8,156,702) of the total population (46,423,064), and those aged over 80 account for 5.9% (2,752,057). The projections for Spain for the 2009-2049 period by the *INE* see an increase in the dependency ratio from 47.8% at present to 89.6% (*INE*, 2010, p. 3). In view of this situation, and based on the ubiquity of information and communications technology (ICT) in citizens' lives, we look at how to optimize the use of ICT for this age group to improve their personal and social situation. Considering specifically senior citizens' interaction with e-government in the latest *INE* survey, of the total number of Internet users in the last 12 months, while 63.4%

contacted the authorities via the Internet, people aged between 65 and 74 were only 39.7% (*INE*, 2015).

The initial assumption of this research is to consider that the limited use of e-government by senior citizens is not only due to technical or operational limitations but is also caused by motivational and psychological factors (cognitive, emotional, and behavioral factors).

The scientific bibliography on the matter has not been particularly extensive, although there are papers such as that of **Ebberts, Pieterse, and Noordman** (2008) which proposes strategies for the use of the various channels of communication by the government depending on the type of task that the citizen wishes to perform, or which deal specifically with the experience in a particular country, confirming the limited use of e-government by senior citizens albeit without

considering the reasons (Colesca; Dobrica, 2008). Studies confirming much of our initial assumptions are those by:

- Belanger and Carter (2009), which states that the digital divide that already exists depending on criteria such as race, income level, education level, or age increases when it comes to the use of e-government;
- Phang et al. (2006), which looked at certain factors that shape the use of e-government services, such as security, the promotion of self-fulfillment in cases of successful use or efforts to mitigate so-called “technological anxiety”.

Also, there are two papers that assess the properties that government websites must have in order to be “senior-citizen-friendly” (Becker, 2005; Lara-Navarra; Martínez-Usero, 2003). Contributions regarding the situation of e-government in the European context have been more related to specific aspects of e-government than to the accessibility of its services for senior citizens (Fernández-Ecker, 2010).

## 2. Methodology

Focus groups have been considered the most appropriate method to study the use of e-government by senior citizens, since this is one of the most used qualitative techniques for obtaining perceptions on a particular area of interest (Krueger, 1991) and analyzing a relatively large number of people in a short period of time (Vallés, 1997). It allows access to what the participants think; provides answers to how and why they have developed their conceptions of the subject-matter of the study (Kitzinger, 1995, p. 299); offers mutual support for the expression of common sentiments in the groups which can sometimes be prohibited by public opinion (Kitzinger, 1995, p. 300, p. 302); facilitates the discursive reconstruction of the section of society to which the participants belong, according to what *ought* to be, i.e., the rule with regard to what one considers to be the phenomenon to be investigated (Callejo-Gallego, 2002; Grønkaer et al., 2011, p. 16.).

This multiplicity of viewpoints and emotional processes within the context of a group helps to explore or generate hypotheses (Powell; Single, 1996), since the main strength of this research technique is the capacity to observe the scope and nature of the respondents’ agreements and disagreements. Multiple explanations of their behavior and attitudes would be difficult to identify using other research techniques (Morgan, 1996, p. 139; Gibbs, 1997, pp. 2-3).

To this end, a standardization was performed through homogenization of the questions and procedures to be used in all groups to achieve a high level of comparability among them (Morgan, 1996, p. 142-143). A thematic script to steer the debate was designed, which was sufficiently open so as not to interfere with the group dynamics or shape the results, but comprehensive enough for accurate coverage of the question.

Insufficient use by senior citizens of e-government is due to technical or operational limitations and to motivational and psychological factors

A methodological design was considered, underpinned by four discussion groups of between five and eight participants. Small groups were selected because they were appropriate for matters involving some emotional commitment and generating high levels of interaction, critical to the group within society that was studied (senior citizens) and the results sought. The focus group’s duration varied depending on their wealth and the profusion of arguments, always guided, but not conditioned or determined, by the expert researcher who moderated them.

For the selection of the sample, the focus was on homogeneity within each group in order to take advantage of

Table 1. Technical details of the discussion groups

	Group A	Group B	Group C	Group D
Number of members	5 people (4 women and 1 man)	9 people (6 women and 3 men)	6 people (4 women and 2 men)	8 people (2 women and 6 men)
Age range	62 to 68	62 to 75	Over 65	69 to 73
Residence	Guadalajara (Castilla La Mancha)	Paracuellos del Jarama (Madrid)	Madrid	Barcelona
Level of education	Heterogeneous (3 with university education and 2 with average education)	Heterogeneous (3 with university education and 6 average education)	University education	Heterogeneous (7 with university education and 1 with average education)
Socioeconomic profile	Medium	Medium	High	Medium/high
Professional profile <sup>1</sup>	Managers and lower ranking professionals. Lower ranking technicians and supervisors	Average and lower ranking professionals	Managers	Managers
Current occupation	All retired	All retired	5 retired and 1 active	All retired
Link between members	Fellow English course students (Guadalajara adult school)	Fellow participants in cultural activities and neighbors	Members of a professional club	Unrelated
Selection criteria	Internet users aged over 60	Internet users aged over 60	Internet users aged over 60	Internet users aged over 60
Duration of discussion	01:20:55	1:12:17	1:15:14	1:47:50

people's shared experiences (Kitzinger, 1995, p. 300; Gibbs, 1997, p. 4) and on segmentation because it allows:

- the construction of a comparative dimension throughout the research project, including data analysis;
- facilitation of discussions by ensuring participants are more similar to each other (Morgan, 1996, p. 143-144).

Accordingly, the persons making up the sample were the result of a basic selection criterion: persons aged 60 or above who used the Internet. Participants were also:

- of both genders;
- middle or upper-middle class;
- with differing educational and socioeconomic levels;
- living in urban areas of varying sizes; and
- with an interest in maintaining an active life (the link between them is based on their motivation to learn).

The discussions were audio-recorded and subsequently transcribed in order to facilitate a fundamentally interpretive analysis of the discursive content. The content of all the discussions was gathered together and compared, and a global analysis was performed seeking similarities and differences in the thematic areas addressed and examining how they relate to the variables within the population under analysis without focusing on specific parts of the matter addressed (Onwuegbuzie *et al.*, 2009, p. 4; Vallés, 2002).

We performed the data analysis process from a hermetic perspective, considering that the interview data are treated as a text that presents a complex network of internal relationships so that no aspect can be understood independently and without reference to the text taken as a whole. Thus, we have included several extracts of the participants' statements that identify noteworthy sections of the discussion.

The final phase, that is of an inferential nature, consisted of extracting and explaining the most significant aspects of the

experiences reported by participants relating to the purposes of the research. The intention at this stage was not simply to examine the content of the speech, but to consider what the participants were doing with their utterances, as the explanatory and objective analytical position on the uses and needs of senior citizens with respect to government was adopted, considering that speech is not a simple container of meaning, but is functional in itself, when it involves agreeing, blaming, narrating or any of the other ways in which participants "do things with words" (Turner; Turner; Van-de-Walle, 2007, p. 290). Thus, following the considerations of Gil-Flores, García-Jiménez, and Rodríguez-Gómez (1994, p. 192), categories were identified responding to thematic units on the question analyzed.

The online administrative function most used by senior citizens is medical appointments

### 3. Results

In the four discussion groups there was some agreement regarding an interest in the use of the Internet for conducting formal tasks with the government and other types of administrative activities, which contributes to active and healthy aging and expedites some tasks that they have to perform. The results were classified into five thematic categories based on the research results sought. There were also interesting discrepancies on some matters that could provide food for thought among social organizations.

#### 3.1. Senior citizens and online government (e-government)

Online administrative activities are not the most common activities performed by senior citizens, although some of these activities have a great deal of potential due to their convenience and those who perform them find them really useful.

The administrative function that is most frequently completed is the request for doctor's appointments, because they find it convenient, fast, and flexible. Then come the other applications for making appointments in advance, such as the renewal of the National Identity Card (DNI). There are few differences in this respect, although a participant of group D indicated a preference for the telephone:

"I don't tend to deal with medical issues using the Internet because I like to choose" or "one time when I tried to make an appointment I gave up" (group D).

Tasks relating to public bodies and bureaucratic tasks are perceived as being more gender-specific, in particular the case of personal income tax declarations:

"I'm the husband so I have to do it [the tax declaration]" (group A).

This is something that also happens with bank statements and dealing with bills:

"In our home, I don't do it, but my husband does" (group A).



<https://goo.gl/5DOXKe>

There are also contradictory situations in this connection:

“I really don’t like doing bank transfers and things, because I do not trust it at all, but then, contradictorily, I buy and sell funds over the Internet” (group B).

In the specific case of personal income tax declarations and doctors’ appointments, some do so with resignation because they no longer have the support of their respective banks:

“It is true that there are things about which you have no choice but to do them or to ask for help and someone does it for you” (group B).

Other tasks mentioned are registration and/or enrollment in courses, consultations of bills (electricity, gas, telephone, etc.), and consultation and conduct of bank transactions.

“All banking formalities [...] Banks are more organized [...] Government is a big black hole” (group D).

In general, they do not find these tasks difficult, although they express some doubts as to whether the digital National I.D. Document is necessary to perform certain tasks and whether these tasks have to be performed online.

Senior citizens prefer fewer menu sections, large fonts, and contrasting colors in the design of the public administration websites

### 3.2. Positive aspects of online administrative tasks according to senior citizens

Convenience is one of the big pluses:

“Well, it’s really convenient for bank matters” (group C).

In addition, the fact that they are able to perform such tasks online brings them satisfaction:

“[Referring to the completion of the tax declaration] when you do all this and from home and things and you see you didn’t have to go to the tax authorities [...] well, in the end it always gives a kind of happy feeling [...]” (group A).

Convenience is often associated with other positive aspects such as the speed of performing the tasks and the consequent saving of time:

“I used to go to the bank, an impressive queue and so on; now I do it, I access it from the computer and make a transfer from one company to another, I pay whatever, I pay taxes to the Town Council” (group C).

With regard to this savings of time, they explain that making appointments in advance is a mechanism that has improved the excess demand for face-to-face transactions with government:

“I think that making appointments in advance on all websites is positive” (group A).

However, they mention the inconvenience of not having a physical document as evidence of the tasks they perform online:

“Well, the only thing to do is to save it, we should have an extra hard drive” (group A).



<https://goo.gl/jesjur>

Thus, there are fears about the intangibility of digital documents.

### 3.3. Negative aspects of online administrative tasks according to senior citizens

In some cases, they point out how inconvenient limited session times are:

“You’ve spent too much time and then the page tells you you’ve run out of time” (group A).

Also, they mention that there are some systems of the authorities that they find tiresome:

“It’s hard for me to go here, to go on the *Papas*<sup>2</sup>, it’s hard, I don’t know why I have to keep changing the password” (group A).

When performing some tasks with certain utility companies (e.g. energy or telecommunications companies) or authorities, they do not trust not having a tangible document with which to back up any error made by their provider:

“send me the paper version, I trust paper more” (Group A).

They are also very cautious about providing some personal data:

“Given all the information there is about pirates on the networks about how you’re constantly being pirated and that they’re taking your personal data” (group A).

They point to the feeling that

“they’ve totally got their eye on us” (group C).

and

“you really see that they’re following you and that they know exactly who you are, where you are, and what your job is, which makes me quite scared” (group C).

Some participants even express more confidence in private companies than in government:

“Government doesn’t fill me with confidence at all [...] giving my data to the government website fills me with less confidence than shopping on *Amazon*, believe it or not” (group B).

Another negative aspect of e-government is the need for different passwords that you then cannot remember or you mix up:

“It’s crazy and every single thing has its password” (group C), as well as the use of highly technical language

ge: “the pages aren’t clear, they don’t use the language that the average Spaniard uses” (group B).

They also have difficulties understanding some of the content and the unnecessary number of questions required to perform some steps of the tasks:

“[...] I’m a little scared. Every time I have to say OK [...] And sometimes the questions make you get it wrong [...] because sometimes you have to say ‘no’ when you have to say ‘yes’” (group A).

And they stress about the difficulties of navigating the website of the tax and social security authorities:

“The tax authorities are difficult”,  
“I’ll give another zero to Social Security” (group B).

and the errors in the system:

“whenever I’ve tried to contact the authorities I haven’t managed to do so” (group D).”

The obligation of having to perform some formalities online is another perceived drawback, along with the possibility that telephone calls and direct contact with businesses could disappear:

“the Internet doesn’t let me access the company” (group D).

Senior citizens suggest unifying the access data for the various websites of the administrations

### 3.4. Characteristics/specifications of the ideal government website for senior citizens

In general, they demand websites that are more practical and simple in form and content. From a formal point of view, they point to a reduction in menu sections, with large fonts, and contrasting colors; a minimalist design that makes it easier for them to read and navigate:

“just three or four big clear boxes [...] it should be a simple thing so that you can correctly decipher it” (group A).

From a content perspective, they ask for greater clarity in the messages:

“information should be given very simply because the people who make adverts pester you enough already” (group D).

They also suggest more streamlined processes that do not involve information that is hard to access

“[...] at any given time they ask for [...] information you don’t have, and then [...] you have to look for it [...] to make it work” (group A).

They would appreciate some thought regarding time limits on sessions:

“[...] we are slow and we also need to check everything properly” (group A).

Generalizing the difficulty of user names, passwords, codes, and specific data for each page, they determine that it

would be convenient to have a common formula that would make it possible to simplify and streamline the formalities in the process:

“I would even have to be the same number [...] you forget passwords [...] I have [...] so many of them” (group A).

However, others demand greater security with personal and renewable passwords

“for that purpose they are very safe in that hackers cannot enter [...] but they are not safe for the user” (group B).

They propose more dialog based pages:

“To be able to write what you want and they answer you” (group B),  
“facilitate searches with a richer vocabulary” (group D)

That take into account the needs of citizens:

“But the truth is that they don’t hold us normal users in very high esteem” (group B).

Finally, they are fed up of the government asking for data it already has:

“The government often asks you for things they already have” (group A).

For this reason, they suggest greater institutional integration on the Internet to end the lack of co-official administrative status:

“Nothing is connected. It’s not a problem of senior citizens but rather of society as a whole” (group D).

Older Internet users express fear of the intangibility of digital documents in the event of possible complaints

## 4. Discussion and Conclusions

This research confirms the progress in the digital empowerment of senior citizens through the performance of various types of activities with government and service providers, sometimes driven by need, but very often by convenience, speed and satisfaction. This affords them greater autonomy (Imsero, 2013, p. 16) and it tends to give this group additional satisfaction, helping foster a positive attitude that “enhances their self-esteem” and optimizes their quality of life “in its psychological dimension and in terms of integration” (Llorente-Barroso; Viñarás-Abad; Sánchez-Valle, 2015, p. 35).

Although such online activities have not been very common tasks among this age group (Agudo-Prado; Pascual-Sevilla; Fombona-Cadavieco, 2012, p. 199; Colesca; Dobrica, 2008), this change ties in with the considerations of Phang *et al.* (2006) on the conditional use of e-government related to the promotion of self-fulfillment in the successful or satisfying experiences they have had.

With particular regard to online administrative tasks, this research highlights many issues that contribute to a better understanding of their limited use. Indeed, in their conversations, seniors acknowledge that online administrative tasks are not the most common for them, showing that the digital

divide their experience due to their age is greater in their interaction with e-government (Bélanger; Carter, 2009). However, among senior citizens there is a dynamic of change and a proactive attitude with respect to the use of digital government. The task that is most often performed is the request for doctors' appointments, although some also do their personal income tax declarations, consult bank statements or invoices online, perform bank transfers, and most of them are capable of enrolling in courses.

Among the main positive aspects, they highlight the convenience and speed in doing all these kinds of operations, pointing out the satisfaction and motivation they obtain when able to carry them out without any help from others.

Senior citizens propose clear messages with less content and streamlined processes that do not involve many steps or questions

The common anxieties that hinder seniors from having anything to do with e-government include, most notably, the fear that their personal data will be hacked, as well as formal or conceptual issues that prevent them from taking full advantage of websites to perform various tasks. The matters mentioned include:

- limited session times;
- the intangibility of digital files;
- complexity (in design or content) of the web;
- the poor quality of the system used;
- the fear of making errors;
- the superabundance of codes, usernames, and passwords that have to be used;
- the language;
- the possible loss of (real) physical contact when favoring one's online life.

This group proposes simpler websites, in terms of both form and content, with the focus on being practical rather than too detailed, and from a formal standpoint they suggest a limited number of sections, a large legible font, and contrasting colors.

Conceptually, with content in Spanish, clear messages and streamlined processes that do not involve so many steps or so many questions that can cause them to make mistakes.

It would be a question of the authorities seeking to design user-friendly websites in line with the principles of Becker (2005), and Lara-Navarra and Martínez-Usero (2003) to promote the use of digital government among senior citizens, noting that they would avoid advertisements, present clear visual indicators, integrate search engines, download quickly, and would not require precise use of the mouse.

Also, they are asking that the sites of the various institutions or public bodies be coordinated and complementary, so that the various websites do not request data from them that the government already has.

With respect to the limitations of this research it is necessary to clarify that while the proposed method achieves the inten-

ded purposes, since it enables an in-depth and first-hand explanation of the reasons for the limited use of e-government and online tasks among senior citizens, some less important aspects might require supplementary treatment, as they are rough outlines that would require greater in-depth study.

In short, the results show that senior citizens with different levels of education demand the use of new technologies (Requena-Hernández; Pastrana-Fidalgo; Salto-Alemay, 2012, p. 17; Montaña; Estanyol; Lalueza, 2015, p. 762) and, therefore, it is essential to consider and create programs that permit their digital empowerment through lifelong media literacy education integrated in training strategies to ensure their social inclusion (Jiménez-López, 2011, Abad-Alcalá, 2014).

It would also be advisable that the authorities participate in this process, exploiting the channels of communication depending on the type of operation that citizens wish to perform in order to guide them (Ebbbers; Pieterston; Noordman, 2008), and making efforts to mitigate their "technological anxiety" (Phang *et al.*, 2006).

These data suggest the need for social strategies to enable senior citizens to take advantage more often of the Internet for online administrative tasks. This could promote their greater autonomy, allowing them to have an active old age that is adapted to the needs of current society and permits the empowerment of this vulnerable group for the benefit of all citizens and social players.

## Notes

1. Profiles coded according to the *European socio-economic classification*:

[http://cordis.europa.eu/result/rcn/88390\\_en.html](http://cordis.europa.eu/result/rcn/88390_en.html)

2. *Papas* is the administrative system used in the *Guadalajara Adults School* for managing student enrollments.

## Acknowledgements

This paper forms part of and is funded by the *Digital Vulnerability Activities Project* (HUM2015/HUM-3434 -*Provuldig-CAM*) of the *Madrid Autonomous Region* and the *European Social Fund*. It also forms part of the research project *Senior citizens, e-commerce and e-government: Towards bridging the third digital divide* (CSO2015-66746-R) of the *Research, Development and Innovation Programme* addressing the challenges facing society of the *Spanish Ministry of Economy and Competitiveness*.

## 5. Bibliography

Abad-Alcalá, Leopoldo (2014). "Diseño de programas de e-inclusión para alfabetización mediática de personas mayores". *Comunicar*, v. 21, n. 42, pp. 173-180.

<http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-17>

Agudo-Prado, Susana; Pascual-Sevillano, María-Ángeles; Fombona-Cadavieco, Javier (2012). "Usos de las herramientas digitales entre las personas mayores". *Comunicar*, v. 20, n. 39, pp. 193-201.

<https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-10>

Becker, Shirley-Ann (2005). "E-government usability for older

- adults". *Communications of the ACM*, v. 48, n. 2, pp. 102-104.  
[https://www.researchgate.net/publication/220422791\\_E-government\\_usability\\_for\\_older\\_adults](https://www.researchgate.net/publication/220422791_E-government_usability_for_older_adults)  
<https://doi.org/10.1145/1042091.1042127>
- Bélanger, France; Carter, Lemuria** (2009). "The impact of the digital divide on e-government use". *Communications of the ACM*, v. 52, n. 4, pp. 132-135.  
[https://www.researchgate.net/publication/220421422\\_The\\_Impact\\_Of\\_The\\_Digital\\_Divide\\_On\\_E-Government\\_Use](https://www.researchgate.net/publication/220421422_The_Impact_Of_The_Digital_Divide_On_E-Government_Use)  
<https://doi.org/10.1145/1498765.1498801>
- Callejo-Gallego, Javier** (2002). "Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación". *Revista española de salud pública*, v. 76, n. 5, pp. 409-422.  
<https://doi.org/10.1590/S1135-57272002000500004>
- Colesca, Sofia E.; Dobrica, Liliana** (2008). "Adoption and use of e-government services: the case of Romania". *Journal of applied research and technology*, n. 3, v. 6, pp. 204-217.  
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/jart/article/view/17623>
- Ebbers, Wolfgang E.; Pieterse, Willem J.; Noordman, Hans N.** (2008). "Electronic government: Rethinking channel management strategies". *Government information quarterly*, v. 25, n. 2, pp. 181-201.  
<https://goo.gl/LBW9rE>  
<https://doi.org/10.1016/j.giq.2006.11.003>
- Fernández-Ecker, Antonio** (2010). "Constitución telemática de empresas". *Noticias de la Unión Europea*, n. 310, pp. 73-77.
- Gibbs, Anita** (1997). "Focus groups". *Social research update*, n. 19. University of Surrey.  
<http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html>
- Gil-Flores, Javier; García-Jiménez, Eduardo; Rodríguez-Gómez, Gregorio** (1994). "El análisis de los datos obtenidos en la investigación mediante grupos de discusión". *Enseñanza*, v. 12, pp. 183-199.  
[http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20428/analisis\\_datos.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:20428/analisis_datos.pdf)
- Grønkjær, Mette; Curtis, Tine; De-Crespigny, Charlotte; Delmar, Charlotte** (2011). "Analysing group interaction in focus group research: Impact on content and the role of the moderator". *Qualitative studies*, v. 1, n. 2, pp. 16-30.  
<https://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/qual/article/viewFile/4273/3706>
- Imsero** (2013). *Envejecimiento activo. Libro blanco*. Madrid: Imsero.  
[http://www.imsero.es/InterPresent2/groups/imsero/documents/binario/8088\\_8089libroblancoenv.pdf](http://www.imsero.es/InterPresent2/groups/imsero/documents/binario/8088_8089libroblancoenv.pdf)
- INE** (2010). *Instituto Nacional de Estadística. Proyecciones de población a largo plazo 2009-2049*. Madrid: INE.  
<http://www.ine.es/dynt3/inebase/index.htm?type=pcaxis&path=%2Ft20%2Fp270%2F2009-2049&file=pcaxis&L=>
- INE** (2015). *Instituto Nacional de Estadística. Resultados nacionales. Utilización de productos TIC por las personas*. Madrid: INE.  
<https://goo.gl/splqci>
- Jiménez-López, Juan A.** (2011). "Educación en nuevas tecnologías y envejecimiento activo". En: *Congreso internacional educación mediática y competencia digital*, Segovia.  
[http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje\\_3/Juan\\_A.\\_Jiménez\\_López.pdf](http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje_3/Juan_A._Jiménez_López.pdf)
- Kitzinger, Jenny** (1995). "Qualitative research: Introducing focus group". *BMJ*, v. 7000, n. 311, pp. 299-302.  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2550365/pdf/bmj00603-0031.pdf>  
<https://doi.org/10.1136/bmj.311.7000.299>
- Krueger, Richard A.** (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide. ISBN: 8436805895
- Lara-Navarra, Pablo; Martínez-Usero, José-Ángel** (2002). "Del comercio electrónico a la administración electrónica: tecnologías y metodologías para la gestión de información". *El profesional de la información*, v. 11, n. 6, pp. 421-435.  
<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2002/noviembre/2.pdf>
- Lara-Navarra, Pablo; Martínez-Usero, José-Ángel** (2003). "Desarrollo de sitios web para la oferta de servicios característicos de la administración electrónica". *El profesional de la información*, v. 12, n. 3, pp. 190-199.  
<http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2003/mayo/2.pdf>
- Llorente-Barroso, Carmen; Viñarás-Abad, Mónica; Sánchez-Valle, María** (2015). "Internet and the elderly: Enhancing active ageing". *Comunicar*, v. 23, n. 45, pp. 29-36.  
<http://dx.doi.org/10.3916/C45-2015-03>
- Montañà, Mireia; Estanyol, Elisenda; Lalueza, Ferran** (2015). "Internet y nuevos medios: estudio sobre usos y opiniones de los seniors en España". *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, pp. 759-765.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.07>
- Morgan, David L.** (1996). "Focus groups". *Annual review of sociology*, n. 22, pp. 129-152.  
[https://www.researchgate.net/publication/261773532\\_Focus\\_Groups](https://www.researchgate.net/publication/261773532_Focus_Groups)  
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.22.1.129>
- Onwuegbuzie, Anthony J.; Dickinson, Wendy B.; Leech, Nancy L.; Zoran, Annmarie G.** (2009). "Qualitative framework for collecting and analyzing data in focus group research". *International journal of qualitative methods*, v. 3, n. 8, pp. 1-21.  
<http://ijq.sagepub.com/content/8/3/1.1.full.pdf+html>
- Phang, Chee-Wei; Sutanto, Juliana; Kankanhalli, Atreyi-Li-Yan; Tan, Bernard C. Y.; Teo, Hock-Hai** (2006). "Senior citizens' acceptance of information systems: A study in the context of e-government services". *IEEE transactions on engineering management*, v. 4, n. 53, pp. 555-569.  
<https://goo.gl/4ZDHQJ>  
<https://doi.org/10.1109/TEM.2006.883710>
- Powell, Richard A.; Single, Helen M.** (1996). "Focus groups". *International journal of quality in health care*, v. 5, n. 8, pp. 499-504.

<http://intqhc.oxfordjournals.org/content/intqhc/8/5/499.full.pdf>  
<http://dx.doi.org/10.1093/intqhc/8.5.499>

**Requena-Hernández, Carmen; Pastrana-Fidalgo, Isabel-María; Salto-Aleman, Francisco** (2012). "Multiplicadores de nuevas tecnologías". Cuadernos de la Cátedra Telefónica (eds.). *TIC y envejecimiento de la sociedad*, pp. 15-26.  
<http://catedratelefonica.unileon.es/wp-content/uploads/2015/11/multiplicadores.pdf>

**Turner, Phil; Turner, Susan-Ellen; Van-De-Walle, Guy** (2007). "How older people account for their experiences with interactive technology". *Behaviour & information technology*, v.

26, n. 4, pp. 287-296.  
<https://goo.gl/fBrTKE>  
<http://dx.doi.org/10.1080/01449290601173499>

**Vallés, Miguel S.** (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis. ISBN: 8477384495  
<http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/files/2013/03/Miguel-Valles-Tecnicas-Cualitativas-De-Investigacion-Social.pdf>

**Vallés, Miguel S.** (2002). *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS. ISBN: 978 8474763423  
[http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/files/2013/03/VALLÉS\\_Entrevistas-cualitativas.pdf](http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/files/2013/03/VALLÉS_Entrevistas-cualitativas.pdf)

ANUARIO

Think

EPI

ISSN: 1886-6344  
ISBN: 978 84 9116 439 5

## ANUARIO THINKEPI 2016

### PRECIOS ANUARIO THINKEPI

Suscripción online (2007-2016)

Instituciones ..... 80 €

Individuos (particulares) ..... 48 €

Números sueltos

**Instituciones**

Anuario ThinkEPI 2016 (pdf) ..... 55 €

Anuario de años anteriores\* ..... 30 €

**Individuos (particulares)**

Anuario ThinkEPI 2016 (pdf)..... 30 €

Anuario de años anteriores\* ..... 22 €

\*Años 2007 a 2013 disponibles en papel + pdf.  
A partir de 2014 sólo disponible en pdf

Desde 2014 es posible el acceso mediante suscripción a todos los **Anuarios ThinkEPI** publicados hasta el momento desde el Recyt de la Fecyt

<http://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI>

Más información:

Isabel Olea  
[epi.iolea@gmail.com](mailto:epi.iolea@gmail.com)



# EMPODERAMIENTO MEDIÁTICO MEDIANTE *E-LEARNING*. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE UNA ESCALA

Media empowerment through e-learning.  
Design and validation of a scale



Juan-Francisco Martínez-Cerdá y Joan Torrent-Sellens



**Juan-Francisco Martínez-Cerdá**, *PhD candidate*, investiga el desarrollo de habilidades orientadas a la empleabilidad de los trabajadores, a través de sistemas sociotécnicos (STS) relacionados con *e-learning*. Fue investigador en la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)* y jefe de estudios y proyectos en diversas empresas del ámbito público y privado. Mantiene vinculación con el *Grupo Interdisciplinario de Investigación sobre las TIC (i2TIC)* desde 2009.  
<http://orcid.org/0000-0002-6711-4956>

[jmartinezcer@uoc.edu](mailto:jmartinezcer@uoc.edu)



**Joan Torrent-Sellens** es director del *Grupo Interdisciplinario de Investigación sobre las TIC (i2TIC)* y profesor agregado de *Estudios de Economía y Empresa* de la *Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*. Sus líneas de investigación son la economía del conocimiento, el emprendimiento y la innovación, la empresa y el trabajo en red, las fuentes de productividad, competitividad y crecimiento económico, y la salud y el bienestar, materias sobre las que ha publicado numerosos artículos en revistas nacionales e internacionales, así como diversos libros.  
<http://orcid.org/0000-0002-6071-422X>

[jtorrent@uoc.edu](mailto:jtorrent@uoc.edu)

*Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*  
Av. Tibidabo, 39-43. 08035 Barcelona, España

## Resumen

Las actuales facilidades para la educación por medios online permiten adquirir las competencias profesionales y personales demandadas para el siglo XXI. En este artículo se estudia el empoderamiento mediático de los alumnos como ciudadanos que usan múltiples medios de comunicación. Se establece la primera escala para la medida de dicho empoderamiento, analizando el ejercicio de la ciudadanía activa y el uso de diversos medios de comunicación, como habilidades adquiridas mediante *e-learning*. El estudio se realizó con antiguos estudiantes de la *Universitat Oberta de Catalunya* ( $n=544$ ), construyéndose una escala consistente y fiable para las dos subescalas que la conforman: ciudadanía activa (5 ítems,  $\alpha=0,93$ ) y uso diversificado de los medios (3 ítems,  $\alpha=0,95$ ).

## Palabras clave

*E-learning*; Educación online; Alfabetización mediática; Ciudadanía activa; Empoderamiento digital; Empoderamiento mediático; Inclusión social; Pensamiento crítico; Medios de comunicación; Sociedad civil; Escala; Encuesta.

## Abstract

The current ease of online education allows students to acquire the professional and personal competencies demanded for the XXI century. In this article we study the media empowerment of students, as citizens, using multiple means of communication. We have established the first scale for the measurement of such empowerment, analyzing the exercise of active citizenship and the use of various media, as skills acquired through *e-learning*. The study was carried out with alumni of the *Universitat Oberta de Catalunya* ( $n=544$ ), constructing a consistent and reliable scale for the two subscales that comprise it: active citizenship (5 items,  $\alpha = 0.93$ ) and diversified use of media (3 items,  $\alpha = 0.95$ ).

## Keywords

*E-learning*; Online education; Media literacy; Active citizenship; Digital empowerment; Media empowerment; Social inclusion; Critical thinking; Media; Civil society; Scale; Survey.

Artículo recibido el 10-09-2016  
Aceptación definitiva: 27-10-2016

**Martínez-Cerdá, Juan-Francisco; Torrent-Sellens, Joan (2017).** “Empoderamiento mediático mediante *e-learning*. Diseño y validación de una escala”. *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 43-54.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.05>

## 1. Introducción

La situación socioeconómica global desde la primera década del siglo XXI ha provocado que diferentes sectores de la población hayan perdido tanto su empleo como parte de sus derechos ciudadanos. En Europa se ha incrementado el riesgo de exclusión social por factores como la crisis financiera o las migraciones provocadas por situaciones de guerra de países vecinos. Los últimos datos oficiales (de 2014) apuntan a que más de 122 millones de personas están en riesgo de pobreza y exclusión social (Eurostat, 2016). Han contribuido a ello factores socioculturales, así como la pérdida de habilidades y competencias para la participación en la vida social y laboral, en la que han ocurrido vertiginosos cambios tecnológicos (Lenger; Schumacher, 2015).

La educación ha emergido ante esta situación como una solución en diversas acciones políticas y legislativas en Europa, como *Key competences for lifelong learning* y *Enhancing digital literacy, skills and inclusion* (European Union, 2016). Bajo este punto de vista, la educación online, de la mano de las competencias mediáticas y de su misión orientada hacia el cambio social, puede contribuir a la adquisición de habilidades válidas para la empleabilidad, la integración social, y la participación activa en la economía del conocimiento (Park, 2012; Tait, 2013).

Desde el sector del *e-learning* se realizan contribuciones para incrementar las competencias informacionales de los estudiantes, como las ejecutadas por la *Biblioteca de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)* (Moreno-Pulido; Sánchez-Fernández, 2015). Desde la vertiente online, y mediante acciones de alfabetización mediática dirigidas a la inserción laboral y social, estas iniciativas profundizan en la labor social integradora de las bibliotecas públicas (Sánchez-García; Yubero, 2015). También se detectan iniciativas de *e-learning* para el empoderamiento del sector público (Hur; Im, 2013).

Estas actuaciones de la educación online pueden ayudar a frenar hechos tan preocupantes como que los medios de comunicación sean paulatinamente propiedad de menos organizaciones y empresas, o de que esté produciéndose una unificación de fuentes de información. Estas acciones, que podrían anular el razonamiento propio e individual de las personas (Martínez-Pérez, 2016), son ingredientes fundamentales del empoderamiento y el pleno ejercicio de los derechos de los ciudadanos.

La presente investigación estudia la adquisición mediante *e-learning* de habilidades de la ciudadanía activa y el uso diversificado de los medios de comunicación, presentando la primera escala validada de este tipo. El artículo considera los modelos emergentes de educación online, como los moocs, basados en medios sociales y configurados para ser instrumentos educacionales que contribuyan

al cambio social necesario para la mejora de la sociedad (Gil-Quintana, 2016). Esta apuesta se aproxima a las ideas de empoderamiento, emancipación, transformación, y acción social para la escucha de los oprimidos planteadas por Freire (1970).

El texto es afín a Martens (2013), quien señalaba que hacían falta más estudios empíricos sobre alfabetización mediática, tras haber examinado más de 150 investigaciones. Cabe recordar el histórico nexo existente entre este campo del conocimiento y el empoderamiento mediático (Unesco, 1982).

La educación online, mediante nuevos modelos pedagógicos basados en medios sociales, permite adquirir competencias que ayudan al empoderamiento ciudadano

## 2. Marco analítico

### 2.1. Educación online y empoderamiento mediático

A nivel teórico esta investigación enlaza con el aprendizaje de competencias llevado a cabo a lo largo de la vida y planteado por la teoría del capital humano (Schultz, 1961; Becker, 1993). Su orientación hacia el aprendizaje online es necesaria tras observar los actuales y futuros entornos para la adquisición de habilidades (profesionales, sociales, personales, etc.), con pedagogías basadas en internet que son globales, abiertas, adaptables, centradas en el estudiante, interactivas, sociales e ininterrumpidas (Varis; Puukko, 2010; Redecker et al., 2011).

El empoderamiento, originado en EUA ante la “ineficacia de la política –implementada en los años setenta– que fortalecía instituciones y olvidaba a las personas” (Montero, 2003, p. 71), es afín e intrínseco al contexto educativo, mediante el constructivismo social. Esta teoría se basa en la adición personal de nuevos conocimientos y experiencias sobre la base de los anteriores (Piaget, 2000), todo ello dentro del contexto de interacciones sociales entre estudiantes y profesores (Vygotsky, 1997).

Según esta perspectiva, esta dialéctica es la base del empoderamiento de los estudiantes, que puede ser realizado tanto mediante educomunicación (Hobbs, 2011) como mediante *e-learning* (Onah, 2012). La participación ciudadana y el empoderamiento digital son vitales para lograr la inclusión social de los ciudadanos (Mäkinen, 2006). En este campo se detectan lazos entre la educomunicación, la ciudadanía y la construcción de su autonomía mediática (Rivoltella, 2005; Gozávez-Pérez; Aguaded-Gómez, 2012). Dias-Fonseca y Potter (2016) inciden en la importancia de la ciudadanía online y su vinculación a la alfabetización mediática.

En el área común de la educomunicación, el empoderamiento, y la ciudadanía democrática, emergen propuestas teóricas que plantean y proporcionan dimensiones e indicadores tanto similares como complementarios (Celot; Pérez-Tornero, 2009; Ferrés-Prats; Piscitelli, 2012; Pérez-Rodríguez; Delgado-Ponce, 2012; Román-García; Almansa-Martínez; Cruz-Díaz, 2016). No obstante, no se están enfocadas a la validación psicométrica de escalas.

## 2.2. Escalas psicométricas de alfabetización mediática y educación online

Pese a la existencia de numerosas escalas sobre alfabetización mediática, empoderamiento y ciudadanía, no se ha llevado a cabo una escala que relacione dichos campos con el *e-learning*. Estas mediciones se orientan hacia la alfabetización mediática a nivel general, su perspectiva educativa, y

su influencia sobre aspectos relacionados con la salud.

Respecto a dimensiones y factores relacionados explícitamente con el empoderamiento y la ciudadanía democrática, Duran *et al.* (2008) tienen en cuenta la participación mediática activa; Akkoyunlu, Yilmaz-Soylu y Caglar (2010) diseñan una escala para el empoderamiento digital de los estudiantes universitarios, y Choi (2016) y Zhang y Zhu (2016) tienen en cuenta la ciudadanía participativa.

En escalas de educación online, Van-de-Vord (2010) estudia la alfabetización informacional, y Prior *et al.* (2016) exploran la actitud, alfabetización digital y eficacia del comportamiento de aprendizaje online. Otras aproximaciones posteriores trabajan sobre estos conceptos, pero sin proponer ninguna escala (Ng, 2012; Pineda-Báez *et al.*, 2012; Tang; Tseng, 2013; Kratochvil, 2014; Tury; Robnson; Bawden, 2015).

Tabla 1. Preguntas y respuestas del cuestionario

Respecto a los medios de comunicación y las noticias, la educación online finalizada me ha ayudado a... Piense que se trata de valorar si la educación online ha tenido un impacto importante, o no.		
Dimensión propuesta	Items	Dimensiones y autores
Ciudadanía activa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participar más activamente en la vida civil y política.</li> <li>- Actuar socialmente frente a aspectos de la vida que veo que no funcionan correctamente.</li> <li>- Sentirme más integrado en grupos, comunidades, asociaciones, etc.</li> <li>- Ganar más conocimiento sobre mis derechos como ciudadano.</li> <li>- Crear mensajes y contenidos propios, relacionados con las noticias.</li> </ul>	Estructuras y participación (Duran <i>et al.</i> , 2008) Participación ciudadana (Celot; Pérez-Tornero, 2009) Comunicación y ética (Chang <i>et al.</i> , 2011) Acción (Levin-Zamir; Lemish; Gofin, 2011) Interacción, producción y difusión (Ferrés-Prats; Piscitelli, 2012) Participación ciudadana, y comunicación (Pérez-Rodríguez; Delgado-Ponce, 2012) Producción (Ashley; Maksl; Craft, 2013) Uso (Koc; Barut, 2016) Lenguaje, recepción e interacción, ideología y valores (Román-García; Almansa-Martínez; Cruz-Díaz, 2016) Alfabetización mediática (Vraga <i>et al.</i> , 2016) Ciudadanía participativa (Zhang; Zhu, 2016)
Uso diversificado de medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usar más medios de comunicación.</li> <li>- Conocer más medios de comunicación.</li> <li>- Utilizar eficazmente los medios de comunicación.</li> </ul>	Recursos (Norman; Skinner, 2006) Entendimiento, acceso y comprensión (Arke; Primack, 2009) Uso equilibrado y activo de los medios, y conocimiento sobre los medios y su regulación (Celot; Pérez-Tornero, 2009) Autores y audiencias, medios y significados, realidad y representación (Bier <i>et al.</i> , 2011) Aprendizaje (Chang <i>et al.</i> , 2011) Identificación (Levin-Zamir; Lemish; Gofin, 2011) Búsqueda, procesado y eficacia (Claro <i>et al.</i> , 2012) Tecnología, interacción, producción y difusión, ideología y valores, y estética (Ferrés-Prats; Piscitelli, 2012) Acceso y búsqueda, tecnología, ideología y valores (Pérez-Rodríguez; Delgado-Ponce, 2012) Producción y consumo (Ashley; Maksl; Craft, 2013) Conocimiento e industria, control, estructuras y uso (Potter, 2010; Maksl; Ashley; Craft, 2015) Uso (Koc; Barut, 2016) Autores y audiencias, mensajes y significados, representación y realidad (Phelps-Tschang <i>et al.</i> , 2015) Lenguaje, tecnológica y estética (Román-García; Almansa-Martínez; Cruz-Díaz, 2016) Autores y audiencias, mensajes y significados, representación y realidad, alfabetización mediática (Vraga <i>et al.</i> , 2016)
Respuestas posibles conforme a escala de Likert: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5)		
<b>Variables de clasificación sociodemográficas</b>		
Género Edad Área geográfica de residencia habitual Nivel de estudios reglados finalizados más alto Área de conocimiento de sus estudios online principales Situación profesional actual Número de titulaciones/diplomas de educación online finalizados: nivel de grado y postgrado		

Otra aproximación diferente con el *e-learning* ha sido llevada a cabo en el área de la alfabetización financiera (Sánchez-Rebull; Campa-Planas; Hernández-Lara, 2011).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el artículo propone una escala para la medición del empoderamiento mediático basado en las competencias de ciudadanía activa y de uso de diversos medios de comunicación, y adquiridas mediante educación online. Para ello se consideran las siguientes hipótesis de trabajo, una principal (H1) y dos complementarias (H2 y H3), de acuerdo al conjunto de items propuestos para su medición:

- H1: La escala posee validez psicométrica, conforme a su base teórica, estructura factorial de los items propuestos y subescalas: ciudadanía activa y uso diversificado de medios de comunicación.
- H2: La edad adquiere gran importancia en la medición del empoderamiento mediático desarrollado mediante *e-learning*.
- H3: A mayor número de titulaciones obtenidas mediante educación online, mayor empoderamiento mediático obtenido a través de *e-learning*.

### 3. Material y métodos

#### 3.1. Diseño de items

Se diseñó un cuestionario para encuesta online que permitiese poner de manifiesto la adquisición de competencias relacionadas con la ciudadanía activa y el uso de diversos medios de comunicación. En la tabla 1 se pueden observar los ocho items definidos para medir el empoderamiento mediático adquirido mediante educación online. También se incorporan las dimensiones consideradas por varios autores, y que han servido como guías para las definiciones. Finalmente se aprecian otras variables de clasificación tenidas en cuenta durante la investigación.

Los items tienen relación con las dimensiones propuestas:

- la participación ciudadana, la actuación social, la integración comunitaria, la adquisición de conocimientos relativos a la ciudadanía y la creación de contenidos mediáticos, se vinculan con la dimensión de ciudadanía activa. Hay que destacar que este último ítem ayuda a contrastar la orientación mediática de la ciudadanía activa, situación acorde con el uso actual que de los medios sociales vienen realizando los ciudadanos;
- los items que tienen que ver con el uso de más medios de comunicación, conocimiento sobre los mismos, y su utilización eficaz, están enlazados con la dimensión de uso diversificado de los medios de comunicación.

El cuestionario fue contrastado a nivel externo con una profesora de la *Universitat de Barcelona* experta en metodología de investigación educativa. Se definió que los sujetos de la población de análisis fuesen antiguos alumnos de la *Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*. El cuestionario, en formato online mediante la aplicación *Google Forms*, fue sometido a un proceso de pilotaje durante el mes de febrero de 2016 con alumnos procedentes de la base de datos del *Laboratori d'Experimentació del eLearn Center* de la *UOC*.

Tabla 2. Ficha técnica y características sociodemográficas de los resultados. Encuesta online

Ficha técnica y características sociodemográficas de los resultados. Encuesta online		
Universo	Base de datos con 55.298 antiguos alumnos de la UOC	
Selección de la muestra	Muestreo aleatorio no probabilístico: invitación mediante mensajes de correo electrónico	
Método de recolección de información	Cuestionario online con preguntas cerradas	
Dimensión de la muestra	544 respuestas válidas	
Error muestral	Margen de error del $\pm 4,20\%$ para los datos globales, con una población infinita, en el caso de máxima indeterminación ( $p=q=50\%$ ), y con un nivel de confianza del 95,5%	
Período de trabajo de campo	5 de mayo – 28 de junio de 2016	
Cuotas	Sin establecer	
Ponderación	No aplicable	
Respuesta por género	Mujeres: 49,4% Hombres: 50,6%	
Edad media del encuestado	46 años	
Área geográfica de residencia habitual	Cataluña: 67,0% Resto de España: 29,0% Fuera de España: 4,0%	
Nivel de estudios reglados finalizados más alto	Grado: 50,9% Postgrado: 49,1%	
Área de conocimiento de sus estudios online principales		%
	Artes y humanidades	6,4
	Derecho y ciencias políticas	11,9
	Economía y empresa	27,8
	Idiomas	0,4
	Información y comunicación	11,9
	Informática, multimedia y telecomunicaciones	18,9
	Psicología y educación	17,1
	Salud	0,6
Situación profesional actual	No trabaja:	%
	-Desempleado/a	6,8
	-Inactivo/a	0,9
	-Estudiante	0,5
	-Tareas en el hogar	0,2
	-Otros	2,6
	Sí trabaja:	%
-Trabajador/a	76,7	
-Autónomo/a	9,9	
-Empresario/a	2,4	
Número de titulaciones/diplomas de educación online finalizados	Nivel Grado: Media=1,09 (DE=0,76) [Mínimo, Máximo]=[0, 6] Nivel Postgrado: Media=0,69 (DE=0,91) [Mínimo, Máximo]=[0, 6]	

### 3.2. Muestra

Tras el pilotaje y la revisión de los resultados, se contactó con el área *UOC Alumni* para que pudiesen enviar los urls de los cuestionarios online a los antiguos alumnos *UOC* y pudiese comenzar el trabajo de campo, que se llevó a cabo durante los meses de mayo y junio de 2016. Se utilizó un cuestionario final redactado en catalán y castellano, para considerar las diferentes preferencias idiomáticas de los alumnos. En la tabla 2 se puede observar la ficha técnica de la encuesta realizada a 55.298 antiguos alumnos de la *UOC*. La muestra ascendió a 561 respuestas (tasa de respuesta=1,01%), de las cuales 544 fueron válidas (tasa de respuesta=0,98%). Esta tasa de respuesta –similar a algunas investigaciones actuales llevadas a cabo mediante cuestionarios online a grupos de antiguos alumnos (Head, 2016; Wotherspoon; McCarthy, 2016)– fue compartida y validada por *UOC Alumni*, que indicó que era la cifra de participación de graduados normalmente obtenida..

### 3.3. Análisis de datos

Fue llevado a cabo con los siguientes programas informáticos: *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 22.0* (IBM, 2013), *R version 3.3.1* (R Core Team, 2016), y *Lavaan 0.5-22* (Rosseel, 2012). Estos programas permitieron la realización de un análisis descriptivo, bivariante, factorial exploratorio, factorial confirmatorio, y de la varianza. Considerando que se encontraron claramente dos factores, no hizo falta tener en cuenta las indicaciones planteadas por Matsunaga (2010) con respecto a utilizar otro tipo de programas informáticos o técnicas estadísticas para seleccionar el número adecuado y más ajustado de factores para la creación de sus correspondientes constructos. Considerando la dimensión de la muestra total (n=544), se impuso su división en dos subconjuntos aleatorios (Rhodes; Arceo, 2004) sobre los que realizar los análisis factorial exploratorio (n=300) y factorial confirmatorio (n=244).

Dado el número de items planteados (8 items), estas submuestras cumplían diversos requerimientos sobre el número mínimo de individuos a analizar: 150 para análisis factorial exploratorio (Guadagnoli; Velicer, 1988) y factorial confirmatorio (Muthén; Muthén, 2002). Se impusieron dos restricciones más: que la submuestra de población fuese igual o superior a 300 personas, y que la submuestra

para el modelo teórico fuese igual o superior a 200 sujetos (Myers; Ahn; Jin, 2011; Rouquette; Falissard, 2011). La tabla 3 muestra los estadísticos descriptivos más comunes obtenidos para los items inspeccionados.

El empoderamiento mediático adquirido mediante educación online puede ser medido mediante items relacionados con la ciudadanía activa y el uso diversificado de los medios de comunicación

## 4. Resultados

### 4.1. Escala de empoderamiento mediático mediante *e-learning*

Con el objeto de testear la estructura de la escala de empoderamiento mediático (8 items), se llevó a cabo un análisis de componentes principales con rotación Varimax con el primer subconjunto de la muestra extraído aleatoriamente (n=300). El test de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0,90) y el test de esfericidad de Bartlett ( $p=0,000$ ) fueron aplicados para comprobar la validez de la muestra, con respecto a la generación de factores basados en los datos. Tras ello se seleccionaron dos factores: ciudadanía activa y uso diversificado de los medios de comunicación, con valores propios superiores a 1, y que permitieron alcanzar un 83,21% de la varianza total explicada. Los componentes rotados para los dos factores finales fueron superiores a 0,68, lo que indicaba su significación. En cuanto a sus comunalidades, todas eran superiores a 0,65. La confiabilidad de cada escala fue comprobada mediante la estimación de la consistencia interna que proporciona el alfa de Cronbach, siendo en ambos casos válidas ( $\alpha=0,93$  y  $\alpha=0,95$ , respectivamente, y  $\alpha=0,94$  para el total de los 8 items). La tabla 4 resume los resultados para los dos factores estimados: ciudadanía activa y uso de diversos medios de comunicación.

Al objeto de verificar si los dos constructos basados en estos factores se ajustaban correctamente, se realizó un análisis factorial confirmatorio con el segundo subconjunto obtenido de la muestra (n=244). La estructura factorial de las dos subescalas fue testeada. El modelo obtenido obtuvo unos

Tabla 3. Items de ciudadanía activa y uso diversificado de los medios: media, desviación estándar (DE), *skewness* y kurtosis (n=544).

Dimensión	Items	Media	DE	Skewness	Kurtosis
Ciudadanía activa	Participar más activamente en la vida civil y política	2,72	1,32	0,19	-1,09
	Actuar socialmente frente a aspectos de la vida que veo que no funcionan correctamente	2,83	1,32	0,09	-1,10
	Sentirme más integrado en grupos, comunidades, asociaciones, etc.	2,84	1,30	0,09	-1,10
	Ganar más conocimiento sobre mis derechos como ciudadano	3,00	1,35	-0,08	-1,18
	Crear mensajes y contenidos propios, relacionados con las noticias	3,00	1,32	-0,08	-1,12
Uso diversificado de medios de comunicación	Usar más medios de comunicación	3,26	1,26	-0,27	-0,91
	Conocer más medios de comunicación	3,19	1,29	-0,21	-1,02
	Utilizar eficazmente los medios de comunicación	3,26	1,24	-0,30	-0,81

Tabla 4. Análisis factorial exploratorio (matriz de componentes rotados) (n=300) y análisis factorial confirmatorio (matriz de estimaciones) (n=244). Subescalas de ciudadanía activa y uso diversificado de los medios: media, desviación estándar, *skewness* y kurtosis (n=544).

Dimensión	Items	Análisis factorial exploratorio		Análisis factorial confirmatorio	
		F1	F2	F1	F2
Ciudadanía activa	Participar más activamente en la vida civil y política	0,89		1,00***	
	Actuar socialmente frente a aspectos de la vida que veo que no funcionan correctamente	0,88		0,95***	
	Sentirme más integrado en grupos, comunidades, asociaciones, etc.	0,85		0,91***	
	Ganar más conocimiento sobre mis derechos como ciudadano	0,79		0,97***	
	Crear mensajes y contenidos propios, relacionados con las noticias	0,69		0,77***	
Uso diversificado de medios de comunicación	Usar más medios de comunicación		0,91		1,00***
	Conocer más medios de comunicación		0,90		0,99***
	Utilizar eficazmente los medios de comunicación		0,88		0,96***
<b>Estadísticos</b>					
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,90			
Prueba $\chi^2$ de esfericidad de Bartlett		2.331,87			
Grados de libertad		28			
p-valor		0,000			
Comunalidades		> 0,65			
Varianza (%)		69,23 13,98			
Del total		83,21			
Coeficientes de fiabilidad (alfa de Cronbach): De factores		0,93 0,95			
Del total		0,94			
				CFI=0,98; TLI=0,98; RMSEA=0,09; SRMR=0,04; NNFI=0,98; RFI=0,96; NFI=0,98; IFI=0,98	
Escalas	Media	DE	Skewness	Kurtosis	
F1: Ciudadanía activa	2,88	1,17	0,04	-0,96	
F2: Uso diversificado de medios de comunicación	3,24	1,21	-0,27	-0,83	
Análisis factorial confirmatorio: *** p=0,000					

estadísticos que ajustaban el modelo teórico de un modo adecuado ( $\chi^2=53,48$ , p-valor=0,000; CFI=0,98; TLI=0,98; RMSEA=0,09). En la tabla 4 pueden verse también todos estos aspectos de un modo sintético, así como el hecho de que la subescala de uso diversificado de medios de comunicación obtiene una puntuación mayor que la subescala de ciudadanía activa (media de 3,24 frente a 2,88, respectivamente). La figura 1 muestra el modelo estructural de la escala de empoderamiento mediática validada a través del uso de estas dos subescalas. Con todo ello se confirmó la hipótesis 1.

Existe una vinculación y un territorio común por explorar en materia de educación online, educomunicación, empoderamiento, y ciudadanía activa

#### 4.2. Análisis descriptivo y bivalente de las subescalas

Tras la definición y validación de las subescalas, se llevó a cabo su análisis descriptivo conforme a las variables socio-demográficas diseñadas. A nivel general todos los valores medios de los grupos fueron superiores para la subescala de uso diversificado de medios de comunicación, frente a

la subescala de ciudadanía activa. Resultó interesante comprobar que las personas que no trabajaban señalaban poseer un mayor valor medio en ambas subescalas. Mediante un análisis de la varianza también se observó que las diferencias más notables, y las únicas significativas, se daban entre los grupos formados por la variable edad: las personas de mayor edad alcanzaban unas puntuaciones superiores en ambas subescalas. Esto confirmó la hipótesis 2. La tabla 5 expone estos resultados.

A la vista de estos datos se realizó un análisis bivalente que permitió detectar las correlaciones estadísticamente significativas entre las variables (se tuvo en cuenta la correlación Rho de Spearman ( $r_s$ ) para variables ordinales y parejas de variables continuas y ordinales). De este modo se comprobó que ambas subescalas –ciudadanía activa y uso diversificado de los medios- estaban relacionadas significativamente de un modo positivo ( $r=0,68$ ,  $p=0,000$ ), y que un mayor número de titulaciones online de grado proporcionaban un incremento significativo en ambas subescalas ( $r=0,12$  y  $r=0,11$ ,  $p<0,01$ , respectivamente), mientras que un número mayor de titulaciones online de postgrado contribuía significativamente solamente en la subescala de uso diversificado de los medios de comunicación ( $r=0,10$ ,  $p<0,05$ ). Estos aspectos permitieron confirmar la hipótesis 3.

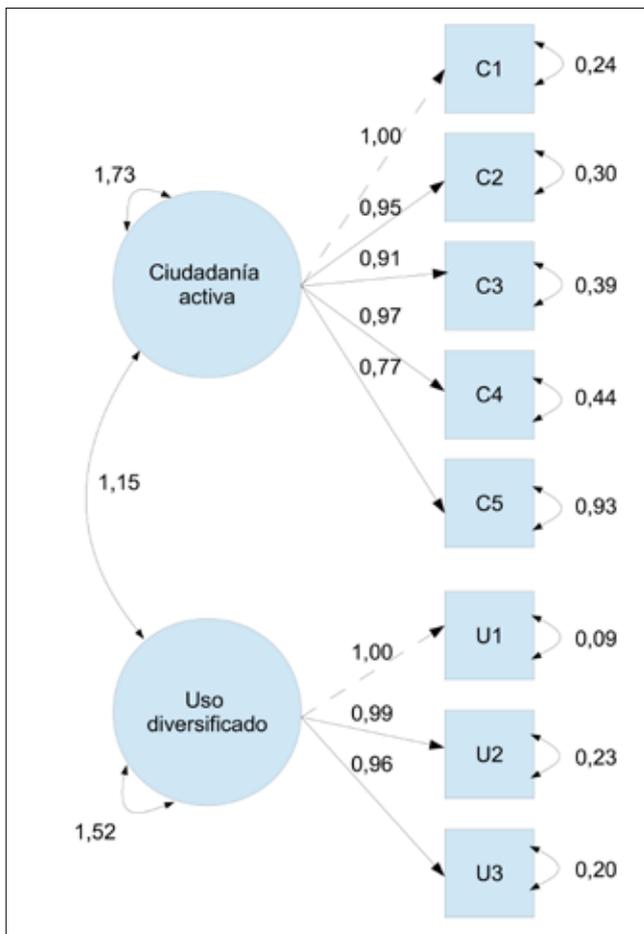


Figura 1. Modelo estructural de la escala de empoderamiento mediático basada en dos subescalas: ciudadanía activa y uso diversificado de los medios de comunicación

Se observó que la variable de edad era la que más influía sobre el resto, contribuyendo también a confirmar la hipótesis 2, y relacionándose positivamente con ambas subescalas, sobre todo con la de uso diversificado de los medios ( $r_s=0,12$  y  $r_s=0,21$ ,  $p<0,01$  y  $p=0,000$ , respectivamente), así como con el número de títulos online de grado y postgrado ( $r_s=0,09$ ,  $p<0,05$ , para ambas subescalas), y las personas de género

masculino ( $r=0,14$ ,  $p<0,01$ ). Se comprobó que los hombres solían tener un número mayor de postgrados online ( $r=0,12$ ,  $p<0,01$ ). También se detectó que las personas con un mayor nivel de estudios tenían trabajo ( $r_s=0,15$ ,  $p<0,01$ ), y que claramente preferían seguir postgrados online frente a cursar estudios de grado online ( $r_s=0,67$  y  $r_s=-0,17$ , respectivamente,  $p=0,000$  en ambos casos). Estos resultados aparecen en la tabla 6.

Existe una escala con validez psicométrica para la medición del empoderamiento mediático obtenido mediante e-learning, basado en una subescala de ciudadanía activa y otra de uso diversificado de los medios

## 5. Discusión y conclusiones

En primer lugar hay que hacer constar ciertas limitaciones del trabajo. La realización mediante cuestionario online auto-cumplimentado de una investigación cuantitativa relacionada con el comportamiento de los propios sujetos de estudio, no siempre se ajusta a la realidad (Wright, 2005). Además la muestra de antiguos estudiantes de la UOC no puede ser generalizada a todos los tipos de educación online, tanto formales como no formales. Respecto a la confiabilidad y validez del instrumento, se hacen necesarias más comprobaciones con otros estudiantes como, por ejemplo, con los que han realizado estudios mediante educación presencial, que actuarían como grupo de control. Así, futuras investigaciones podrían tanto cuestionar otras dimensiones como estimar la importancia relativa de las variables sociodemográficas aquí analizadas, en cuanto a la estimación de las subescalas planteadas. Otro aspecto tiene relación con el hecho de que una de las hipótesis complementarias de la investigación sea correlacional (Hernández-Sampieri; Fernández-Collado; Baptista-Lucio, 2014), lo que supone que no se pueda establecer una relación causal entre las respectivas variables, aspecto que queda pendiente para próximas investigaciones.

Tabla 5. Escalas de ciudadanía activa y uso diversificado de los medios y características sociodemográficas de los antiguos estudiantes online (valores medios de las escalas) (n=544)

Variables		Ciudadanía activa	Uso diversificado
Género	Mujer	2,80	3,16
	Hombre	2,95	3,32
Grupo de edad	Inferior a 35 años	2,88	2,92 (c)
	35-44 años	2,73 (a)	2,99 (d)(e)
	45-54 años	2,85 (b)	3,34 (d)(f)
	Superior a 54 años	3,33 (a)(b)	3,75 (c)(e)(f)
Nivel de estudios reglados finalizados más alto	Grado/Licenciatura/Diplomatura	2,91	3,33
	Postgrado (Masters, etc.)	2,84	3,14
Situación profesional actual	No trabaja	3,12	3,43
	Trabaja	2,85	3,22

Considerando varianzas iguales (test de Levene), existen diferencias significativas entre las medias de los grupos que poseen las siguientes codificaciones:  
 (d),(f) =  $p<0,05$   
 (a),(b),(c) =  $p<0,01$   
 (e) =  $p=0,000$

Tabla 6. Medias, desviaciones estándar y correlaciones entre las escalas y diversas variables observadas (n=544)

	M	DE	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Ciudadanía activa (1)	2,88	1,17	-							
Uso diversificado (2)	3,24	1,21	0,68***	-						
Número de titulaciones/diplomas de educación online finalizados: nivel de grado (3)	1,09	0,76	0,12**	0,11**	-					
Número de titulaciones/diplomas de educación online finalizados: nivel de postgrado (4)	0,69	0,91	0,07	0,10*	0,00	-				
Género (5)	0,51	0,50	0,07	0,07	0,01	0,12**	-			
Grupo de edad (6)	1,64	0,81	0,12**	0,21***	0,09*	0,09*	0,14**	-		
Nivel de estudios reglados finalizados más alto (7)	0,49	0,50	-0,02	-0,07	-0,17***	0,67***	0,00	-0,11*	-	
Situación profesional actual (8)	0,89	0,31	-0,07	-0,06	-0,05	0,05	0,04	-0,02	0,15**	-

\* p<0,05; \*\* p<0,01; \*\*\* p=0,000

Uso diversificado (1)={1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Totalmente de acuerdo}  
 Ciudadanía activa (2)={1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Totalmente de acuerdo}  
 Género(5)={0=Mujer, 1=Hombre}  
 Grupo de edad (6)={0=Inferior a 35, 1=35-44 años, 2=45-54 años, 3=Superior a 54}  
 Nivel de estudios reglados finalizados más alto (7)={0=Grado/Licenciatura/Diplomatura, 1=Postgrado (Masters, etc.)}  
 Situación profesional actual (8)={0=No trabaja, 1=Sí trabaja}

Pese a ello, el trabajo realiza una destacada contribución académica al enriquecer la investigación sobre empoderamiento digital. Concretamente, mediante una aproximación basada en la adquisición mediante educación online de competencias relacionadas con la ciudadanía activa y el uso diversificado de medios de comunicación. La investigación realiza una conceptualización teórica de aspectos sobre empoderamiento y educación mediática, la ciudadanía activa, y el *e-learning*. Sintetizando investigaciones anteriores destinadas a la validación psicométrica de escalas, se propone un instrumento de medición que es confirmado y que puede ser utilizado para futuras investigaciones. Además se exponen los resultados de la aplicación de las subescalas conforme a diversas variables sociodemográficas, y que confirman la gran importancia de disponer de una mayor edad en materia de empoderamiento ciudadano.

La educación online permite adquirir competencias para ejercer una ciudadanía activa y puede contribuir al empoderamiento de las personas en riesgo de exclusión social

Los resultados de esta investigación proporcionan pruebas empíricas sobre el empoderamiento mediático adquirido por los estudiantes de *e-learning*. Se ha comprobado que a mayor número de certificaciones obtenidas mediante cursos online, mayor desarrollo de competencias y habilidades válidas para la mejora del empoderamiento mediático y ciudadano de las personas. Su carácter, orientado hacia la ciudadanía activa y el uso diversificado de los medios, puede contribuir a mejorar la situación de determinados sectores de la población con riesgo de exclusión social. En una situación en la que los

propios estudiantes de periodismo tienen unas competencias mediáticas limitadas (Schmidt, 2015), la formación a distancia a través de internet puede contribuir a mejorar determinadas habilidades y destrezas útiles para el conjunto de los ciudadanos, en relación con la adquisición de una mayor capacidad de ejercicio individual de los valores democráticos.

Bajo esta perspectiva, el *e-learning* basado en los medios sociales puede contribuir al crecimiento de una educación horizontal y dialógica (Freire, 1970), potenciando las capacidades de interconexión de sus alumnos, y contribuyendo a su empoderamiento (Hergueta-Covacho; Marta-Lazo; Gabelas-Barroso, 2016). Se consolidaría así una manera de enseñar que piensa en fortalecer personalmente a los estudiantes mediante el aprovechamiento de los medios:

“Una educación –sea ella presencial o a través de medios– capaz de responder a los desafíos formativos contemporáneos, habrá de proponerse activar las potencialidades de autoaprendizaje y coaprendizaje que se encuentran latentes en sus destinatarios y estimular la gestión autónoma de los educandos en su ‘aprender-a-aprender’, en su propio camino hacia el conocimiento: la observación personal, la confrontación y el intercambio, el cotejo de alternativas, el razonamiento crítico, la elaboración creativa” (Kaplún, 2002, p. 206).

En última instancia el empoderamiento mediático planteado, con sus dimensiones de ciudadanía y uso diversificado de los medios, permitiría obtener a lo largo de la vida y mediante los instrumentos asociados a la educación online, una ciudadanía que no se desvinculase de contrastar y usar eficientemente las noticias que recibe de un modo cada día más expansivo, pero en “espacios discursivos cada vez más reducidos” (Gozálvez-Pérez, 2011, p. 131). Sin duda alguna los beneficios de todo ello son cada día más necesarios.

## Agradecimientos

Los autores agradecen a Julià Minguillón, Francesc Santanach y a su equipo en el *Laboratori d'Experimentació* del *eLearn Center* de la *UOC*, concretamente a Antoni Bertran, su colaboración y soporte durante el diseño de la investigación. Del mismo modo reconocen el apoyo de Carles Rocabombosch y su equipo en la *UOC Alumni*, especialmente el de Laura Tello, en el trabajo de campo. Finalmente, agradecen la colaboración externa de la profesora Ruth Vilà Baños, de la *Universitat de Barcelona*, durante el proceso de diseño del cuestionario

## 6. Bibliografía

- Akkoyunlu, Buket; Yilmaz-Soylu, Meryem; Caglar, Mehmet** (2010). "A study on developing 'digital empowerment scale' for university students". *HU Journal of education*, v. 39, pp. 10-19. <https://goo.gl/5QoYQU>
- Arke, Edward; Primack, Brian** (2009). "Quantifying media literacy: development, reliability, and validity of a new measure". *Educational media international*, v. 46, n. 1, pp. 53-65. <https://goo.gl/KnmPRI>  
<https://doi.org/10.1080/09523980902780958>
- Ashley, Seth; Maksl, Adam; Craft, Stephanie** (2013). "Developing a news media literacy scale". *Journalism & mass communication educator*, v. 68, n. 1, pp. 7-21. [http://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1053&context=communication\\_facpubs](http://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1053&context=communication_facpubs)  
<https://doi.org/10.1177/1077695812469802>
- Becker, Gary S.** (1993). *Human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. New York: National Bureau of Economic Research: Distributed by Columbia University Press. ISBN: 0226041093  
<http://papers.nber.org/books/beck75-1>
- Bier, Melinda; Schmidt, Spring; Shields, David; Zwarun, Lara; Sherblom, Stephen; Primack, Brian; Pulley, Cynthia; Rucker, Billy** (2013). "School-based smoking prevention with media literacy: A pilot study". *Journal of media literacy education*, v. 2, n. 3, pp. 185-198. <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol2/iss3/1>
- Celot, Paolo; Pérez-Tornero, José-Manuel** (2009). *Study on assessment criteria for media literacy levels*. Brussels: European Association for Viewers' Interests (EAVI). [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/literacy-criteria-report_en.pdf)
- Chang, Chiung-Sui; Liu, Eric-Zhi-Feng; Lee, Chun-Yi; Chen, Nian-Shing; Hu, Da-Chian; Lin, Chun-Hung** (2011). "Developing and validating a media literacy self-evaluation scale (MLSS) for elementary school students". *Turkish online journal of educational technology (Tojet)*, v. 10, n. 2, pp. 63-71. <http://eric.ed.gov/?id=EJ932226>
- Choi, Moonsun** (2016). "A concept analysis of digital citizenship for democratic citizenship education in the internet age". *Theory & research in social education*, v. 44, n. 4. <https://doi.org/10.1080/00933104.2016.1210549>
- Claro, Magdalena; Preiss, David D.; San-Martín, Ernesto; Jara, Ignacio; Hinostroza, J.-Enrique; Valenzuela, Susana; Cortés, Flavio; Nussbaum, Miguel** (2012). "Assessment of 21<sup>st</sup> century ICT skills in Chile: Test design and results from high school level students". *Computers & education*, v. 59, n. 3, pp. 1042-1053. <https://goo.gl/lbA0wV>  
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.004>
- Dias-Fonseca, Tânia; Potter, John** (2016). "Media education as a strategy for online civic participation in Portuguese schools". *Comunicar*, v. 24, n. 49, pp. 09-17. <https://doi.org/10.3916/C49-2016-01>
- Duran, Robert L.; Yousman, Bill; Walsh, Kaitlin M.; Longshore, Melanie A.** (2008). "Holistic media education: An assessment of the effectiveness of a college course in media literacy". *Communication quarterly*, v. 56, n. 1, pp. 49-68. <https://doi.org/10.1080/01463370701839198>
- European Union (2016). *EUR-Lex*  
<http://eur-lex.europa.eu/homepage.html>
- Eurostat (2016). "People at risk of poverty or social exclusion by age and sex". *Eurostat. Your key to European statistics*. [http://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/ILC\\_PEPS01](http://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-datasets/-/ILC_PEPS01)
- Ferrés-Prats, Joan; Piscitelli, Alejandro** (2012). "Media competence. Articulated proposal of dimensions and indicators". *Comunicar*, v. 19, n. 38, pp. 75-82. <https://doi.org/10.3916/c38-2012-02-08>
- Freire, Paulo** (1970). *Pedagogía del oprimido*. México, D.F.: Siglo Veintiuno Editores. ISBN: 9788432301841  
<http://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadelOprimido.pdf>
- Gil-Quintana, Javier** (2016). "La nueva realidad smoooc: una ventana abierta a la educomunicación / The new social smoooc reality, an open window to media literacy". *Revista mediterránea de comunicación / Mediterranean journal of communication*, v. 7, n. 2, pp. 59-68. <https://doi.org/10.14198/medcom2016.7.2.5>
- Gozálvez-Pérez, Vicent; Aguaded-Gómez, Ignacio** (2012). "Educación para la autonomía en sociedades mediáticas". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, v. 45, pp. 1-14. [https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi\\_a2012m6n45/analisi\\_a2012m6n45p1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2012m6n45/analisi_a2012m6n45p1.pdf)  
<https://doi.org/10.7238/a.v0i45.1326>
- Gozálvez-Pérez, Vicent** (2011). "Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital". *Comunicar*, v. 18, n. 36, pp. 131-138. <https://doi.org/10.3916/C36-2011-03-04>
- Guadagnoli, Edward; Velicer, Wayne-F.** (1988). "Relation of sample size to the stability of component patterns". *Psychological bulletin*, v. 103, n. 2, pp. 265-275. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.2.265>
- Head, Alison J.** (2016). *Staying Smart: How Today's Graduates Continue to Learn Once They Complete College*. Rochester, NY: Social Science Research Network, SSRN Scholarly Paper: 2712329  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.2573090>
- Hergueta-Covacho, Elisa; Marta-Lazo, Carmen; Gabelas-**

- Barroso, José-Antonio** (2016). "Educación mediática e intermetodología relacional aplicada a los mooc / Media literacy and relational inter-methodology implementation on mooc". *Revista mediterránea de comunicación / Mediterranean journal of communication*, v. 7, n. 2, pp. 47-58. <https://doi.org/10.14198/medcom2016.7.2.4>
- Hernández-Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos; Baptista-Lucio, Pilar** (2014). *Metodología de la investigación* (6th ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Education. ISBN: 978 1456223960
- Hobbs, Renee** (2011). "Empowering learners with digital and media literacy". *Knowledge quest*, v. 39, n. 5, pp. 12-17. <https://goo.gl/VVBGQg>
- Hur, Mann-Hyung; Im, Yeonwook** (2013). "The influence of e-learning on individual and collective empowerment in the public sector: An empirical study of Korean government employees". *The international review of research in open and distributed learning*, v. 14, n. 4, pp. 191-213. <http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/1498>
- IBM Corp.** (2013). *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 22.0*. Armonk, NY: IBM Corp.
- Kaplún, Mario** (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos. ISBN: 9597070359 [http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el\\_comunicador\\_popular\\_0.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf)
- Koc, Mustafa; Barut, Esra** (2016). "Development and validation of new media literacy scale (NMLS) for university students". *Computers in human behavior*, v. 63, pp. 834-843. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.035>
- Kratochvil, Jiří** (2014). "Efficiency of e-learning in an information literacy course for medical students at the Masaryk University". *The electronic library*, v. 32, n. 3, pp. 322-340. <https://doi.org/10.1108/EL-07-2012-0087>
- Lenger, Alexander; Schumacher, Florian** (2015). "The global configurations of inequality: Stratification, glocal inequalities, and the global social structure". En: Lenger, Alexander; Schumacher, Florian (eds.). *Understanding the dynamics of global inequality. Social exclusion, power shift, and structural changes*. Springer, pp. 3-46. ISBN: 978 3662447666 <https://goo.gl/KvVhRP> [https://doi.org/10.1007/978-3-662-44766-6\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-662-44766-6_1)
- Levin-Zamir, Diane; Lemish, Dafna; Gofin, Rosa** (2011). "Media health literacy (MHL): Development and measurement of the concept among adolescents". *Health education research*, v. 26, n. 2, pp. 323-335. <https://goo.gl/EGCmRN> <https://doi.org/10.1093/her/cyr007>
- Mäkinen, Maarit** (2006). "Digital empowerment as a process for enhancing citizens' participation". *E-learning and digital media*, v. 3, n. 3, pp. 381-395. <http://ldm.sagepub.com/content/3/3/381.full.pdf+html> <https://doi.org/10.2304/elea.2006.3.3.381>
- Maksl, Adam; Ashley, Seth; Craft, Stephanie** (2015). "Measuring news media literacy". *Journal of media literacy education*, v. 6, n. 3, pp. 29-45. <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss3/3>
- Martens, Hans** (2013). "Evaluating media literacy education: Concepts, theories and future directions". *Journal of media literacy education*, v. 2, n. 1, pp. 1-22. <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol2/iss1/1>
- Martínez-Pérez, Jorge** (2016). "El empoderamiento del alumnado desde el modelo sMOOC / Student's empowerment from the sMOOC model". *Revista mediterránea de comunicación / Mediterranean journal of communication*, v. 7, n. 2, pp. 69-79. <https://doi.org/10.14198/medcom2016.7.2.6>
- Matsunaga, Masaki** (2010). "How to factor-analyze your data right: do's, don'ts, and how-to's". *International journal of psychological research*, v. 3, n. 1, pp. 97-110. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299023509007>
- Montero, Maritza** (2003). *Teoría y práctica de la psicología comunitaria. La tensión entre comunidad y sociedad*. Buenos Aires: Paidós. ISBN: 9501245187 <https://goo.gl/ogJR2Q>
- Moreno-Pulido, Alexis; Sánchez-Fernández, Rosa** (2015). "Papel de la biblioteca en la enseñanza de competencias informacionales en posgrados de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)". *El profesional de la información*, v. 24, n. 5, pp. 665-673. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.sep.15>
- Muthén, Linda K.; Muthén, Bengt O.** (2002). "How to use a Monte Carlo study to decide on sample size and determine power". *Structural equation modeling: A multidisciplinary journal*, v. 9, n. 4, pp. 599-620. <https://goo.gl/nGZjTL> [https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0904\\_8](https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0904_8)
- Myers, Nicholas D.; Ahn, Soyeon; Jin, Ying** (2011). "Sample size and power estimates for a confirmatory factor analytic model in exercise and sport: A Monte Carlo approach". *Research quarterly for exercise and sport*, v. 82, n. 3, pp. 412-423. <https://www.statmodel.com/download/Myers,%20Ahn,%20%20Jin,%202011.pdf> <https://doi.org/10.1080/02701367.2011.10599773>
- Ng, Wan** (2012). "Can we teach digital natives digital literacy?". *Computers & education*, v. 59, n. 3, pp. 1065-1078. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.04.016>
- Norman, Cameron D.; Skinner, Harvey A.** (2006). "eHEALS: The eHealth literacy scale". *Journal of medical internet research*, v. 8, n. 4, pp. E27. <https://doi.org/10.2196/jmir.8.4.e27>
- Onah, Bernardine-Ifeona** (2012). *Development and validation of an electronic learning (e-learning) programme for the digital empowerment of students in South-East, Nigeria*. Thesis. University of Nigeria, Nsukka.
- Park, Sora** (2012). "Dimensions of digital media literacy and the relationship with social exclusion". *Media international Australia*, v. 142, pp. 87-100. <https://goo.gl/BJOCiu> <https://doi.org/10.1177/1329878X1214200111>

- Pérez-Rodríguez, María-Amor; Delgado-Ponce, Águeda** (2012). "From digital and audiovisual competence to media competence: Dimensions and indicators". *Comunicar*, v. 20, n. 39, pp. 25-34.  
<https://doi.org/10.3916/C39-2012-02-02>
- Phelps-Tschang, Jane; Miller, Elizabeth; Rice, Kristen; Primack, Brian** (2015). "Web-based media literacy to prevent tobacco use among high school students". *Journal of media literacy education*, v. 7, n. 3, pp. 29-40.  
<http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol7/iss3/3>
- Piaget, Jean** (2000). "Commentary on Vygotsky's criticisms of language and thought of the child and judgement and reasoning in the child". *New ideas in psychology*, v. 18, n. 2-3, pp. 241-259.  
<https://goo.gl/XFXQRO>  
[https://doi.org/10.1016/S0732-118X\(00\)00012-X](https://doi.org/10.1016/S0732-118X(00)00012-X)
- Pineda-Báez, Clelia; Hennig-Manzouli, Cristina; Segovia-Cifuentes, Yasbley; Díaz-Gómez, Darwin; Sánchez-Duarte, Mónica; Otero, María-Patricia; Rees, Geraint-Paul** (2012). "Alfabetización informacional en la educación superior virtual: logros y desafíos". *Informational literacy in virtual higher education: Achievements and challenges*, n. 26, pp. 83-104.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3985357>
- Potter, James** (2010). "The state of media literacy". *Journal of broadcasting & electronic media*, v. 54, n. 4, pp. 675-696.  
<https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>
- Prior, Daniel D.; Mazanov, Jason; Meacheam, David; Heaslip, Graham; Hanson, James** (2016). "Attitude, digital literacy and self efficacy: Flow-on effects for online learning behavior". *The Internet and higher education*, v. 29, pp. 91-97.  
<https://goo.gl/qviCRB>  
<https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2016.01.001>
- R Core Team** (2016). *R: A language and environment for statistical computing*. Viena, Austria: R Foundation for Statistical Computing.  
<http://www.R-project.org>
- Redecker, Christine; Leis, Miriam; Leendertse, Matthijs; Punie, Yves; Gijbbers, Govert; Kirschner, Paul; Stoyanov, Slavi; Hoogveld, Bert** (2011). *The future of learning: Preparing for change*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. ISBN: 978 9279214721  
<http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC66836.pdf>
- Rhodes, Scott D.; Arceo, Ramiro** (2004). "Developing and testing measures predictive of hepatitis A vaccination in a sample of men who have sex with men". *Health education research*, v. 19, n. 3, pp. 272-283.  
<https://doi.org/10.1093/her/cyq026>
- Rivoltella, Pier-Cesare** (2005). *Media education: fondamenti didattici e prospettive di ricerca*. Brescia: La Scuola. ISBN: 978 8835018247
- Román-García, Sara; Almansa-Martínez, Ana; Cruz-Díaz, María-del-Rocío** (2016). "Adultos y mayores frente a las TIC. La competencia mediática de los inmigrantes digitales". *Comunicar*, v. 24, n. 49, pp. 101-110.  
<https://doi.org/10.3916/C49-2016-10>
- Rosseel, Yves** (2012). "lavaan: An R package for structural equation modeling". *Journal of statistical software*, v. 48, n. 2, 36 pp.  
<https://doi.org/10.18637/jss.v048.i02>
- Rouquette, Alexandra; Falissard, Bruno** (2011). "Sample size requirements for the internal validation of psychiatric scales". *International journal of methods in psychiatric research*, v. 20, n. 4, pp. 235-249.  
<https://goo.gl/f2ppRN>  
<https://doi.org/10.1002/mpr.352>
- Sánchez-García, Sandra; Yubero-Jiménez, Santiago** (2015). "Función social de las bibliotecas públicas: nuevos espacios de aprendizaje y de inserción social". *El profesional de la información*, v. 24, n. 2, pp. 103-112.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2015.mar.03>
- Sánchez-Rebull, María-Victoria; Campa-Planas, Fernando; Hernández-Lara, Ana B.** (2011). "Dolceta, educación online para los consumidores: módulo de alfabetización financiera en España". *El profesional de la información*, v. 20, n. 6, pp. 682-689.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2011.nov.13>
- Schmidt, Hans C.** (2015). "More than writing and reporting: Examining the overall media literacy of today's journalism students". *Teaching journalism & mass communication*, v. 5, n. 1, pp. 43-56.  
<https://goo.gl/dCUXRE>
- Schultz, Theodore W.** (1961). "Investment in human capital". *The American economic review*, v. 51, n. 1, pp. 1-17.
- Tait, Alan** (2013). "Distance and e-learning, social justice, and development: The relevance of capability approaches to the mission of open universities". *International review of research in open and distance learning*, v. 14, n. 4.  
<http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/1526>
- Tang, Yingqi; Tseng, Hung-Wei** (2013). "Distance learners' self-efficacy and information literacy skills". *The journal of academic librarianship*, v. 39, n. 6, pp. 517-521.  
<https://goo.gl/EenYgN>  
<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2013.08.008>
- Tury, Sandra; Robinson, Lyn; Bawden, David** (2015). "The information seeking behaviour of distance learners: A case study of the University of London international programmes". *The journal of academic librarianship*, v. 41, n. 3, pp. 312-321.  
<http://openaccess.city.ac.uk/11937>  
<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2015.03.008>
- Unesco** (1982). "Grunwald declaration on media education". En: *International symposium on media education*. Grunwald, Germany.  
[http://www.unesco.org/education/information/standards/english/world\\_unesco.htm](http://www.unesco.org/education/information/standards/english/world_unesco.htm)
- Van-de-Vord, Rebecca** (2010). "Distance students and online research: Promoting information literacy through media literacy". *The internet and higher education*, v. 13, n. 3, pp. 170-175.  
<https://goo.gl/XAdXqm>  
<https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2010.03.001>
- Varis, Tapio; Puukko, Mika** (eds.) (2010). *Challenges of global elearning*. Tampere: Tampere University, Research Centre for Vocational Education. ISBN: 978 9514480379  
<https://goo.gl/dSycJM>

**Vraga, Emily; Tully, Melissa; Kotcher, John; Smithson, Anne-Bennett; Broeckelman-Post, Melissa** (2016). "A multi-dimensional approach to measuring news media literacy". *Journal of media literacy education*, v. 7, n. 3, pp. 41-53. <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol7/iss3/4>

**Vygotsky, Lev-Semyonovic** (1997). *Educational psychology*. CRC Press. ISBN: 978 1878205155

**Wotherspoon, Sheena E.; McCarthy, Peter W.** (2016). "The factors and motivations behind United Kingdom chiropractic professional association membership: a survey of the Welsh Institute of Chiropractic Alumni". *Chiropractic & manual therapies*, v. 24, n. 35, pp. 1-9.

<https://doi.org/10.1186/s12998-016-0115-x>

**Wright, Kevin B.** (2005). "Researching internet-based populations: Advantages and disadvantages of online survey research, online questionnaire authoring software packages, and web survey services". *Journal of computer-mediated communication*, v. 10, n. 3. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00259.x>

**Zhang, Hui; Zhu, Chang** (2016). "A study of digital media literacy of the 5<sup>th</sup> and 6<sup>th</sup> grade primary students in Beijing". *The Asia-Pacific education researcher*, v. 25, n. 4, pp. 579-592.

<https://doi.org/10.1007/s40299-016-0285-2>

## EPI cumple 25 años

### 1992 febrero

Aparece el nº 1 de *Information world en español (IWE)*, publicado por la editorial inglesa *Learned Information*. Se redacta en España pero se imprime y distribuye desde Oxford. ISSN: 0965-3821

### 1997 enero-febrero

Se publica en Barcelona, pero como revista de la editorial holandesa *Swets & Zeitlinger*, que compra la cabecera y la lista de suscriptores a *Learned Information*. En el contrato se especifica que se permite usar el título sólo durante un año. Se añade el subtítulo "La revista del profesional de la información".

La numeración cambia a la forma volumen/número: sale el v. 6, n. 1-2.

### 1998 enero-febrero

Cambia el título a *El profesional de la información*, pero se mantiene el logotipo *IWE*. "Information world en español" consta en la cabecera como pequeño subtítulo.

Además de continuar con noticias y reportajes, comienza a publicar artículos revisados por un comité científico y poco a poco la revista va siendo indizada por diversas bases de datos nacionales y extranjeras. Nuevo ISSN: 1386-6710. Sale el v. 7, n. 1-2.

### 1999 septiembre

El título sólo es *El profesional de la información*. En otros lugares de la revista se usan ocasionalmente las siglas *EPI*.

### 2000 enero-febrero

La revista empieza a distribuirse online en formato pdf.

### 2002 enero

*EPI* adopta la periodicidad bimestral (6 números al año).

### 2004 enero

*EPI* pasa a ser una revista de la editorial *Taylor & Francis* como resultado de la compra de *Swets & Zeitlinger Publishers* por parte de dicha editorial el 6 de noviembre de 2003. *Metapress* (grupo *Ebsco*) distribuye la versión electrónica.

### 2005 enero

Después de 13 años de rodaje en manos de editoriales inglesas y holandesa, el equipo directivo de *EPI* ve claro que los suscriptores van a recibir mejor servicio si todos los procesos de edición y de distribución se centralizan en España; por lo que, previo acuerdo con la editorial *Taylor & Francis*, se constituye en editorial, con sede en Barcelona.

### 2006 enero

*EPI* comienza a ser indizada por la base de datos *Social Science Citation Index (Web of Science)*, de *Thomson ISI* y por *Scopus*, de *Elsevier*.

### 2007 noviembre

*EPI* comienza a utilizar el programa *Open Journal System (OJS)* del *Repositorio Español de Ciencia y Tecnología (Recyt)* para gestionar los manuscritos. *Recyt* es un proyecto de la *Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (Fecyt)*. *EPI* es una de las 3 primeras revistas seleccionadas por *Fecyt* para poner en marcha *Recyt*.

### 2007 diciembre

*EPI* organiza el primer *Spanish Meeting Point* en la feria de la *Online Information Conference* (antes *Online Information Meeting*). Se trata de un stand que ayuda a empresas y académicos españoles a participar en el entorno internacional de la industria de la información.

### 2010 junio

Se publican los *Journal Citation Reports (JCR)* de 2009 de *Thomson Reuters*, en los que aparece por primera vez *EPI* con un Factor de Impacto (IF) de 0,475.

### 2011 mayo

*EPI-ThinkEPI* organiza en Barcelona la 1ª jornada sobre *Calidad de las revistas de ciencias sociales (CRECS)*, que se celebrará anualmente desde entonces en ciudades distintas.

### 2011 noviembre

Inicio de la colección de libros *El profesional de la información*, en colaboración con la *Editorial UOC*.

### 2015 enero

*EPI* deja de publicarse en papel. Los suscriptores acceden a los contenidos desde el *Recyt* de la *Fecyt*.

### 2016 enero

Se convoca el *I Premio Scimago-EPI* al mejor artículo de investigación publicado en la revista en los últimos 6 años.





# RADIO Y EMPODERAMIENTO SOCIAL. USOS Y GRATIFICACIONES DEL TALLER DE RADIO PARA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL O DEL DESARROLLO

Radio and social empowerment. Uses and the  
rewards gained of radio workshops for individuals  
with intellectual or developmental disabilities



**Juan-Antonio Cortés-Fuentes y Beatriz Correyero-Ruiz**



**Juan-Antonio Cortés-Fuentes** es doctor en periodismo por la *Universidad Católica de Murcia (UCAM)* y master en *Dirección de Comunicación*. Trabaja como periodista en *Dipalme Radio*, servicio público de radio de la *Diputación de Almería*. Ha trabajado y colaborado en medios de comunicación como *Antena 3 Radio*, *La voz de Almería*, *Diario ideal*, *La crónica*, y *Radio televisión información (RTI)*.

<http://orcid.org/0000-0003-2346-7626>

*Dipalme Radio. Servicio público de radio de la Diputación de Almería*  
C/ Navarro Rodrigo, 17. 04001 Almería, España  
[jacortes@dipalme.org](mailto:jacortes@dipalme.org)



**Beatriz Correyero-Ruiz** es doctora en periodismo por la *Universidad Complutense de Madrid* y vicedecana del *Grado en Periodismo* de la *Universidad Católica de Murcia (UCAM)* donde imparte las asignaturas de *Información en radio*, *Taller de periodismo multimedia* y *Practicum*. Es miembro del grupo de investigación *Digitalac* y ha participado en varios proyectos de I+D financiados a nivel nacional.

<http://orcid.org/0000-0003-0069-8448>

*Universidad Católica de Murcia*  
*Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Departamento de Periodismo*  
Campus de los Jerónimos, s/n. 30107 Guadalupe (Murcia), España  
[bcorreyero@ucam.edu](mailto:bcorreyero@ucam.edu)

## Resumen

Se analiza la influencia que puede tener en una persona con discapacidad intelectual o del desarrollo la participación en talleres de radio (empoderamiento ciudadano –desarrollo de habilidades comunicativas y sociales, autoestima-; visibilidad social; comprensión de la discapacidad y alfabetización mediática). El estudio, basado en cuestionarios estructurados enviados a tutores y a sujetos participantes, presenta una imagen del funcionamiento de un taller de radio, confirma el aumento exponencial de los proyectos radiofónicos en los últimos cinco años al calor de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y revela un nuevo escenario de oportunidades de acceso al medio radio a través del ecosistema de Internet (radio online y alojamientos de podcasting). La investigación da a conocer el elevado grado de satisfacción que muestran las personas con discapacidad intelectual que colaboran en estos talleres.

## Palabras clave

Radio; Talleres de radio; Radio online; Podcast; Discapacidad intelectual; *Feaps*; Alfabetización mediática; Visibilidad social; Empoderamiento ciudadano.

## Abstract

We analyze the influence that participation in radio workshops (citizen empowerment –development of communicative and social abilities, self-esteem-, social visibility, understanding disability, and media literacy) has on individuals with intellectual or developmental disabilities. This study, which is based on structured questionnaires sent to tutors and participating subjects, presents a picture of the current workings of a radio workshop, confirms the exponential growth of radio projects in the last five years in light of the new technologies of information and communication, and reveals a new scenario of opportunities for accessing the radio medium through the Internet ecosystem (online radio and podcast hosting). The high degree of satisfaction shown by individuals with intellectual disabilities who collaborate in these workshops is revealed.

## Keywords

Radio; Radio workshops; Online radio; Podcasts; Intellectual disability; *Feaps*; Media literacy; Social visibility; Citizen empowerment.

**Cortés-Fuentes, Juan-Antonio; Correyero-Ruiz, Beatriz (2017).** “Radio y empoderamiento social. Usos y gratificaciones del taller de radio para las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo”. *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 55-65.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.06>

## 1. Introducción

En torno a 4 millones de españoles tienen algún tipo de discapacidad, según la *Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situaciones de dependencia* (INE, 2008). Sin embargo, el tratamiento mediático que reciben no guarda proporción con la estadística poblacional que representan. Además, la utilización del lenguaje para referirse a este colectivo, aunque ha experimentado un avance cualitativo en la última década, sigue alimentando una línea discursiva que encierra el uso injustificado de adjetivos sustantivados como “discapacitado” o “minusválido” (Perujo-Serrano, 2002) y las informaciones que suelen aparecer en los medios se caracterizan por el tono victimista o caritativo (Madrigal-Barrón; Carrillo-Pascual 2013), no dan preeminencia a la persona sobre la discapacidad y están desprovistas de análisis contextual y causal (Casado, 2001).

El contexto mediático actual se caracteriza por la ausencia de alternativas reales de acceso a las plataformas tradicionales de comunicación de masas –televisión, radio y prensa de papel– por parte de los sujetos con diversidad funcional, y más aún, de aquellas personas que tienen algún tipo de discapacidad intelectual o del desarrollo. En esta situación, la radio y más concretamente la radio en internet, surge como un instrumento que permite a esferas ciudadanas en riesgo de exclusión social ejercer como prosumidores (Sábés-Turmo; Parra-Valcarce, 2014) con la idea de dar visibilidad a sus pensamientos y realidades cotidianas y cambiar la imagen pública de la discapacidad.

Ante la limitada presencia de las personas con discapacidad en los medios y frente a una representación social en ocasiones desajustada, desde el asociacionismo se ha abogado por implementar medidas proactivas que pasan por apropiarse de la tecnología (Echeverría, 2008) para incrementar la aparición en los nuevos medios digitales en una nueva era, la de la sociedad de la información integradora, en la que empieza a emerger con fuerza el concepto de “infoinclusión”.

El principal propósito de esta investigación es analizar una realidad reciente y creciente en el ámbito de la comunicación radiofónica y de la sociología de la discapacidad: la participación de colectivos de personas con discapacidad intelectual (en adelante, DI) o del desarrollo en espacios radiofónicos con presencia digital a través de los talleres de radio.

Para ello nos planteamos realizar una investigación en dos fases. En la primera, el principal objetivo era analizar la rela-

ción entre la radio y la discapacidad para llegar a demostrar la importancia y también la necesidad de la aparición de los talleres de radio. Así, analizamos el ADN de la radio y su adaptación a las personas con discapacidad, relatamos las primeras experiencias radiofónicas relacionadas con la salud mental y abordamos la presencia de las personas con discapacidad en la radio española, focalizada en las grandes cadenas de radio, la radio municipal y la radio comunitaria o cultural.

Posteriormente, decidimos analizar la presencia de talleres de radio en nuestro país a partir del trabajo realizado por un colectivo que cuenta con una dilatada trayectoria en la gestión de este tipo de formación: la *Confederación Española de Organizaciones en favor de las Personas con Discapacidad Intelectual o del Desarrollo* (*Feaps*). Diseñamos un cuestionario para recabar información cuantitativa y cualitativa sobre la antigüedad de los centros, el tipo de difusión de sus emisores, y las tareas y roles profesionales que desempeñan las personas con DI o del desarrollo. De este modo podíamos tener una foto fija de la presencia y la organización de los talleres en toda España.

En la segunda fase de este trabajo se planteó realizar una investigación etnográfica con el objetivo de describir y examinar la participación de las personas con DI o del desarrollo inscritas en talleres de radio, así como de descubrir los significados que le dan a ese comportamiento realizado (Álvarez-Gayou-Jurgenson, 2003) ya que el principal objetivo es conocer la experiencia derivada de la intervención en espacios radiofónicos para examinar los beneficios, modo de participación y recompensas que el medio radio proporciona a este colectivo. En este sentido, partimos de la hipótesis de que la radio, como medio de información, formación y entretenimiento puede ser una excelente herramienta para satisfacer las necesidades abstractas de las personas con DI o del desarrollo que tienen que ver con el plano psicológico o afectivo (reforzar su identidad personal y sentirse bien) y con el objetivo de visibilizar sus realidades (inclusión y empoderamiento social).

La presente investigación, por tanto, se enmarca dentro del enfoque funcionalista de los “usos y gratificaciones”, cuyos postulados se fundamentan en la tesis de que el público usa los medios para satisfacer sus necesidades, lo cual implica un comportamiento participativo y activo.

Así, de acuerdo con McQuail, Blumler y Brown (1972), los principales usos y gratificaciones de la radio para las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo se basan en:

- refuerzo de la identidad personal: empoderamiento;

- vigilancia: mantenerse informado con sentido crítico;
- relaciones sociales: inclusión e interacción;
- diversión: el ocio entendido como un fin en sí mismo.

Del mismo modo, según la clasificación propuesta por **Katz, Gurevitch y Haas (1973)**, las necesidades que pueden ser satisfechas a través de la participación en el taller de radio serían:

- cognitivas: adquisición o refuerzo de cultura;
- estético-afectivas: los medios proporcionan una experiencia emotiva pero también estética;
- de evasión: entretienen, liberan tensiones;
- integradoras: en el plano de la personalidad permiten construir un estatus de personas informadas, y en el plano social refuerzan la interacción con personas y amigos.

La metodología utilizada es cualitativa y descriptiva, ya que lo que se busca es captar y reconstruir significados (**Ruiz-Olabuénaga, 2012**) y, como afirma **Báez-Pérez-de-Tudela**, es la más adecuada para

“contextualizar e interpretar, en términos culturales concretos, las actitudes y motivaciones de los distintos grupos sociales” (2009, p. 38).

No en vano la investigación cualitativa parte del supuesto básico de que el mundo social está construido de significantes y símbolos, y el conocimiento es construido socialmente por las personas que participan en la investigación, de modo que la tarea fundamental del investigador es entender el mundo complejo desde el punto de vista de quienes tienen una experiencia vivencial (**Mertens, 2015**).

En este sentido, el diseño de la investigación cualitativa pretendía cubrir los siguientes objetivos:

- Encuadrar en el estudio los puntos de vista de los participantes (tutores y usuarios de los talleres de radio) para conocer la influencia que ejerce el medio radiofónico en este colectivo, mediante la recopilación de valoraciones y datos facilitados por los sujetos que participan de una manera habitual en talleres de radio.
- Los datos debían recolectarse en el entorno en el que las personas realizan sus actividades cotidianas. Como el objetivo era llegar al mayor número de personas en varias partes del territorio nacional, se prefirió utilizar la técnica del cuestionario distribuido desde los propios centros, en lugar de la entrevista en profundidad o el grupo de discusión. Se enviaron dos cuestionarios, uno para ser cumplimentado por los tutores, y otro para que éstos lo distribuyeran entre los usuarios de los talleres.



<http://www.feaps.org>

- Inquirir cuestiones cerradas pero también abiertas, ya que se aspira a averiguar cómo se articula la participación en los talleres y detectar qué gratificación obtienen las personas con DI o del desarrollo con su implicación. Lo que se pretende estudiar son fundamentalmente percepciones, cuya esencia no solamente se captura a través de mediciones.

“ La participación en talleres está motivada por la satisfacción de determinadas necesidades que tienen que ver con el plano psicológico o afectivo ”

Los resultados alcanzados en esta investigación permiten inferir que la presencia de espacios sobre discapacidad en la radio es aún insuficiente –salvo en la radio de proximidad– pero que se abre un amplio abanico de posibilidades para la visibilidad de las personas con DI a través de los talleres de radio ofrecidos por asociaciones como *Feaps*, objeto de nuestro estudio. Queda demostrado que el taller es un agente activo que, mediante la participación, promueve el empoderamiento personal y se convierte en una herramienta terapéutica para trabajar la autoestima personal del individuo con discapacidad intelectual o del desarrollo.

## 2. La radio, escenario de intervención social

La radio tiene un claro poder para visibilizar existencias ocultas. Es también una herramienta para empoderar a sus participantes y un potente agente alfabetizador mediático: educa en los medios desde una visión crítica. La radio está hecha para el servicio: informar, entretener, formar e intervenir socialmente.

## 2.1. Radio y salud mental

Para buscar antecedentes en el campo de la intervención social a través de la radio debemos remontarnos al inicio, hace más de 20 años, del proyecto *La Colifata* (Argentina) –dirigido a personas con problemas de salud mental–. La finalidad de estas iniciativas es la rehabilitación personal (terapia) y la lucha social contra los prejuicios –la deconstrucción del tradicional discurso estigmatizante–. Así, las experiencias en este ámbito se han multiplicado en América Latina y en Europa.

Además de *La Colifata*, iniciada por el psicólogo Alfredo Olivera, se han asentado proyectos –la mayor parte de ellos integrados en la red SoVo– como:

- *Radio Los inestables* (Argentina)
- *FM desate* (Argentina)
- *Radio Radiola* (Argentina)
- *Radio Podemos volar* (Costa Rica)
- *Radio Diferencia* (Chile)
- *Radio Vilardevoz* (Uruguay)
- *Radio Abierta* (México)
- *Radio Microsillons* (Francia)
- *Radio Citron* (Francia)
- *La terra è blu* (Italia)
- *Radio SoVo Polska* (Polonia)
- *Radio Aurora-A outra voz* (Portugal)
- *Radio Totalnormal* (Suecia)

A partir del movimiento pionero creado por la asociación cultural *Radio Nikosia*, en España surgieron:

- *Onda cerebral* (Hospital Psiquiátrico Penitenciario de Sevilla)
- *Radio travesías* (Marbella, Málaga)
- *Remolinos de quijotes* (El Ejido, Almería)
- *Romper barreras* (Málaga)
- *Radio naranja* (Mallorca)
- *Radio divergente* (Salamanca)
- *Radio Morea* (Orense)
- *Onda positiva* (Getafe, Madrid)
- *Radio tarumba* (Madrid)
- *Mejor imposible* (Madrid)
- *Ábrete camino* (Madrid)
- *Frecuencia favorable* (Madrid)

Sólo en la comunidad de Madrid, como señalan **Fernández-Sande** y **Leal-Leal** (2015), se han contabilizado en los últimos años hasta 20 proyectos radiofónicos.

Estas iniciativas son experiencias de intervención en la comunidad que buscan cambiar la mentalidad social acerca de los enfermos de salud mental y propiciar una terapia rehabilitadora que mejore la calidad de vida de las personas participantes.

## 2.2. Discapacidad y radio social

Las grandes cadenas de radio apenas se ocupan de la temática de la discapacidad. Lejos quedan en el tiempo programas como

- *Un mundo sin barreras*, de la *ONCE (Onda Cero)*, con casi tres lustros de existencia;
- *El club de la vida* (*RNE*), que estuvo en antena casi 20 años.

Más recientes son espacios enmarcados en grandes magacines radiofónicos como

- *Ser capaces* (*Hoy por hoy, Cadena Ser*);
- *Mundo social* (*Herrera en la Onda, Onda Cero*).

En los últimos años, la tendencia dominante ha sido la desaparición de programas y espacios de las parrillas de programación. Así, y según la consulta realizada a través de las webs de las principales empresas radiofónicas españolas y de la realización de entrevistas a los directores de comunicación de las cadenas privadas *Cope*, *Ser* y *Onda cero* (realizada por los autores en enero de 2016), se pone de manifiesto que estas emisoras carecían de programas dedicados a la discapacidad en la temporada 2015-2016.

En *Onda cero*, el tratamiento informativo en programas se reducía a informaciones en secciones sobre salud (*En buenas manos*) o sobre historias de superación y enfermedades raras (*Te doy mi palabra, Más de uno*).

En la *Cadena Ser*, los temas sociales se canalizaron a través de las plataformas programáticas de mañana, tarde y madrugada (*Hoy por hoy, La ventana, Hablar por hablar*).

La *Cadena Cope* era la única cadena de radio privada nacional con secciones específicas sobre discapacidad. *El partido de las 12*, programa deportivo nocturno, emitía los lunes el espacio *Cómo lo ves*, protagonizado por tres deportistas ciegos (Antonio, Vicente y José) que hablaban de las noticias deportivas desde su perspectiva personal.



<http://www.vivalacolifata.org>

En otros programas como *La tarde*, *Herrera en Cope* o *Fin de semana* la discapacidad era abordada como asunto de actualidad esporádicamente. Un caso excepcional es el programa *La noche*, que emitía relatos de personas con enfermedades raras y discapacidades con una periodicidad semanal.

Si nos acercamos a la radio pública, comprobamos la existencia de programas como:

- *Juntos paso a paso* (RNE, sábados de 07:00 a 08:00);
- el micro-espacio *Descubriendo capacidades* (Radio 5, miércoles a las 18:47);
- *Si se quiere, se puede* (Radio 5, jueves de 00:35 a 01:00);
- *Para que veas* (Radio 5, de lunes a viernes a las 11:47);
- *Sin fronteras* (domingos, de 13:40 a 14:00 en RNE-Comunidad Valenciana).

Se observa que la presencia de programas o secciones de programas en las grandes cadenas de radio es aún marginal. Tan sólo la radio pública dispone de espacios específicos. Estos datos nos llevan a reflexionar acerca de la necesidad de que las personas con diversidad funcional tengan una mayor aparición en las parrillas de la radio. Por su peso poblacional y por constituir un heterogéneo grupo humano en riesgo de exclusión social, el colectivo de la discapacidad merece una mayor exposición pública.

La radio es un medio muy útil para construir una sociedad de la información integradora e infoinclusiva

### 2.3. Espacios extramuros: la discapacidad en la radio local

La radio local (tanto la comunitaria-cultural como la autonómica y municipal) ha mostrado una mayor sensibilidad ante la discapacidad. Estamos ante un concepto de radio social (Contreras-Pulido; González-Mairena; Aguaded-Gómez, 2014) al servicio de la ciudadanía que defiende el criterio de la diversidad en la programación. Dentro de esta definición, y tal y como señalan investigadores como Mateo-Mateo (2010) o Díaz-Aledo (2007), en los últimos años se han emitido programas en el ámbito regional como

- *Andalucía sin barreras* (RTVA, Canal Sur Radio)
- *Discapacidad sin distancias* (Onda Vasca)
- *Convivir en igualdad* (Radio Galega)
- *Descubriendo capacidades* (RNE Cantabria)
- *Catalunya sense barreres* (Ràdio Estel).

Entre los espacios de alcance provincial encontramos ejemplos como:

- *La discapacidad en el siglo XXI*, dirigido por el periodista con discapacidad visual Pedro García-Recover en *Punto Radio Málaga*;
- *Nosotros también* (*La Telaraña Radio*);
- *Torrelavega solidaria* (*Onda Cero Torrelavega*).

En emisoras comunitarias son reseñables las aportaciones de *Radio Vallekas*.

Si acercamos la lupa a propuestas singulares, en 2011 comenzó a funcionar en Toledo (*Hospital Nacional de Para-*

*pléjicos*) la emisora *Onda Discapacidad* (emisión en internet), que cuenta con la colaboración de investigadores del centro, mientras que en 2013 se iniciaron las emisiones de *Radio Disc* (Huelva), una radio hecha por personas con discapacidad que emite en FM y en la Web.

<http://www.radiodisc.com>

Mención especial merecen dos cadenas de radio:

*Libertad FM* (Comunidad de Madrid), en la que se han emitido programas como:

- *Bienvenidos a la radio*
- *Escaleras de la dependencia*
- *La barandilla deportiva*
- *Mentes peligrosas* (presentado por el humorista Mariano Mariano).

*Gestiona radio*, en la que se ha emitido en los últimos tiempos *Gestiona social* (agencia *Servimedia*), presentado por Arturo San Román.

En general, el hueco que dejan las radios de corte generalista es ocupado –aunque su incidencia en número es aún limitada–, por las radios autonómicas, emisoras de provincias de las cadenas generalistas, emisoras locales públicas, emisoras universitarias y emisoras comunitarias.

### 3. El binomio radio/discapacidad

La radio tradicional alberga rasgos de identidad que pueden contribuir a mejorar los procesos de comunicación de las personas con DI o del desarrollo. Es un medio fugaz y caudaliente (Ortiz; Volpini, 1995), rápido y económico (Muñoz-González; Gil, 1994), caracterizado por la temporalidad (sonido unido al tiempo), la linealidad (visión secuencial) y la irreversibilidad del sonido (sonido siempre efímero) (Mera-Pérez, 2000), por su alta presencia en la sociedad y sus sencillas características técnicas (Herrera-Damas, 2003).

Aunque estos rasgos forman parte del ADN del medio radio, el núcleo de su dimensión comunicativa y expresiva es la preeminencia de la palabra, procedente del hecho cultural de la oralidad (Cebrián-Herreros, 1994).

En una sociedad en la que prima la imagen, la radio nos propone como referente el valor del sonido. Está hecha para el oído, dice Rodero (2008, p. 106):

“el canal que se sustenta por completo en el lenguaje oral despojado de cualquier recurso icónico”.

Es un medio ciego en el que el individuo con DI o del desarrollo se siente acogido y, hasta cierto punto, protegido, aislado de la gran aldea de lo visual en la que los sujetos son escrutados y juzgados por su apariencia en base a unos clichés instalados en la comunidad.

Aunque la ‘ceguera’ de la radio es una presunta discapacidad frente a otros medios de comunicación, la radio ha sabido acoger la magia del sentido auditivo para elevar la palabra hablada a su expresión más genuina. Así, el escuchante asimila un concepto de comunicación unisensorial en el que es posible la seducción o, por el contrario, la distancia a través de la semiótica de la palabra, de la música, de los efectos y del silencio. La radio busca contener una emoción estética, pretende emocionar (Balsebre, 1994). En cierto modo, esa

comunicación afectiva, ese sonido erigido en emoción (**Kaplún, 1998**) provoca una ruptura con el hermetismo derivado de la timidez y la falta de confianza personal, actitudes frecuentes en las personas con DI o del desarrollo.

Por otra parte, y desde una óptica económica, la radio es un medio viable. En la era digital, los servicios de alojamiento de podcasts ofrecen un yacimiento de oportunidades para abrirse paso en el fenómeno de la comunicación radiofónica. Además, su sencillez técnica contribuye a que los colectivos con mayores dificultades intelectuales tengan una diligente adaptación al medio. En síntesis, internet ha democratizado el acceso a la creación de servicios y productos en la radio.

### 3.1. Radio en la Red y empoderamiento ciudadano

En una sociedad claramente marcada por la transversalidad de la tecnología como elemento diferenciador de nuestro tiempo y caracterizada por la desigualdad en el acceso a las TIC –brecha digital– y en el aprovechamiento de sus recursos, resulta urgente la alfabetización digital. Sólo así podremos minimizar el hecho real de la exclusión social –ahora tecnológica–.

En este contexto, en el que cualquier contenido en internet tiene una potencialidad universal o global y, al mismo tiempo, penetra en lo local, es preciso dar voz a las personas más vulnerables, facilitar la accesibilidad a los medios.

En el entorno de la alfabetización mediática, las TIC son un motor de impulso que contribuyen a visibilizar la realidad de los colectivos en riesgo de exclusión social, propiciar nuevas interconexiones sociales y potenciar a los individuos a través de la educomunicación pues, como dice **Castells (1995)**, vivimos en una mediocracia en la que el impacto de los medios de comunicación alcanza a todos los niveles.

Esto será posible comprendiendo los conceptos de participación y empoderamiento. En el entorno de la discapacidad, la idea de participación fue impulsada en la *Clasificación internacional del funcionamiento, de la discapacidad y de la salud (OMS, 2001)* y en el *11º Manual de la American Association of Intellectual Disability and Developmental Disabilities (Shallock et al., 2011)*. Según este manual, la participación está ligada al funcionamiento de la persona, a los modos en que interactúa mediante el desarrollo de actividades en el corpus social: educación, ocio, cultura, vida espiritual o trabajo.

La participación en un espacio radiofónico puede ayudar a la persona con DI o del desarrollo a darse cuenta de que, pese a las diferencias en la realización de algunas habilidades con otros colectivos, y, quizá, la carencia de oportunidades en el plano social, existen cauces para tomar conciencia de sus capacidades y desplegar ciertos talentos que pueden pasar desapercibidos.

Sin duda, la participación en la sociedad –vía medios de comunicación– es un buen aliado para el empoderamiento de las personas con discapacidad, pues refuerza las capacidades del individuo, mejora el control de su vida y posibilita una mayor influencia social (**Rappaport, 1987**).

La radio en la Red, en cuanto TIC accesible, es una plataforma idónea para encajar el concepto de participación y empoderar a las personas con discapacidad. Permite la incubación de

redes, el intercambio de experiencias y de información y la creación de lugares de encuentro (**Jiménez-Lara, 2009**).

En cierto modo, asumida la realidad de que la atención a la discapacidad desde las grandes plataformas mediáticas es muy escasa, los colectivos de personas con diversidad funcional han comenzado a adoptar un papel proactivo y diseñar proyectos propios de comunicación (**Sánchez-de-Amo, 2003**) que se convierten en altavoces de sus intereses. En esta línea, encontramos la revista especializada, el taller de televisión o vídeo, o el taller de radio. El uso de las plataformas de alojamiento de radios online y servicios de podcasting es un mar de posibilidades que garantiza la accesibilidad radiofónica.

En esta esfera, la convergencia con internet ha suscitado la aparición de la webradio o ciberradio, que se presenta como una oportunidad de acceso a los medios audiovisuales y como una gran plataforma para alfabetizar mediáticamente. De hecho, ha incrementado las posibilidades de creación en el universo radiofónico dando lugar a un mayor número de canales con la aspiración de consolidar audiencias heterogéneas. En consecuencia, permite erigir un medio de comunicación propio para un público interesado en contenidos concretos (**Cebrián-Herreros, 2009**).

“La participación en un taller de radio puede ayudar a la persona con discapacidad intelectual o del desarrollo a tomar conciencia de sus capacidades y desplegar talentos desapercibidos”

Estas nuevas herramientas o “nanomedios” (**Escandell-Montiel, 2015**) son útiles porque pueden ayudar al ciudadano a escapar del control de la información que ejercen los grandes grupos dedicados al negocio del periodismo y el entretenimiento, a construir y difundir sus mensajes en libertad. La revolución tecnológica obliga, dicen **Contreras-Pulido y Aguaded (2012)**, a repensar la comunicación dentro de un nuevo paradigma. Una comunicación que ofrece a las personas con DI o del desarrollo una multiplicidad de afluentes informativos y culturales, redes para el aprendizaje, el diálogo y la participación, y que dispensa la potencialidad de crear micromedios para empoderarse mediáticamente.

En suma, la radio en internet puede ser una palanca de intervención social capaz de conquistar espacios de expresión, visibilidad social y comprensión crítica de la comunicación para reforzar la libertad de expresión y el derecho a la información, además de robustecer la ética de las sociedades.

## 4. Metodología

Como ya hemos explicado anteriormente, en esta investigación se han triangulado técnicas cuantitativas y cualitativas de recogida de datos dentro de una metodología descriptiva.

Tras un proceso de recopilación de información mediante cuestionarios y entrevistas telefónicas con los directores de comunicación de las federaciones regionales y en las delegaciones provinciales de *Feaps*, se recabaron datos de 38 talleres radiofónicos en los que participan personas con DI o del desarrollo, lo que constituye el núcleo de una primera

base de datos de este tipo. La media de participación en dichos talleres se acercaba a los 600 usuarios.

El período de recogida de datos fue en dos momentos: entre enero y julio de 2014 y entre octubre de 2014 y enero de 2015. Tras un primer contacto telefónico, se elaboró y envió un cuestionario –vía correo electrónico– que debía ser contestado por los tutores de los proyectos de radio con preguntas cerradas y abiertas. Ese cuestionario pretendía trazar un perfil sobre el funcionamiento de los talleres:

- situación geográfica;
- media de participantes;
- tipo de emisión: directo/grabación, FM/internet/interna;
- tipo de emisoras: privadas, públicas, comunitarias;
- tareas realizadas en los talleres por los usuarios, tutores y profesionales de las radios colaboradoras y competencias;
- objetivos de los talleres radiofónicos.

En una segunda fase se remitió un nuevo cuestionario –validado por un grupo de ocho expertos– a los usuarios de los talleres –personas con DI o del desarrollo– para obtener información acerca de los usos que hacen de la radio y las gratificaciones que obtienen a cambio. Como el objetivo era llegar al mayor número de participantes que estaban dispersos por toda la geografía española, se utilizó la técnica del cuestionario distribuido desde los propios centros, en lugar de la entrevista en profundidad o del grupo de discusión.

Se envió la encuesta a los tutores para que éstos la distribuyeran entre los usuarios de los talleres. Constaba de tres partes:

- rasgos sociodemográficos de los participantes en los talleres;
- papel y características de los tutores;
- análisis de la influencia del taller en las personas con DI o del desarrollo.

Para realizar la muestra de este segundo cuestionario se consideró un error muestral igual a +/-5% para 238 entrevistas. El nivel de confianza (K) era del 95,5%. Finalmente, y tras enviar la encuesta a los 38 talleres de la base de datos, contestaron 175 de los casi 600 usuarios participantes, en torno a un 30% del total de alumnos. La edad media de quienes participaron en la segunda encuesta es de 40,2 años.

## 5. Análisis e interpretación de resultados

### 5.1. Antigüedad de los talleres: la influencia de internet

De los 34 talleres que se pueden encontrar en internet, 29 disponen de servicio de podcast y 26 se pueden escuchar online (a través de streaming o en web). Más de la mitad de estos talleres (22) disponen simultáneamente de emisión online y servicio de alojamiento de podcasts.

Uno de los datos más relevantes del estudio es que la mayoría de los proyectos de participación en la radio son recientes, casi las tres cuartas partes de los talleres (26 de 38) tienen una antigüedad inferior a los cinco años.

El 26% del total de proyectos con menos de cinco años se produce en Madrid (10). En Andalucía, que es la segunda comunidad, hay 4 talleres (10%), en Castilla y León se realizan 3 y en Castilla La Mancha, 2. En el resto de las regiones se ha contabilizado un taller en cada una.

En la tabla 1 estratificamos los datos concretos de este tipo de talleres de nueva creación por comunidades autónomas.

Buena parte de estos talleres con menos de cinco años de antigüedad, en torno a un 90% (22 de 26), están presentes en internet: *Haciendo amigos*, *Prode de cerca*, *Te lo contamos*, *Ruedas y Piernas*, *Radio Teatro de Feaps*, *Mi voz importa*, *Con buena onda*, *Capaces en la Onda*, *El cimbalillo de la Fundación*, *Voces que cuentan*, *La tertulia de Pláceat*, *La radio de los gatos*, *Adisleando*, *Radio terrícola*, *Yo como tú*, *Voces para el corazón*, *Radio Alegría* –edición Pozuelo, *Radio Alegría* –edición La Granja, *Radio o lo que sea*, *Gente extraordinaria*, *El trébol de 4 hojas y muchas más*, y *El oído del saltamontes*.

### 5.2. La supremacía de internet

De los 38 talleres de la base de datos creada dentro de *Feaps*, los proyectos de radio que emitían en emisoras convencionales de frecuencia modulada (FM) eran 27. Sin embargo, y aunque una mayoría de colectivos de personas con DI

Tabla 1. Talleres con una antigüedad inferior o igual a 5 años

CCAA	Nombre del taller
Andalucía	<i>Haciendo amigos</i> (Asociación <i>Disgenil</i> , Córdoba)
	<i>Prode de cerca</i> (Asociación <i>Prode</i> , Córdoba)
	<i>Te lo contamos</i> (Asociación <i>Adefisal</i> , Sevilla)
	<i>Ruedas y piernas</i> (Asociaciones <i>ASAS</i> y <i>Aospace</i> , Sevilla)
Aragón	<i>Radio teatro de Feaps</i> ( <i>Feaps Aragón</i> , Zaragoza)
Baleares	<i>Mi voz importa</i> ( <i>Feaps Baleares</i> , Palma de Mallorca)
Cantabria	<i>Radio alternativa</i> (Asociación <i>Amprós</i> , Santander)
Castilla La Mancha	<i>Con buena onda</i> (Asociación <i>Asprona</i> , Albacete)
	<i>Capaces en la onda</i> (Asociación <i>Down Toledo</i> , Toledo)
Castilla León	<i>El cimbalillo de la Fundación</i> ( <i>Fundación San Cebrián</i> , Palencia)
	<i>Voces que cuentan</i> ( <i>Fundación San Cebrián</i> , Palencia)
	<i>Espacio Asprodes</i> (Asociación <i>Asprodes</i> , Salamanca)
Comunidad Valenciana	<i>Somos uno más</i> (Asociación <i>Adisto</i> , Valencia)
Extremadura	<i>La tertulia de Pláceat</i> (Asociación <i>Pláceat</i> , Cáceres)
Galicia	<i>La radio de los gatos</i> (Asociación <i>Aospace</i> , A Coruña)
La Rioja	<i>Nuestra voz</i> (Asociación <i>ARPS</i> , La Rioja)
Madrid	<i>Adisleando</i> (Asociación <i>Adisli</i> , Madrid)
	<i>Radio terrícola</i> (Asociación <i>APMIB-Envera</i> , Madrid)
	<i>Yo como tú</i> ( <i>Feaps Madrid</i> , Madrid)
	<i>Voces para el corazón</i> ( <i>Fundación Instituto San José</i> , Madrid)
	<i>Radio Alegría</i> , edición Pozuelo ( <i>Fundación Gil Gayarre</i> , Madrid)
	<i>Radio Alegría</i> , edición La Granja ( <i>Fundación Gil Gayarre</i> , Madrid)
	<i>Radio o lo que sea</i> ( <i>Fundación Juan XXIII</i> , Madrid)
	<i>Gente extraordinaria</i> ( <i>Fundación Síndrome de Down</i> , Madrid)
	<i>El trébol de 4 hojas y muchas más</i> ( <i>Fundación Trébol</i> , Madrid)
	<i>El oído del saltamontes</i> ( <i>Grupo AMÁS</i> , Madrid)

o del desarrollo han alcanzado acuerdos con emisoras de FM para realizar programas o secciones de programas, es notoria la influencia de internet, bien como alternativa única de comunicación radiofónica o como vía complementaria a las emisiones en FM.

En la encuesta se detectó igualmente que una cuarta parte de los talleres de radio se realizan en formato de radio interna. Es una metodología fundamentada en emisiones por megafonía o en la realización de espacios-piloto o ensayos radiofónicos. Sólo en ocasiones estos espacios grabados se reproducen con una cierta regularidad en emisoras convencionales o en internet. Es evidente que, en una época en la que dominan las TIC, es más que recomendable que los talleres de radio interna se incorporen al universo de internet con la idea de visibilizar sus realidades.

De los 38 talleres de radio, 16 se emiten en directo, otros 16 son grabados y 6 se emitían tanto grabados como en directo. De las emisiones en directo, 12 se emiten en FM, 10 tienen servicio de podcast, 12 son online y 2 son por megafonía interna.

Si nos aproximamos a las grabaciones, 9 lo hacen en emisoras de FM, 15 tienen alojamiento para podcasts, 10 se emiten online y 2 son proyectos de radio interna. Una mayoría de las grabaciones son usadas como piezas de audio en formato podcast.

### 5.3. Tareas de los talleres

Según la consulta a los tutores, existen experiencias radiofónicas en las que cada usuario interviene asumiendo un rol determinado dentro de un proceso holístico, mientras que hay otros talleres, sobre todo aquellos en los que el nivel de participación es menor, en los que la persona con DI o del desarrollo realiza varias funciones a la vez. En general, la mayor parte de los participantes –salvo quienes no saben leer o vocalizan con excesivas dificultades– suelen trabajar ante el micrófono regularmente. En nuestra definición de tareas de los usuarios hemos registrado las siguientes figuras:

- presentación del programa o del espacio;
- elaboración del guion y la escaleta;
- colaboración en tertulias y secciones de opinión;
- realización de entrevistas;
- control de sonido;

- redacción de noticias, reportajes y crónicas;
- locución;
- gestión web;
- producción.

El cuestionario respondido por los participantes en los talleres revelaba que la labor más realizada es la locución (98,2%), seguida de la producción (54,2%), redacción (45%), presentación del espacio (41,8%), gestión web (13,7%) y control técnico (8,9%).

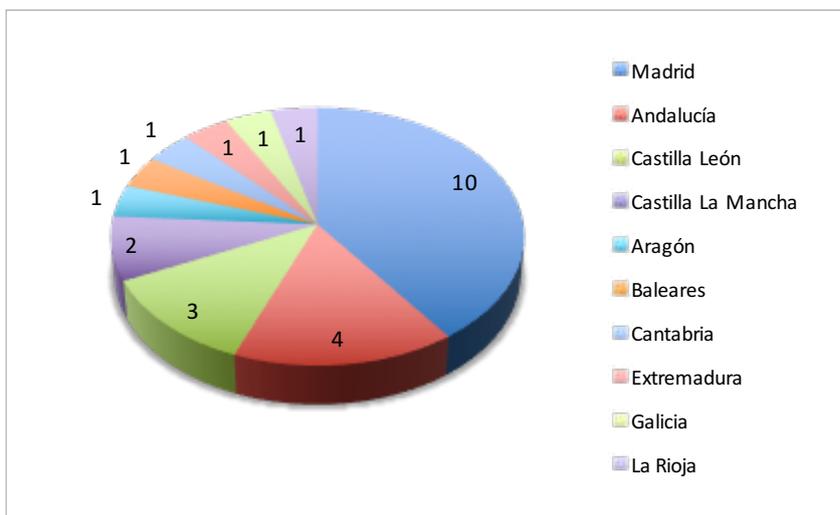


Gráfico 1. Talleres con una antigüedad inferior o igual a 5 años

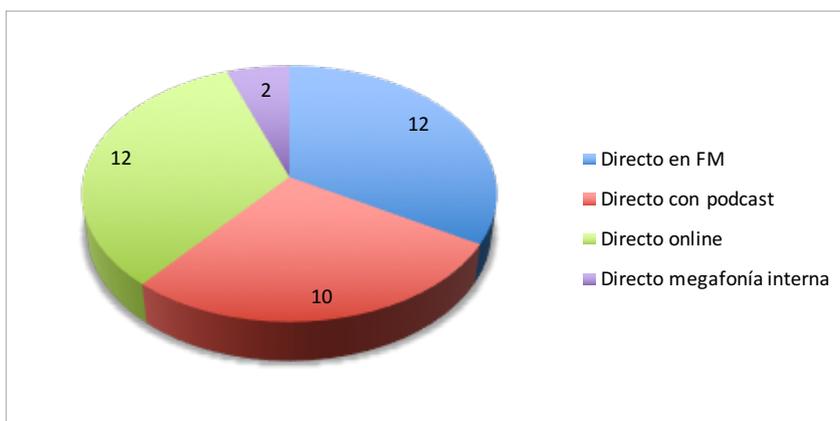


Gráfico 2. Emisiones en directo en FM, podcast, online y radio interna

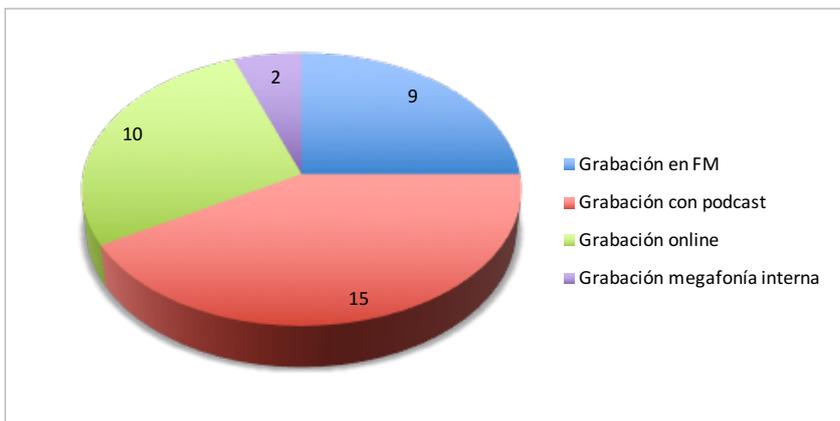


Gráfico 3. Emisiones con grabaciones en FM, podcast, online y radio interna

El tutor, que es personal de las entidades, colabora como presentador de programas o secciones, supervisor del guion, organizador de espacios de debate, colaborador en la realización de entrevistas, gestor web y coordinador de producción. El 80% de los tutores se dedica a coordinar el grupo, mientras que el 20% restante interviene en funciones de apoyo.

El personal externo a las entidades está formado por los presentadores y locutores de las emisoras en las que se emiten los espacios realizados en los talleres. Ejemplos de programas o secciones presentados por profesionales son:

- *Radio alegría Pozuelo (Radio enlace);*
- *Radio alegría La Granja (Radio enlace);*
- *Capaces (Onda cero);*
- *Capaces en la onda (Onda cero).*

En estos casos, el papel es el de meros intermediarios que intervienen esporádicamente para conducir el espacio, aunque se mantienen en un plano discreto. La coordinación técnica en los días de ensayos y grabaciones y, en menor medida, la gestión web son otras tareas realizadas por los profesionales radiofónicos.

El taller de radio promueve el empoderamiento personal y se convierte en una herramienta terapéutica para trabajar la autoestima personal del individuo con discapacidad intelectual

#### 5.4. Motivos de participación de los usuarios y objetivos de los talleres

El principal motivo de participación, en opinión de los usuarios, es la experiencia de felicidad que proporciona la participación. Utilizando una escala tipo Likert del 1 (totalmente de desacuerdo) al 10 (totalmente de acuerdo) ésta fue la respuesta más elevada con un 8,62 de puntuación media. La segunda razón esgrimida es el disfrute de un tiempo de ocio y entretenimiento (8,36). El tercer motivo elegido está relacionado con la necesidad de relacionarse más y mejor (8,15). A los usuarios les interesa también (cuarto motivo en puntuación) que el entorno les conozca mejor (8,12). Los ítems "Participo para hablar mejor" y "Participo para mejorar la escritura" fueron los menos apreciados (obteniendo un 7,4 y 5,3, respectivamente).

Desde el punto de vista de los tutores el principal motivo para crear estos talleres es visibilizar la discapacidad y trasladar una imagen de normalización a la sociedad (95% de las respuestas recibidas), lo cual entronca con el principal objetivo de las asociaciones de colectivos desfavorecidos: buscar una representación en la sociedad para erradicar estigmas y mostrar una imagen de inclusión.

El segundo objetivo que cumple el taller para los tutores es "Empoderar a las personas con discapacidad a través del trabajo de la autoestima, el desarrollo de habilidades comunicativas y sociales" (92%) y le siguen "Analizar la realidad con espíritu crítico (educación)" (87%) y el "Fomento del ocio y tiempo libre" (85%).

Como puede apreciarse, hay bastante convergencia entre los objetivos expuestos por la organización y los motivos de la participación de los usuarios, aunque el punto de vista sobre el orden de valoración es diferente para los dos colectivos (tutores y usuarios).

La presencia de espacios sobre discapacidad en la radio es aún insuficiente, salvo en la radio de proximidad

#### 5.5. Grado de satisfacción con la actividad

Tras haber conocido las motivaciones para participar en los talleres de radio, la pregunta acerca del grado de satisfacción con la actividad, realizada a modo de escala del 1 al 10, nos muestra que el valor máximo 'Muy contento', fue elegido por un 67,3% de los encuestados. La suma de los valores 8, 9 y 10 es del 90,5% y sólo un 1,2% de los usuarios ha escogido valores por debajo del 5. Con estos datos se comprueba que el grado de satisfacción es muy alto ya que la media alcanzada es de 9,24 sobre 10.

En cuanto a la pregunta sobre cómo de importante consideran la presencia del taller en sus vidas en una escala del 1 al 5 (de 'Muy importante' a 'Nada importante') el 56,7% de los usuarios asegura que es 'Muy importante'. Además, si sumamos las tres respuestas de índole positiva que se ofrecían en el cuestionario ('Muy importante', 'Importante' y 'Bastante importante') el porcentaje alcanza el 97,6% lo que demuestra que, de acuerdo con la principal aspiración de los usuarios de participar para sentirse más felices, el taller de radio es una experiencia vivencial personal influyente.

Para concluir la exposición de resultados podemos decir que la radio en general y, más concretamente, la radio en internet, es un medio muy útil para construir una sociedad de la información integradora e infoinclusiva y que, además, debe garantizar, como apunta la ONU (2008) en la *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad* (art. 9), la accesibilidad a la información y las comunicaciones, y el derecho a la libertad de expresión y opinión. Por otra parte, la participación, el desempeño de la persona en actividades reales en ámbitos de la vida social que se relaciona con su funcionamiento en la sociedad (asunción de roles e interacciones en diferentes contextos), se reafirma como un pilar fundamental del modelo multidimensional del funcionamiento humano (Shallock et al., 2011).

#### 6. Conclusiones

Tras analizar los resultados obtenidos en la presente investigación se comprueba que la presencia de programas o secciones dedicadas al mundo de la discapacidad en los medios audiovisuales es aún marginal. Según el análisis realizado sobre las programaciones de las principales cadenas generalistas españolas en la temporada 2015/2016 sólo el grupo RTVE contaba con algunos espacios específicos. En el resto de cadenas el tratamiento de la discapacidad es algo ocasional. Sin embargo, la radio de proximidad, emisoras autonómicas públicas y privadas provinciales o regionales y

municipales han incrementado el número de espacios dedicados a la discapacidad.

Respecto al análisis y la recopilación de datos sobre los talleres de radio que se imparten en la *Confederación Española de Organizaciones en favor de las Personas con Discapacidad Intelectual o del Desarrollo (Feaps)*, el estudio revela la existencia de 38 proyectos distribuidos geográficamente en 20 provincias de 13 regiones españolas con una media de participación cercana a los 600 usuarios. De ellos, 34 talleres tienen presencia en internet a través de servicios de podcasting y/o emisión online, frente a las tres cuartas partes (27 talleres) que emiten en FM. El 43% de estos talleres tienen una antigüedad de 2-3 años mientras que sólo el 20% lleva una trayectoria mayor de 6 años, por lo que se puede deducir que las TIC han contribuido a generar nuevas experiencias radiofónicas así como el interés de los usuarios por formar parte de estos proyectos.

La radio tiene un claro poder para visibilizar existencias ocultas y educa en los medios desde una visión crítica

El estudio cualitativo, cuya pretensión era conocer las percepciones que tienen las personas con DI o del desarrollo sobre su participación en los talleres siguiendo el modelo de la teoría de usos y gratificaciones, corrobora que las principales motivaciones que justifican la participación de las personas con DI en estos proyectos radiofónicos es la satisfacción de determinadas necesidades que presentan puntuaciones muy similares (en torno a 8 sobre 10). Estas motivaciones son, por este orden:

- la experiencia emocional (“Participo para sentirme más feliz”);
- la diversión (“Participo porque es un tiempo de ocio”);
- las relaciones sociales (“Participo para relacionarme más y mejor”);
- el refuerzo de la identidad personal (“Participo para que se me conozca mejor”).

En cambio, los usuarios apenas puntuaron el desarrollo de habilidades comunicativas (hablar mejor o mejorar la escritura). Esto es así a pesar de que la principal tarea que desempeñan los usuarios es la locución (ejercida por el 98% de los participantes) y de que la tarea de hablar sea la más atractiva para ellos, ya que es la preferida frente a otras como la producción o la redacción (45%).

Las motivaciones expuestas por los usuarios entroncan con las necesidades expuestas por **Katz, Gurevitch y Haas** (1973):

- de evasión-diversión, de información y comprensión de la realidad;
- de desarrollo afectivo-emocional, de mejora de las relaciones sociales y refuerzo de la identidad.

También se corresponden, aunque en orden diferente, con los objetivos que buscan los tutores con la puesta en marcha de estos talleres:

- visibilizar la discapacidad mostrando una imagen de inclusión a la sociedad;

- empoderar a las personas con discapacidad a través del refuerzo de la identidad personal con el trabajo de la autoestima y el desarrollo de habilidades sociales y comunicativas.

Se pone así de manifiesto, como señala la teoría de usos y gratificaciones, que la mera exposición a los medios de comunicación (el continente) puede resultar tan gratificante, como pueden serlo los contenidos.

El taller de radio se presenta como una experiencia comunicativa que puede ser terapéutica para trabajar la autoestima personal del individuo con discapacidad intelectual o del desarrollo. Puesto que la apropiación de la tecnología radiofónica se produce en un escenario de pertenencia grupal, se genera un encuentro con la sociedad, y estos factores benefician la inclusión y normalización. Además, el taller se concibe como una experiencia de ocio en sí misma, al favorecer la expresión artística, la creatividad y el aprovechamiento del tiempo libre.

## 7. Bibliografía

**Álvarez-Gayou-Jurgenson, Juan-Luis** (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. México: Paidós. ISBN: 9688535168

**Báez-Pérez-de-Tudela, Juan** (2009). *Investigación cualitativa*. Madrid: ESIC. ISBN: 9788473565998

**Balsebre, Armand** (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra. ISBN: 978 8437621777

**Casado, Demetrio** (2001). *Comunicación social en discapacidad. Cuestiones éticas y de estilo*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales; Real Patronato sobre Discapacidad. <https://goo.gl/lqm5mJ>

**Castells, Manuel** (1995). “La mediocracia”. *El país*, 24 enero. <https://goo.gl/D31H0Z>

**Cebrián-Herrerros, Mariano** (1994). *Información radiofónica: Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis. ISBN: 9788477382218

**Cebrián-Herrerros, Mariano** (2009). “Expansión de la ciber-radio”. *Enl@ce Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento*, v. 6, n. 1, pp. 11-23. <http://produccioncientificaluz.org/index.php/enlace/article/view/13474/13458>

**Contreras-Pulido, Paloma; Aguaded-Gómez, José-Ignacio** (2012). “La voz de los presos en la radio: del objeto del discurso a constructores del mismo”. *Revista comunicación*, v. 1, n. 10, pp. 1065-1075. <https://goo.gl/CF0a63>

**Contreras-Pulido, Paloma; González-Mairena, Miguel; Aguaded-Gómez, José-Ignacio** (2014). “Programar una radio social en la universidad: el propósito Penélope de *Uni-Radio*”. *Edmetec, Revista de educación mediática y TIC*, v. 3, n. 1, pp. 112-130. <http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/11672>

**Díaz-Aledo, Loles** (2007). “La representación de la discapacidad en los medios de comunicación. Cómo lograr una presencia más adecuada”. *Comunicación e ciudadanía*, n. 1, pp. 289-306. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2542950.pdf>

- Echeverría, Javier** (2008). "Apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación". *Revista CTS*, v. 4, n. 10, pp. 171-182.  
<https://goo.gl/6EkbWJ>
- Escandell-Montiel, Daniel** (2015). "Nanomedios: del blog aficionado a la información profesional en la Red". *El profesional de la información*, v. 24, n. 3, pp. 329-337.  
<https://doi.org/10.3145/epi.2015.may.13>
- Fernández-Sande, Manuel; Leal-Leal Carlos-Manuel** (2015). "La radio como instrumento de rehabilitación y recuperación en trastorno mental severo y crítico: experiencias en la Comunidad de Madrid". En: Oliveira, Madalena; Ribeiro, Fabio (coords.). *Radio, sound and internet*. Braga (Portugal): CECS-Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, pp. 99-110. ISBN: 978 9898600370  
[http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2169](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2169)
- Herrera-Damas, Susana** (2003). "Rasgos diferenciales de la radio como medio de participación". *Revista de comunicación*, v. 1, pp. 25-40.  
<http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2003/Art025-40.pdf>
- INE** (2008). *Encuesta de discapacidad, autonomía personal y situaciones de dependencia (EDAD)*. Madrid: INE.  
<http://www.ine.es/prensa/np524.pdf>
- Jiménez-Lara, Antonio** (2009). "Nuevas tecnologías y discapacidad. Oportunidades y retos". En: Ledesma, Juan-Antonio (coord.). *La imagen social de las personas con discapacidad. Estudios en homenaje a José Julián Barriga Bravo*. Madrid: Ediciones Cinca, pp. 137-164. ISBN: 978 8496889323  
[http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Laimagensocialdelaspersonascondiscapacidad\\_0.pdf](http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Laimagensocialdelaspersonascondiscapacidad_0.pdf)
- Kaplún, Mario** (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de La Torre. ISBN: 987 8479601858  
[http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el\\_comunicador\\_popular\\_0.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf)
- Katz, Elihu; Gurevitch, Michael; Haas, Hadassah** (1973). "On the use of the mass media for important things". *American sociological review*, v. 38, n. 2, pp. 164-181.  
<https://goo.gl/zyJDFJ>  
<https://doi.org/10.2307/2094393>
- Madrigal-Barrón, Patricia; Carrillo-Pascual, Elena** (2014). "Visibilidad e integración. Una revisión sobre el papel de los medios audiovisuales en la construcción social de la discapacidad". En: Cairo, Heriberto; Finkel, Lucila (coords.). *Actas del XI Congreso español de sociología 'Crisis y cambio: propuestas desde la sociología'*, 10-12 de julio de 2013, Madrid: Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid, pp. 1147-1158.  
<https://goo.gl/vx1Dw9>
- Mateo-Mateo, Abraham** (2010). *Una radio sin barreras. Radio y discapacidad. Análisis del tratamiento de la discapacidad en la radio. Programas por y para discapacitados y la utilidad de la radio como terapia ante la discapacidad*. Proyecto fin de master. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- McQuail, Denis; Blumler, Jay; Brown, Joseph** (1972). "The television audience: a revised perspective". En: McQuail, Denis (ed.). *Sociology of mass communications*. Harmondsworth: Penguin Books. ISBN: 978 0140809619
- Merayo-Pérez, Arturo** (2000). *Para entender la radio*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. ISBN: 978 8472992849
- Mertens, Donna** (2015). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative and mixed methods*. Thousand Oaks: Sage. ISBN: 978 1412971904
- Muñoz-González, José-Javier; Gil, César** (1994). *La radio. Teoría y práctica*. Madrid: IORTV. ISBN: 978 8486984939
- OMS** (2001). *Clasificación internacional del funcionamiento, de la discapacidad y de la salud (CIF)*. Madrid: Imsero, Ministerio de Asuntos Sociales. ISBN: 8484460347
- ONU** (2008). *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*.  
<http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Ortiz, Miguel-Ángel; Volpini, Federico** (1995). *Diseño de programas de radio: guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 8449301438
- Perujo-Serrano Francisco** (2002). "Discapacidad y medios de comunicación; entre la información y el estereotipo". *Ámbitos*, n. 7-8, pp. 249-277.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800814>
- Rappaport, Julian** (1987). "Terms of empowerment/exemplars of prevention: Toward a theory for community psychology". *American journal of community psychology*, v. 15, n. 2, pp. 121-148.  
[http://www.new-gallery-of-art.com/pdf/antioch/6.%20Rappaport%20\(1987\).pdf](http://www.new-gallery-of-art.com/pdf/antioch/6.%20Rappaport%20(1987).pdf)  
<https://doi.org/10.1007/BF00919275>
- Rodero, Enma** (2008). "Educar a través de la radio". *Signo y pensamiento*, n. 52, pp. 97-109.  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005207>
- Ruiz-Olabuénaga, José-Ignacio** (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto. ISBN: 978 8498303360
- Sabés-Turmo, Fernando; Parra-Valcarce, David** (2014). "Del consumidor al prosumidor: responsabilidades legales de los informers". *El profesional de la información*, v. 23, n. 5, pp. 511-518.  
<https://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.sep.08>
- Sánchez-de-Amo, Antonio** (2003). "Los medios de comunicación ante la discapacidad". *Acciones e investigaciones sociales*, n. 17, pp. 183-214.  
<https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/ais/article/view/257/251>
- Shalock, Robert et al.** (2011). *Discapacidad intelectual. Definición, clasificación y sistemas de apoyo*. 11ª ed. Madrid: Alianza. ISBN: 978 8420652627



**Digitalización** enriquecida  
de fondo antiguo y patrimonial

**Software** de gestión para  
Bibliotecas, Archivos y Museos

DIGIBIB\*

DIGIARCH\*

DIGIMUS\*

**Recolector OAI-PMH** DIGIHUB\*  
de metadatos de diversos proveedores



DIGIBÍS transforma  
y enriquece las bibliotecas  
con aplicaciones de gestión  
digital de nueva generación.

El usuario accede  
fácilmente a los recursos  
de la biblioteca desde cualquier  
lugar, en cualquier momento,  
con cualquier dispositivo.

La biblioteca es  
recolectada automáticamente  
por Hispana, Europea  
y otros agregadores  
internacionales.



¡Con estándares internacionales  
para un **mundo enlazado y abierto!**



# THE EMPOWERMENT OF THE FILM SPECTATOR: THEATRICAL ON DEMAND IN SPAIN

## Empoderamiento del espectador cinematográfico: exhibición bajo demanda en España



Rafael Linares-Palomar and Antonio Baraybar-Fernández

**Nota:** Este artículo se puede leer en español en:  
[http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/ene/07\\_esp.pdf](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/ene/07_esp.pdf)



**Rafael Linares-Palomar** is a professor of audiovisual communication at the *Rey Juan Carlos University*, in Madrid. His research interests are cultural marketing, transmedia, and audiovisual production.

<http://orcid.org/0000-0002-2754-2876>

[rafael.linares.palomar@urjc.es](mailto:rafael.linares.palomar@urjc.es)



**Antonio Baraybar-Fernández** is a professor of audiovisual communication and advertising at the *Rey Juan Carlos University*, in Madrid. His research lines are related to the economy and management of communication in organizations, especially in the area of new technologies. He is the director of *Francisco Villamartín Chair*.

<http://orcid.org/0000-0002-5474-5214>

[antonio.baraybar@urjc.es](mailto:antonio.baraybar@urjc.es)

*Universidad Rey Juan Carlos*

*Departamento de Ciencias de la Comunicación y Sociología*

*Campus de Fuenlabrada. Camino del Molino, s/n. 28943 Fuenlabrada (Madrid), España*

### Abstract

Thanks to the possibilities generated by digital technology a new scenario has emerged in which large groups of people are able to efficiently innovate and transform the traditional practices of companies and organizations. This article presents the results of research into the distribution and screening of films in Spain through a phenomenon known as *theatrical on demand*. In addition to a descriptive analysis, quantitative and qualitative data is presented to provide an evaluation of the economic, cultural, and social dimensions of this new relationship between audiences and movies. Commercial business innovation and social innovation are not separate concepts. An active society can serve as a vehicle new cultural experiences and new forms of marketing that provide access to independent productions that would otherwise be difficult to get to market through conventional distribution channels.

### Keywords

Empowerment; Theatrical on demand; Independent cinema; Movie theater; On demand; Long tail; Market niches; *Screenly*; *Youfeelm*.

### Resumen

Gracias a las posibilidades que genera la tecnología digital se abre un nuevo escenario donde las multitudes son capaces de innovar y transformar de forma eficaz las prácticas tradicionales de empresas y organizaciones. En este artículo presentamos los resultados de una investigación sobre el fenómeno de la distribución y exhibición cinematográfica bajo demanda en España, también conocido en el sector profesional con el término "estrenos bajo demanda" o "*theatrical on demand*". Además del análisis descriptivo, se aportan datos cuantitativos y cualitativos que permiten evaluar la dimensión económica, cultural y social de esta nueva forma de relación entre el espectador y la película. La innovación empresarial de carácter comercial y la innovación social no son conceptos independientes, una sociedad activa puede contribuir a nuevas formas de

Manuscript received on 05-09-2016

Accepted on 07-11-2016

comercialización que le permitan acceder a producciones independientes de difícil difusión por los canales convencionales de distribución y vivir nuevas experiencias culturales.

## Palabras clave

Empoderamiento; Estrenos bajo demanda; Cine independiente; Sala de exhibición; Distribución cinematográfica; Nichos de mercado; *Screenly*; *Youfeelm*.

Linares-Palomar, Rafael; Baraybar-Fernández, Antonio (2017). "The empowerment of the film spectators: Theatrical on demand in Spain". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 67-76.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.07>

## 1. Introduction

In the current context of media and social networks, new formulas have arisen that provide the general public with the possibility of changing its traditional role as a passive receiver of products and services. This so-called digital empowerment extends to all of society as a whole and, in business terms, displaces the focus of the system from supply to demand, through the technological development of digital platforms that connect consumers.

*Homo Sapiens* are, above all, social animals and, unlike other animals, capable of inventing effective stories on common myths that structure people's collective imaginations and enable them to survive by facilitating cooperation and the overcoming of challenges, while the belief persists (Noah-Harari, 2015). If it currently matters to be a citizen from a political, legal, social, economic, ecologic, and intercultural perspective, it also matters in media relations,

"as the communications and media dimension undoubtedly defines our times" (Gozálvez-Pérez; Contreras-Pulido, 2014, p. 131).

Living in a hyper-communicated and global screen society (Lipovetsky; Serroy, 2009) means considering new possibilities for social uses by spectators in their relationship with the media. Social networks introduced radical changes in the interaction process, including:

- changes that had the capacity to create communities –in which we are able to share information and contribute to collective projects-;
- as well as to be specific –with an amazing increase in the links we are able to create- (Christakis; Fowler, 2010, p. 283).

"If there is a sector in which the transformation of power is occurring on a daily basis, everywhere and before our very eyes, that sector is the social media" (Naím, 2013, p. 317).

Technology becomes a highly powerful social tool when there are communities of users that

"incorporate it into their daily practices and use it in an innovative way. However, at the same time, we can extend the concept of social technology to incorporate new practices and new forms of production that generate new economies" (Gutiérrez-Rubí; Freire, 2013, p. 61).

The concept of empowerment integrates a proactive approach to life and a critical understanding of the social, po-

litical, and economic environment. According to the *World Bank*, it is defined as an

"increase in the ability of individuals and groups of people to choose and transform their choices into action and the desired results" (*World Bank*, 2006).

One of the features of the current innovation process is the information revolution. Within this relationship between information and social change, we can identify various phases that begin with a decision to access information and concludes with the ability to act and produce personal and collective change (Gértrudix; Álvarez-García, 2014). If a person or group of people becomes empowered, they possess the ability to effectively choose (Alsop; Heinsohn, 2005). Therefore, in addition to implying access to resources, it often means exercising control over said resources by actively taking part in the decision-making process (Sathar, 1997).

Phenomena as complex and exciting as the social condition of the human being and the connection between society, technology, and empowerment that results from digitization constitutes the starting point of this work. However, it should be pointed out that this paper is mainly focused on the study of the changes that the Internet has produced in the Spanish audio-visual industry, specifically in the distribution of content to movie theaters.

## 2. Status of the issue

From a film-content production point of view, the international trend has a duality.

First, we find traditional entertainment industry productions that maintain a super-sale product creation strategy, through high levels of investment in a limited number of titles, with massive distribution to global audiences (Elberse, 2008; 2014). This situation challenges, from a financial profitability approach, the principles defended by the "long tail" economies that predicted the transformation of massive markets into a multiple market of niches, due to the abrupt reduction in production, storage, and distribution costs resulting from digitization (Anderson, 2007; 2009). As a result, forecasts of profitability and the possibility of a broader and more diversified supply have not been fulfilled. Furthermore, in the specific case of Spain, there are two significant features of the situation, amongst others, that should be highlighted:

1. The effects of the economic crisis, with a 30% reduction in investment from 2008 to 2014, the business concentration

in the production sector, and the search for projects with international prospects (**Álvarez-Monzoncillo; Baraybar-Fernández; López-Villanueva**, 2015);

2. With respect to public investment, the current system of subsidies granted by the *Institute of Audio Visual Science and Arts (Instituto de las Ciencias y Artes Audiovisuales - ICAA)* appears to be designed to favor major productions, a situation that increases the difficulties of developing projects with medium or small budgets in which industrial interest is not normally the priority.

<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/el-icaa.html>

Apart from films intended for mass markets, we should not overlook the existence of numerous initiatives with commercial limitations and independent production standards that also form part of our movie culture. These projects contain innovative proposals that are not based on the production, distribution systems, or processes used in the industry and go to show how

“the Internet encourages the creation and sale of products addressed to minority audiences that, considered as a whole, constitute substantial demand” (**Izquierdo-Castillo**, 2012, p. 386).

Furthermore, the reduction of entrance barriers to technology and the possibility of communicating directly with target audiences through social networks are, amongst others, reasons that explain the arrival of the DIY (*do it yourself*) movement to the cinema industry and the substantial growth in this type of production. By listening to their opinion and involving viewers in the project, these permeable products encourage an active search for alternative models of production and distribution. In turn, they promote the appearance of new professional positions, such as the position of a marketing and distribution producer, that uses a 50/50 rule highlighted by **Jon Reiss** (2010, p. 37), in which 50% of the producer’s time and resources must be used for the production of the film and the remaining 50% for promotion and distribution.

The capitalist system, economic change, and access to information have resulted in a new user profile that is complex to define. In recent decades, one of the most interesting debates in the field of consumer sociology deals with the search for new types of consumers of culture, according to the new situation. The theory of distinction established by Pierre Bourdieu, the French sociologist having formulated a theory of taste based on three reference frameworks, has been questioned (**Bourdieu**, 1979):

- structural (social class),
- symbolic (life style), and
- habitus.

There have new proposals that are far from the traditional snobbery of the upper classes, such as

- cosmopolitanism (**Hannerz**, 1990),
- *bourgeois and bohemian (bobos)* (**Brooks**, 2001),
- or the more recent *Homo Sampler* (**Fernández-Porta**, 2008),

many of which belong to the new creative classes (**Florida**,

2009) that have taken over the middle and high class positions in the new society of information and in which the approach to cultural consumption is open and hedonistic.

The new audiences take part in the creation (*crowdsourcing*), funding (*crowdfunding*), and distribution. The Internet has enabled the creation of environments based on collaboration, which promote active unity and participation. The use of the Internet is constantly increasing and people are more dynamic in how they use this form of media, for information, learning, sharing opinions, and generating knowledge. The 2015 report on the information society in Spain, published by the *Telefónica Foundation*, shows that the Internet has become a universal tool and that 78.7% of Spanish people between 16 and 74 years of age use it to connect, the figure increasing to 98.5% in the 16 to 24 age group, precisely the audiences that go to movie theaters (*Fundación Telefónica*, 2016). However, not only has the number of users increased, but so has use itself and 89.2% acknowledged using Internet in their leisure time.

As pointed out in the *Cluetrain Manifesto*, the impact of the Internet has produced a change in the relations between companies and their target audiences. Communications become a bidirectional model, focused on conversation and based on the principles of dialogue, transparency, and collaboration (**Levine et al.**, 2011).

Digitization does not make established cultural expressions such as cinema disappear, but rather transforms the way these expressions are created, produced, distributed (**Zalilo**, 2011) and –we could add- consumed. As a result, in this phase of convergence, it would seem advisable to analyze the new proposals of distribution with a realistic approach, in order to clarify doubts at this stage of the change. The difficulties faced by the distribution of independent titles has been a constant throughout film history and there have been numerous ways sought to reach audiences without the established marketing channels used by major studios. The creation of alternative festivals to promote this type of production and the involvement of filmmakers in projects other than those based on market logic, in areas that encourage direct contact with audiences, such as film festivals, universities, or cultural centers has always existed. The great novelty of the Internet is its possibility to establish constant and direct relations between the author and the potential audience, entirely managed through a website.

“*Screenly* and *Youfeelm* constitute new opportunities, although still with a limited financial impact, for all the agents operating in the traditional film industry”

### 3. Objectives and methodology

The overall objective of this research is to examine how new forms of audio visual distribution are developing and the potential of new digital platforms that enable a change in the audience’s role. Specifically, its main objective is to study *theatrical on demand*, as a form of film distribution in Spain, a strategy based on direct communications with

a potential audience through Internet platforms and social networks.

We considered it to be an interesting, original and relevant proposal, given that in Spain we were unable to find relevant research about this type of film distribution. We opted for non-experimental research of a descriptive nature, given that its main purpose is to describe the phenomenon, its agents, and social and economic importance. With regard to its timeframe, the study is sectional, as it focuses on a particular time, the present.

“These platforms encourage personal and group experiences, exemplifying the move to crowds connected by the same interests”

The research methodology was structured into three phases: exploratory, analytic, and conclusive phases from May 2015 to July 2016, when the conclusive phase ended. The study deals with the strategies of management, organization, and performance of theatrical on demand cinema events by the companies *Screenly* and *Youfeelm*, the only platforms active in Spain at the time<sup>1</sup>.

<https://screen.ly>

<http://www.youfeelm.com>

We are aware that, although the two case studies constitute in themselves the total universe, due to the number, there are certain limitations to drawing final conclusions as to their repercussion on the sector; however, they do enable a valid approach to this incipient activity.

Two comprehensive interviews were held with the management teams of both platforms, the first during the exploratory phase and the second upon conclusion of the analytic phase. An open questionnaire was designed to determine the economic, social, and cultural aspects from a triple perspective. In order to verify the data provided by the companies, three events were chosen randomly during the investigation, thus fully confirming the accuracy of the data. At the end of the first phase, it was considered relevant to further research certain specific cases that attempted to be innovative in the subject field of the research. Once the information from external sources and primary data on the new business model was compiled, the hypotheses were determined in order to respond, amongst others, to the following questions:

- Is theatrical on demand actually an alternative formula of distribution and screening of independent productions?
- Are the new practices related to traditional forms of distribution and screening?
- Are new emotional ties generated with audiences?

It should be recalled that the

“link between technological and social change is evident, but cultural growth is not necessarily synchronized and this phase of convergence features gradual integration” (Baraybar-Fernández; Linares-Palomar, 2016, p. 141).

As a result, it was essential to design the research to combine quantitative and qualitative aspects.

- The quantitative aspects related to the number of viewers reached and the number of productions screened under the new formula.
- The qualitative aspects included those related to the impressions of the managers of the projects, by means of comprehensive interviews and an analysis of viewer conduct.

Following the detailed analysis carried out during the exploratory phase of the two platforms by an expert panel, we decided to incorporate the type proposed by María Yáñez<sup>2</sup> into the study:

- Cult: when an author (character, saga, brand, etc.) has a relevant group of followers or fans interested in his/her work and that group can be mobilized.
- Niche: the product is targeting the interests of a previously existing community.
- Activism: when the film has a social objective.
- Hype: when there is a specific connection with something in fashion or a trend that begins to be important in society.

In short, this work can be understood as a combination of fundamental and applied aspects, between reflection and practice; although it provides a historic descriptive analysis of the projects that have driven these new relationships and businesses in our country, it also provides a classification of the audiences and content screened, based on attitude, experience, and participation from an integrated perspective of the concepts of audiences as citizens or groups of consumers (Fuente-Cobo; Martínez-Otero; Del-Prado-Flores, 2014).

“Film distribution platforms within the scope of social technology are tools that enable effective coordination between large groups of people”

## 4. Analysis and results

### 4.1. Background

Independent producers were the first to seek sources of finance and distribution for their films by taking advantage of the new possibilities offered by the Internet to create expectations and communities interested in a specific project. They experimented with strategies that, on occasion, reached social relevance and financial profitability. Examples include, amongst others, the following films:

- *The Blair Witch project* (Daniel Myrick & Eduardo Sánchez, 1999);
- *Four eyed monsters* (Susan Buice & Arin Crumley, 2005);
- *Paranormal activity* (Oren Peli, 2007);

The above are success stories that, although isolated cases and unable to provide a model of stable production, were able to shed light on new approaches, establish certain guidelines, and encourage other projects.



*The Blair Witch project* was one of the most profitable movies in the history of cinema, due to its investment and box office ratio, with a budget of \$60,000 and revenue of 248 million dollars from theatres throughout the world<sup>3</sup>. Its success was based largely on the fact that it was a pioneer in generating a viral phenomenon with a mockumentary distributed through the *Syfy* theme platform and its own website, in which Eduardo Sánchez helped to publicize the myth of *Blair* to anyone interested in receiving more information.

*Four eyed monsters* was capable of building an audience using online resources, a booming trend among independent contemporary North American filmmakers. It was self-distributed and allowed audiences to redistribute content and even change it according to their tastes, thus spreading it throughout the world, to become a cult film for numerous spectators, and the first film launched on *YouTube*.

Finally, *Paranormal Activity*, shot in 2007 with a budget of \$15,000 and first released in 2009<sup>3</sup>, was a pioneer in theatrical on demand. Due to the delay in its release which was a result of a dispute between the distributors *Dreamworks* and *Paramount Pictures*, the makers decided to launch a campaign on their own website and invite those interested in viewing it to vote until they achieved the necessary audience for it to be screened at a movie theatre. The active response by the community made it a success, with revenue exceeding 193 million dollars, making it another of the most profitable films in the history of cinema and the origin of an enormously popular saga that has already resulted in the release of seven films. A major distribution company therefore, somewhat incidentally, benefited from a viral publicity campaign.

In Spanish cinema we waited until 2010 for a similar case of distribution to appear, with the religious documentary *La última cima* (José-Manuel Coteló, 2010), based on the life of priest Pablo Domínguez, with a limited budget. This type of project obviously has problems competing in conventional

markets with major American productions with massive screening strategies that seek the highest number of spectators in the least amount of time through heavy investment in the number of copies ranging from 200 to 400. Therefore, the makers designed a promotional campaign on their own website, by publishing several trailers of the film that mobilized a specific community by adapting to its interests and understanding its specific nature; it is important to mention the promotional material was downloaded 200,000 times. In the first week following the premiere, due to popular demand, it was scheduled for screening in 50 movie theaters and, in the same year, was one of the 20 most viewed films in the history of Spanish cinema<sup>4</sup>.

“ These film distribution platforms generate a feedback process that empowers people with the freedom to choose ”

In this context, theatrical on demand began to develop through platforms. One of the pioneers in the distribution of films on demand was *Tugg*, <https://www.tugg.com>

Nicholas Gonda launched *Tugg* in February 2012 to address the almost nonexistent visibility of films by his friends and acquaintances in theaters, under the slogan “*The movies you want at your local theater.*” *Tugg* became a simple tool for organizing requests to see films based on advanced ticket sales (**Clares-Gavilán; Ripoll-Vaquero; Tognazzi-Drake**, 2013).

This type of platform, which emerged in the United States due to its reduced costs and support by digital projection, became more than just a potential form of distribution of independent cinema, but rather a symbol of change in the intermediation between film makers and audiences, by allowing users to become promoters of events that were more than just leisure, but with educational and social objectives.

## 4.2. Film distribution platforms in Spain

The first theatrical on demand distribution platforms in Spain began to emerge only a couple of years ago, i.e. 2014, inspired by *Tugg*. They were aimed at boosting the film distribution sector in Spain and overcoming the restrictions of a reduced industry in crisis. Two projects appeared under the brands *Screenly* and *Youfeelm* in Catalonia and Andalusia respectively, although both were obviously intended for the national market.

<https://screen.ly>

<http://www.youfeelm.com>

“ The practice studied in this article will re-define the space of future possibilities ”

Following a pilot test in Barcelona, *Screenly* held 68 screenings from October 2015 until May 2016, 20 of which were sold out. If we consider the 10,200 tickets sold, the average number of viewers was 150. With two or three screenings per week, the success rate was 65%. During this initial phase, agreements with movie theaters and distributors were reached; *Screenly* can currently screen at 51 cinemas (comprising 254 movie theaters), with 403 titles in its catalog and growing, thanks to the incorporation of 30 distributors. The promoters receive 5% of the revenue as an incentive, with time to prepare the event: ranging from a minimum of seven days to a maximum of 45. The number of viewers required varies depending on the day of the week, movie theater or session, however it can be estimated between 50 and 150, according to the combination chosen<sup>5</sup>.

In its first year of existence, *Youfeelm* brought together almost 10,000 viewers for the 75 events promoted by individuals, associations, institutions, and private companies for some 25 films. This gives us an average per event of 130 people, slightly lower than that of *Screenly*. *Youfeelm* offers

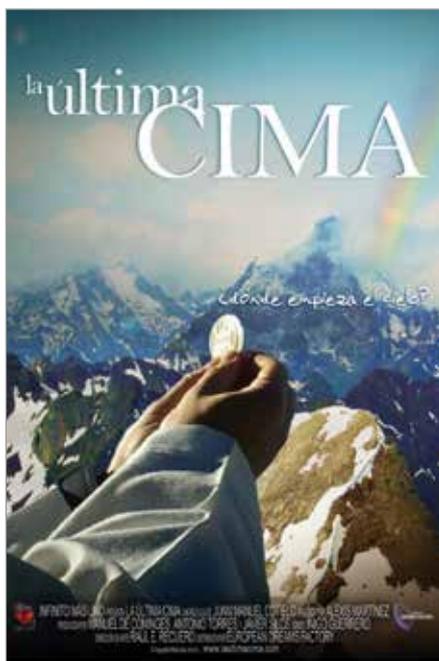
its services to 550 movie theaters in 72 towns throughout 38 provinces<sup>6</sup>. It has achieved the collaboration of the *Junta de Andalucía* (Andalusian regional government), *Telefónica*, and the *Cajal Foundation* and is one of the support projects for the innovation *Andalucía Open Future* and the program *100 Caminos al éxito* (100 paths to success). The general public and communities can take part in the initiative by registering free of charge on its website. They then participate in the initiatives proposed and purchase tickets to attend, which only charge if the necessary audience for the event is eventually achieved. Its collaborative business philosophy highlights its promotion of new creators that provide their platforms free of charge for promotional purposes and to facilitate the screening of their proposals under a transparent remuneration model based on the number of viewers achieved. It is important to highlight the independent titles released in certain locations, which would almost certainly not have otherwise been possible, for example:

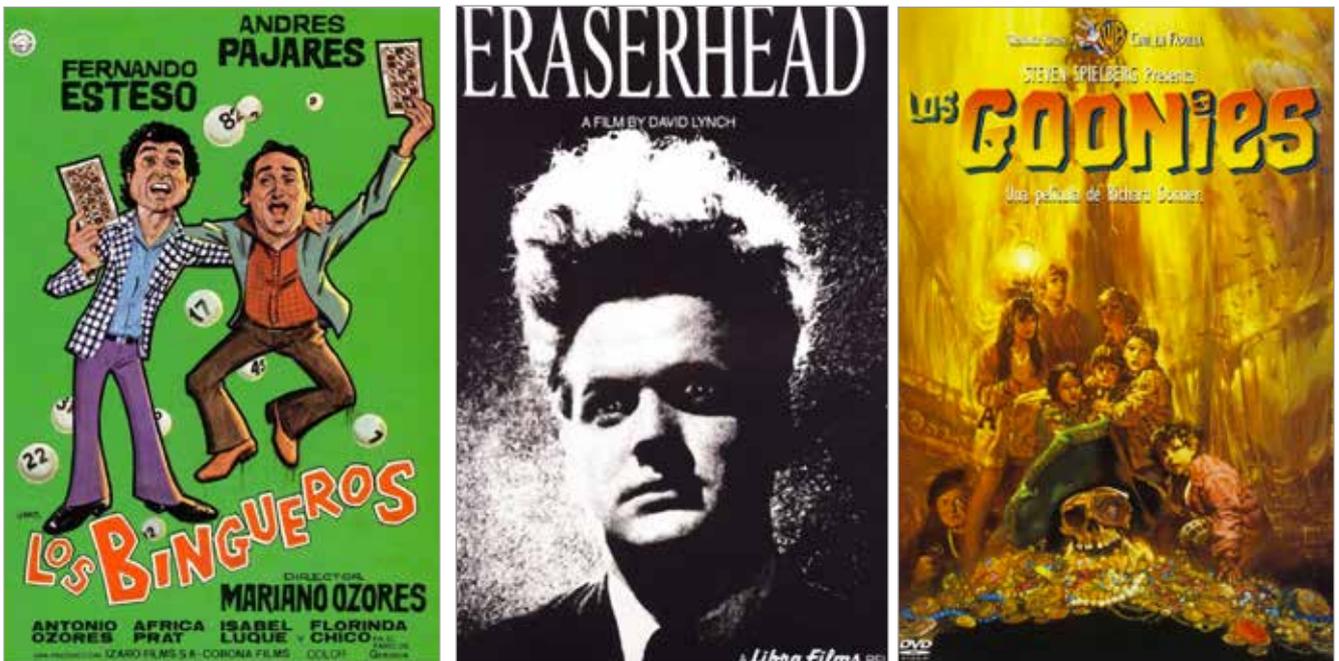
- *The tribe* (Myroslav Slaboshpytskiy, 2014)
- the documentary *La Granja del Pas* (Silvia Munt, 2015).

These two emerging projects, *Screenly* and *Youfeelm*, constitute new opportunities, although with limited financial impact, for all the agents operating in the traditional film industry: screeners, distributors, producers, and viewers.

1. They are an alternative for screeners to maximize revenue and marketing efforts at times and on days when attendance is low, mainly on Mondays and Tuesdays, without affecting possible revenue from conventional timetables.
2. They also allow distributors to maximize profits from their catalogs of films and open up a new source of revenue other than from mass distribution, concentrating on new releases; at no cost, they can benefit from “long tail” or niche economies.

Titles such as *The goonies* (Richard Donner, 1985) continue to be shown on both platforms successfully, despite having





been exploited in different windows of screening; the same thing happens with auteur films such as *Eraserhead* (David Lynch, 1991) and Spanish comedies such as *Los bingueros* (The bingo players) (Mariano Ozores, 1979), producing a phenomena that is difficult to explain from a mass marketing perspective.

3. They become a variable distribution tool for independent producers, especially at a time when national production is suffering from a major contrast between high budget films and those with limited investment. Some of the titles that have been the most successful on these platforms are documentaries, which is difficult to understand from a conventional market perspective. Documentaries such as *Life in flames* (Manuel Martín, 2015) and *Loba* (Catherine Béchar, 2015) have been successful and are described in more detail below.

4. Finally, their most important feature, from a social and cultural perspective, is that theatrical on demand increases the active participation of viewers. The platforms encourage personal and group experiences exemplifying the move from masses to crowds connected by the same interests. They enable people to discover new films and support emerging filmmakers that do not have access to conventional marketing channels. They also enable viewers to influence what films are available in their city, intervene in programming, and access cultural activities that are lacking in many locations. They bring together people with similar interests that share a passion for cinema and enable them to enjoy unique personal experiences through events that have a spreading, informative, and educational effect of the specific interests of other groups.

#### 4.3. Successful cases

During the research, specifically during the comprehensive interviews with the people in charge of the projects, they were asked about the most satisfying cases during their still

short careers, in order to explore the strengths and opportunities generated by this new business model.

The representatives at *Screenly* considered its greatest success to be the distribution of the French-Spanish documentary *Loba* (Catherine Béchar, 2015) with a duration of 89 minutes. The film is a trip through different cultures to bring us closer to the experience of natural childbirth and reflects on the evolution of the experience of being a mother in our society and the difficulties in experiencing childbirth as a natural experience. 2,497 spectators attended the programmed events in 17 cities, nine of which were sold out, with revenue reaching \$17,585.49<sup>7</sup>. The film was shown mainly in provincial capital cities, such as Palma de Mallorca, Madrid, Barcelona, Seville, Valencia, and Malaga; also in smaller cities such as Reus and Ribadeo.

“Financially, theatrical on demand is not a profitable enterprise”

The representatives at *Youfeelm* referred to important documentaries that combined conventional distribution practices, theatrical on demand, and the creation of events:

- *Life in flames* (Manuel Martín, 2015) which, for 78 minutes, tells the story of three elite fire fighters, was screened in 10 cities throughout Spain and was on demand in the months of September and October 2015, with 2,200 viewers;
- they were also impressed with the social issue production *Línea de meta* (Finish line) (Paola García Costas, 2014), which tells the story of Josele, a marathon runner who takes part in national and international events while pushing his daughter Maria, who has Rett Syndrome, in a cart in order to bring attention to research into “rare diseases” that are not profitable for pharmaceutical laboratories.

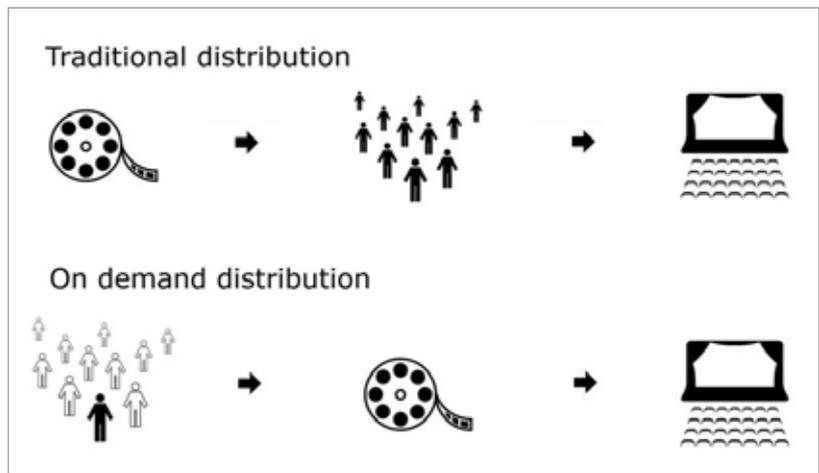
Although it premiered in a traditional theater, the rest of its distribution was on demand in 16 cities from November to April 2016 and viewed by 1,800 people<sup>8</sup>.

In both cases, the themes are very specific, possibly unable to attract mass audiences, but of undoubted social interest for sectors of the population that are directly affected and, on occasion, already organized in communities seeking content to support their objectives and therefore willing to play an active role in promoting the films.

### 5. Discussion and conclusions

We should always take care to avoid drawing conclusions in the study of a subject in its embryonic stage. Cultural change does not always go hand in hand with technological change and it is clear that the past does not necessarily have to become a prologue in this particular sector, where new commercial channels are constantly being explored. However, we need to reflect on the idea that the practices studied in the present will redefine the scope of future possibilities. Furthermore, the two cases studied and their innovative proposals do not enable us to make final conclusions - as indicated in the methodology section -, but do represent an initial approach to a new phenomenon in Spain.

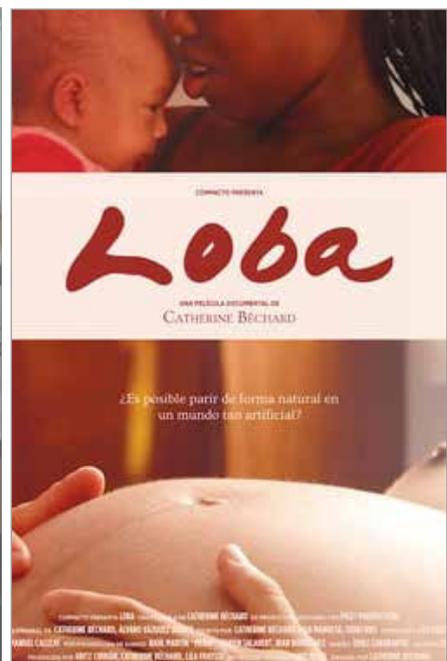
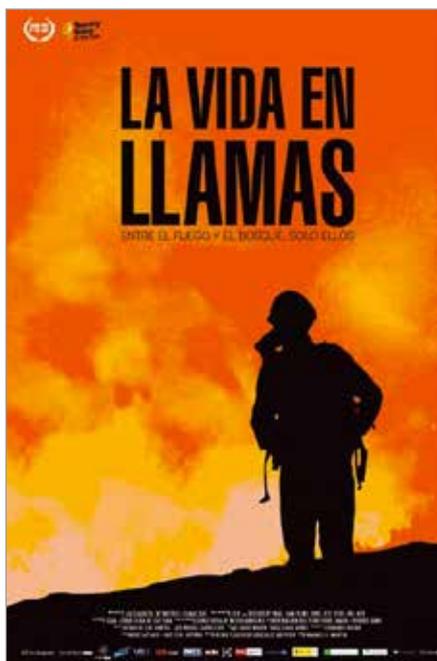
We began with the premise that digital empowerment is not exclusively limited to groups and organizations at the risk of exclusion, but rather a phenomenon that extends throughout society, as it enables people to give their opinion and interact. In this scenario, we can include film distribution platforms within the scope of social technology, as a tool that enables effective coordination between large groups



Traditional vs. on demand film distribution

of people and generates a feedback process that empowers them with the freedom to choose (Gutiérrez-Rubí; Freire, 2013, p. 110).

In response to the hypothesis proposed, theatrical on demand screenings are an alternative to conventional distribution and exhibition. Above all, it has become one of the few options for independent productions that do not have access to conventional mass-market solutions. From a financial perspective, it is not a profitable exercise that guarantees the required return on investments in the film industry, but is a new source of revenue, with virtually no costs, although evidently with marginal profits. However, its social and cultural contribution has been proven by its ability to increase and personalize supply through active audience participation. The imminence of the phenomenon studied makes it difficult to provide an accurate definition of how users will behave in relation to this new form of cultural consumption, but opens up new possibilities in the relationship



between audiences and titles. The definition of audiences adopted for this study proved to be valid for the analysis of the most relevant cases and, therefore, constitutes the backbone of the business strategy of both platforms. Theatrical on demand increases the possibilities for success when the filmmaker is important and well-known in a community, the film's content generates interest for an existing group of people, it has an obvious social objective, or is able to synchronize with an emerging social trend.

The relationship between conventional practices and this new form approach is of a complementary nature, coexistence that does not give rise to exclusion or conflict:

- the former refers to a logical exploitation of movie theaters with the greatest number of viewers in the shortest time possible, with the aim of recovering an investment and continuing sales in other screening windows, for which intensive marketing campaigns are undertaken prior to the premier;
- the latter, intended for a previously non-viable market niche, bases its communications campaign on the ability to generate a community through the Internet and social networks, which requires on-going activity over time and greater control over the message, based on the opinions and acts of the viewers themselves.

One is intended for mass audiences and the other for active groups that share needs, in which the relationships between members may be more important than the initial value proposal. Correct management of these intelligent groups empowers the community and converts its members into prosumers that add value to the project.

It also provides conventional distributors and independent producers with access to the new collaborative business culture. By possessing direct information on viewer behavior, preferences can be directly addressed and new relationships and business models explored. It enables changes in fashion or trends to be detected and, finally, common interests accelerate in the on-going improvements process.

If we generally believe that users are increasingly more demanding and autonomous, the availability of films at movie theatres will require greater personalization. The platforms subject to this study invite viewers to structure their own proposals, to achieve more as a community of consumers. Amidst apocalyptic forecasts with predictive algorithms and the use of an immense amount of our data to define the availability of culture, initiatives are also appearing on the Internet that provide citizen empowerment.

## Notes

1. In the sample chosen, we decided to exclude the *Vebeo* platform which, despite being subsidised by the Spanish *Ministry of Culture* for technological development, during the timeframe of the research, no events had been scheduled.

2. María Yáñez is the director of communications at *Screenly* and this classification proposal appears in the presentation available at:  
<https://www.slideshare.net/secret/49JHrCHzqo16AB>

3. Source: <http://www.imdb.com>

4. Source: *Productora Infinito+1*

5. Source: Data provided by *Screenly* in response to a questionnaire prepared by the authors for the study.

6. Source: Data provided by *Youfeelm* in response to a questionnaire prepared by the authors for the study.

7. Source: *Screenly*

8. Source: *Youfeelm*

## 6. References

**Alsop, Ruth; Heinsohn, Nina** (2005). *Measuring empowerment in practice: Structural analysis and framing indicators*. World Bank Policy Research. Working paper, February. [http://siteresources.worldbank.org/INTEMPowerment/Resources/41307\\_wps3510.pdf](http://siteresources.worldbank.org/INTEMPowerment/Resources/41307_wps3510.pdf)

**Álvarez-Monzonillo, José-María; Baraybar-Fernández, Antonio; López-Villanueva, Javier** (2015). "Audiovisual production in Spain. Fewer resources, same problems, new challenges". *Economía della cultura*, v. 25, n. 2, pp. 211-222. <https://doi.org/10.1446/81241>

**Anderson, Chris** (2007). *La economía long tail*. Barcelona: Urano. ISBN: 978 8493464264

**Anderson, Chris** (2009). *Gratis. El futuro de un precio radical*. Barcelona: Tendencias. ISBN: 978 8493696108

**Baraybar-Fernández, Antonio; Linares-Palomar, Rafael** (2016). "Nuevas propuestas de distribución audiovisual en la era de la convergencia: el *documentarybook*". *El profesional de la información*, v. 25, n. 1, pp. 135-142. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.ene.13>

**Bourdieu, Pierre** (1979). *La distinción*. Madrid: Taurus. ISBN: 8430603387  
[https://www.academia.edu/7384950/Pierre\\_Bourdieu.\\_La\\_distinci%C3%B3n.\\_Criterio\\_y\\_bases\\_sociales\\_del\\_gusto](https://www.academia.edu/7384950/Pierre_Bourdieu._La_distinci%C3%B3n._Criterio_y_bases_sociales_del_gusto)

**Brooks, David** (2000). *Bobos in paradise. The new upper class and how they got there*. New York: Simon & Schuster. ISBN: 978 0684853789

**Christakis, Nicholas A.; Fowler, James H.** (2010). *Conectados*. Madrid: Taurus. ISBN: 978 8430606887

**Clares-Gavilán, Judith; Ripoll-Vaquero, Jaume; Tognazzi-Drake, Alberto** (2013). *Distribución audiovisual en internet. Vod y nuevos modelos de negocio*. Barcelona: UOC. ISBN: 978 8490299111

**Elberse, Annita** (2008). "Should you invest in the long tail?". *HBS centennial issue Harvard business review*, v. 86, n. 7/8, pp. 88-96. <https://hbr.org/2008/07/should-you-invest-in-the-long-tail>

**Elberse, Annita** (2014). *Superventas*. Barcelona: Gestión 2000. ISBN: 978 8498753714

**Fernández-Porta, Eloy** (2008). *Homo Sampler: tiempo y consumo en la Era Afterpop*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 8433962805

**Florida, Richard** (2009). *Las ciudades creativas: por qué*

*donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida.* Barcelona: Paidós. ISBN: 978 8449322044

**Fuente-Cobo, Carmen; Martínez-Otero, Juan-María; Del Prado-Flores, Rogelio** (2014). "Las audiencias activas en la regulación de los medios: la dialéctica consumidor-ciudadano en España y México". *Comunicar*, v. 22, n. 43, pp. 91-99. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-09>

**Fundación Telefónica** (2016). *La sociedad de la información en España*. Barcelona: Ariel; Fundación Telefónica. ISBN: 978 8408152798 [http://www.fundaciontelefonica.com/arte\\_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/483](http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/483)

**Gértrudix, Manuel; Álvarez-García, Sergio** (2014). "Las fases del empoderamiento". *Figshare*, 3 julio. <http://dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.1092528>

**Gozálvez-Pérez, Vicent; Contreras-Pulido, Paloma** (2014). "Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación". *Comunicar*, v. 21, n. 42, pp.129-136. <https://doi.org/10.3916/C42-2014-12>

**Gutiérrez-Rubí, Antoni; Freire, Juan** (2013). *Manifiesto Crowd. La empresa y la inteligencia de las multitudes*. Laboratorio de Tendencias. <http://www.manifiestocrowd.com>

**Hannerz, Ulf** (1990). "Cosmopolitans and locals in world culture". *Theory, culture and society*, v. 7, n. 2, pp. 237-251. [http://www.oneworlduv.com/wp-content/uploads/2011/06/cosmopolitans\\_locals\\_culture.pdf](http://www.oneworlduv.com/wp-content/uploads/2011/06/cosmopolitans_locals_culture.pdf) <https://doi.org/10.1177/026327690007002014>

**Izquierdo-Castillo, Jessica** (2012). "Distribución online de contenidos audiovisuales: análisis de 3 modelos de negocio".

*El profesional de la información*, v. 21, n. 4, pp. 385-390. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.jul.09>

**Kishor, Sunita; Neitzel, Katherine** (1996). "Status of women: Indicators for twenty-five countries". *Demographic and health surveys comparative studies*, n. 21. Calverton, Maryland: Macro International Inc. <http://dhsprogram.com/publications/publication-cs21-comparative-reports.cfm>

**Levine, Rick; Locke, Christopher; Searls, Doc; Weinberger, David** (2011). *The Cluetrain Manifesto: The end of business as usual*. New York: Basic Books. ISBN: 978 0 465 01865 9

**Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean** (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama. ISBN: 978 8433962904

**Naím, Moises** (2013). *El fin del poder*. Barcelona: Debate. ISBN: 978 849992300

**Noah-Harari, Yuval** (2015). *Sapiens. De animales a dioses*. Barcelona: Debate. ISBN: 978 8499924212

**Reiss, Jon** (2010). *Think outside the box office: The ultimate guide to film distribution in the digital era*. New York: SCB Distributors. ISBN: 978 0982576205

**Sathar, Zeba A.** (1997). *Women's autonomy, livelihood & fertility: A study of rural Punjab*. Islamabad: Pakistan Institute of Development Economics.

**World Bank** (2006). *World development report 2006: Equity and development*. Washington DC. ISBN: 978 0821362495

**Zallo, Ramón** (2011) *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa. ISBN: 978 8497846653



RecBib  
Recursos Bibliotecarios

Información sobre empleos, cursos, oposiciones, noticias, eventos y más cosas del mundo de las bibliotecas, archivos, documentación e información  
¡Descúbrenos!

[www.recbib.es](http://www.recbib.es)  [fb.me/recbib](https://fb.me/recbib)  [@recbib](https://twitter.com/recbib)



# EMPOWERMENT OR IMPOVERISHMENT OF CHILDREN FROM SOCIAL NETWORKS? PERCEPTIONS OF SEXUALIZED IMAGES OF GIRLS IN *INSTAGRAM*

¿Empoderamiento o empobrecimiento de la infancia desde las redes sociales? Percepciones de las imágenes de niñas sexualizadas en *Instagram*



**Mónica Díaz-Bustamante-Ventisca and Carmen Llovet-Rodríguez**

**Nota:** Este artículo se puede leer en español en:

[http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/ene/08\\_esp.pdf](http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/ene/08_esp.pdf)



**Mónica Díaz-Bustamante-Ventisca** holds a PhD in Business and Economics from the *Complutense University of Madrid (UCM)* and is associate professor there and at *Villanueva University Center*. She also contributes to masters' and other postgraduate courses in other institutions. A member of *Villanueva-OCS* research group, she has written book chapters and articles for peer-reviewed journals in Spain and abroad. She has also worked as marketing director for *L'Oréal*, *Shiseido*, and *Chantelle*.

<http://orcid.org/0000-0002-8256-0209>

*Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información  
Av. Complutense, s/n. 28040 Madrid, Spain  
mdiaz-bu@ucm.es*



**Carmen Llovet-Rodríguez** is associate professor at the *College of Arts and Sciences* of the Beijing campus of the *New York Institute of Technology*. She holds a PhD from the *Navarra University* and has been a visiting scholar at the *College of Mass Communication and Media Arts* of *Southern Illinois University*, and the *Department of Business Management* of *Glasgow Caledonian University* as part of the *Fashion, Marketing, and Retailing Group*. A fashion journalist with *Acepress*, she has developed her teaching career in the teaching of public relations. Her research focuses on visual merchandising in fashion retailing and the impact of the beauty and fashion industries on women and children.

<http://orcid.org/0000-0002-7743-9332>

*Faculty of International Media of Communication, University of China (ICUC)  
3<sup>rd</sup> Floor, Headquartes of Media Elite, Cultural and Creative Park of CUC  
Nº 10 Gaojingjia, Chaoyang District, Beijing, P.R. China  
cllovet@nyit.edu*

## Abstract

Although the phenomenon of the sexualization of children has prompted numerous investigations in recent years, very few have studied how adults perceive it, and none has studied the sexualization of girls in photographs in social networks. This work demonstrates, from the results of a structured online survey of 353 people, that the sexualization of girls in social networks generates perceptions that undervalue girls in intellectual, social, and moral aspects. Such perceptions depend on media consumption level, degree of self-objectification, and people's religiosity.

## Keywords

Sexualization of children; Social networks; Digital empowerment; Perceptions of the sexualization of girls; Media consumption; Self-objectification; Religiosity; *Instagram*.

## Resumen

Aunque el fenómeno de la sexualización infantil ha motivado numerosas investigaciones durante los últimos años, muy pocas han estudiado cómo lo perciben los adultos, y ninguna lo ha estudiado a partir de las impresiones que provocan las

Manuscript received on 25-07-2016

Accepted on 15-11-2016

fotografías de niñas sexualizadas en las redes sociales. A partir de los resultados de una encuesta estructurada en internet a 353 personas, este trabajo demuestra que el aspecto sexualizado de las niñas en las redes sociales genera percepciones que las minusvaloran intelectual, social y moralmente. Dichas percepciones dependen del consumo de medios, del grado de auto-cosificación y de la religiosidad de las personas.

### Palabras clave

Sexualización infantil; Redes sociales; Empoderamiento digital; Percepciones de niñas sexualizadas; Consumo de medios; Auto-cosificación; Religiosidad; *Instagram*.

**Díaz-Bustamante-Ventisca, Mónica; Llovet-Rodríguez, Carmen (2017).** "Empowerment or impoverishment of children from social networks? Perceptions of sexualized images of girls in *Instagram*". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 77-87.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.08>

## 1. Introduction

In 2007 the *American Psychological Association (APA)* published a report on the sexualization of girls in the context of the growing influence of American culture on the sexualization of children. This report defined the concept of the sexualization of girls, presented many of its negative effects, and encouraged further research on this phenomenon: its frequency and possible growth, circumstances and factors that favor or hinder it, its presence in different formats and media, its relation to other concepts related to inappropriate age development (e.g. child adultization), and its existence and effects in different countries and cultures, etc.

Thus, in recent years many studies have been carried out in this area mainly in order:

- to expose the spread of images that sexualize girls in the media (**Goodin et al.**, 2011; **Hall; West; McIntyre**, 2012; **Graff; Murnen; Krause**, 2013);
- to show the negative effects of the sexualization of children (**Lamb**, 2009; **Bailey**, 2011; **Daniels; Zurbriggen**, 2016);
- explore factors that may influence girls' self-sexualization (**Starr; Ferguson**, 2012).

However, exposure and criticism about the sexualization of children has generated an opposing trend which brands the former movement as reductionist and monolithic (**Egan; Hawkes**, 2008) and the new trend aims to promote the health and sexual rights of children (**Lerum; Dworkin**, 2009).

In this context, it is important to note that the subjects' perceptions of the different phenomena vary according to their socio-economic, cultural, demographic, geographical, and psychographic characteristics (**Dietrich et al.**, 2015; **Wills et al.**, 2015; **Schuster; Kubacki; Rundle-Thiele**, 2015), and thus the following questions arise:

- Are perceptions of the sexualization of girls in the media likely to vary according to the profiles of the people who see them? If so, what variables determine greater or lesser sensitivity to this phenomenon?
- Are the perceptions of images that sexualize girls in social networks detrimental to such girls? And if they are, in what ways specifically?

This study seeks to respond to these questions in the specific case of images that sexualize girls on Instagram, a social network.

## 2. The state of the question

### 2.1. The concept of child sexualization

The *APA* report (2007) holds that the "sexualization" occurs when at least one of the following actions takes place:

- 1) a person's value is reduced to their sexual attractiveness or behavior;
- 2) physical attractiveness is equated with being sexy;
- 3) a person is represented as an object and not as a person with freedom of action and decision;
- 4) sexuality is inappropriately imposed on a person.

**Arteaga-Villamil** (2010) focuses on "child sexualization" in girls by defining it as "the way in which female adolescents, within their social context, show certain facets which are not their own, such as the excessive femininity derived from sexual loading".

In the UK, The **Bailey** Report (2011) introduces the concept of "child hyper-sexualization" and defines it as "the excessively precocious sexualization of expressions, attitudes, or dress codes".

Finally **Llovet-Rodríguez**, Díaz-Bustamante, and **Patiño-Alves** (2016) have found that the expression "childhood sexualization" in Spanish is confusing for some people who relate it to the gender identity of boys and girls, and thus they prefer to use the term "childhood adultization" (or "childhood eroticization") to describe children who appear to be older than they actually are by exhibiting attributes that make them sexually attractive to other people.

### 2.2. Effects of childhood sexualization

"Childhood sexualization" is also known for the negative effects it can have on children and especially on girls (**Milwood**, 2006; *APA*, 2007; **Ortiz-Tardio**, 2009; **Machia; Lamb**, 2015; **Bailey**, 2011; **Serrano**, 2013; **Acosta**, 2014; **Albéniz**, 2014).

Thus, the *APA* (2007) points out the following consequences of a girl being sexualized and/or is sexualized in appearance:

- 1) focusing on physical appearance as the main source of acceptance decreases a girl's cognitive abilities and leads to lost opportunities;

- 2) a passive role may be adopted by the child;
- 3) it negatively influences their perception of their virginity and sexual relations (risk factors in premature pregnancy, abortions, and transmission of sexual diseases);
- 4) it influences their relationships with other girls with regard to competing for boys and leads to the rejection of girls who do not fit into the ideal of beauty; and
- 5) it influences the view they have about going out with boys, encourages sexual harassment, and sexual violence of boys towards girls.

**Rodríguez** (2007) adds the pernicious effects of the eroticization of girls who place themselves in a position of inferiority by reducing their own value to their capacity for sexual attraction.

The **Bailey** Report (2011) warns that the hyper-sexualization of girls makes them a sexual object at a very early stage by encouraging them to adopt sexually stereotyped roles and behaviors that do not correspond to their age (**Serrano**, 2013).

“The hyper-sexualization of girls makes them a sexual object at a very early stage by encouraging them to adopt sexually stereotyped roles and behaviors that do not correspond to their age”

**Albéniz** (2014), for his part, holds that the early sexualization of girls influences both the adoption of inappropriate behaviors and promotes an exaggerated interest in their physical appearance in order to emulate successful actresses and models. The same author calls this the “pathological eroticization of childhood” and warns of the risks involved: children can suffer physical and psychological problems in the medium and long term such as eating disorders.

However, in contrast to previous positions, there are others that not only cast doubt on whether child sexualization has negative effects on children, but also assert that it can have positive effects. **Egan** and **Hawkes** (2008) hold that the protection of children’s innocence may serve racist, sexist, or homophobic interests and that the culture in which children are viewed as sexual citizens should be directed towards a positive view of sex as an integral part of their daily lives. In the same vein **Lerum** and **Dworkin** (2009) conclude that sexualization can have positive or negative effects depending on the particular institutional, cultural, and interpersonal context in which it occurs.

### 2.3. Factors which favor child sexualization: media and mothers

According to the **APA** (2007) the two main factors that motivate child sexualization are media consumption by the children and the influence of their mothers on them. In the view of some expert psychologists and sociologists, the fact that girls reproduce images or behaviors inconsistent with their age is a result of the following factors:

- non-compliance with the child protection broadcasting schedule by the media;
- the content of magazines, programs, and television series for adolescents;
- the stereotypes of girls and adolescents promoted through music videos and the internet;
- trends in children’s fashion; and
- the influence of mothers (**Corisco; Pérez-Hernando**, 2014).

**Serrano** (2013) also points out that advertising, the fashion industry, TV series, and children’s programs and some video clips as sources of children’s hyper-sexualization. In these cases, referring to hyper-sexualization is appropriate because an adult image of children is projected (especially for girls) or because girls are encouraged to copy young adolescents in their clothing, makeup, hairstyle, etc., or to copy the less exemplary behavior of children’s idols. In all these cases the transition from childhood to adolescence is accelerated at a time when children are neither physically nor psychologically prepared for it, which can lead to health damage and disorders.

A study by **Graff, Murnen, and Krause** (2013), highlights the increase in the sexualizing of girls in the adolescent magazine “*Seventeen*” and the magazine for children “*Girl’s Life*” (from 1994 through 2011 in the United States). The authors conclude that these images put a limitation on girls’ concept of themselves.

As for the relationship between advertising and child sexualization, many voices warn of the harmful exposure of children to early sexualized models in advertising or how the incessant sexualization of childhood in commercial communications can contribute to pathological sexual behaviors, including sexual abuse, pedophilia, and prostitution (**Levin; Kilbourne**, 2009, cited in *ICMedia*, 2011).

“Mothers who have a more objectified view of themselves predispose their daughters to that same vision and prefer a more sexualized physical appearance”

The fashion industry also seems to encourage the buying of a type of clothing and the production of a lifestyle that is not appropriate for children (**Bailey**, 2011; **Graff; Murnen; Smolak**, 2012). Furthermore, an increase in the supply of clearly sexualized girls’ clothing and its influence on the development of a self-objectified vision of themselves has also been confirmed (**Goodin et al.**, 2011). Thus, *Euromonitor* (2015) highlights the rise of a “*mini-me*” trend by which mothers and daughters dress alike.

Indeed, another of the fundamental causes of child sexualization is the influence of women on their children (**APA**, 2007; **Bailey**, 2011). As indicated by **Starr y Ferguson** (2012) mothers transfer to their daughters a stereotype of physical beauty that can influence their sexualization, so that mothers who have a more objectified view of themselves predispose their daughters to that same vision and prefer a more sexualized physical appearance.

In this respect, it is worth noting that certain public administrations, organizations, media, and social networks have had to alert parents about the dangers of posting photos of their children on the Internet (AEPD, 2008; Fominaya; Pe-raita, 2013; Molina, 2015).

In contrast to the previous factors favoring child sexualization, Starr y Ferguson (2012) point out that parental (and, more specifically, maternal) mediation of children's consumption of media and family values and beliefs (especially religious) can moderate the early sexualization of children.

#### 2.4. Features which sexualize or infantilize girls

Based on a list of sexualizing clothes items and accessories developed by Goodin *et al.* (2011; in Graff; Murnen; Krause, 2013), Graff, Murnen, and Krause (2013) have created a scale for determining whether or not representations of girls in the magazines specifically aimed at them sexualize them. This scale gathers features related to girls' clothing, footwear, hair, and hairstyle. One group brings together those characteristics which are sexualizing in nature, and the other those with an infantilizing effect. According to the authors, they take into account infantilizing characteristics due to the fact that the clothing that sexualizes the girls is usually combined with elements that infantilize them, both to disguise an excessively grotesque sexualization which might generate rejection by the parents, and to reproduce the infantilization which is often used to represent adult women and is also reflected in certain fashion styles.

“Certain public administrations, organizations, media, and social networks have had to alert parents about the dangers of posting photos of their children on the Internet”

#### 2.5. Perceptions of the sexualization of women and girls

Although there are numerous studies on the impact of sexual “objectification” of women and girls on their self-perception and psychological well-being (Bartky, 1990; Fredrickson; Roberts, 1997) there have been very few studies that have looked at the perception of the sexualization of women and girls by third parties (Daniels; Zurbriggen, 2016).

Various authors (such as Cikara; Eberhardt; Fiske, 2011, or Daniels, 2012) have found that women with a sexualized appearance shown in the media are perceived by audiences to be less competent, resolute, intelligent, decorous and human, and more experienced sexually.

In this vein, Graff, Murnen, and Smolak (2012) have shown that 10 and 11 year-old girls dressed in a sexualized fashion are also perceived and valued as less competent, intelligent, resolute, capable, and decorous than girls who dress in an infantilized way or who do not dress in a sexualized way. To this aim, they carried out an experimental study in which the subjects (university students) evaluated photographs of girls whose clothing had been deliberately manipulated to

show both sexually explicit and infantilized styles as well as more ambiguous or mixed ones.

Finally, Daniels and Zurbriggen (2016) have also verified through an experimental study with manipulated images that women whose Facebook profile shows photos with a sexualized appearance are rated by other women and girls as less competent and sociable than those whose Facebook profile does not show photos with a sexualized appearance.

However, despite the increase in the use of social networks in general and of emerging networks like Instagram, Pinterest, and Snapchat in particular (IAB, 2016), there are no studies on the way in which real images that sexualize girls in these social networks are perceived by the adult public.

“Women whose Facebook profile shows photos with a sexualized appearance are rated as less competent and sociable than those whose profile does not show photos with a sexualized appearance”

### 3. Objectives and method

Based on the literature review set out above, the following research hypotheses are proposed:

H1: The perceptions that adults have of the girls' sexualization in social networks are related to their media consumption.

H2: The perceptions that adults have of the girls' sexualization in social networks are related to their degree of “self-objectification”.

H3: The perceptions that adults have of the girls' sexualization in social networks are related to their religiosity.

H4: Girls who present themselves as sexualized in social networks are perceived by adults as less competent, intelligent, sociable and, decorous than non-sexualized ones.

The general objective of the empirical investigation is derived from these hypotheses: to analyze how photographs that sexualize girls spread through social networks are perceived by the adult public. The focus of this research is on girls alone (and not on girls and boys) due to the fact that most of the literature on which the above hypotheses are based exclusively concerns the sexualization of women and/or girls. That is to say, the literature review does not allow for extending the hypotheses presented to the perceptions that adults have of children in general. The previous general objective can be broken down into the following specific objectives:

- To determine if the way in which the adults perceive images that sexualize girls in social networks is significantly related to their religiosity, their media consumption, and their level of self-objectification.
- To compare how the sexualization of girls is perceived in social networks, vis-à-vis non-sexualized girls, in terms of characteristics that measure their competence, intelligence, sociability, decorum, physical appearance, and clothing.

- To determine the profile of the perceived image of sexualized and non-sexualized girls in social networks.

## Method

The empirical research that supports this work is basically quantitative in nature. A structured survey was conducted over the *Internet* with 353 people who are residents in Spain (86% in the Madrid province). We used a convenience sampling method, more specifically snowball sampling starting from the authors' personal connections. Table 1 summarizes the data that makes up the profile of the respondents.

The survey was conducted during the month of June, 2016.

The following scales and items were applied in the questionnaire used:

- To measure the perceived image of sexualized and non-sexualized girls whose photographs are spread in social networks, attributes from the **McCroskey** and **McCain** scale (1974) used by **Daniels** and **Zurbriggen** (2016) and attributes used in previous studies by **Gurung** and **Chrouser** (2007) and by **Graff**, **Murnen**, and **Smolak** (2012) were used. Because these attributes were generated to be used in English and to measure perceptions of adult women, the attributes used in this study (see Table 2) have been adapted to the Spanish language and the

Table 1. Socio-demographic and economic profile of the respondents. Data in %

Sex	
Female	75.3
Male	24.7

Age	
18-25	13.6
26-30	7.6
31-35	13.2
36-40	22.7
41-50	28.7
51-60	11.6
Over 60	2.0
Da	0.8

Education	
Primary	5.2
Secondary	14.3
University	49.4
Post-graduate	22.3
PhD	8.8
Dk/Da	0.0

Children	
Yes. Some under 13 years old	37.1
Yes. All over 13 years old	15.5
No	47.4

Female children	
Yes	68.9
No	31.1

Net monthly household income	
Less than € 1,000	9.2
€1,000-1,999	21.1
€2,000-2,999	13.6
€3,000-4,999	17.1
€5,000-8,000	15.5
More than €8,000	6.8
Dk/da	16.7

Occupation	
Housewife	5.2
Student	8.8
Retired	1.6
Unemployed	3.6
Working	66.1
Working and studying	13.9
Dk/Da	0.8

Table 2. Perceived attributes of images of girls studied

Competence attributes	She looks careful and tidy
	She looks very responsible
	She looks hard-working
Intelligence attribute	She looks very intelligent
Decision attribute	She looks very determined
Sociability attributes	She looks very nice
	She looks very kind
	She looks like she mocks her friends and companions
	She looks very friendly
	She looks very shy
	If I had a daughter, a niece, a granddaughter..., of her age, I would really like her to be her friend
Decorum attributes	She looks very decorous
	She looks very brazen
Physical appearance and style attributes	Her clothes seem very appropriate for her age
	She's beautiful
	I love her look
	She looks plain

characteristics of girls under 10 years of age in terms of competence, intelligence, sociability, decorum, physical appearance, and clothing. For this purpose, four in-depth interviews were carried out (prior to conducting the survey and the drawing up of the questionnaire) with professionals who are experts in child education and with mothers of girls. All attributes have been evaluated according to a 7-point *Likert* scale (1 = Totally disagree; 7 = Totally agree) ensuring a high reliability of the final scale (*Cronbach's*  $\alpha = 0.835$ )

- A 5 level interval scale was used to measure the media consumption of the respondents (1 = Never or almost never, 5 = Very frequently).
- To measure the degree of self-objectification of the respondents, **McKinley** and **Hyde's** (1996) multiple scale was developed to measure this construct with 7 levels (1 = Totally disagree; 7 = Totally agree).
- To measure the religiosity of the respondents, an interval scale of 5 levels has been used (1 = Zero; 5 = Very).

## 4. Materials

The study focused on *Instagram*, the social network, for the following reasons:

- It was the first social network created specifically to share photographs with all its users.



Image 1. Sexualized image  
Photos used in the present research



Image 2. Non-sexualized image

- It is the best known, most valued, most preferred, and most used social network of its kind (IAB, 2016).

Two photographs were selected from two different *Instagram* accounts:

- one belonging to a girl with a very obviously sexualized appearance,
- and another one from a girl with a completely non-sexualized appearance.

The photographs were selected as follows: the authors opened an *Instagram* account to use in this study and they searched (from May 1 to 15, 2016) for photographs related to children's fashion in general and "mini-me" fashion in particular. Subsequently, on May 16, 2016, the 10 most popular accounts in girls and fashion trends for girls' categories were selected (excluding children's fashion brands' accounts). The 60 first photographs of that day were selected from of each of these accounts<sup>3</sup>. Subsequently, on May 16, 2016, the 10 most popular accounts in girls and fashion trends for girls' categories were selected (excluding children's fashion brands' accounts). The 60 first photographs of that day were selected from of each of these accounts.

We analyzed the 600 photographs chosen in order to select the two definitive ones according to the following criteria:

- we eliminated all the photographs of girls obviously under 5 and over 12 years old;
- also discarded those in which the girls appeared with sunglasses on<sup>4</sup> (which made it impossible to see their eyes), those showing adult accessories (especially bags) that made them look extravagant, and/or fall-winter looks were discarded<sup>5</sup>. Then, in order to select the photograph of a girl with a sexualized appearance, photos of girls showing at least 5 sexualizing items according to the **Graff, Murnen, and Smolak** (2012) scale were chosen and finally the one with the most followers was selected.

In order to select the photograph of the girl with the non-sexualized appearance a new search on *Instagram* had to be carried out since the previous one did not produce any photographs in which a girl did not show any of the sexual characteristics identified by **Graff, Murnen, and Smolak** (2012).

Thus, on May 20, 2016, the first five accounts of children's fashion brands suggested by *Instagram* were chosen by searching for "child fashion", and the first 60 photographs of the day were selected on each account. Of the 300 resulting photographs, all male children were discarded; girls aged the same as that of the girl whose image was sexualized were selected and from those the ones which did not show any of the sexual characteristics identified by **Graff, Murnen, and Smolak** (2012) remained. Finally, the photograph with the most likes was chosen.

“ The sexualization of girls in social networks leads to adults assessing them as less competent, intelligent, sociable, and decorous than non-sexualized images ”

## 5. Results

The analysis of the correlations between the variables related to the perceptions of the sexualized image of the girl by the adults studied and those related to the characteristics of the latter in terms of their media consumption (Table 3), level of self-objectification and religiosity (Table 4), has shown the existence of significant correlations between many of them, which allows the first three hypotheses to be accepted.

Specifically, in terms of H1, cosmetics and beauty pages and sections on social networks and gossip magazines have been shown to be the media that most influence subjects'

perceptions followed by gossip websites, fashion pages on social networks and finally, fashion and beauty magazines. Thus, the more one consumes of each of these types of media, the more the perception of sexualized girls improves, that is, the more these images are accepted.

Specifically, the two variables most sensitive to media consumption are “I love her look” and “If I had a daughter, niece, granddaughter... her age, I would really like her to be her friend.”

Furthermore, the social network which most influences the perceptions analyzed is *Instagram*, followed by *Facebook*, *Snapchat*, and *Pinterest* (Table 3).

As for H2, it has been verified (see Table 4) that, in general, the greater the degree of self-objectification of a subject, the less negative their perceptions of the image that sexualizes the girl. In this regard, the variables most sensitive to self-objectification are “she looks very determined”, “she looks like she mocks her friends and companions” and “she looks very responsible”.

In relation to H3, it is indisputable that the religiosity of the respondents is closely linked to their perceptions of the ima-

ge that sexualizes the girl (see Table 4), so that the variables most sensitive to religiosity are “she looks very decorous”, “if I had a daughter, a niece, a granddaughter ... of her age, I would really like her to be her friend”, “I love her look”, “she looks very brazen” and “she looks very responsible”.

“The use of social networks to spread sexualized photographs of girls damages and undermines the general image that society has of childhood”

Finally, with respect to H4, a t-test of means has been performed to compare the media corresponding to the perceptions of the image that sexualizes the girl by all the respondents with those of the non-sexualized girl. The results are clear (see Graph 1); in almost all attributes of the perceived image of both girls, the image that sexualizes the girl is viewed more negatively than the non-sexualized one with the differences between both evaluations being statistically significant.

Table 3. Significant correlations between the sexualized image (Image 1), media consumption, and use of social media

Perceptions of the sexualized image of the girl		Media consumed and use of social networks								
		Fashion and beauty magazines	Gossip magazines	Fashion accounts on social networks	Beauty accounts on social networks	Internet gossip websites	Instagram user	Facebook user	Pinterest user	Snapchat user
Her clothes seem very appropriate for her age	Correlation	0.077	0.168**	0.032	0.175**	0.064	0.073	0.105	0.092	0.112
	Sig. (bilateral)	0.224	0.008	0.614	0.005	0.310	0.246	0.097	0.145	0.077
She looks very nice	Correlation	0.102	0.066	0.121	0.125*	0.025	0.093	0.097	-0.011	0.078
	Sig. (bilateral)	0.107	0.294	0.056	0.048	0.691	0.142	0.127	0.858	0.216
She looks very decorous	Correlation	0.040	0.013	0.110	0.160*	-0.011	0.146*	0.177**	0.023	0.167**
	Sig. (bilateral)	0.526	0.836	0.082	0.011	0.865	0.021	0.005	0.715	0.008
I love her look	Correlation	0.128*	0.155*	0.236**	0.210**	0.246**	0.137*	0.192**	0.048	0.218**
	Sig. (bilateral)	0.042	0.014	0.000	0.001	0.000	0.030	0.002	0.452	0.000
She looks very brazen	Correlation	0.018	-0.041	-0.086	-0.101	-0.041	-0.144*	-0.096	-0.042	-0.049
	Sig. (bilateral)	0.772	0.518	0.176	0.110	0.515	0.023	0.127	0.510	0.438
She looks plain	Correlation	-0.030	-0.116	0.078	0.025	-0.068	0.157*	0.116	0.081	0.091
	Sig. (bilateral)	0.636	0.067	0.220	0.692	0.286	0.013	0.067	0.200	0.152
If I had a daughter, a niece, a granddaughter..., of her age, I would really like her to be her friend	Correlation	0.190**	0.079	0.142*	0.155*	0.129*	0.062	0.109	0.080	0.085
	Sig. (bilateral)	0.003	0.212	0.024	0.014	0.041	0.332	0.084	0.209	0.181
She looks hard-working	Correlation	0.068	-0.127*	-0.025	0.054	-0.100	0.019	0.060	0.164**	0.058
	Sig. (bilateral)	0.286	0.044	0.697	0.391	0.115	0.759	0.345	0.009	0.363

\* Correlation is significant at the 0.05 level (two-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (two-tailed).

Table 4. Significant correlations between perceptions of sexualized girls, self-objectification, and religiosity

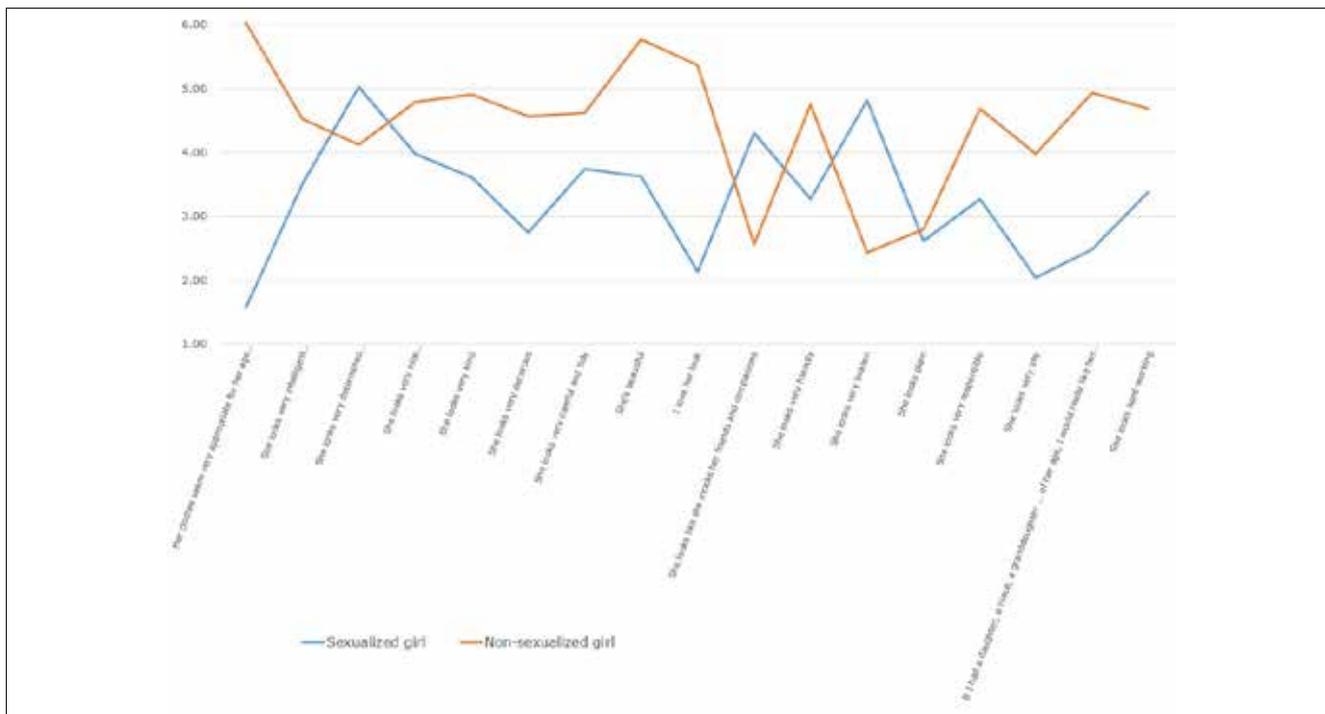
Perceptions of the sexualized girls		Self-objectification and religiosity										
		I don't think too much about my look	I'd rather wear comfortable clothes; looking good is not that important to me	It is more important to feel good about my body than the way it looks	I rarely compare how I look with how other people look	I often check how I look during the day	I often worry whether the clothes I'm wearing suit me	I rarely worry about what other people think about how I look	I love buying clothes	I follow the latest on beauty and cosmetics	I really like buying beauty and cosmetic products	Religiosity
Her clothes seem very appropriate for her age	Correlation	-0.142*	-0.089	-0.021	-0.051	-0.001	0.007	-0.027	0.078	0.158*	0.113	-0.068
	Sig. (bilateral)	0.025	0.159	0.743	0.424	0.988	0.914	0.668	0.220	0.012	0.075	0.286
She looks very intelligent	Correlation	-0.091	-0.133*	-0.058	-0.096	0.056	0.116	-0.083	0.031	-0.041	0.060	0.138*
	Sig. (bilateral)	0.149	0.035	0.360	0.129	0.377	0.065	0.192	0.624	0.515	0.341	0.029
She looks very determined	Correlation	-0.025	-0.011	0.003	-0.001	-0.001	0.130*	-0.139*	-0.023	-0.052	-0.128*	0.055
	Sig. (bilateral)	0.694	0.864	0.965	0.988	0.986	0.040	0.028	0.719	0.414	0.043	0.386
She looks very nice	Correlation	-0.029	0.006	0.082	0.008	0.028	-0.002	0.011	0.030	0.130*	0.059	-0.020
	Sig. (bilateral)	0.643	0.924	0.194	0.905	0.663	0.971	0.866	0.635	0.039	0.354	0.752
She looks very kind	Correlation	-0.198**	-0.062	0.041	-0.034	0.073	0.080	-0.059	0.136*	0.083	0.118	-0.026
	Sig. (bilateral)	0.002	0.330	0.517	0.597	0.246	0.209	0.355	0.031	0.189	0.063	0.681
She looks very decorous	Correlation	-0.023	-0.064	0.038	-0.038	0.024	0.003	0.031	0.108	0.067	0.080	-0.254**
	Sig. (bilateral)	0.717	0.311	0.549	0.546	0.709	0.965	0.626	0.087	0.289	0.204	0.000
She looks very careful and tidy	Correlation	-0.016	0.022	0.014	-0.029	-0.077	-0.085	-0.049	-0.067	-0.043	0.020	-0.141*
	Sig. (bilateral)	0.806	0.726	0.829	0.647	0.223	0.182	0.443	0.289	0.496	0.751	0.025
She's beautiful	Correlation	-0.064	0.127*	0.107	0.063	-0.043	-0.092	0.086	-0.022	-0.056	-0.121	-0.102
	Sig. (bilateral)	0.314	0.044	0.091	0.322	0.496	0.146	0.176	0.730	0.380	0.057	0.108
I love her look	Correlation	-0.069	-0.018	0.045	0.068	0.107	0.027	-0.031	0.140*	0.093	0.018	-0.220**
	Sig. (bilateral)	0.277	0.780	0.475	0.285	0.089	0.666	0.622	0.027	0.140	0.773	0.000
She looks like she mocks her friends and companions	Correlation	0.131*	-0.020	-0.089	-0.128*	0.140*	0.045	-0.036	0.034	-0.031	0.055	0.008
	Sig. (bilateral)	0.039	0.749	0.160	0.042	0.026	0.478	0.574	0.596	0.622	0.388	0.904
She looks very brazen	Correlation	0.079	-0.090	-0.132*	-0.014	0.117	0.029	-0.054	-0.028	-0.086	-0.036	0.209**
	Sig. (bilateral)	0.215	0.157	0.036	0.828	0.065	0.644	0.396	0.662	0.173	0.567	0.001
She looks very responsible	Correlation	-0.064	-0.107	-0.008	0.019	0.008	-0.050	-0.015	0.043	-0.013	0.044	-0.191**
	Sig. (bilateral)	0.309	0.092	0.904	0.764	0.904	0.427	0.809	0.494	0.842	0.487	0.002
If I had a daughter, a niece, a granddaughter ... of her age. I would really like her to be her friend	Correlation	-0.153*	-0.025	0.095	-0.079	0.062	0.101	0.015	0.133*	0.104	0.089	-0.229**
	Sig. (bilateral)	0.015	0.696	0.134	0.213	0.328	0.110	0.809	0.035	0.101	0.161	0.000
She looks hard-working	Correlation	-0.195**	-0.140*	-0.048	-0.037	0.012	0.040	-0.142*	0.046	0.079	0.115	-0.061
	Sig. (bilateral)	0.002	0.027	0.445	0.560	0.850	0.526	0.025	0.464	0.209	0.068	0.337

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (two-tailed)

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (two-tailed)

The image that sexualizes the girl is perceived not only as being significantly less competent, intelligent, sociable, and decorous than the non-sexualized one, but her clothes are also considered to be very inappropriate for her age and her look produces a very negative response. And this is true for all those studied, regardless of their media consumption, their degree of self-objectification, and their religiosity, although for those who consume more media, have a more

objectified vision of themselves or who consider themselves less religious or not religious at all, the differences in their perceptions of the two girls are less marked than for the others. The biggest differences between the perceptions of both girls are given in the following variables: "her clothes seem very appropriate for her age", "I love her look", "if I had a daughter, niece, granddaughter ... her age, I would very much like her to be her friend" and "seems very bra-



Graph 1. Perceived image of girls' profile

zen”, with the evaluations of the image that sexualizes the girl being negative and those of the image that does not sexualize the girl, positive.

### 6. Discussion and conclusion

Leaving aside the question of whether the sexualization of children is good or bad in itself, the results of this study show the spread of photographs that sexualize girls through social networks is harmful for girls, when compared to images of girls that have not been sexualized. It is clear that this sexualization of girls results in adults having negative perceptions about the girls’ intellectual, social, and moral capacities. Thus, we should be warned that the use of social networks to spread such photographs damages and undermines the general image that society has of childhood. And this warning should alert parents (especially mothers), who are the main creators and promoters of profiles that sexualize girls in social networks.

“The media consumption, self-objectification, and religiosity of adults are factors related to the perception of sexualized images of girls in social networks”

Furthermore, it has been verified that the media consumption, self-objectification, and religiosity of adults are factors related to the perceived image of sexualized girls in social networks. We should therefore reflect on the necessity to design activities to promote a positive vision of child sexuality (as proposed by Egan and Hawkes, 2008) or, on the contrary, reinforce awareness of the negative effects of the sexualization of children in social networks and increase the

protection of children in the context of the spread of their photographs on social networks.

Finally, since this research has focused on the *Instagram* social network and on the perceptions that adults have of girls, it would be interesting to extend the study to other social networks as well as to perceptions regarding boys to verify whether, in both cases, the results are consistent with those presented here.

### Notes

1. We talk about “objectification” to refer to the person’s objectified vision. That is, to the consideration of the person as a thing or object. Bartky (1990) speaks of “sexual objectification” of women when they are considered as mere bodies specially conceived for the pleasure of others.
2. We use the expression “self-objectification” to refer to a person’s objectified vision of self. The “theory of objectification” (Fredrickson; Roberts, 1997) proposes that repeated exposure to experiences that objectify leads to a “self-objectification” that makes girls and women internalize messages that sexually objectify them and that lead them to have a vision of their own bodies as objects that are evaluated according to limited standards of beauty.
3. Since Instagram makes recommendations to its users based on the searches made by them, we carried out searches that generated recommendations on the profiles of the most relevant girls who had more followers.
4. Since the characteristics of girls related to their competence, intelligence, sociability, and decorum were to be assessed in the survey, it was considered necessary for the girls’ face and eyes not to be hidden. As Orozco (2005) points out, the eyes and hands are the most expressive and

differentiating elements of the character of the people. Another study (Spry, 2012) on the sexualization of girls in Japanese cartoons emphasizes the role of the eyes in their ability to represent emotional states.

5. The fall-winter “looks” were discarded so that they did not generate rejection as inappropriate since the survey was to be carried out during the month of June.

## 7. Acknowledgements

This study is part of the *Program of activities on digital vulnerability (Provuldig)*, financed by the *Community of Madrid (Ministry of Education, Youth and Sport, Ref. S2015 / HUM-3434)*.

## 8. Bibliography

**Acosta, Corinna** (2014). “4 casos en los que la publicidad ha sexualizado a la infancia”. *ExpokNews. Comunicación de sustentabilidad y RSE*, 23 diciembre. <http://www.expoknews.com/4-casos-en-los-que-la-publicidad-ha-sexualizado-a-la-infancia>

**AEPD** (2008). *Agencia Española de Protección de Datos. Guía de recomendaciones para que padres e hijos naveguen de forma segura*.

**Albéniz, Myriam Z.** (2014). “El auge de la erotización de la infancia”. *La provincia*, 5 junio. <http://www.laprovincia.es/opinion/2014/06/06/auge-erotizacion-infancia/613003.html>

**American Psychological Association** (2007). *Task force on the sexualization of girls*. Report of the APA task force on the sexualization of girls. <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/index.aspx>

**Arteaga-Villamil, María-Dolores** (2010). “El show infantil: la construcción de una hiper-feminidad sexual púber en el marco del capitalismo”. En: Macip-Ríos, Ricardo-Francisco; Carreras-Sendra, Natatxa. *Perversión y duplicidad: en torno a la producción de subjetividades del cuerpo político en México*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades Alfonso Vélaz Pliego, pp. 87-136. ISBN: 978 6074872309 [https://www.academia.edu/4807598/La\\_construcción\\_de\\_una\\_hiper\\_feminidad\\_sexual\\_puber](https://www.academia.edu/4807598/La_construcción_de_una_hiper_feminidad_sexual_puber)

**Bailey, Reg** (2011). *Letting children be children: Report of an independent review of the commercialisation and sexualisation of childhood*. Great Britain: The Stationery Office. ISBN: 978 0101807821 <https://goo.gl/SuWz9p>

**Bartky, Sandra-Lee** (1990). *Femininity and domination: Studies in the phenomenology of oppression*. Great Britain: Psychology Press. ISBN: 978 04159018 4

**Cikara, Mina; Eberhardt, Jennifer L.; Fiske, Susan T.** (2011). “From agents to objects: Sexist attitudes and neural responses to sexualized targets”. *Journal of cognitive neuroscience*, v. 23, n. 3, pp. 540-551. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3801174> <https://doi.org/10.1162/jocn.2010.21497>

**Corisco, María; Pérez-Hernando, Cristina** (2014). “¿A quién

imitan las niñas de hoy en día? *S Moda El país*, 9 marzo. <http://smoda.elpais.com/moda/a-quien-imitan-las-ninas-de-hoy-en-dia>

**Daniels, Elizabeth A.** (2012). “Sexy versus strong: What girls and women think of female athletes”. *Journal of applied developmental psychology*, v. 33, n. 2, pp. 79-90. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2011.12.002>

**Daniels, Elizabeth A.; Zurbriggen, Eileen L.** (2016). “The price of sexy: Viewers’ perceptions of a sexualized versus nonsexualized Facebook profile photograph”. *Psychology of popular media culture*, v. 5, n. 1, pp. 2-14. <https://doi.org/10.1037/ppm0000048>

**Dietrich, Timo; Rundle-Thiele, Sharyn; Schuster, Lisa; Drennan, Judy; Russell-Bennett, Rebekah; Leo, Cheryl; Gullo, Matthew J.; Connor, Jason P.** (2015). “Differential segmentation responses to an alcohol social marketing program”. *Addictive behaviors*, v. 49, pp. 68-77. <https://goo.gl/kFYw5Y> <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2015.05.010>

**Egan, R. Danielle; Hawkes, Gail L.** (2008). “Endangered girls and incendiary objects: Unpacking the discourse on sexualization”. *Sexuality & culture*, v. 12, n. 4, pp. 291-311. <https://goo.gl/uBHvrx> <https://doi.org/10.1007/s12119-008-9036-8>

**Euromonitor International** (2015). *Micro fashion: Trends in childrenswear*. Global briefing. Euromonitor International. <http://www.euromonitor.com/micro-fashion-trends-in-childrenswear/report>

**Fominaya, Carlota; Peraita, Laura** (2013). “Motivos por los que no debes colgar fotos de tus hijos por las redes sociales”. *ABC.es*, 4 noviembre. <http://www.abc.es/familia-padres-hijos/20131014/abc-hijos-fotos-facebook-201310101706.html>

**Fredrickson, Barbara L.; Roberts, Tomi-Ann** (1997). “Objectification theory: Toward understanding women’s lived experiences and mental health risks”. *Psychology of women quarterly*, v. 21, n. 2, pp. 173-206. <http://www.sanchezlab.com/pdfs/FredricksonRoberts.pdf> <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

**Goodin, Samantha M.; Van-Denburg, Alyssa; Murnen, Sarah K.; Smolak, Linda** (2011). “‘Putting on’ sexiness: A content analysis of the presence of sexualizing characteristics in girls’ clothing”. *Sex roles*, v. 65, n. 1, pp. 1-12. [http://web.mit.edu/end\\_violence/docs/sexualizing-girls-clothing.pdf](http://web.mit.edu/end_violence/docs/sexualizing-girls-clothing.pdf) <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9966-8>

**Graff, Kaitlin A.; Murnen, Sarah K.; Krause, Anna K.** (2013). “Low-cut shirts and high-heeled shoes: Increased sexualization across time in magazine depictions of girls”. *Sex roles*, v. 69, n. 11, pp. 571-582. <https://goo.gl/3OyLDX> <https://doi.org/10.1007/s11199-013-0321-0>

**Graff, Kaitlin A.; Murnen, Sarah K.; Smolak, Linda** (2012). “Too sexualized to be taken seriously? Perceptions of a girl in childlike vs. sexualizing clothing”. *Sex roles*, v. 66, n. 11, pp. 764-775.

- <https://goo.gl/rOL1Ao>  
<https://doi.org/10.1007/s11199-012-0145-3>
- Gurung, Regan A. R.; Chrouser, Carly J.** (2007). "Predicting objectification: Do provocative clothing and observer characteristics matter?". *Sex roles*, v. 57, n. 1-2, pp. 91-99.  
<https://goo.gl/GE2JcF>  
<https://doi.org/10.1007/s11199-007-9219-z>
- Hall, P. Cougar; West, Joshua H.; McIntyre, Emily** (2012). "Female self-sexualization in *MySpace.com* personal profile photographs". *Sexuality & culture*, v. 16, n. 1, pp. 1-16.  
<https://goo.gl/95TGn3>  
<https://doi.org/10.1007/s12119-011-9095-0>
- Interactive Advertising Bureau - IAB* (2016). *Estudio anual de redes sociales 2016*.  
<http://www.iabspain.net/redes-sociales>
- ICMedianet Publicaciones* (2011). *La protección del menor tras la ley general de la comunicación audiovisual: Perspectivas y retos*. ISBN: 978 8469540749  
<https://goo.gl/rllB0a>
- Lamb, Sharon** (2009). "Media effects and the sexualization of girls". *Sex roles*, v. 60, n. 5, pp. 439-441.  
[https://www.researchgate.net/publication/226753619\\_Media\\_Effects\\_and\\_the\\_Sexualization\\_of\\_Girls](https://www.researchgate.net/publication/226753619_Media_Effects_and_the_Sexualization_of_Girls)  
<https://doi.org/10.1007/s11199-008-9536-x>
- Lerum, Kari; Dworkin, Shari L.** (2009). "'Bad girls rule': An interdisciplinary feminist commentary on the report of the APA Task force on the sexualization of girls". *The journal of sex research*, v. 46, n. 4, pp. 250-263.  
<http://faculty.washington.edu/lerum/Bad%20Girls%20Rule.pdf>  
<https://doi.org/10.1080/00224490903079542>
- Llovet-Rodríguez, Carmen; Díaz-Bustamante, Mónica; Patiño-Alves, Beatriz** (2016). "The sexualization of children through advertising, fashion brands and media". *Prisma social*, n. especial 1, pp. 156-189.  
<https://goo.gl/4AikBn>
- Machia, Marty; Lamb, Sharon** (2015) (artículo online desde 2009). "Sexualized innocence: Effects of magazine ads portraying adult women as sexy little girls". *Journal of media psychology*, v. 21, n. 1, pp. 15-24.  
<https://goo.gl/9PjVYB>  
<https://doi.org/10.1027/1864-1105.21.1.15>
- McCroskey, James C.; McCain, Thomas A.** (1974). "The measurement of interpersonal attraction". *Speech monographs*, v. 41, n. 3, pp. 261-266.  
<http://www.jamescmccroskey.com/publications/057.pdf>  
<https://doi.org/10.1080/03637757409375845>
- McKinley, Nita-Mary; Hyde, Janet-Shibley** (1996). "The objectified body consciousness scale. Development and validation". *Psychology of women quarterly*, v. 20, n. 2, pp. 181-215.  
<https://goo.gl/b1vUdo>  
<https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1996.tb00467.x>
- Milwood, Andrea** (2006). *Harm and offence in media content: A review of evidence*. Bristol. ISBN: 978 1841502380  
[http://eprints.lse.ac.uk/49000/1/Livingstone\\_Harm\\_offence\\_media\\_2009.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/49000/1/Livingstone_Harm_offence_media_2009.pdf)
- Molina, Violeta** (2015). "Y cuando los menores de las fotos de *Facebook* e *Instagram* crezcan, ¿qué?". *El mundo*, 20 septiembre.  
<http://www.elmundo.es/tecnologia/2015/09/20/55fe6e2b46163f03638b456d.html>
- Orozco, Antonio** (2005). "El pudor: defensa de la dignidad personal". *Arvo.net*, 23 julio.  
<http://arvo.net/el-valor-de-la-sexualidad/el-valor-de-la-sexualidad/gmx-niv380-con16006.htm>
- Ortiz-Tardio, Joaquín** (2008). "El niño, los medios y la publicidad". *Vox paediatrica*, v. 16, n. 1, pp. 39-43.  
<http://spaoyex.es/sites/default/files/pdf/Voxpaed16.1pags39-43.pdf>
- Rodríguez, Alejandra** (2007). "La erotización de la infancia causa alteraciones físicas y psíquicas a medio y largo plazo". *Salud. El mundo*, 17 marzo.  
<http://www.elmundo.es/suplementos/salud/2007/702/1174086011.html>
- Schuster, Lisa; Kubacki, Krzysztof; Rundle-Thiele, Sharyn** (2015). "A theoretical approach to segmenting children's walking behaviour". *Young consumers*, v. 16, n. 2, pp. 159-171.  
<http://eprints.qut.edu.au/82117/3/82117.pdf>  
<https://doi.org/10.1108/YC-07-2014-00461>
- Serrano, Beatriz** (2013). "Hipersexualización de la infancia: cuando los niños crecen antes de tiempo". *Bebés y más*, 8 enero.  
<https://goo.gl/f7Z6c>
- Spry, Damien** (2012). "Make her skinnier, make her curvier: Sexualised girlhood in Japanese cartoons". En: Götz, Maya; Lemish, Dafna. *Sexy girls, heroes and funny losers*. Germany: Peter Lang, pp. 91-106. ISBN: 978 3631633199  
<https://goo.gl/NhHc2G>
- Starr, Christine; Ferguson, Gail M.** (2012). "Sexy dolls, sexy grade-schoolers? Media & maternal influences on young girls' self-sexualization". *Sex roles*, v. 67, n. 7, pp. 463-476.  
<https://goo.gl/TzHl1N>  
<https://doi.org/10.1007/s11199-012-0183-x>
- Wills, Jane; Crichton, Nicola; Lorenc, Ava; Kelly, Muireann** (2014). "Using population segmentation to inform local obesity strategy in England". *Health promotion international*, v. 30, n. 3, pp. 658-666.  
<https://doi.org/10.1093/heapro/dau004>

# DISOCIACIÓN ENTRE LAS EXPERIENCIAS NEGATIVAS Y LA PERCEPCIÓN DE RIESGO DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES

Negative experiences and risk perception disconnection on the networking sites by teenagers

Belinda De-Frutos-Torres y Mercedes Marcos-Santos



**Belinda De-Frutos-Torres** es profesora contratada doctora en el Campus de Segovia de la *Universidad de Valladolid* (España), en la *Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación*. Imparte docencia en la titulación de *Publicidad y relaciones públicas*. Doctora en psicología por la *Universidad Autónoma de Madrid (UAM)*, llevó a cabo su doctorado en el *Departamento de Psicología Social y Metodología* de la *UAM*, en *Skidmore University College* (New York, EUA) y en *Ontario Western University* (Canadá). Su trabajo de investigación se centra en la percepción e influencia de la publicidad en internet, y en el uso de las redes sociales por los adolescentes y jóvenes.  
<http://orcid.org/0000-0002-9391-8835>

[belinda.defrutos@hmca.uva.es](mailto:belinda.defrutos@hmca.uva.es)



**Mercedes Marcos-Santos** es licenciada en *Publicidad y relaciones públicas* y alumna de doctorado de la *Universidad de Valladolid* en el Campus de Segovia (España). Su línea de investigación principal se centra en la educación y la comunicación a través del análisis del uso de la tecnología e internet y las redes sociales por parte de los menores, así como en la percepción y la influencia de la publicidad online en la formación y desarrollo de adolescentes y jóvenes.  
<http://orcid.org/0000-0002-8567-4172>

[mmarcos@alumnos.uva.es](mailto:mmarcos@alumnos.uva.es)

*Universidad de Valladolid, Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación*  
Campus de Segovia  
Plaza de la Universidad, 1. 40005 Segovia, España

## Resumen

Se presentan los resultados de un estudio en el que se exploró la relación entre la percepción de riesgo en las redes sociales y las experiencias vividas en este entorno. La percepción de seguridad y control sobre los contenidos y la norma social sostienen este tipo de comportamiento entre los adolescentes al margen de las experiencias negativas vividas y la gratificación social recibida. En el estudio participaron 370 alumnos entre 14 y 18 años procedentes de cuatro centros de educación secundaria en Segovia (España). Los resultados muestran que 3 de cada 4 adolescentes han sufrido algún tipo de experiencia negativa en redes sociales, pero estos episodios no influyen en su valoración del riesgo. Se proponen acciones preventivas basadas en la puesta en común de las experiencias negativas en las redes sociales por parte de los adolescentes, y los comportamientos aceptables en ellas.

## Palabras clave

Redes sociales; Adolescentes; Percepción de riesgo; Conductas de riesgo; Gratificación social; Experiencias negativas.

## Abstract

The results of a study exploring the relationship between perception of risk and lived experience by adolescents in online environments are presented. Adolescents reported perceived safety and control over content regardless of negative experiences and social gratification received. The study involved 370 students aged 14 to 18 from four secondary education centers in Segovia (Spain). The results show that three out of four adolescents had encountered some kind of negative experience in social networks, but these episodes did not influence their risk assessment. Preventative actions and acceptable behaviors are proposed for adolescents in social networks.

## Keywords

Social networks; Teenagers; Risky behaviors; Risk perception; Social gratification; Negative social experiences.

**De-Frutos-Torres, Belinda; Marcos-Santos, Mercedes (2017).** "Disociación entre las experiencias negativas y la percepción de riesgo de las redes sociales en adolescentes". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 88-96.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.09>

## 1. Introducción

El acceso a internet y a las redes sociales por parte de los menores es un fenómeno generalizado que ha recibido bastante atención por parte de la investigación aplicada y la comunidad educativa. El 93,6% de los niños entre 10 y 15 años utiliza internet y el 90,9% dispone de teléfono móvil; y a partir de los 16 años el 98,3% accede a internet y posee móvil (INE, 2016). El acceso a las redes y plataformas sociales es una de las actividades que más tiempo ocupan en la esfera interactiva. En España el 87,2% de los usuarios de internet tiene un perfil activo en las redes sociales (Inteco, 2012), y el 62,0% de los internautas consultó las redes sociales en el mes de marzo de 2016 según el EGM. Los estudios específicos realizados con adolescentes dan cuenta del alcance que toma el fenómeno de las redes sociales (Bringué; Sádaba, 2009; Hasebrink *et al.*, 2011; Lobe *et al.*, 2011; De-Frutos-Torres; Vázquez-Barrio, 2012; García-Jiménez; López-de-Ayala; Catalina-García, 2013; Bernal; Angulo, 2013; Ólafsson; Livingstone; Haddon, 2014; Sendín-Gutiérrez; Gaona-Pisonero; García-Jiménez, 2014; entre otros).

La rápida incorporación de internet y las redes sociales por parte de chicos y chicas puede ser una fuente de oportunidades para ellos (Livingstone, 2011; Garmendia-Larrañaga *et al.*, 2011; Padilla *et al.*, 2015), al tiempo que genera desconfianza y preocupación entre padres, educadores y la sociedad en general. El uso excesivo de internet, el contacto con personas desconocidas, el acoso que puede recibirse o el acceso a contenidos violentos, racistas o sexuales son riesgos a los que se enfrenta este público vulnerable (Sánchez-Martínez; Otero-Puime, 2010; Garmendia-Larrañaga *et al.*, 2011; Livingstone *et al.*, 2011). Dentro de las redes sociales, el *cyberbullying* es el riesgo más frecuente. El término recoge el acoso a través de internet, junto con acciones o amenazas mediante mensajes (Slonje; Smith, 2008). Los peligros mencionados con más frecuencia por los menores en las redes sociales se refieren con más frecuencia al comportamiento de sus compañeros que a la relación con extraños. En el discurso de los menores aparecen la agresión verbal repetida, uso no adecuado de información personal, suplantación de identidad, difusión de fotos sin autorización, acoso sexual, habladurías mal intencionadas, daños a la reputación y otras conductas no apropiadas (Livingstone *et al.*, 2013). Buena parte de estos comportamientos no constituyen delito y son acciones ofensivas de baja intensidad.

Recientemente se han emprendido acciones de comunicación para concienciar a los menores sobre los riesgos de internet, si bien no resulta fácil llevar el discurso a la práctica (Jiménez-Iglesias; Garmendia-Larrañaga; Casado-Del-Río, 2015). Tales actuaciones preventivas con frecuencia las realizan las fuerzas de seguridad del estado y se centran en acciones delictivas graves, por lo que en general están alejadas de su realidad inmediata y no les capacitan para saber

enfrentarse a situaciones problemáticas. A pesar de que los menores son conscientes de los riesgos de internet, la prevención se quiebra en las redes sociales debido a que las perciben como un entorno más seguro que genera desinhibición (Sabater-Fernández, 2014; Martínez-Pastor; Sendín-Gutiérrez; García-Jiménez, 2013). Parece que los menores son conscientes de los comportamientos no apropiados en internet, pero ello no implica que los pongan en práctica en su experiencia diaria en las redes sociales.

Desde la teoría de los usos y gratificaciones (Ruggiero, 2000) se plantea que la búsqueda de información, el entretenimiento y la interacción social son las principales motivaciones para el uso de los medios interactivos, que se convierten en fuentes de gratificación inmediata, particularmente entre los jóvenes (Valkenburg; Soeters, 2001; Bons-Raacke; Raacke, 2008; Dunne; Lawlor; Rowley, 2010). A medida que los niños entran en la adolescencia la faceta social toma mayor relevancia y las redes sociales juegan un papel importante en la construcción de su identidad, su estilo de vida y la relación con sus iguales (Lenhar *et al.*, 2007; Livingstone, 2008; Cáceres-Zapatero; Ruiz-San-Román; Brändle-Señán, 2009; Rubio-Gil, 2010; Ochaíta; Espinosa; Gutiérrez, 2011; Colás-Bravo; González-Ramírez; De-Pablos-Pons, 2012).

Por último, la teoría de la acción razonada<sup>1</sup> (Ajzen, 1991) aporta una referencia clave para entender el uso de las redes sociales a través de la norma subjetiva y el control percibido sobre la conducta (Pelling; White, 2009). Los amigos y compañeros son la principal fuente de referencia para el comportamiento. Algunas de las prácticas arriesgadas están normalizadas en el grupo de adolescentes (norma subjetiva). Al estar generalizado el acceso cotidiano a las redes sociales, se va creando confianza y se tiene la sensación de que se controlan<sup>2</sup> los contenidos, o sea, de que se podrán retirar en cualquier momento y de que nadie va a usarlos indebidamente.

## 2. Planteamiento y metodología

Un primer objetivo de este estudio es identificar la relación entre las experiencias vividas en las redes sociales y la percepción de riesgo en este entorno. Se plantea que las situaciones negativas vividas en las redes sociales contribuirán a una mayor percepción de riesgo, mientras que las experiencias gratificantes derivadas del entretenimiento, la información y la interacción social lo contrarrestarán. Por otra parte, el riesgo está relacionado con el control: cuanto mayor sea la sensación de seguridad menor será el riesgo percibido.

Aunque no hay trabajos específicos sobre la percepción de riesgo en las redes sociales sí se han identificado determinados factores a tener en cuenta:

- frecuencia de uso de las plataformas de redes sociales (Del-Río; Sádaba; Bringué, 2010; Hasebrink *et al.*, 2011; Staksrud; Ólafsson; Livingstone, 2013; García-Jiménez;

Catalina-García; Montes-Vozmediano, 2015);

- privacidad y tipo de información mostrado en los perfiles (Sengupta; Chaudhuri, 2011; Staksrud; Ólafsson; Livingstone, 2013);
- género (Catalina-García; López-de-Ayala; García-Jiménez, 2014; Kormas *et al.*, 2011; Durkee *et al.*, 2012; Rial *et al.*, 2014; Catalina-García; López-de-Ayala; García-Jiménez, 2014; Alfaro-González *et al.*, 2015; Fernández; Peñalva; Irazábal, 2015); y
- diferencias individuales en el patrón de uso de internet (Hasebrink *et al.*, 2011; De-Frutos-Torres; Sánchez-Valle; Vázquez-Barrio, 2014).

Teniendo en cuenta estos resultados se plantea un segundo objetivo centrado en identificar el perfil de las conductas de riesgo a partir de las variables personales, conductuales y actitudinales que puedan estar asociadas con prácticas poco seguras en las redes sociales.

Los menores están familiarizados con los riesgos de las redes sociales, pero ello no se traduce necesariamente en un comportamiento preventivo en ellas

### 2.1. Muestra

El estudio se llevó a cabo con una muestra de 370 participantes seleccionados en centros de educación secundaria ubicados en Segovia (España). Se seleccionaron al azar dos centros públicos y dos centros privados-concertados<sup>3</sup> y se eligieron alumnos de tercer y cuarto curso de Educación Secundaria Obligatoria (ESO). Se solicitó la colaboración en el estudio a los directores de los centros a través de la *Fundación ANAR*, los participantes fueron informados del anonimato y de la confidencialidad de los datos recogidos, y su participación fue voluntaria. La muestra estuvo integrada en un 53% por chicos y un 47% por chicas; el 60% pertenece al tercer curso de ESO y el otro 40% al cuarto. El rango de edad se situaba entre los 14 y 18 años, con una media de 15,3 años (desviación típica = 1).

### 2.2. Procedimiento

Se diseñó un cuestionario, que fue cumplimentado en el aula con la presencia de una persona del equipo de investigación, e incluía los datos personales: edad, sexo y curso académico. Las variables sobre redes sociales incluidas en el estudio se detallan a continuación:

#### Uso

- tiempo de conexión, que se identificó marcando los períodos de conexión en ocho franjas horarias a lo largo del día;
- número de cuentas abiertas; y
- nombre de las redes utilizadas habitualmente.

#### Acciones poco seguras

- contactar con desconocidos;
- mantener el perfil público o parcialmente público; e
- incluir en el perfil la dirección, el teléfono o el colegio.

#### Incidentes negativos

- agresiones;
- contenidos molestos;
- difusión de rumores sobre el propio individuo;
- difusión de rumores de otras personas, y
- otros comportamientos inapropiados, que aunque no lleguen a ser una falta o un delito constituyen experiencias negativas.

#### Gratificaciones por usar las redes sociales

- tener muchos amigos;
- hacer comentarios sobre los contenidos que suben los amigos;
- mostrar una buena imagen de uno mismo; y
- subir contenidos interesantes.

Las respuestas se recogieron en una escala tipo Likert de 5 puntos, de nada a muy importante. La puntuación global se obtuvo con la media de las puntuaciones de los ítems de la escala. La consistencia interna de la escala medida con el coeficiente alpha de Cronbach fue de 0,65.

El estilo de navegación se evaluó con la escala de **De-Frutos-Torres; Sánchez-Valle; Vázquez-Barrio** (2014): una puntuación alta implica una conducta experimental en la navegación que busca entretenimiento, y estimulación, y supone comportamientos arriesgados. La escala, formada por seis posiciones, obtiene una puntuación media de 3,0 puntos (SD = 0,56) y un coeficiente de fiabilidad alpha de Cronbach de 0,67.

Las percepciones de control sobre los contenidos subidos a la red social, y sobre la seguridad en las redes sociales se recogieron en una escala Likert de 5 puntos.

Los jóvenes perciben las redes sociales como medios gratificantes por el valor de entretenimiento e interacción social, además del lugar donde expresar la propia identidad

Finalmente, se pidió a los participantes que valoraran hasta qué punto consideraban que las redes sociales podrían llevarles a situaciones de riesgo, las respuestas se recogieron en una escala Likert de 5 puntos, donde 1 indicaba un alto riesgo y 5 ausencia de riesgo. Las puntuaciones de las variables se han recodificado de manera que mayor puntuación implica mayor percepción de riesgo.

## 3. Resultados y discusión

### 3.1. Acceso a las redes sociales

El 4,3% de los participantes indicó que no tenía cuenta abierta en ninguna red social. Dado que el estudio se centra en el uso de las redes sociales los resultados se refieren a la muestra válida formada por 354 menores que sí las usaban. Los adolescentes suelen utilizar más de una cuenta: el 49,2% tiene entre dos y tres cuentas, otro 20,3% declara 4

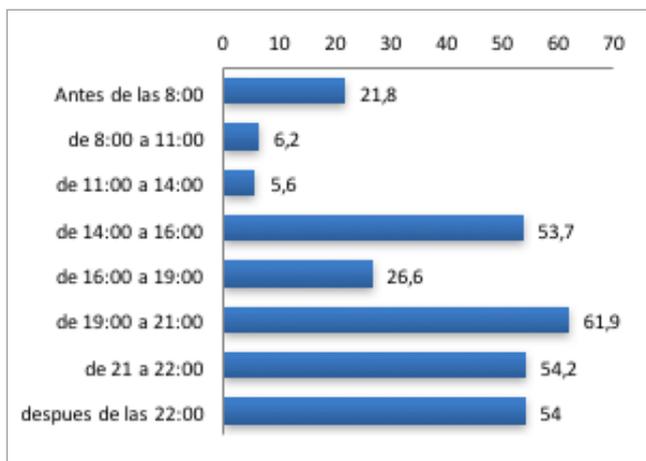


Gráfico 1. Conexión a las redes sociales a lo largo de un día laborable (%)

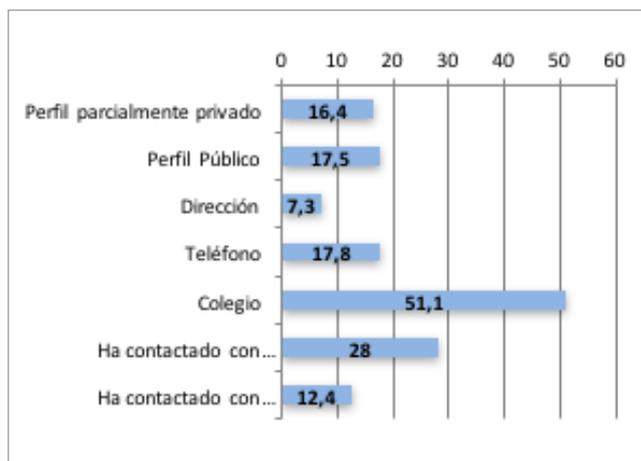


Gráfico 2. Incidencia de las conductas de riesgo (%)

cuentas activas y el 18,9% está suscrito a 5 ó más cuentas. Tener una sola cuenta ha resultado ser lo menos frecuente (7,3%). Las horas de la tarde, particularmente entre las 19:00 y 21:00 horas, son las preferidas para conectarse a las redes sociales según se muestra en el gráfico 1. No obstante la conexión sigue por la noche para más de la mitad de los participantes. Ante la dificultad de medir el tiempo global de consumo se ha hecho una estimación sumando los períodos marcados por cada participante. La mitad se conecta en 3 de los períodos (media = 2,89 y desviación típica 1,59) que equivale aproximadamente a unas 9 horas al día (gráfico 1).

### 3.2. Conductas de riesgo

El 66,1% afirma tener su perfil privado para que sólo puedan verlo sus amigos, ésta se considera una práctica segura. El resto declara prácticas más arriesgadas, en concreto, un 17,5% tiene parcialmente privado su perfil (pueden verlo amigos de amigos) y un 16,4% de los casos está abierto a cualquier persona. El porcentaje de perfiles seguros es superior al recogido en el estudio *EUKids online* (Lobe et al., 2011). Además, se considera una conducta poco segura proporcionar datos personales como la dirección, el número de teléfono y el centro escolar. El 7,3% de los casos incluye la dirección, el 17,8% el número de teléfono y el 51,1% el cen-

tro de estudios. Aunque más de la mitad de los participantes nunca ha entrado en contacto con desconocidos, un 28% informa de que alguna vez lo ha hecho pero no tiene intenciones de volverlo a repetir y un 12,4% no ve inconveniente en reincidir sobre esta conducta (gráfico 2).

En la experiencia diaria de las redes sociales los jóvenes se enfrentan con situaciones desagradables. Aunque la frecuencia con la que se relatan este tipo de hechos fluctúa entre el 17,8% y el 34,7%, son acciones que se dan simultánea y repetidamente. Sólo uno de cada cuatro participantes declara que no ha tenido ninguna experiencia negativa en su uso de las redes sociales, proporción algo mayor de la recogida en otros estudio similares (Sabater-Fernández; López-Hernández, 2015) (gráfico 3).

Por otra parte, las redes sociales constituyen una fuente de gratificación gracias a la interacción social, la aceptación y la imagen mostrada ante los demás. La puntuación media de la escala es de 3,3 puntos y la desviación típica es igual a 0,55 (tabla 1).

La opinión de los adolescentes sobre el control de los contenidos subidos a las redes es bastante optimista: su valoración media está en 3,82 puntos sobre una escala de cinco puntos. En este mismo sentido apunta la variable sobre la seguridad en las redes sociales, la confianza es algo mayor al evaluar la seguridad en las redes sociales. Finalmente, la

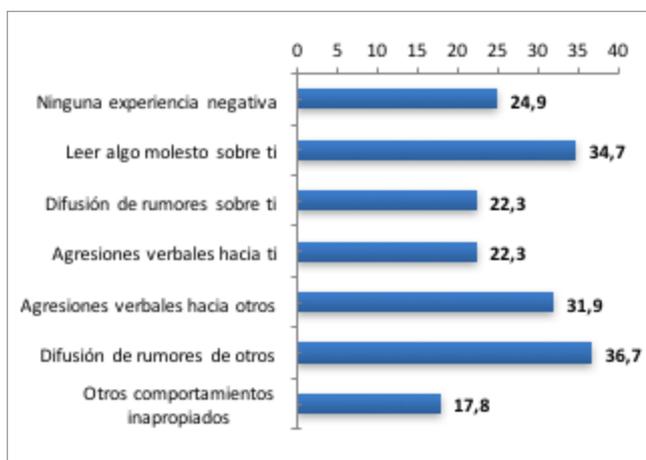


Gráfico 3. Incidencia de experiencias negativas en las redes sociales (%)

Tabla 1. Respuestas a la evaluación de control de contenidos, seguridad y percepción de riesgos en las redes sociales, puntuación media y desviación típica

	Ausencia (control, seguridad, riesgo)		Totalmente (controlado, seguro, arriesgado)			Media	Desviación típica
	1	2	3	4	5		
Control de contenidos	4,8%	6,8%	23,4%	31,9%	33,1%	3,82	(1,11)
Seguridad	1,1%	7,1%	18,9%	41,2%	31,6%	3,95	(0,94)
Riesgo percibido	9,3%	16,9%	40,4%	21,5%	11,9%	3,10	(1,11)

percepción de riesgo se sitúa en medio de la escala con una puntuación de 3,10 (desviación típica = 1,1) en la escala de 5 puntos, que se puede interpretar como un equilibrio entre el peligro y la seguridad.

### 3.3. Perfil asociado a las prácticas de riesgo en las redes sociales

Para identificar las variables que puedan tener relación con las conductas de riesgo se ha efectuado un análisis de regresión logística. A los participantes que habían señalado alguno de los comportamientos poco seguros se les ha asignado al grupo de riesgo (código 1). El análisis se ha efectuado por el método de pasos sucesivos para identificar las variables con mayor poder predictivo sobre la variable dependiente. Las variables incluidas en el análisis han sido la edad, el sexo, el tiempo de conexión a las redes sociales, el número de cuentas abiertas, el estilo de navegación exploratorio, la gratificación social y las experiencias negativas vividas en las redes sociales. El modelo es significativo (Chi-cuadrado = 6,911 sig.= 0,009).

Las chicas adolescentes valoran más que los chicos el riesgo en las redes sociales

Los resultados indican que la variable más relacionada con las conductas de riesgo es el estilo de navegación exploratorio. La razón de la ventaja es de 2,8 (Exp (b) =2,8), es decir, cuanto más internalizada está la navegación exploratoria mayor es la probabilidad de incurrir en conductas de riesgo en las redes sociales. En segundo lugar entra en la ecuación de regresión el número de cuentas abiertas en las redes sociales, la razón de la ventaja para esta variable es 1,32: a medida que se incrementa el número de cuentas abiertas mayor es la probabilidad de tener conductas arriesgadas. La gratificación social recibida a través de las redes sociales es la siguiente variable que está asociada con las conductas de riesgo. En este caso la razón de las ventajas también es mayor que 1, por lo tanto, a medida que se le da más importancia a las redes sociales como fuente de gratificación, mayor es la probabilidad de implementar comportamientos arriesgados. Las tres variables incluidas en la ecuación de regresión logística explican un 11,8% de las conductas de riesgo (R<sup>2</sup> de Nagelkerke = 0,118). El porcentaje de acierto en el pronóstico sobre las conductas de riesgo es del 80,2%.

El análisis de las variables que no entran en la ecuación de regresión logística sirven también de apoyo para la discusión de los resultados. Ni la edad, ni el sexo están asociadas

Tabla 2. Análisis de regresión logística sobre las conductas de riesgo, método de pasos sucesivos

	Coefficiente Beta (ET)	Wald (sig)	Exp (B)
Constante	-3,604 (1,097)	-3,438 (0,001)	0,027
Estilo de navegación exploratorio	0,737 (0,297)	6,143 (0,013)	2,090
Nº de cuentas abiertas	0,276 (0,110)	6,279 (0,012)	1,318
Gratificación	0,642 (0,277)	5,064 (0,024)	1,866

con las conductas de riesgo, a diferencia de los estudios referenciados donde sí se habían encontrado diferencias en base a variables personales. Así mismo resulta revelador que mientras la gratificación social que proporcionan las redes a los adolescentes está vinculada con las prácticas de riesgo, haber vivido experiencias negativas no lo está.

A pesar de haber vivido experiencias negativas en las redes sociales, los menores no las perciben como sitios con riesgo

### 3.4. Factores asociados al riesgo percibido en las redes sociales

A continuación se buscan los factores asociados al riesgo percibido en las redes sociales. Se plantea que el riesgo depende del control de la situación, en este caso, el control sobre los contenidos subidos a las redes sociales, y la seguridad en las redes sociales sirven de referencia para el análisis. Además se propone que las experiencias acumuladas en las redes sociales, tanto positivas como negativas, serán un factor de influencia en la percepción de riesgo, además de las variables personales (edad, sexo, estilo de navegación) y de las variables de uso (cuentas abiertas y tiempo de conexión). Para poner a prueba este modelo de influencia se ha llevado a cabo un análisis de regresión lineal sobre la percepción de riesgo en dos bloques. En el primer bloque se han introducido las variables sexo, edad, número de perfiles de redes sociales y frecuencia de conexión. El análisis de la regresión es estadísticamente significativo (Anova F=2,508; 4/349; sig. =0,042) y explica el 2,8% de la percepción del riesgo (R<sup>2</sup>= 0,028). En el segundo bloque se incluyen el resto de variables, lo que supone una mejora significativa del modelo (Durbin Watson=2,157; sig. 0,009), y un incremento de la varianza explicada hasta el 7,9% (R<sup>2</sup> = 0,079).

En la tabla 3 se muestra la estimación de los parámetros de la ecuación de regresión. Sobre las relaciones propuestas sólo

Tabla 3. Análisis de regresión sobre la percepción de riesgo. Método de introducción de variables

	Coefficiente Beta	t	sig.
<b>Bloque 1</b>	B (error típico)		
Constante	2,383 (0,915)	2,603	0,010
Edad	0,007 (0,059)	0,112	0,911
Sexo	0,279 (0,118)	<b>2,363</b>	0,019
Nº de cuentas abiertas	0,080 (0,044)	1,838	0,067
Tiempo de conexión diaria	-0,023 (0,039)	-0,586	0,558
<b>Bloque 2</b>			
Control sobre los contenidos	-0,154 (0,058)	<b>-2,664</b>	0,008
Seguridad percibida	-0,066 (0,069)	-0,957	0,339
Estilo de navegación exploratorio	0,101 (0,121)	0,833	0,406
Conductas de riesgo	0,000 (0,036)	0,013	0,990
Experiencias negativas	-0,024 (0,038)	-0,631	0,529
Gratificación	-0,032 (0,103)	-0,312	0,755

dos variables obtienen parámetros estadísticamente significativos. En el bloque de las variables personales el sexo tiene un efecto sobre la percepción del riesgo, las chicas adolescentes realizan una valoración de los riesgos más elevada. El control sobre los contenidos subidos a la red está asociado con la percepción de riesgo y el sentido de la relación es negativo, es decir, cuanto mayor es la sensación de que nadie usa indebidamente los contenidos propios menor es el riesgo percibido en las redes sociales. Quizá el aspecto más revelador de este análisis sea la ausencia de relación del riesgo percibido con las experiencias vividas por los menores en las redes sociales, ya sean de signo negativo como aquellas que son fuente de gratificación de las redes, y la ausencia de relación con las conductas de riesgo en las redes sociales.

El control sobre los contenidos subidos a la Red se asocia inversamente con la percepción de riesgo: cuanto mayor es la sensación de control sobre los contenidos compartidos en las redes sociales menor es el riesgo percibido

#### 4. Conclusiones

La principal conclusión es la disociación entre la percepción del riesgo y las experiencias en las redes sociales. Cabría esperar que las experiencias negativas fueran un estímulo para que los menores sean más conscientes de los riesgos a los que pueden estar expuestos en las redes sociales. Sin embargo los resultados muestran que no hay relación entre ambos aspectos. Del mismo modo, las experiencias positivas derivadas de las redes sociales no se traducen en una disminución del riesgo percibido. Tan sólo el género ha mostrado tener un papel significativo en la percepción de riesgo de las redes sociales que es mayor en las chicas adolescentes.

Este resultado explica la dificultad para concienciar sobre los riesgos si ni siquiera la propia experiencia sirve de referencia para tomar conciencia de las situaciones difíciles a las que les pueden llevar las redes sociales. Se podría pensar que los menores que han participado en el estudio no han vivido malas experiencias y por eso resulta difícil tomar conciencia del peligro. Los resultados muestran que tres de cada cuatro menores había sufrido algún tipo de incidente desagradable en su experiencia de uso. Por otra parte, es evidente que las redes sociales juegan un rol muy importante en su vida. La cuestión es cómo conciliar ambas cuestiones. Desde nuestro punto de vista la disonancia cognitiva podría explicar esta aparente disociación. Las redes sociales son una fuente de gratificación social para los menores, que sostienen comportamientos arriesgados, que a su vez pueden tener consecuencias negativas. Para evitar las tensiones que pueda generar esta contradicción los menores pueden negar las consecuencias aumentando su sensación de control sobre las redes.

A partir del estudio se recomienda que las acciones de prevención de riesgos en las redes sociales tengan en cuenta la aparente contradicción. Sería interesante fomentar la discusión y puesta en común por los propios adolescentes

sobre las experiencias negativas que viven con frecuencia en las redes sociales, concienciar sobre la importancia de cuestionar dentro del propio grupo comportamientos que no sean aceptables. De este modo se podrían evitar los efectos negativos de su normalización, contribuiría a tener una noción más realista de los riesgos que con más frecuencia se viven en las redes sociales y se fomentaría el control sobre los contenidos.

Finalmente el estudio demuestra la relación de determinados comportamientos arriesgados con determinadas variables personales y actitudinales. No sorprende ver que los menores que utilizan las redes sociales con mayor frecuencia tienen más probabilidad de incurrir en conductas de riesgo y de sufrir experiencias negativas. El número de cuentas abiertas es otra variable que está asociada al riesgo. Ni la edad, ni el sexo están vinculadas al comportamiento arriesgado, pero sí encontramos una variable actitudinal respecto a la interacción con internet, que es la navegación exploratoria. La mayor predisposición a la búsqueda de nuevas experiencias, contenidos, etc., en la Red lleva a una mayor exposición a los riesgos.

#### Notas

1. La teoría de la acción razonada plantea que las personas configuran las creencias y actitudes sobre su propia conducta teniendo en cuenta la opinión de los demás (norma subjetiva) y el control sobre la misma (control percibido de la conducta), contribuyendo en su conjunto a predecir el comportamiento. La norma subjetiva refleja la presión social percibida por el individuo para llevar a cabo esa conducta. El control percibido de la conducta recoge la facilidad o dificultad para implementar la acción.

2. Subir contenidos a la Red es un acto voluntario, bajo nuestro control, pero en el momento que se comparte se pierde parte del control. Nos referimos a "control" en el sentido de que si hoy se sube una imagen y mañana se decide eliminarla se pueda hacer, que se pueda decidir quién la ve, y en qué momento, etc.

El uso frecuente de las redes establece la creencia de que se está en un entorno que controlado, cuando en realidad, si se sube un contenido y se comparte se deja de tener control sobre ese contenido, y otras personas pueden seguir compartiéndolo entre sus contactos.

El control depende del nivel de privacidad establecido en los perfiles, pero aun así, compartir información entre "amigos", puede llevar a situaciones poco deseadas. Es frecuente entre parejas de adolescentes compartir fotos íntimas; si más tarde se rompe la relación, una de las partes puede utilizar estas fotos para deteriorar la imagen del otro haciéndolas públicas. En ese sentido, se pierde el control de la información. Se tiende a creer que se tiene el control sobre el propio perfil, pero es una idea ilusoria, porque realmente la seguridad se puede romper fácilmente.

3. Segovia cuenta con 6 centros de formación secundaria públicos ubicados en la capital, con características socioeconómicas similares y 3 centros privados-concertados. Por ello la elección de los centros se realizó por un procedimiento aleatorio simple.

## Anexo

Correlación de Pearson de las variables utilizadas en el análisis de regresión

	Control sobre los contenidos	Seguridad	Experiencias negativas	Gratificación social	Estilo de navegación exploratorio	Períodos de consulta	Cuentas abiertas	Sexo	Edad
Percepción de riesgo	-0,163**	-0,107*	-0,022	0,004	0,032	0,018	0,109*	0,136*	0,010
Control sobre los contenidos		0,437**	-0,007	0,034	0,025	0,045	0,064	0,068	-0,010
Seguridad			0,104	0,111*	0,080	0,053	0,136*	0,037	0,005
Experiencias negativas				0,125*	0,078	0,223**	0,137**	0,044	0,113*
Gratificación social					0,335**	0,177**	0,132*	0,113*	-0,039
Estilo de navegación exploratorio						0,022**	0,261**	-0,168**	0,140**
Períodos consulta								0,070	0,184**
Cuentas abiertas								0,125*	0,055
Sexo									0,020
Edad									

p <0,05 \*\*p <0,005

## Agradecimientos

Las autoras quieren agradecer a la fundación ANAR y los centros de educación secundaria colaboradores del estudio su participación desinteresada. A los revisores anónimos de este trabajo por sus sugerencias y mejoras del texto. Este trabajo de investigación se enmarca en el proyecto de investigación *Competencias mediáticas de la ciudadanía en medios digitales emergentes en el ámbito profesional de la comunicación*, financiado por MIMECO/FEDER Ref. EDU2015-64015-C3-3-R.

## 5. Referencias

**Ajzen, Icek** (1991). "The theory of planned behavior". *Organizational behavior and human decision processes*, v. 50, pp. 179-211.  
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

**Alfaro-González, María; Vázquez-Fernández, Marta-Esther; Fierro-Urturi, Ana; Herrero-Bregón, Beatriz; Muñoz-Moreno, M. Fátima; Rodríguez-Molinero, Luis** (2015). "Uso y riesgos de las tecnologías de la información y comunicación en adolescentes de 13-18 años". *Acta pediátrica española*, v. 73, n. 6, pp. 146-151.  
<http://www.actapediatrica.com/index.php/secciones/originales/1127-uso-y-riesgos-de-las-tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-en-adolescentes-de-13-18-anos>

**Bernal, César; Angulo, Félix** (2013). "Interacciones de los jóvenes andaluces en las redes sociales". *Comunicar*, v. 20, n. 40, pp. 25-30.  
<https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-02>

**Bonds-Raacke, Jennifer; Raacke, John** (2008). "MySpace and Facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites". *Cyberpsychology & behavior*, v. 8, n. 1, pp. 27-33.  
<https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0056>

**Bringué, Xavier; Sádaba, Charo** (2009). *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel, Colección Fundación Telefónica. ISBN: 978 84 08 09111 0

**Cáceres-Zapatero, María-Dolores; Ruiz-San-Román, José A.; Brändle-Señán, Gaspar** (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en internet. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, n. 14, pp. 213-231.  
<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/8070>

**Catalina-García, Beatriz; López-de-Ayala, María-Cruz; García-Jiménez, Antonio** (2014). "Los riesgos de los adolescentes en internet: los menores como actores y víctimas de los peligros en internet". *Revista latina de comunicación social*, n. 69, pp. 462-485.  
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1020>

**Colás-Bravo, Pilar; González-Ramírez, Teresa; De-Pablos-Pons, Juan** (2013). "Juventud y redes sociales: motivaciones y usos preferentes". *Comunicar*, v. 20, n. 40, pp. 15-23.  
<https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>

**De-Frutos-Torres, Belinda; Sánchez-Valle, María; Vázquez-Barrio, Tamara** (2014). "Perfiles de adolescentes on line y su comportamiento en el medio interactivo". *Icono 14*, v. 12, n. 1, pp. 374-397.  
<https://doi.org/10.7195/ri14.v11i2.208>

**De-Frutos-Torres, Belinda; Vázquez-Barrio, Tamara** (2012). "Adolescentes y jóvenes en el entorno digital: análisis de su discurso sobre usos, percepción de riesgo y mecanismos de protección". *Doxa comunicación*, n. 15, pp. 57-79.  
<http://www.doxacomunicacion.es/es/hemeroteca/articulos?id=135>

**Del-Río, Jorge; Sádaba, Charo; Bringué, Xavier** (2010). "Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbu-

- llying". *Juventud y nuevos medios de comunicación*, n. 88, pp. 115-129.  
<http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-09.pdf>
- Dunne, Aine; Lawlor, Margaret Anne; Rowley, Jennifer** (2010). "Young people's use of online social networking sites-a uses and gratifications perspective". *Journal of research in interactive marketing*, v. 4, n. 1, pp. 46-58.  
<https://doi.org/10.1108/17505931011033551>
- EGM (Estudio general de medios)* (2016). *Audiencia de Internet en el EGM* (abril-mayo 2016).  
<http://www.aimc.es>
- Durkee, Tony; Kaess, Michael; Carli, Vladimir; Parzer, Peter; Wasserman, Camilla; Floderus, Birgitta; Apter, Alan; Balazs, Judit., Barzilay, Shira; Bobes, Julio; Brunner, Romuald; Corcoran, Paul; Cosman, Doina; Cotter, Padraig; Despalins, Romain; Graber, Nadja; Guillemin, Francis; Haring, Christian; Kahn, Jean-Pierre; Mandelli, Laura, Marusic, Dragan; Mészáros, Gergely, Musa, George J.; Postuvan, Vita; Resch, Franz; Saiz, Pilar A.; Sisask, Merike; Varnik, Airi; Sarchiapone, Marco; Hoven, Christina W.; Wasserman, Danuta** (2012). "Prevalence of pathological internet use among adolescents in Europe: Demographic and social factors". *Addiction*, v. 107, n. 12, pp. 2210-2222.  
<https://doi.org/10.1111/j.1360-0443.2012.03946.x>  
<http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/exportCitation/doi/10.1111/j.1360-0443.2012.03946.x>
- Fernández, Javier; Peñalva, María Alicia; Irazábal, Itziar** (2015). "Hábitos de uso y conductas de riesgo en internet en la pre-adolescencia". *Comunicar*, v. 22, n. 44, pp. 113-120.  
<https://doi.org/10.3916/C44-2015-12>
- García-Jiménez, Antonio; Catalina-García, Beatriz; Montes-Vozmediano, Manuel** (2015). "Una aproximación a la educación mediática para el contacto con desconocidos en internet". *Comunicación y hombre*, n. 11, pp. 101-114.  
<http://ddfv.ufv.es/xmlui/handle/10641/1183>  
<http://hdl.handle.net/10641/1183>
- García-Jiménez, Antonio; López de Ayala, María-Cruz; Catalina-García, Beatriz** (2013). "Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles". *Comunicar*, v. 21, n. 41, pp. 195-204.  
<https://doi.org/10.3916/C41-2013-19>
- Garmendia-Larrañaga, Maialen; Garitaonandia-Garnacho, Carmelo; Martínez-Fernández, Gemma; Casado-Del-Río, Miguel-Ángel** (2011). *Riesgos y seguridad en internet. Los menores españoles en el contexto europeo*. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, EU Kids Online. ISBN: 978 84 9860 520 4
- Hasebrink, Uwe; Görzig, Anke; Haddon, Leslie; Kalmus, Veronika; Livingstone, Sonia** (2011). *Patterns of risk and safety online: In-depth analyses from the EU Kids Online survey of 9-to 16-year-olds and their parents in 25 European countries*. EU kids online, deliverable D6. EU Kids Online Network, London, UK.  
[http://eprints.lse.ac.uk/39356/1/Patterns\\_of\\_risk\\_and\\_safety\\_online\\_\(LSERO\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/39356/1/Patterns_of_risk_and_safety_online_(LSERO).pdf)
- INE (Instituto Nacional de Estadística)* (2015). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. Año 2015.  
[http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&dp=1254735976608](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&dp=1254735976608)
- Jiménez-Albiar, María-Isabel; Piqueras-Rodríguez, José-Antonio; Mateu-Martínez, Ornella; Carballo, José-Luis; Orgilés-Amorós, Mireia; Espada-Sánchez, José-Pedro** (2012). "Diferencias de sexo, característica de personalidad y afrontamiento en el uso de internet, el móvil y los videojuegos en la adolescencia". *Health and addictions / Salud y drogas*, v. 12, n. 1, pp. 61-82.  
<http://ojs.haaj.org/index.php/haaj/article/view/10/10>
- Jiménez-Iglesias, Estefanía; Garmendia-Larrañaga, Maialen; Casado-Del-Río, Miguel-Ángel** (2015). "Percepción de los y las menores de la mediación parental respecto a los riesgos en internet". *Revista latina de comunicación social*, n. 70, pp. 49-68.  
<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1034-UP/04es.html>
- Kormas, Georgios; Critselis, Elena; Janikian, Mari; Kafetzis, Dimitrios; Tsitsika, Artemis** (2011). "Risk factors and psychosocial characteristics of potential problematic and problematic internet use among adolescents: A cross-sectional study". *BMC Public health*, v. 11, n. 1, pp. 595-602.  
<https://doi.org/10.1186/1471-2458-11-595>
- Lenhart, Amanda; Madden, Mary; MacGill, Alexandra-Rankin; Smith, Aaron** (2007). "Teens and social media: The use of social media gains a greater foothold in teen life as they embrace the conversational nature of interactive online media". *PEW Internet & American Life Project*, 44 pp.  
[http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2007/PIP\\_Teens\\_Social\\_Media\\_Final.pdf.pdf](http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2007/PIP_Teens_Social_Media_Final.pdf.pdf)
- Livingstone, Sonia** (2008). "Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression". *New media & society*, v. 10, n. 3, pp. 393-411.  
<https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie; Görzig, Anke; Ólafsson, Kjartan** (2011). *Technical report and user guide: The 2010 EU kids online survey*. EU Kids Online, London School of Economics and Political Science, London.  
[http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/Survey/Technical%20report.pdf](http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/Survey/Technical%20report.pdf)
- Livingstone, Sonia; Helsper, Ellen J.** (2007). "Taking risks when communicating on the internet: The role of offline social-psychological factors in young people's vulnerability to online risks". *Information, Communication & society*, v. 10, n. 5, pp. 619-644.  
<https://doi.org/10.1080/13691180701657998>
- Livingstone, Sonia; Kirwil, Lucyna; Ponte, Cristina; Stakrud, Elisabeth** (2013). *In their own words: What bothers children online?* EU Kids Online Network. LSE London: EU Kids On-line.  
<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Intheirrownwords020213.pdf>

**Lobe, Bojana; Livingstone, Sonia; Ólafsson, Kjartan; Vodeb, Hana** (2011). *Cross-national comparison of risks and safety on the internet: Initial analysis from the EU kids online survey of European children*. EU Kids Online, Deliverable D6. EU Kids Online Network, London, UK.

[http://eprints.lse.ac.uk/39608/1/Cross-national%20comparison%20of%20risks%20and%20safety%20on%20the%20internet\(lsero\).pdf](http://eprints.lse.ac.uk/39608/1/Cross-national%20comparison%20of%20risks%20and%20safety%20on%20the%20internet(lsero).pdf)

**Martínez-Pastor, Esther; Sendín-Gutiérrez, José-Carlos; García-Jiménez, Antonio** (2013). "Percepción de los riesgos en la red por los adolescentes en España: usos problemáticos y formas de control". *Análisi: Quaderns de comunicació i cultura*, n. 48, pp. 111-130.

<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/304861/394669>

**Ochaita, Esperanza; Espinosa, María-Ángeles; Gutiérrez, Héctor** (2011). "Las necesidades adolescentes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación". *Revista de estudios de juventud*, n. 92, pp. 87-110.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ92-07.pdf>

**Ólafsson, Kjartan; Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie** (2014). *Children's use of online technologies in Europe. A review of the European evidence base*. Revised edition. LSE, London: EU Kids Online.

<http://www.dependencias.pt/ficheiros/conteudos/files/Children.pdf>

**Padilla, Sonia; Rodríguez, Elisa; Álvarez, Míriam; Torres, Alejandra; Suárez, Arminda; Rodrigo, María-José** (2015) "The influence of the family educational scenario on internet use of primary and secondary school children". *Journal for the study of education and development*, v. 38, n. 2; pp. 402-434.

<https://doi.org/10.1080/02103702.2015.1016749>

**Pelling, Emma L.; White, Katherine M.** (2009). "The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking web sites". *Cyberpsychology & behavior*, v. 12, n. 6, pp. 755-759.

<https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0109>

**Rial-Boubeta, Antonio; Golpe-Ferreiro, Sandra; Gómez-Salgado, Patricia; Barreiro-Couto, Carmen** (2014). "Variables asociadas al uso problemático de internet entre adolescentes". *Health and addictions*, v. 15, n. 1, pp. 25-38.

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=83938758003>

**Ruggiero, Thomas E.** (2000). "Uses and gratifications theory in the 21<sup>st</sup> century". *Mass communication & society*, v. 3, n. 1, pp. 3-37.

[https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301\\_02](https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02)

**Rodríguez-García, Lorena; Magdalena-Benedito, José-Rafael** (2016). "Perspectiva de los jóvenes sobre seguridad y privacidad en las redes sociales". *Icono 14*, v. 14, n. 1, pp. 24-49.

<https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.885>

**Rubio-Gil, Ángeles** (2010). "Generación digital: patrones de consumo de internet, cultura juvenil y cambio social". *Revista de estudios de juventud*, n. 88, pp. 201-221.

<http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-14.pdf>

**Sabater-Fernández, Carmen** (2014). "La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública de los jóvenes en internet". *Aposta*, n. 61, pp. 1-32.

<http://apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/csabater.pdf>

**Sabater-Fernández, Carmen; López-Hernández, Lara** (2015). "Risk factors in cyberbullying. Frequency and exposition of personal data on the internet". *International journal of sociology of education*, v. 4, n. 1, pp. 1-25.

<https://doi.org/10.4471/rise.2015.01>

**Sánchez-Martínez, Mercedes; Otero-Puime, Ángel** (2010). "Usos de internet y factores asociados en adolescentes de la Comunidad de Madrid". *Atención primaria*, v. 42, n. 2, pp. 79-85.

<https://doi.org/10.1016/j.aprim.2009.05.004>

**Sendín-Gutiérrez, José-Carlos; Gaona-Pisonero, Carmen; García-Jiménez, Antonio** (2014). "Nuevos medios: usos comunicativos de los adolescentes. Perspectivas desde los nativos digitales". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 20, n. 1, pp. 265-280.

[https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n1.45231](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45231)

**Sengupta, Anirban; Chaudhuri, Anoshua** (2011). "Are social networking sites a source of online harassment for teens? Evidence from survey data". *Children and youth services review*, v. 33, n. 2, pp. 284-290.

[http://online.sfsu.edu/anoshua/research/Sengupta\\_Chaudhuri\\_WP.pdf](http://online.sfsu.edu/anoshua/research/Sengupta_Chaudhuri_WP.pdf)

**Slonje, Robert; Smith, Peter K.** (2008). "Cyberbullying: Another main type of bullying?". *Scandinavian journal of psychology*, v. 49, n. 2, pp. 147-154.

<https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.2007.00611.x>

**Staksrud, Elisabeth; Ólafsson, Kjartan; Livingstone, Sonia** (2013). "Does the use of social networking sites increase children's risk of harm?". *Computers in human behavior*, v. 29, n. 1, pp. 40-50.

<https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.026>

**Utz, Sonja; Tanis, Martin; Vermeulen, Ivar** (2012). "It is all about being popular: The effects of need for popularity on social network site use". *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, v. 15, n. 1, pp. 37-42.

<https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0651>

**Valkenburg, Patti M.; Soeters, Karen E.** (2008). "Children's positive and negative experiences with the internet. An exploratory survey". *Communication research*, v. 28, n. 5, pp. 652-675.

<https://doi.org/10.1177/009365001028005004>

**Walrave, Michel; Heirman, Wannes** (2013). "Adolescents, online marketing and privacy: Predicting adolescents' willingness to disclose personal information for marketing purposes". *Children & society*, v. 27, n. 6, pp. 434-447.

<https://doi.org/10.1111/j.1099-0860.2011.00423.x>



# PERCEPCIÓN DE LOS PADRES SOBRE EL EMPODERAMIENTO DIGITAL DE LAS FAMILIAS EN HOGARES HIPERCONECTADOS

The perception of parents about the digital empowerment of family in hyperconnected households



**Teresa Torrecillas-Lacave, Tamara Vázquez-Barrio y Laura Monteagudo-Barandalla**



**Teresa Torrecillas-Lacave**, doctora en periodismo por la *Universidad San Pablo CEU*, es secretaria académica del *Programa Internacional de Doctorado en Comunicación Social*, de la *CEU Escuela Internacional de Doctorado (Ceindo)*. Sus principales líneas de investigación son la comunicación y los públicos vulnerables (concretamente, menores), nuevos medios y alfabetización mediática. Ha participado en proyectos competitivos y en la actualidad es investigadora principal junto a Luis Núñez-Ladevéze del proyecto *Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados*, financiado por el *Ministerio de Economía y Competitividad* (CSO 2013-42166-R).

<http://orcid.org/0000-0001-6167-658X>

*Universidad San Pablo CEU*  
Paseo Juan XXIII, 10. 28040 Madrid, España  
[teresat@ceu.es](mailto:teresat@ceu.es)



**Tamara Vázquez-Barrio** es profesora de opinión pública en la *Universidad CEU San Pablo*. Licenciada en *Comunicación audiovisual* y doctora en *Periodismo* por la misma universidad, tiene un master en *Producción audiovisual (UCM)* y el título de *Experto universitario en diseño y tratamiento estadístico de estudios de mercado* por la *UNED*. Desarrolla dos líneas de investigación: sobre los efectos de los medios de comunicación en la audiencia infantil y juvenil, con especial interés en la alfabetización digital, la mediación familiar y la responsabilidad social de los medios; y sobre comunicación política.

<http://orcid.org/0000-0003-2789-8554>

*Universidad San Pablo CEU*  
Paseo Juan XXIII, 10. 28040 Madrid, España  
[tamarav@ceu.es](mailto:tamarav@ceu.es)



**Laura Monteagudo-Barandalla** es profesora e investigadora en diversas instituciones: *Universidad CEU San Pablo*, *EUDE Business School*, *EUSchool* y *Esden Business School*. Es licenciada en *Administración y dirección de Empresas*, con especialidad en *Marketing e investigación de mercados* por la *Universidad Complutense de Madrid*. Master en *Marketing y publicidad digital*, por la *Universidad Antonio de Nebrija* y doctorando en *Comunicación especializada, innovación y tecnologías* por la *Universidad San Pablo-CEU*. Especializada en marketing y en e-commerce, ha trabajado en investigación de mercados, agencias de publicidad como *Young&Rubicam* y *Contrapunto*, y desarrollando proyectos de emprendimiento como la creación de dos e-commerce.

<http://orcid.org/0000-0003-2956-0581>

*EUDE Business School y Universidad San Pablo CEU*  
Arturo Soria, 245. 28033 Madrid, España  
[lau.monteagudo@ceindo.ceu.es](mailto:lau.monteagudo@ceindo.ceu.es)

## Resumen

En este artículo se difunden los resultados de una investigación cualitativa encaminada a estudiar el hogar como escenario de comunicación multipantalla en el que se produce la inclusión digital de los hijos, y de los padres como agentes de mediación en el uso que los menores hacen de los servicios digitales. La técnica utilizada ha sido el grupo de discusión de padres con hijos escolarizados en la Comunidad de Madrid. Los resultados indican que estos hogares tienden a ser escenarios

Artículo recibido el 09-09-2016  
Aceptación definitiva: 18-10-2016

hiperconectados, con acceso temprano e intensivo de TIC, en los que no existe brecha digital de acceso y sí de uso. En tales hogares la tecnología favorece la cohesión familiar por la emergencia de nuevos espacios de comunicación digitales y en los que se ejerce cierta mediación con medidas de control del uso y consumo que hacen los menores de las TIC.

### Palabras clave

Nuevas tecnologías; Servicios digitales; Internet; Educación mediática; Familias; Mediación parental; Alfabetización mediática; Medios de comunicación.

### Abstract

In this article we disseminate the results of a qualitative research project aimed at studying the household as a multi-device communication setting in which both children and parents are involved in a digital environment where parents act as mediators in the use of digital services by minors. The methodology used was the so-called “discussion group” technique, that involved parents whose children attend school in the Autonomous Region of Madrid. The results show that these households are hyper-connected settings that offer early access and intense use of IT devices in which both parents and children have equal access to technology but use it in different ways. In these households, technology facilitates family cohesion as a result of the emergence of new forms of digital communication, and in which certain mediation occurs as parents take measures to control the use and exposure to technology by minors.

### Keywords

New technologies; Digital services; Internet; Media education; Families; Parental mediation; Media literacy; Media.

**Torrecillas-Lacave, Teresa; Vázquez-Barrio, Tamara; Monteagudo-Barandalla, Laura (2017). “Percepción de los padres sobre el empoderamiento digital de las familias en hogares hiperconectados”. *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 97-104.**

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.10>

## 1. Introducción y estado de la cuestión

Los datos sobre la transformación digital de la sociedad española (*Fundación Telefónica*, 2015; *Barómetro CIS*, 2016) muestran la construcción de hogares multipantalla y nuevos hábitos de comunicación caracterizados por un alto componente social. Esta situación plantea un reto sin precedentes a los padres: cómo participar en la educación digital de los hijos favoreciendo hogares multipantalla responsables, que gestionen adecuadamente las oportunidades que ofrece internet y que eviten sus riesgos (*Livingstone et al.*, 2011).

En este artículo difundimos resultados de la fase cualitativa del proyecto de investigación *Auctoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados*, cuyo objetivo ha sido obtener información sobre la percepción y actitud de los padres acerca de la inclusión digital de sus hogares. En esta fase de la investigación hemos tratado de responder al siguiente objetivo concreto: conocer y analizar las ideas de los padres sobre:

- características de los hogares como escenarios de consumo;
- internet y servicios digitales;
- competencias digitales, mediación y riesgos;
- internet como posible generador de nuevos espacios de comunicación intrafamiliares.

La hipótesis de investigación es que las ideas y cogniciones sobre internet y los servicios digitales que sostienen los padres pueden condicionar la construcción del hogar como escenario educativo en el uso y consumo de TIC por parte de los menores y el tipo de interacciones educativas de padres e hijos -mediación parental-; y por lo tanto pueden generar distintas formas de recepción multipantalla por parte de los menores escolarizados.

Los resultados de esta investigación son una aportación a los estudios de la recepción desde el enfoque ecológico-sistémico (**Broffenbrenner**, 1987), en el que se fundamenta nuestro planteamiento. Este enfoque pone el acento en la importancia del contexto familiar para el desarrollo de los niños, considerado el escenario educativo más importante en su crecimiento. Como señala **Muñoz-Silva** (2005), “esto es debido a que las influencias familiares son las primeras y las más persistentes”.

“ Las ideas y cogniciones sobre internet y los servicios digitales que sostienen los padres pueden condicionar la construcción del hogar como escenario educativo ”

Los padres son quienes diseñan el ambiente en el que los menores realizan sus actividades cotidianas—como es el uso de servicios digitales—, además de mediar y supervisar con el objeto de fomentar la autorregulación en los menores (**Bradley**, 1995; **Rodrigo; Palacios**, 1998).

En el hogar como contexto de recepción multipantalla, la mediación familiar la entendemos como instancia cultural desde donde los menores producen y se apropian de los sentidos y significaciones de los nuevos procesos comunicativos y que configura tanto la interacción con los nuevos medios—consumo y producción— como la creación del sentido de la interacción (**Martín-Barbero**, 1987; **Orozco-Gómez**, 1996). La relación causal familia, menores y nuevos medios, está perfectamente asumida por la comunidad científica (**Livingstone; Bober**, 2006).

En los últimos años se están llevando a cabo muchos estudios desde esta perspectiva en el ámbito europeo (**Livingstone; Haddon, 2008; García-Jiménez, 2012; Ruiz-San-Román; Ortiz-Sobrino; Porto-Pedrosa, 2013**). A diferencia de lo que sucede con la televisión, en contextos multipantalla hay poca acumulación de conocimiento y están centrados en evaluar estrategias de mediación y su incidencia en el comportamiento digital de los hijos (**Pérez-Sánchez, 2013; Airebe; Orozo; Medrano, 2014; Garmendia-Larrañaga et al., 2011**).

Hay autores que consideran perjudiciales las estrategias de control porque cohiben la autonomía del niño (**Staksrud; Livingstone, 2009**), frente a otros que apuestan por tutelar el uso y consumo con ayudas técnicas y normas (**Bringué-Sala; Sádaba-Chalezquer, 2008**).

La mayoría de estas investigaciones están centradas en lo que algunos investigadores denominan componentes físicos, es decir, "aspectos observables como actores presentes en el uso y consumo de TIC o lugares de uso" (**Padilla et al., 2015**).

Nosotros nos sumamos a una línea más reciente y poco explorada, sobre todo en España, encaminada al análisis de los componentes actitudinales (**Valkenburg; Soeters, 2001**); es decir, ideas o cogniciones de las audiencias interactivas, como la percepción que tienen los padres sobre las TIC o su responsabilidad mediadora desde una perspectiva cualitativa, como condicionantes del grado y forma del tipo de intervención educativa que ejercen. Como señalan **Álvarez et al. (2013)**, "las actitudes y dimensiones de los padres difieren según su edad y educación".

Los hogares urbanos con menores escolarizados tienden a ser *hogares hiperconectados* con una fuerte presencia de dispositivos tecnológicos

## 2. Material y métodos

Se han realizado dos grupos de discusión con padres con menores escolarizados de la Comunidad de Madrid. La decisión metodológica estuvo determinada por el carácter de esta fase de la investigación: un estudio de la recepción multipantalla que tiene por objeto entender los procesos que viven las audiencias interactivas en su relación con el medio digital (**Callejo, 2001**).

Para el desarrollo de los grupos el equipo investigador elaboró una guía de discusión a partir de los resultados previos obtenidos en la fase cuantitativa mediante encuesta.

El universo de la muestra está constituido por familias urbanas con menores escolarizados de la Comunidad de Madrid. Los ejes utilizados para la selección de la muestra estructural han sido:

- edad de los hijos;
- edad de los padres;
- sexo de los hijos.

Los resultados de la fase cuantitativa y de otros estudios señalados en el marco teórico (**Álvarez et al., 2013**) ponen de manifiesto que:

- la edad de los hijos condiciona la frecuencia de uso y, por tanto, el grado de exposición al medio;
- la edad de los padres y el sexo de los hijos pueden implicar diferentes percepciones y, por tanto, tipos de mediación.

Se han tenido en cuenta asimismo otros dos ejes estructuradores:

- estatus socioeconómico, a partir del nivel de formación de los padres y el tipo de trabajo (medio-alto, medio-medio y medio bajo);
- tipo de colegio (público o privado/concertado).

Pero no se han considerado predominantes porque al estar el universo limitado a familias urbanas de la Comunidad de Madrid se previó que no iban a proporcionar opuestos muy significativos.

El diseño muestral intencional es el siguiente:

Grupo 1: padres y madres de hijos que cursen 2º o 5º de primaria.

Grupo 2: padres y madres de hijos que cursen 2º de ESO (educación secundaria obligatoria) o 1º de bachillerato.

Las características de cada grupo son las mismas:

- edad: mayores y menores de 45 años al 50%;
- niños/niñas: padres/madres de hijos y de hijas al 50%;
- sexo: hombres y mujeres al 50%;
- titularidad del colegio: público y privado/concertado al 50%;
- estatus socioeconómico: 13% clase media alta; 50% clase media-media y 38% clase media baja.

Cada grupo está compuesto por 8 individuos. No se ha buscado una proporción adecuada y estadística entre la muestra y el universo, sino que los principales sectores de la población que son objeto de estudio estén presentes, con sus criterios, comportamientos y discursos.

Hemos utilizado un criterio de representatividad sustantiva con el objeto de cubrir la variedad de las situaciones sociales, más que el reproducir sobre una escala reducida las características de la población. El punto de partida es el individuo; el criterio está centrado en el sujeto y no en las variables.



<http://bd-dvd-copying-ripping.blogspot.com.es/2014/04/play-dvd-movies-on-kurio-10s.html>



<http://www.winterlaw.com/digital-assets-to-include-in-your-estate-planning>

Los grupos se llevaron a cabo el 22 de junio de 2016, tuvieron una duración de 2 horas, fueron visionados en directo por los técnicos participantes, grabados, las conversaciones fueron transcritas y toda la información procesada en fichas de procesamiento general y local y posteriormente analizada.

### 3. Resultados

#### 3.1. El hogar como escenario de comunicación multipantalla

Las características del escenario de comunicación -determinado por el grado de equipamiento tecnológico y por el lugar que ocupa éste en el espacio- son muy importantes porque reflejan el lugar simbólico que ocupan las tecnologías en las familias y porque fijan las posibilidades de acceso y uso por parte de los menores.

La percepción de los riesgos descritos no impide que los padres faciliten el acceso de los hijos a los dispositivos tecnológicos

Se puede afirmar que los hogares urbanos con menores escolarizados tienden a ser hogares hiperconectados con una fuerte presencia de dispositivos tecnológicos tanto por su situación predominante en el escenario como por diversidad y número.

Los dispositivos predominantes son tablets y móviles, seguidos de ordenadores de sobremesa, portátiles y videoconsolas de juegos. Los libros electrónicos y las smart-TV son las menos frecuentes.

El dispositivo por excelencia con mayor poder de atracción para todos los miembros de la familia es la tablet. La versatilidad de usos, facilidad e intuición en el manejo hace que sea accesible a todos los miembros independientemente de la edad o la formación. Se trata del dispositivo que los hijos adquieren a edades más tempranas (a partir de los 3 años).

La tablet es muy atractiva para los menores porque aúna prestaciones de otros dispositivos. Su uso conectado a la red wifi del hogar permite a los menores:

- seguir los canales infantiles de televisión a demanda;
- ver películas y series infantiles en plataformas como *Yomvi*;
- escuchar música y ver videoclips a través de *YouTube*;
- jugar solos o en red (alrededor de los 11 años).

Con los años, el uso de las tablets se va incorporando al mundo escolar convirtiéndose en una herramienta útil como libro electrónico y buscador de información.

El uso por parte de padres de las tablets se centra sobre todo en el seguimiento de series, lecturas de periódicos y libros, correo electrónico y operaciones bancarias, así como la ejecución de compras y cursos, planificación de viajes, almacenamiento de fotos, además de la búsqueda de información a través de *Google* y *Google Maps*. Valoran especialmente la portabilidad del dispositivo. Se tiende a tener más de una tablet en aquellos hogares con más de un hijo.

El smartphone es otro dispositivo prioritario en hogares hiperconectados fundamentalmente en la pre-adolescencia y adolescencia y también para los padres. Es habitual que en los hogares cada miembro disponga de un terminal móvil; pero éste difiere en prestaciones y usos en función de la edad y el uso que cumpla en cada momento vital.

Los padres ven las TIC como una extensión del cordón umbilical, una herramienta escolar o como un medio de negociación y estímulo en caso de conflicto con los hijos

En menores de 10-12 años la mayoría de los terminales son heredados. Suelen usarse dentro del hogar, casi siempre conectados a la red wifi para descargas de juegos, música y vídeos en *YouTube*; pero no suelen contar con tarifas de datos y llamadas. Es a partir de los 12 años, cuando se suele activar un número móvil o contratar una tarifa de datos y llamadas. Se alude a la necesidad de estar localizables en caso de emergencia.

“Pienso que un niño de 10 años no tiene que tener móvil. Ya cuando empiecen a salir con 12-14 me interesa que lleve un móvil sí, que si tiene un problema me pueda localizar, que si necesita algo... No es que yo le controle a él, es que tenga un medio de acceso para comunicarse, nosotros antiguamente salíamos y tenías cabinas de teléfono pero ahora no hay” (G1).

En secundaria el móvil adquiere una mayor importancia al ser un dispositivo de comunicación no sólo con la familia sino también con el ‘grupo de iguales’. *Whatsapp* es la principal aplicación para comunicarse entre los estudiantes de secundaria con sus padres, comunicación que se irá intensificando en edades avanzadas.

“Cuando tiene más tiempo sí que está con el rollo del *WhatsApp*, ellos todo el día comunicándose, ese es el tema, hay un tiempo que a lo mejor está de más... Pero sí he notado que va como a más. En cuanto a juegos no es mucho de ellos ya” (G2).

El uso adulto de los móviles por parte de padres y madres se ha visto también intensificado desde la llegada de los smartphones y la tarifa de datos que ha provocado que aplicaciones como *Whatsapp* y *Facebook* creen cierta adicción a estar permanentemente comunicados y accesibles, sobre todo, con familiares y amigos. Otros usos habituales de los móviles por parte de padres y madres son similares a los realizados con la tablet: correo, operaciones bancarias, etc.

Se podría decir que el único dispositivo tecnológico que se suele compartir entre padres e hijos es el ordenador de sobremesa o portátil. Su uso se restringe al ámbito profesional en el caso de los padres y al educativo en el de los hijos. De hecho, solamente las tareas formativas reúnen a padres e hijos delante del ordenador.

“Yo por ejemplo, el pequeño, en el colegio el profesor tiene su blog, los libros de texto vienen con un código que entras en la editorial y hay actividades del curso en el que está con el libro, sobre todo, también los libros de inglés y sí que lo hacemos con ellos” (G1).

“ No existe brecha digital pero padres e hijos coinciden poco en la Red y tienen experiencias mediáticas diferentes ”

### 3.2. Percepción y actitudes hacia internet y los servicios digitales

Para los padres de la muestra, las TIC representan un avance en el conocimiento y desarrollo de sus hijos ya que les permiten acceder a la información y conocimiento de una forma más rápida, cómoda y lúdica cuando son pequeños.

“Ayuda al intelecto de los niños pero todo usado con medida, con una lógica. Con la tablet ya pueden empezar a programar y todas esas cosas están desarrollando el intelecto del niño. De forma inconsciente jugando aprenden. Es como el habla que los niños han aprendido hablando y escuchando, el tema de la tecnología es exactamente igual, están aprendiendo a base de usarlo” (G1).

Otra razón es que los padres las consideran fundamentales para que los hijos adquieran habilidades tecnológicas necesarias para competir en el futuro mercado laboral.

No obstante, en términos de comunicación familiar el acceso permanente a las TIC en el que crecen y se desarrollan los hijos se valora de forma ambivalente.

Por un lado existe cierto grado de conflicto familiar al existir la consciencia del aislamiento e individualismo que implica el uso personal y autónomo de estos dispositivos.

“Lo veo una barrera de comunicación, mientras están atentos a la pantalla no están hablando conmigo” (G1).

Por otro lado las TIC sirven a la cohesión familiar permitiendo la comunicación intrafamiliar de forma inmediata.



<http://mobilespyworld.com/digital-media-affect-family>

“Se ha perdido el cara a cara pero se ha transformado con otros medios. Yo me acuerdo cuando yo llegaba del colegio a mis padres les contaba todo, mis hijos cuando vienen ya me han contado por *WhatsApp*, la profesora me ha puesto un cuatro, he suspendido o voy a aprobar o a la hora del patio” (G2).

A pesar de la gran utilidad que en general implican las TIC, los padres manifiestan ciertos temores asociados a su utilización, sobre todo, a partir de la pre-adolescencia (12 años).

“Que se metan en páginas, a mí me ha pasado, o que la niña le mande una foto en bragas, que la coaccionen, chantajes... eso le ha pasado a alguna amiga de mi hija, o que está ligando con un chico de 16 y en realidad tiene 40. Páginas de contacto dan miedo” (G2).

Sobre el *bullying* coinciden en que es un problema preexistente a las TIC, pero señalan que estas contribuyen a amplificar sus posibles efectos negativos al ser herramientas que fomentan la hiperconexión y permiten un acoso permanente.

La posible dependencia o adicción a la tecnología que puede asociarse al uso intensivo de dispositivos tecnológicos en un hogar hiperconectado, es un temor difuso ya que asumen que sus hijos no dejan de imitar y reproducir sus propios comportamientos y actitudes hacia la tecnología. En este sentido son conscientes de la responsabilidad que implican sus propios comportamientos y actitudes, sobre todo, en edades tempranas.

La percepción de los riesgos descritos no impide que los padres faciliten el acceso de los hijos a los dispositivos tecnológicos motivados por distintas razones:

- por imitación de la ‘fiebre digital’ de padres y madres: se percibe un mayor uso de dispositivos tecnológicos por parte de los hijos cuyos padres también los usan de forma habitual.

“Porque es lo que ve conmigo, yo tengo una (tablet) y ella tiene la suya y yo creo que es lo que ve, entonces ella me ve manejarla y ella quiere también” (G1).

- como extensión del ‘cordón umbilical’ más allá del ámbito del hogar: Los móviles permiten la permanente comunicación y control de los hijos.

“Es verdad que el móvil te puede dar tranquilidad, me dice he salido, o voy a estudiar, ese *whatsapp* que te pone nos ayuda y estamos más tranquilos” (G2).

- como herramienta escolar para hacer deberes y trabajos, almacenar libros electrónicos y mantener la comunicación con el centro escolar.

“En el colegio ya se lo dan todo por internet, nos han hecho comprar un portátil para trabajar en casa, dependen más de la tecnología” (G1).

- como herramienta de negociación y estímulo para llevar a cabo objetivos educativos como lograr un mejor rendimiento escolar, colaborar en las tareas domésticas, etc., a cambio de acceder a los dispositivos.

“Yo siempre según estudies, según juegas. Tienen sus obligaciones, tienen que hacer su cama, limpiarse... Si tú limpias, tienes todos recogido, hasta que no lo hagas no juegas. (G2).

- como medio de entretenimiento y distracción en determinadas situaciones en las que padres y madres no pueden dedicar tiempo a entretener y jugar con los hijos.

“Cuando vamos de viaje porque se aburren me lo piden (el móvil) para poner *Clan*” (G1).

La mensajería instantánea ha generado nuevos canales de comunicación y de interacción social en el seno de la familia

### 3.3. Competencias digitales y mediación familiar

La posible ‘brecha digital’ entre padres e hijos es prácticamente inexistente en lo que al acceso de dispositivos digitales se refiere, a excepción del manejo de algunos videojuegos para consolas. La brecha tiene más que ver con los distintos usos que hacen padres e hijos de estos dispositivos; lo que condiciona experiencias mediáticas diferentes. Por este motivo, en el ámbito educativo no se percibe que existan barreras tecnológicas que impidan a los primeros ayudar y colaborar en las tareas escolares de los segundos, siendo lo habitual. El problema surge más bien cuando se trata de centros escolares con sistemas educativos bilingües (brecha idiomática).

“Ahora los tienes con los colegios bilingües, el inglés siempre se nos ha dado muy mal y ahora todos los colegios son bilingües. Vienen con el libro de ciencias sociales en inglés y empieza el problema” (G1).

En el ámbito de la mediación, los padres llevan a cabo diferentes estrategias de control digital:

- control de los contenidos en los diversos dispositivos así como de los historiales.

“Cuando se acuesta le cotilleo los *whatsapp*s. Sé que es bastante responsable, me voy a trabajar y se

queda solo en casa, se viste, desayuna y se bajan al colegio que está enfrente” (G1).

“Yo me meto en mi *Facebook*, como están agregados a mi *Facebook* me puedo meter en el suyo y ver las cosas que tienen” (G2).

“Sí, les reviso las tablets, reviso todo: desde las páginas que se han metido por internet, si han hablado por *Facebook*...” (G2).

- control de los horarios de uso: más inflexibles y limitados en temporada escolar y más flexibles y amplios en la época estival; pero, en todo caso respetando las horas de reunión familiar que son los desayunos, comidas y cenas. Estas imposiciones de límites en el uso de los móviles no dejan de plantear conflictos y protestas entre los hijos, resolviéndose generalmente con la negociación, sobre todo, del rendimiento escolar.

“Tiene una tablet que le regalamos hace un par de años pero se la restrinjo de viernes cuando llega del colegio hasta el domingo a las 5” (G1).

- control de los tiempos de uso lúdico -2 ó 3 horas al día- e incentivando otras actividades al margen de los dispositivos tecnológicos que fomenten las relaciones personales como pueden ser los juegos de mesa o deportivos.

“También es cierto que nosotros cuando vemos que llevan mucho tiempo con el ordenador, les decimos ‘dejadlo’, si se han tirado con el ordenador dos horas les decimos que hagan otra cosa. Les dejamos, pero, también les limitamos el tiempo, no es cuestión de que pierdan el tiempo delante de una pantalla” (G1).

“Yo normalmente les marco una hora al día, el fin de semana un poco más” (G1).

Otra estrategia de mediación consiste en compartir la navegación. Se trata de una medida de control alternativa, menos jerárquica e invasiva de la intimidad, que implica la vigilancia directa de los contenidos en los dispositivos móviles de adolescentes y preadolescentes. Participando de una misma filosofía, hay padres que comparten con sus hijos la misma clave de acceso o contraseña en todas las aplicaciones y dispositivos del hogar.

Para combatir los diferentes miedos relatados con anterioridad, los padres también llevan a cabo otras estrategias que van desde el refuerzo de la comunicación familiar con sus



<http://wojdylosocialmedia.com/who-consumes-social-media-content>

hijos hasta el trabajo de concienciación del valor e importancia de las imágenes fotográficas y de los vídeos y los posibles peligros que pueden acarrear su publicación en redes o compartirlas en aplicaciones.

“A mi hijo el mayor le hemos concienciado de que eso no se puede hacer, que no puede enviar fotos y lo ve en nosotros dando ejemplo: no hemos subido nunca ninguna foto nuestra; de esa manera ve que no puede subir una foto de él” (G2).

El vínculo intrafamiliar se ve reforzado por la hiperconexión de la familia, que amplía su radio de acción, y por la inmediatez al permitir una comunicación permanente

### 3.4. Nuevos escenarios de comunicación entre padres e hijos vinculados a las TIC

Aunque se ha indicado previamente la ambivalente percepción que tienen los padres sobre la influencia de las TIC en la comunicación familiar, en términos generales su hegemonía en el entorno familiar no se percibe tanto como un elemento disruptivo de la comunicación en la familia sino más bien como un elemento que ha transformado y creado nuevos canales y espacios de comunicación en el seno de la misma.

Esta transformación de la comunicación familiar se hace más patente cuando los hijos van adquiriendo mayor independencia con respecto a la familia, al comienzo de la ESO.

Las TIC han creado nuevos canales de comunicación intrafamiliar y de interacción social como las conversaciones a dos o grupales por *Whatsapp* entre los miembros de una familia, donde no sólo se puede conversar sino también compartir fotos y vídeos. El vínculo se ve reforzado por la hiperconexión de la familia, que amplía su radio de acción, y por la inmediatez al permitir una comunicación permanente.

En definitiva, las TIC ayudan a la cohesión familiar siempre y cuando existan buenas relaciones favoreciendo la comunicación familiar más allá de los límites físicos del hogar.

“En mi caso yo creo que se ha transformado, ha cogido varios campos, ya no te limitas a la conversación cara a cara y puedes utilizar el móvil a cualquier hora, la mensajería y no deja de ser comunicación al fin y al cabo y muchas veces es más rápida que si tienes que esperar que lleguen a casa y que te cuenten qué les ha pasado y te lo cuentan en el momento” (G2).

## 4. Conclusiones

Las TIC representan hoy día una tecnología totalmente integrada en la cotidianidad de las familias urbanas de la Comunidad de Madrid llegando a sustituir a la televisión como elemento tecnológico vertebrador y de unión en los hogares.

La ‘brecha digital’ entre padres e hijos es prácticamente

inexistente en el uso y aprendizaje de dispositivos digitales, a excepción del manejo de videoconsolas. No se percibe gran diferencia en el aprendizaje y manejo de dispositivos digitales en general, ni existen barreras tecnológicas que impidan que los padres puedan ayudar y colaborar en las tareas escolares de sus hijos.

De este estudio se desprende también que los hogares urbanos con menores escolarizados tienden a ser hogares hiperconectados debido al número, diversidad y situación dominante de dispositivos tecnológicos. Destacan las tablets y los móviles, seguidos de ordenadores de sobremesa, portátiles y videoconsolas. El único dispositivo que se suele compartir es el ordenador de sobremesa o portátil y su uso se restringe al ámbito profesional, en el caso de los padres, y al educativo en el de los hijos. La utilización del resto de dispositivos es individual.

La opinión de los padres sobre las TIC es muy positiva. Consideran que suponen un avance en el conocimiento y entienden que deben estar integradas en los procesos educativos reglados porque preparan a los niños para que sean capaces de desenvolverse en un futuro laboral cada día más tecnológico.

También aprecian que, a pesar de que las TIC perjudican en ocasiones la comunicación directa entre los miembros de la familia, abren nuevos escenarios de comunicación caracterizados por la hiperconexión y la inmediatez que favorecen la comunicación intrafamiliar, como ocurre con la aplicación *Whatsapp*. No obstante y aunque su opinión es predominantemente positiva, también manifiestan miedos. Sus principales temores son los riesgos por el uso inadecuado de redes sociales, las páginas de contactos y la posibilidad de que vean contenidos pornográficos.

Coinciden en que el *bullying* es preexistente a las TIC, pero creen que sus efectos negativos pueden verse incrementados a consecuencia de la hiperconexión, que posibilita un acoso permanente.

Con el objetivo de empoderar a sus hijos frente a los riesgos tecnológicos, los padres median. La mediación además de ser habitual en estos hogares hiperconectados es diversificada. Hay padres que utilizan estrategias de control digital de los contenidos, de los horarios y de los tiempos de uso de los dispositivos accesibles en el hogar. Otros prefieren la navegación compartida y todos ellos establecen estrategias de refuerzo que van desde la intensificación de la comunicación familiar hasta la concienciación de los posibles peligros y repercusiones de la publicación de imágenes y vídeos en redes o en *Whatsapp*.

## Agradecimientos

Este artículo se enmarca en el proyecto de investigación *Autoritas doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO 2013-42166-R), en el marco del Programa sobre Vulnerabilidad Digital *Provuldig* (S2015/HUM3434), financiado por la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo (2016-2018).

## 5. Bibliografía

**Airebe, Ana; Orozco, Guillermo; Medrano, Concepción** (2014). "Family context, television and perceived values. A cross-cultural study with adolescents". *Comunicación y sociedad*, v. 27, n. 2, pp. 79-99.

[http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art\\_id=491](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=491)

**Álvarez, Miriam; Torres, Alejandra; Rodríguez, Elisa; Padilla, Sonia; Rodrigo, María-José** (2013). "Attitudes and parenting dimensions in parents' regulation of internet use by primary and secondary school children". *Computers & education*, v. 67, pp. 69-78.

<https://goo.gl/KXAuyd>

<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.03.005>

**Barómetro CIS** (2016). *Avance de resultados del estudio n. 3149. Barómetro de septiembre de 2016*.

[http://www.cis.es/cis/opencms/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2016/Documentacion\\_3149.html](http://www.cis.es/cis/opencms/ES/NoticiasNovedades/InfoCIS/2016/Documentacion_3149.html)

**Bradley, Robert** (1995). "Home environment and parenting". En: Bornstein, Marc (ed.). *Handbook of parenting*, v. 2. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 505-530. ISBN: 978 0805837797

**Bringué-Sala, Xabier; Sádaba-Chalezquer, Charo** (2009). *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Colección Fundación Telefónica, Ariel. ISBN: 978 8408091110

<http://dadun.unav.edu/handle/10171/17155>

**Bronfenbrenner, Urie** (1987). *La ecología del desarrollo humano*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 8475094441

**Callejo, Javier** (2001). *Investigar las audiencias: un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós. ISBN: 978 8449310652

**Fundación Telefónica** (2015). *La sociedad de la información en España 2014*. Madrid: Ariel. ISBN: 978 8408138730

<https://goo.gl/NW93lF>

**García-Jiménez, Antonio** (ed.) (2012). *Comunicación, infancia y juventud. Situación e investigación en España*. UOC: Barcelona. ISBN: 978 8490290248

**Garmendia-Larrañaga, Maialen; Garitaonandia-Garnacho, Carmelo; Martínez-Fernández, Gemma; Casado-del-Río, Miguel-Ángel** (2011). *Riesgo y seguridad en internet: Los menores españoles en el contexto europeo*. Bilbao: Universidad del País Vasco, EU Kids Online.

<https://goo.gl/RnDbmp>

**Livingstone, Sonia; Bober, Magdalena** (2006). "Regulating the Internet at home: Contrasting the perspectives of children and parents". En: Buckingham, David; Willett, Rebekah (eds.). *Digital generations: Children, young people, and the new media*. Mahwah, NJ: Laurence Erlbaum Associates, pp. 93-113. ISBN: 0805859802

<http://eprints.lse.ac.uk/9013>

**Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie** (2008). "Risky experiences for children online: Charting European research on children and the internet". *Children & society*, v. 22, n. 4, pp. 314-323.

<http://eprints.lse.ac.uk/27076>

<https://doi.org/10.1111/j.1099-0860.2008.00157.x>

**Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie; Görzig, Anke; Ólafsson, Kjartan** (2011). *EU kids online II: Final report*. LSE, London: EU Kids Online.

<http://eprints.lse.ac.uk/39351>

**Martín-Barbero, Jesús** (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Méjico: Gustavo Gili. ISBN: 978 8476589502

[http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de\\_los\\_medios\\_a\\_las\\_mediaciones.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf)

**Muñoz-Silva, Alicia** (2005). "La familia como contexto de desarrollo infantil. Dimensiones de análisis relevantes para la intervención educativa y social". *Portularia*, v. 5, n. 2, pp. 147-163.

<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/505/b1518923.pdf?sequence=1>

**Orozco-Gómez, Guillermo** (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre. ISBN: 978 8479601751

**Padilla, Sonia; Rodríguez, Elisa; Álvarez, Miriam; Torres, Alejandra; Suárez, Arminda; Rodrigo, María-José** (2015).

"The influence of the family educational scenario on internet use of primary and secondary school children / La influencia del escenario educativo familiar en el uso de internet en los niños de primaria y secundaria". *Infancia y aprendizaje*, v. 38, n. 2, pp. 402-434.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5086921>

<https://doi.org/10.1080/02103702.2015.1016749>

**Pérez-Sánchez, Ramón** (2013). "Infancia, socialización y TIC". En: Guzmán-Hidalgo, Marta (coord.). *Informe Prosic 2013. Hacia la sociedad de la información y el conocimiento*. Costa Rica: Prosic, pp. 343-368.

<http://www.prosic.ucr.ac.cr/informe-2013>

**Rodrigo, María-José; Palacios, Jesús** (1998). "Conceptos y dimensiones en el análisis evolutivo-educativo de la familia". En: Rodrigo, María-José; Palacios, Jesús (coords.). *Familia y desarrollo humano*. Madrid: Alianza, pp. 45-50. ISBN: 8420681733

**Ruiz-San-Román, José-Antonio; Ortiz-Sobrino, Miguel-Ángel; Porto-Pedrosa, Leticia** (2013). "Aportaciones de las universidades españolas a la investigación sobre menores y medios de comunicación". *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, pp. 49-64.

**Staksrud, Elisabeth; Livingstone, Sonia** (2009). "Children and online risk: Powerless victims or resourceful participants". *Information, communication and society*, v. 12, n. 3, pp. 364-387.

<http://eprints.lse.ac.uk/30122>

<https://doi.org/10.1080/13691180802635455>

**Valkenburg, Patt; Soeters, Karen** (2001). "Children's positive and negative experiences with the internet: An exploratory survey". *Communication research*, n. 28, pp. 652-675.

<https://goo.gl/rxT8iT>

<https://doi.org/10.1177/009365001028005004>

# 7ª Conferencia internacional sobre revistas de ciencias sociales y humanidades

## CRECS 2017

Cuenca, 4-5 mayo



<http://crecs.info>



Universidad de  
Castilla-La Mancha

OCNOS  
Revista de Estudios sobre Lectura



Clarivate  
Analytics



casalinilibri



Fundación Dialnet  
UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

SPRINGER NATURE



EBSCO



## QUÉ APRENDIMOS DEL SIDA Y DE LA ELECTRO-SENSIBILIDAD: COMUNIDADES VULNERABLES Y SU EMPODERAMIENTO

What we learned from AIDS and electro-sensitivity:  
Vulnerable communities and their empowerment

**Andoni Alonso-Puelles**



**Andoni Alonso-Puelles** se licenció en la *Universidad de Navarra* en 1989 y se doctoró en la *Universidad del País Vasco* en 1993. Ha sido *research fellow* en *Penn State University* (1994-1996) y en *Nevada University at Reno* (2003-2004). Ha sido profesor en la *Universidad de Extremadura* (1998-2009) y actualmente en la *Universidad Complutense de Madrid*. Sus líneas de investigación se centran en Wittgenstein y su influencia cultural, y en estudios de ciencia, tecnología y sociedad, con especial atención a las tecnologías de información y comunicación.  
<http://orcid.org/0000-0002-8654-2286>

*Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Trabajo Social  
Campus de Somosaguas  
28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid), España  
andonial@ucm.es*

### Resumen

La ciencia en el siglo XXI recluta a amateurs y aficionados como fuerza de trabajo para resolver proyectos grandes. Esta "ciencia ciudadana" muestra una amplia variedad de modelos para producir conocimiento. Supuestamente este es un giro para democratizar la ciencia y las comunidades vulnerables o afectadas podrían representar un subtipo. Pero para analizarla se requiere tomar en cuenta dos conceptos: riesgo y comunidad de afectados. Otra característica del subtipo es el deseo de cambiar situaciones desfavorecedoras. El caso del sida es un ejemplo de cómo lograr cambios gracias al activismo y el conocimiento. El caso de la electro-sensibilidad muestra, por su parte, la capacidad de organización civil en la era de internet. Ambos movimientos influyeron poderosamente en sus continuadores online. Valorar los procesos actuales requiere un acercamiento cauto porque es posible que tales proyectos puedan ser adoptados como fuente económica en vez de modelos para evitar los riesgos de vulnerabilidad y exclusión.

### Palabras clave

Ciencia; Ciencia ciudadana; Comunidades; Público afectado; Riesgo; Exclusión; Medicina; Enfermedades; Sida; Electro-sensibilidad.

### Abstract

21<sup>st</sup> century science has recruited amateurs and *aficionados* as a workforce to undertake large projects. Citizen science shows a large variety of models that can produce knowledge. Citizen science supposedly represents a democratic shift and as a result experts and expertise have been questioned. However, vulnerable and/or concerned communities may be a group, or "subtype", that can be represented within citizen science. To analyze that subtype we must take into account the risk of exclusion and the notion of concerned community. *ACT UP's* AIDS campaign is a good example of how to achieve changes on both politics and knowledge; electro-sensitivity is another case of success in the era of the internet. Both movements have deeply influenced online activism related to AIDS and electro-sensitivity. Nevertheless, a cautious approach should be taken because it is possible to transform those strategies into revenue sources that may risk vulnerability and exclusion.

### Keywords

Science; Citizen science; Communities; Concerned people; Risk; Exclusion; Medicine; Diseases; AIDS; Electro-sensitivity.

**Alonso-Puelles, Andoni** (2017). "Qué aprendimos del sida y de la electro-sensibilidad: comunidades de vulnerables y su empoderamiento". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 106-113.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.11>

## 1. Ciencia ciudadana y ciencia de los vulnerables

El conocimiento tecno-científico representa supuestamente el repositorio de las verdades incontestadas, ciertas y útiles para transformar la realidad y la sociedad. Por tanto cómo, quién y para qué se obre, se convierte en una cuestión pertinente. Es así una cuestión social y política de primer orden. Durante más de cuarenta años se ha intentado “democratizar” el conocimiento tecno-científico para implicar a los ciudadanos en algunos de sus procedimientos, para convertir la ciencia en más inclusiva o democrática (**Borchelt; Hudson, 2008; Leach; Scoones; Wynne, 2005**). No siempre las instituciones oficiales han promocionado tal movimiento. Las noticias de una “ciencia ciudadana” o ciencia de la gente (*peoples' science*) datan al menos de los años 70 (**Illich, 1973**), he aquí el inicio de un cambio, de un precedente que podría servir para entender cómo comienza a cambiar el contexto. Es en este siglo cuando el papel del amateur participante ha adquirido mayor peso porque la capacidad tecnológica para diseminar la información no tiene precedentes. La necesidad de un cambio se ve entonces favorecida por el mismo cambio tecnológico.

En una sociedad del riesgo existen muchas formas de ser excluido

Por muy ilusionante que suene todo esto, se plantean problemas sobre cuál es el papel de los aficionados en ello. La primera pregunta es si los legos son capaces realmente de obtener algo valioso o tan sólo cumplen el papel de meros apéndices de un proceso que excede sus habilidades. En absoluto está clara la respuesta (**Adar, 2011**). Hay quien opina que los *mechanical turks* –los participantes en proyectos como *Galaxy Zoo* o *Gimp*– representan una mera fuerza bruta, una mecanización de los voluntarios sin más valor. Si esto fuera así, queda lejos de la mencionada *people's science* que menciona **Illich (1973)**, pues no se trata de investigar y producir de forma humilde y al margen de los circuitos oficiales a fin de cubrir las necesidades comunes. Además por mucho que se hable de “multitudes inteligentes” (**Lévy, 1994**), cabría preguntarse si muchos de estos proyectos son formas de obtener gratis el trabajo de los voluntarios (**Irwin; Jensen; Jones, 2013**) que apenas reciben compensación, no sólo una mejora de sus conocimientos, sino ni siquiera mención de su esfuerzo por no hablar de su limitada capacidad de influencia política. Desde luego en el caso de los vulnerables, no es una manera más o menos provechosa de emplear el tiempo libre (**Lafuente; Alonso, 2011; Lafuente; Alonso; Rodríguez, 2013**). Es verdad que todas las modalidades de ciencia amateur o ciudadana en este momento tienen en común dos elementos como son la necesidad de replantear el papel de los expertos y el uso de las formas de comunicación.

Sin embargo la ciencia de los vulnerables se distingue por un elemento activista, una implicación política en los procesos de producción y difusión del conocimiento, muchas veces a la contra de los expertos.

La vulnerabilidad es un término amplio que exige concreción para aplicarlo correctamente (**Castel, 1995**). Y en este

caso se entenderá como equivalente al riesgo de ser excluido. Desde la década de 1980 existe una sociología del riesgo para la sociedad contemporánea (**Beck, 1992; Giddens, 2013**) en la que la exclusión es el resultado del riesgo fallido. René Lenoir, secretario de estado de Acción Social en Francia, fue el primero en emplear el término “exclusión” con su sentido social (**Lenoir, 1974**) pues la entendió como el impedimento para acceder al intercambio social, la salud o la cultura. Necesariamente en una sociedad del riesgo existen muchas formas de ser excluido. Por ejemplo, una política fuerte sobre los derechos de autor supone la exclusión del circuito cultural o científico (**De-la-Cueva, 2012**). Desde el punto de vista de la salud equivaldría a no reconocer la existencia de ciertas enfermedades. No poder acceder al mercado de trabajo o habitar por necesidad un entorno contaminado o insalubre significa lo mismo.

La ciencia de los vulnerables se distingue por un elemento activista, una implicación política en los procesos de producción y difusión del conocimiento

## 2. La crisis del experto

Siguiendo a Beck (**Beck, 1992; Barbara; Beck; Van-Loon, 2000**), la ciencia y el conocimiento objetivo cambian su naturaleza en la sociedad postindustrial, que directamente califica este autor como “sociedad del riesgo”. En la sociedad industrial los expertos detentaban la máxima autoridad y eran los encargados de controlar y gestionar qué y cómo se debía desarrollar la ciencia. Pero desde finales del siglo XIX han aparecido distintas circunstancias que ponen en cuestión su estatus. El relato tradicional de cómo se ha desarrollado la tecno-ciencia ha sido puesto en cuestión por los historiadores (**Conner, 2005; Smith, 2004**). Los amateurs han tenido tradicionalmente más peso en la evolución de la ciencia del que se les ha atribuido. Por tanto no debería ser causa de demasiada sorpresa admitir este hecho elemental: la tecno-ciencia es el resultado de muchas manos, algunas de ellas iletradas.

Tampoco es sorprendente señalar que el desarrollo tecno-científico desde mediados del siglo XX acumula una preocupante cantidad de errores y catástrofes que los expertos no han sido capaces de anticipar: las crisis nucleares, la devastación del medio ambiente o la aparición de enfermedades producidas por el desarrollo tecno-científico, por ejemplo. La confianza comienza a perderse también cuando crece la duda de que los científicos busquen el interés social por encima del suyo propio. Los conflictos de interés entre empleados públicos, empresas, científicos, expertos y público, ha llevado a exigir un código deontológico urgente (**Ruff; Mirabelli, 2014**) accesible y transparente ante un problema también evidente. Los usos interesados de los expertos en política provocan una falta de confianza en el público (**Wes-selink et al., 2013**).

Justamente el cambio a la participación (*participatory turn*) de **Jasanoff (2003)** trata de evitar esta desconfianza por el intercambio y la simetría entre expertos y legos. Otras pos-

turas más radicales sostienen la necesidad de replantear radicalmente la figura del experto (Lengwiler, 2008; Stilgoe; Irwin; Jones, 2013) y apostar por un experto múltiple, de muchas voces y muy distintas. Las propuestas de *open access*, *open data*, *open innovation* y *open expertise* parece que han aportado un incipiente remedio pero hay que ser igualmente cautos al respecto.

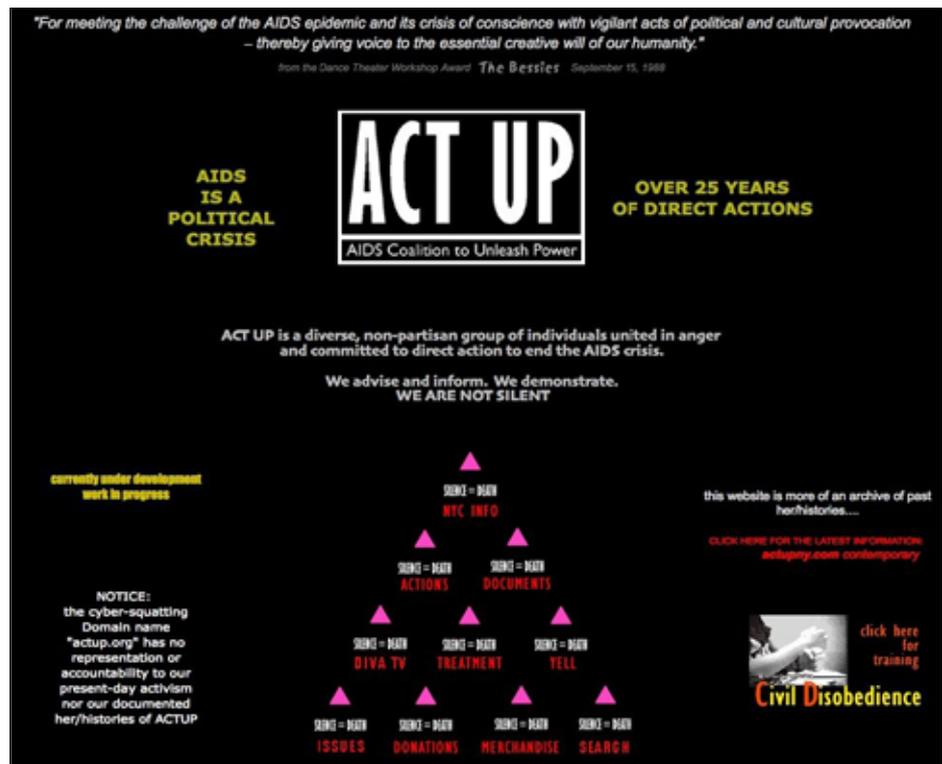
Esta crisis provoca un cambio en las reglas de juego que afecta directamente a las posibilidades de crear una ciencia de los vulnerables, resultado directo de la quiebra de confianza, del poder de los amateurs y la capacidad de las comunidades. Así entra en confrontación directa con los procedimientos, acciones y políticas dictadas desde arriba. El lema de Rostand: “la obligación de sufrir nos da el derecho a saber” (Carson, 2012) conduce a la necesidad de generar un conocimiento a la contra. Tales comunidades se definen en oposición a las políticas y dictámenes que provienen desde arriba. La lucha toma muchas formas: desde dudar del dictamen de los expertos y sus valoraciones –conflicto de intereses, oportunismos, políticas injustas- a la crítica de los procedimientos para alcanzar el conocimiento y su modo de aplicación.

Las tecnologías de información y comunicación se vuelven fundamentales en la actualidad. Son una condición necesaria para alcanzar un *momentum* crítico. Pero ellas solas no garantizan que tal fenómeno se produzca. Es necesaria la construcción de una comunidad, algo que ocurre en muchas ocasiones por la labor de grupos pequeños capaces de movilizar a muchos al dotarlos de sentido de comunidad. La vulnerabilidad específica se convierte en factor identitario, definitorio. El problema se convierte en fuerza, en razón para el activismo.

### 3. Medicina, vulnerabilidad y conocimiento

#### 3.1. El caso del sida

La medicina ha sido siempre un campo donde la relación entre experto y afectado se revela más conspicua. El diagnóstico tiene una fuerza perlocucionaria que pocos otros discursos alcanzan. Tal poder ha sido analizado en el pasado (Foucault, 2008; Illich, 1976; Mol, 2002) y recurrentemente se alerta de la necesidad de someterlo a control. Entre las diversas disputas entre pacientes y médicos es paradigmática la controversia de los afectados por el sida. Su campaña de concienciación, iniciada antes de la difusión generalizada de internet cambió profundamente la relación entre expertos médicos y farmacéuticos y el gru-

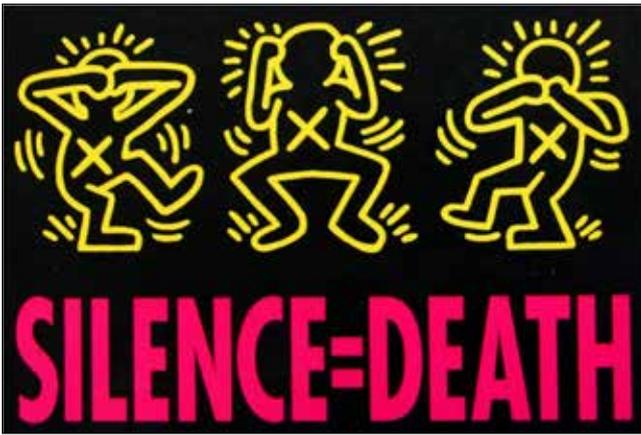


<http://www.actupny.org>

po vulnerable (Hubbard, 2012). Todavía hoy ejemplifica la capacidad de un grupo de vulnerables para conquistar su destino y empoderarse con el denominador común de su enfermedad. Por primera vez los pacientes se rebelaron como grupo contra médicos y consiguieron modificar los procedimientos y vías de investigación sobre la enfermedad, negaron la fuerza perlocucionaria del *establishment*. El comienzo fue especialmente difícil porque en el inicio esta enfermedad fue descrita como una especie de plaga bíblica (Sontag, 2011). Se convirtió en un término peyorativo y sirvió para insultar o denigrar, para marginalizar. Los individuos afectados eran en un principio identificados como drogadictos que compartían jeringuillas, homosexuales, prostitutas y promiscuos sexuales.

“ La confianza comienza a perderse cuando crece la duda de que los científicos busquen el interés social por encima del suyo propio ”

La metaforización, por decir así, cultural o social de la enfermedad acarreó una considerable carga de prejuicio que, de acuerdo con los propios activistas, lastraba la investigación sobre la enfermedad. No requería una acción distinta de la pura prevención y de las técnicas usuales. Es difícil aceptar que todas estas percepciones sociales, alimentadas por sectores conservadores y ultra-religiosos no tuvieran efecto en el diseño de las políticas científicas y se comenzaron a oír voces de protesta. Además los individuos más afectados pertenecían de hecho a grupos excluidos o marginales de la sociedad. Por tanto el primer movimiento táctico fue re-



<https://fantasticdl.wordpress.com/2014/12/09/silence-death/silence-equals-death-keith-haring-poster>

belarse contra un diagnóstico plagado de prejuicios morales (Epstein, 1995; 1996; 2016).

Otras dos cuestiones que merecieron contestación fue que a los elementos de exclusión ya existentes en los diversos grupos –ser homosexual, prostituta o drogadicto- se añadía una segunda: ser portador de la enfermedad. La enfermedad colocaba un estigma definitivo porque en ese momento significaba una condena de muerte diferida. La rebelión se dirigió contra los expertos que detentaban el poder sobre los laboratorios, los procedimientos y los protocolos que habrían de emplearse para encontrar un tratamiento al tiempo que a los políticos que diseñaban los planes de prevención e investigación. Se tildó de asesinos a los responsables de la política científica del momento. Los procedimientos y líneas de investigación estándar adolecían de estar muy dilatados en el tiempo y, por tanto era una carrera perdida de antemano para muchos de los enfermos. Al tiempo las políticas de profilaxis amenazaban con excluir a los portadores y enfermos de la sociedad.

“Era necesario un cambio en cómo se recogían datos y cómo se aplicaban los tratamientos (*treatment + data*)”

Para poder influir en las instituciones responsables de la investigación se plantearon varias líneas de actuación. El activismo de carácter político era fundamental para llamar la atención de la sociedad y cambiar el estigma. Por ello se crea en 1987 la organización *Act Up (AIDS coalition to unleash power)* –*act up* significa portarse mal, hacer de las suyas- para que la comunidad gay y lesbiana de Estados Unidos reclamase un cambio de la actitud política ante la enfermedad.

<http://www.actupny.org>

La marcha en marzo de ese mismo año es un comienzo de diversas movilizaciones y protestas ante las constantes discriminaciones (como no admitir en los vuelos comerciales a pasajeros con esa enfermedad o la obligatoriedad laboral de declararla).

La transformación de la actitud hacia el sida ha experimentado un vuelco desde sus inicios en los años 80. *Act Up* ha

conseguido con su desobediencia civil y manifestaciones pacíficas logros que ahora parecen de sentido común pero que son resultado de este esfuerzo. Por ejemplo, los análisis de sida son voluntarios por lo que no pueden realizarse sin consentimiento del paciente, se mantiene la confidencialidad de la enfermedad y las empresas no pueden exigirlo a sus trabajadores. La legislación ha apoyado estas peticiones en casi todos los países. El rechazo tomó la forma de un movimiento que combinó las prácticas del activismo y también los procedimientos de investigación. *Act Up* entendió que era necesario ir más allá que el tradicional *lobbying* norteamericano, es decir, una mera recaudación de fondos para la investigación y financiar los laboratorios existentes pero con los protocolos clásicos. Las políticas clásicas no eran suficientes. Era necesario un cambio en cómo se recogían datos y cómo se aplicaban los tratamientos (*treatment + data*). De hecho, a partir de esta organización se creó el *Treatment Action Group*, especializado en analizar el modo cómo se producía el conocimiento (Shepard; Hayduk, 2002). La exigencia era que todo este conocimiento se hiciera público dado que esta apertura de datos y tratamientos beneficiaría tanto a investigadores como a enfermos.

“Se exigía que el conocimiento se hiciera público dado que esta apertura de datos y tratamientos beneficiaría tanto a investigadores como a enfermos”

Para forzar tal estrategia investigadora, el 7 de octubre de 1988 *Act Up* ocupó la agencia gubernamental encargada de aprobar los medicamentos en EUA, la *Food and Drug Administration (FDA)* con el lema *¡Tomemos el control sobre la FDA!* (Gamson, 1989). Su demanda fue la de instaurar políticas menos tecnocráticas y más plurales, es decir, que tuvieran en cuenta el caso de los individuos y no de la ciencia. El proceso implicó una serie de acciones de desobediencia civil en ocasiones reprimidas y algunos activistas detenidos. El *New York Times* titulaba con mucha precisión el contenido exacto de la noticia: “Los activistas quieren nada menos que una revolución en la investigación médica” (Harrington, 2008). A la larga el resultado fue un nuevo programa de la *FDA* llamado *Accelerate approval process* que puso en circulación los inhibidores de proteasa y redujo radicalmente la mortalidad de la enfermedad. *Act Up* se ganó el respeto de la comunidad científica y se convirtió en un miembro interdisciplinar de la investigación.

Antes de la llamada web 2.0, la documentación online, los sitios web y el intercambio de información electrónica fueron fundamentales para construir un movimiento internacional. En ello se volcó el movimiento en la década de 1990. Pero es necesario señalar algunos rasgos de la comunidad en sí misma. Por ejemplo uno de los colectivos más afectados –la comunidad homosexual- mostraba una larga historia de lucha por los derechos civiles. Esta base permitió tener un sentido de comunidad fuerte. Curiosamente se han oído acusaciones de racismo hacia *Act Up* (Gould, 2012) porque el peso de la campaña fue llevado por homosexuales blancos con alto nivel educativo que marginaba a otros colectivos. Pero

esto representó mayor capacidad de maniobra gracias a su nivel cultural. En cualquier caso *Act Up* se convirtió en un modelo que se ha replicado con mayor o menor éxito.

### 3.2. La electro-sensibilidad

En la diagnosis y prevención médica crece la desconfianza entre expertos y legos. Algunas de las alertas más amenazantes de los últimos años se han revelado falsas (Ramírez-Campos, 2014). Un caso conocido fue la gripe aviar, que según algunos teóricos ha podido tener el efecto de minar aún más la confianza del público (Sherlaw; Raude, 2013, Gervás, 2009).

Sin embargo los grupos vulnerables se enfrentan a veces a situaciones tan básicas como ser reconocidos como enfermos, como individuos afectados por una patología sin cabida en los textos médicos pues el diagnóstico es controvertido o cae fuera de las definiciones aceptadas. Es interesante ver cómo la medicina contemporánea diagnosticó un promedio de dos enfermedades nuevas cada año en el siglo XX y en el siglo XXI se han superado ya las cuarenta.

Los enfermos electro-sensibles son una comunidad vulnerable que ha tratado de ser reconocida como afectados por una enfermedad nueva

Otra cuestión es la aparición de un número desproporcionado, según algunos expertos, de enfermedades mentales. Por ejemplo la depresión se ha convertido en una familia de enfermedades: leve, media y aguda además de exógena y endógena. Las polémicas surgidas con la publicación de *Diagnostic and statistical manual of mental disorders V* es un buen ejemplo de desconfianza hacia los expertos en psiquiatría (Sandín, 2013; Misty, 2015).

Los enfermos electro-sensibles son una comunidad vulnerable que ha tratado de ser reconocida como afectados por una enfermedad nueva. La alergia a las emisiones electromagnéticas es la causa de diversos trastornos. Las fuentes de esa enfermedad son muy variadas. Las producen los electrodomésticos, así como las conducciones de electricidad, microondas, móviles y redes wifi entre otras. Una somera aproximación indica que el modo de vida contemporáneo resulta completamente hostil para estos enfermos. Tal como indica Eunson (2012) se habla mucho de las enfermedades mentales que las redes y las tecnologías de la información producen –adicción, depresión, soledad...– pero nada de los efectos biofísicos que pudieran acarrear. Sin embargo, la sospecha de que existe cierta causalidad, además de correlación, entre las radiaciones electromagnéticas y algunas dolencias es antigua aunque no sea una de las prioridades de investigación. Se ha llegado a hablar de esterilidad en los varones a causa de los móviles o del cáncer producido por los tendidos eléctricos, pero sin el respaldo unánime de los expertos.

Históricamente la lucha por el reconocimiento de la enfermedad comenzó en 1986 con diez afectados que crean la llamada FEB o Asociación Sueca para los Electro-sensibles. <http://www.feb.se/FEB/index.html>

En 1994 eran ya 1.800 y estaban organizados en internet, lo que supuso el comienzo de un cambio profundo. En la actualidad son 2.400.

FEB entendió la importancia de difundir su existencia electrónicamente, y así recopilaron el testimonio de 350 personas en *Black on white* (Grandund-Lind; Lind, 2004), publicado online en 2002 y traducido al inglés en 2004 (sólo más tarde se pensó en la necesidad de una edición en papel).

Tras casi un cuarto de siglo de activismo, comenzó a extenderse la idea de que esa enfermedad existía porque el número de afectados que se unieron al sitio electrónico crecía constantemente. Ser reconocidos médicamente tiene gran importancia porque sólo entonces se podían acoger a la asistencia médica, seguros y bajas por enfermedad o recibir ayudas por incapacidad. La OMS aceptó su existencia en 2004 en el informe *Electromagnetic hypersensitivity* (WHO, 2005), con la denominación específica de esta enfermedad: hipersensibilidad electromagnética. En el informe se afirma la existencia de un tipo de contaminación llamada *smog* eléctrico y, del mismo modo que la atmosférica, afecta de forma distinta a los individuos. Se llega incluso a afirmar que la electro-sensibilidad es una de las enfermedades medioambientales más comunes y de crecimiento más rápido y que se encuentra dentro de las categorías de los carcinógenos humanos (Johansson, 2006). Los informes han sido contestados muy duramente por muchas empresas asociadas a las telecomunicaciones: desde las compañías de telefonía a los fabricantes de ordenadores. De nuevo la sospecha de que los expertos actuaban por intereses distintos a los de los enfermos se puso sobre la mesa.

FEB tuvo éxitos desiguales: el primero en aceptar su existencia fue Suecia, que contabiliza unos 250.000 enfermos en el país. Alemania aprobó un paquete de medidas preventivas en la declaración de Friburgo en 2002. Inglaterra, por medio de su *Health Protection Agency* (HPA), aceptó su existencia en 2005. Sin embargo su declaración es ambigua: existen síntomas causados por la radiación electromagnética pero al tiempo declara que esta sintomatología está causada probablemente por el *smog* eléctrico. El *British medical report, definition, epidemiology and management of electrical sensitivity* de la HPA (Irvine, 2005) concluye de esta manera: la investigación hasta ahora no permite demostrar la existen-



<http://www.andrewgeller.me/wp-content/uploads/2015/02/no-wifi.jpg>

cia de una cadena causal entre exposición y los síntomas. Lo que se argumenta, en resumidas cuentas es la distinción entre correlación y causalidad (Eunson, 2012). La cuestión reside en que actualmente no existen pruebas consistentes y que por tanto es necesario emplear parámetros diferentes a los de la etiología tradicional. El corolario es un tanto sorprendente: si no se pueden identificar etiológicamente los síntomas entonces la enfermedad no existe desde el punto de vista científico. Sin embargo hay muchos testimonios y muy diferentes, centenares de miles, que difícilmente se pueden eliminar de forma sencilla. Y tampoco parece justo etiquetar esta dolencia biofísica como otro trastorno mental más (De-la-Rosa, 2014).

Una comunidad vulnerable puede convertirse en extraordinariamente activa e influyente

La FEB comprendió la importancia de las redes. Existen centenares de asociaciones y colectivos que se agrupan en muchos países bajo la etiqueta de electro-sensibles al modo de la FEB. Poco a poco, desde la medicina tradicional se han comenzado a realizar estudios al respecto. Una simple mirada a *Google Scholar* revela la existencia de todo tipo de estudios médicos que tratan de establecer relaciones causales entre los síntomas y la exposición electromagnética. La bibliografía científica ha crecido en la última década. Y quizá el triunfo más sorprendente para este colectivo vulnerable es que una de las series de televisión de moda, *Better call Saul* (Netflix, 2015), tenga un enfermo electro-sensible como protagonista, formando parte ya de la cultura popular.

En realidad los enfermos de electromagnetismo han presentado un reto importante a los expertos, a los médicos. ¿Es posible la existencia de una enfermedad de este tipo, de sintomatología tan variada? ¿Es posible que sea necesario cambiar el modelo lineal de la enfermedad por otro más complejo? El problema al que se enfrentan los electro-sensibles es diferente al del sida. El reconocimiento de su existencia y las consecuentes medidas de precaución suponen un cuestionamiento tan radical de la sociedad contemporánea que es muy dudoso que llegue a buen puerto. Son demasiados los intereses no sólo empresariales sino también de otros grupos e instituciones para aceptar medidas preventivas respecto a las comunicaciones actuales.

#### 4. Conclusiones

Está claro que la figura del experto y su disimetría con el *amateur* o el profano está siendo repensada en la actualidad. Es aceptable entender la producción del conocimiento científico como más azarosa e inclusiva de lo que se ha pensado en las narrativas tradicionales y que el *amateur* tenga más importancia de la que se le ha atribuido hasta ahora. Sin duda ya no puede descuidarse el aspecto social y político de este conocimiento y cómo afecta a los individuos. Los mecanismos que articularían un cambio radical entre sociedad y productores de conocimiento, por así decirlo válido, han obrado desde hace tiempo, tal como demuestran los casos

del sida y la electro-sensibilidad: una comunidad vulnerable puede convertirse en extraordinariamente activa e influyente. Puede transformar procedimientos y romper barreras entre expertos y legos. En el caso del sida todo ello ocurrió antes de la existencia de unas telecomunicaciones robustas. La fuerza se encuentra en que la comunidad se definió a sí misma como comunidad de afectados y comprendió claramente la necesidad de generar también conocimiento. La sola acción política no era suficiente. En este sentido el movimiento del sida se convierte en paradigmático. Los grupos de afectados por enfermedades raras, desconocidas, o no incluidas en el acervo médico encuentran así un modelo de acción. Pero siguen existiendo varias cuestiones sin resolver. Al menos estas tres. Primero, las tecnologías de información no son suficientes para movilizar a los grupos. Es necesaria una identidad fuerte de comunidad vulnerable. En segundo lugar es importante tomar las precauciones correctas para que este conocimiento no sea secuestrado y ocultado a la opinión pública. Y finalmente, es necesario reclutar a parte de los expertos y políticos para tener éxito. Si eso no ocurre el cambio no se produce.

Las TIC por sí solas no son suficientes para movilizar a los grupos. Es necesaria una identidad fuerte de comunidad vulnerable

#### 5. Bibliografía

- Adar, Eytan** (2011). "Why I hate mechanical turk research". En: *Workshop on crowdsourcing and human computation, CHI*, May 7-12, Vancouver, Canada. <http://www.cond.org/eadar-crowdsourcing-workshop.pdf>
- Barbara, Adam; Beck, Ulrich; Van-Loon, Joost** (eds.) (2000). *The risk society and beyond: Critical issues for social theory*. London: Sage. ISBN: 978 0761964698 <https://doi.org/10.4135/9781446219539>
- Beck, Ulrich** (1992). *The risk society. Towards a new modernity*. Cambridge, London: Sage. ISBN: 0803983468
- Borchelt, Rick; Hudson, Kathy** (2008). "Engaging the scientific community with the public". *Science progress*, April 21. <https://scienceprogress.org/2008/04/engaging-the-scientific-community-with-the-public>
- Carson, Rachel** (2014). "The obligation to endure". En: Ndubisi, Forster O. (ed.). *The ecological design and planning reader*. Island Press / Center for Resource Economics, pp. 122-130. ISBN: 978 1610914918 [https://doi.org/10.5822/978-1-61091-491-8\\_13](https://doi.org/10.5822/978-1-61091-491-8_13)
- Castel, Robert** (1995). "De la exclusión como estado a la vulnerabilidad como proceso". *Archipiélago*, n. 21, pp. 27-36. [http://www.dwvalencia.com/claver/Documentos/exclusion\(robert\\_castel\).pdf](http://www.dwvalencia.com/claver/Documentos/exclusion(robert_castel).pdf)
- Conner, Clifford D.** (2005). *A people's history of science: Miners, midwives, and 'low mechanics'*. New York: Nation Books. ISBN: 978 1560257486

- De-la-Cueva, Javier** (2012). "Praeter Orwell: sujetos, acción y open data ciudadana". *Argumentos de razón técnica: revista española de ciencia, tecnología y sociedad, y filosofía de la tecnología*, n. 15, pp. 13-37.  
[http://institucional.us.es/revistas/argumentos/15/art\\_1.pdf](http://institucional.us.es/revistas/argumentos/15/art_1.pdf)
- De-la-Rosa, Raúl** (2014). *La enfermedad silenciada*. Madrid: Ediciones I. ISBN: 978 8494181184
- Epstein, Steven** (1995). "The construction of lay expertise: AIDS activism and the forging of credibility in the reform of clinical trials". *Science, technology & human values*, v. 20, n. 4, pp. 408-437.  
<https://goo.gl/Bj6sMv>  
<https://doi.org/10.1177/016224399502000402>
- Epstein, Steven** (1996). *Impure science: AIDS, activism, and the politics of knowledge*. Berkeley: Univ. of California Press. ISBN: 9780520921252
- Epstein, Steven** (2016). "The politics of health mobilization in the United States: The promise and pitfalls of 'disease constituencies'". *Social science & medicine*, v. 165, pp. 246-254.  
<https://goo.gl/6z2x4Z>  
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2016.01.048>
- Eunson, Baden** (2012). "New media: biohazard? Magical thinking? Reframing the debate". En: *Australian and New Zealand Communication Association. ANZCA Conference*, Adelaide.  
[http://eunson.net/upload/biohazard/ANZCA\\_2012\\_Eunson\\_biohazard.pdf](http://eunson.net/upload/biohazard/ANZCA_2012_Eunson_biohazard.pdf)
- Foucault, Michel** (2008). *El nacimiento de la clínica: una arqueología de la mirada médica*. Barcelona: Siglo XXI. ISBN: 978 8432312793  
[https://monoskop.org/images/9/96/Foucault\\_Michel\\_El\\_nacimiento\\_de\\_la\\_clinica.pdf](https://monoskop.org/images/9/96/Foucault_Michel_El_nacimiento_de_la_clinica.pdf)
- Gamson, Josh** (1989). "Silence, death, and the invisible enemy: AIDS activism and social movement 'newness'". *Social problems*, v. 36, n. 4, pp. 351-367.  
<https://goo.gl/LZmoeX>  
<http://www.jstor.org/stable/800820>
- Gérvas, Juan** (2009). "Algunos problemas éticos en relación con la gripe A: de la anécdota a la categoría". *Bioética & debat: tribuna abierta del Institut Borja de Bioètica*, v. 15, n. 58.  
[http://www.raco.cat/index.php/BioeticaDebat\\_es/article/view/258898](http://www.raco.cat/index.php/BioeticaDebat_es/article/view/258898)
- Giddens, Anthony** (2013). *The consequences of modernity*. John Wiley & Sons. ISBN: 978 0745666440
- Gould, Deborah B.** (2012). "ACT UP, racism, and the question of how to use history". *Quarterly journal of speech*, v. 98, n. 1, pp. 54-62.  
<https://doi.org/10.1080/00335630.2011.638661>
- Grandung-Lind, Rigmor; Lind, John** (2004). *Black on white. Voices and witnesses about electro-hypersensitivity*. Stoc-kolm: Mimers Brunn Kunskapsförlaget. ISBN: 9188884074  
<http://www.feb.se/feb/blackonwhite-complete-book.pdf>
- Harrington, Mark** (2008). "AIDS activists and people with AIDS: A movement to revolutionize research and for universal access to treatment". En: Da-Costa, Beatriz; Philip, Kavita. *Tactical biopolitics: Art, activism, and technoscience*, Cambridge, MA.: The MIT Press, pp. 323-340. ISBN: 978 0262042499  
<https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262042499.003.0019>
- Hubbard, Jim** (2012). *United in anger: A history of ACT UP*. Film Collaborative.  
<http://www.unitedinanger.com>
- Illich, Ivan** (1973). *Tools for conviviality*. New York: Harper and Row. ISBN: 1842300113  
[http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq\\_interface/3a\\_aula/illich\\_tools\\_for\\_conviviality.pdf](http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/arq_interface/3a_aula/illich_tools_for_conviviality.pdf)
- Illich, Ivan** (1976). *Medical nemesis*. New York: Pantheon. ISBN: 0394402251
- Irvine, Neil** (2005). *Definition, epidemiology and management of electrical sensitivity. Report for the Radiation Protection Division of the Health Protection Agency, Ireland*.  
[http://www.emfrf.com/pdfs/Electrical\\_Sensitivity.pdf](http://www.emfrf.com/pdfs/Electrical_Sensitivity.pdf)
- Irwin, Alan; Jensen, Torben-Elgaard; Jones, Kevin E.** (2013). "The good, the bad and the perfect: Criticizing engagement practice". *Social studies of science*, v. 43, n. 1, pp. 118-135.  
<https://goo.gl/zAxZUZ>  
<https://doi.org/10.1177/0306312712462461>
- Jasanoff, Sheila** (2003). "Technologies of humility: Citizen participation in governing science". *Minerva*, v. 41, n. 3, pp. 223-244.  
<https://www.hks.harvard.edu/sdn/articles/files/Jasanoff-Humility.pdf>  
<https://doi.org/10.1023/A:1025557512320>
- Johansson, Olle** (2006). "Electrohypersensitivity: State of the art of a functional impairment". *Electromagnetic biology and medicine*, v. 25, n. 4, 245-258.  
<https://doi.org/10.1080/15368370601044150>
- Lafuente, Antonio; Alonso, Andoni** (2011). *Ciencia expandida, naturaleza común y saber profano*. Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes. ISBN: 978 9875582125
- Lafuente, Antonio; Alonso, Andoni; Rodríguez, Joaquín** (2013). *¡Todos sabios! Ciencia ciudadana y conocimiento expandido* Madrid: Cátedra. ISBN: 978 8437630717
- Leach, Melissa; Scoones, Ian; Wynne, Brian** (2005). *Science and citizens: globalization and the challenge of engagement*. London: Zed Books. ISBN: 978 1842775516
- Lengwiler, Martin** (2008). "Participatory approaches in science and technology: Historical origins and current practices in critical perspective". *Science, technology & human values*, v. 33, n. 2, pp. 186-200.  
<https://goo.gl/CMjDD0>  
<https://doi.org/10.1177/0162243907311262>
- Lenoir, René** (1974). *Les exclus. Un Français sur dix*. Paris: Éd. du Seuil. ISBN: 2020022028
- Lévy, Pierre** (1994). *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte. ISBN: 2707126934

**Mol, Annemarie** (2002). *The body multiple: Ontology in medical practice*. Durham: Duke University Press. ISBN: 978 0822329176

WHO (2005). *Electromagnetic fields and public health electromagnetic hypersensitivity*.  
<http://www.who.int/peh-emf/publications/facts/fs296/en>

**Ramírez-Campos, Marco-Antonio** (2014). "La industria de los medicamentos, el negocio que lucra con la enfermedad". *Revista enfermería a la vanguardia*, v. 2, n. 1, pp. 98-102.  
<http://alavanguardia.unica.edu.pe/index.php/revan/article/view/42>

**Richards, Misty** (2015). "Study guide to DSM-5". *American journal of psychiatry*, v. 172, n. 5, pp. 492-493.  
<https://doi.org/10.1176/appi.ajp.2015.15010116>

**Ruff, Kathleen; Mirabelli, Dario** (2014). "Conflict of interest, tailored science, and responsibility of scientific institutions and journals". *New solutions: A journal of environmental and occupational health policy*, v. 24, n. 3, pp. 259-266.  
<https://doi.org/10.2190/NS.EOV>

**Sandín, Bonifacio** (2013). "DSM-5: ¿Cambio de paradigma en la clasificación de los trastornos mentales?". *Revista de psicopatología y psicología clínica*, v. 18, n. 3, pp. 255-286.  
<https://doi.org/10.5944/rppc.vol.18.num.3.2013.12925>

**Shepard, Benjamin; Hayduk, Ronald** (2002). *From ACT UP to the WTO: Urban protest and community building in the era of globalization*. London: Verso. ISBN: 978 1859843567

**Sherlaw, William; Raude Jocelyn** (2013). "Why the French did not choose to panic: a dynamic analysis of the public response to the influenza pandemic". *Sociology of health & illness*, v. 35, n. 2, pp. 332-344.  
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9566.2012.01525.x>

**Smith, Pamela H.** (2004). *The body of the artisan: Art and experience in the scientific revolution*. Chicago: Chicago University Press. ISBN: 978 0226764238

**Sontag, Susan** (2011). *La enfermedad y sus metáforas. El sida y sus metáforas*. Barcelona: Mario Mutchink. ISBN: 978 8483467800

**Stilgoe, Jack; Irwin, Alan; Jones, Kevin** (2006). *The received wisdom: Opening up expert advice*. London: Demos. ISBN: 1841801704  
<https://www.demos.co.uk/files/receivedwisdom.pdf>

**Wesselink, Anna; Buchanan, Karen S.; Georgiadou, Yola; Turnhout, Esther** (2013). "Technical knowledge, discursive spaces and politics at the science-policy interface". *Environmental science & policy*, v. 30, n. 1-9.  
<https://goo.gl/hrXBmz>  
<https://doi.org/10.1016/j.envsci.2012.12.008>

## Colección EPI Scholar

Libros científicos de Información, Documentación y Comunicación



### Gestión de datos de investigación de Fabiano Couto Corrêa

Vivimos momentos de auténtica expectación por el papel que el acceso a grandes cantidades de datos de investigaciones puede llegar a jugar en el presente y el futuro inmediato en el desarrollo del conocimiento en todas las disciplinas. Para ello es absolutamente clave la existencia de procedimientos adecuados en la gestión de los datos de investigación.

En este libro se presentan diversas recomendaciones para ello. Las recomendaciones están dirigidas en primer lugar a investigadores. Y como los bibliotecarios tienen un papel cada vez más importante en estos procesos, se propone también un enfoque adicional: "ayudarles a ayudar a los investigadores". Así, ambos colectivos pueden encontrar en estas páginas una guía tremendamente útil para la gestión de los datos de investigación.

Del prefacio de Fernanda Peset: "Aunque gestionar el conocimiento en el ámbito de las ciencias es extremadamente complejo, en este momento enfrentamos la oportunidad de convertir en realidad el acceso a los resultados de la investigación en su más amplia acepción. Y el libro que tienen en las manos, les ayudará a comprender e involucrarse en las diferentes dimensiones de la gestión de los datos de investigación".

**Couto Corrêa, Fabiano** (2016). *Gestión de datos de investigación*. Barcelona: El profesional de la información, Editorial UOC, colección EPI Scholar n. 6, 164 pp. ISBN: 978 84 9116 430 2

Información: Isabel Olea

[epi.iolea@gmail.com](mailto:epi.iolea@gmail.com)

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/librosEPIScholar.html>



# TECNOLOGÍA CÍVICA PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA. EL CASO DE CODEANDO MÉXICO

Civic technology for citizen participation.  
The case of *Codeando México*



**Martín-Adalberto Tena-Espinoza-de-los-Monteros y José-Antonio Merlo-Vega**



**Martín-Adalberto Tena-Espinoza-de-los-Monteros** es responsable del Área de Servicios al Público en la Coordinación de la Red de Bibliotecas de la Universidad de Guadalajara (REBIUdeG), México. Profesor de la Licenciatura en Bibliotecología y Gestión del Conocimiento (LBGC) del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara (UDGVirtual). Doctorando en el Programa Formación en la Sociedad del Conocimiento en la Universidad de Salamanca.  
<http://orcid.org/0000-0002-5435-773X>

Universidad de Guadalajara, Coordinación de Bibliotecas Red de Bibliotecas (REBIUdeG)  
Av. Hidalgo 935, Col. Centro, 44100 Guadalajara, Jalisco, México  
[mtenaespinosa@udgvirtual.udg.mx](mailto:mtenaespinosa@udgvirtual.udg.mx)



**José-Antonio Merlo-Vega** es profesor titular y director del Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Salamanca. Imparte docencia en grados y masters de Información y Documentación y de Traducción e Interpretación y es colaborador docente de diversas universidades mexicanas. Sus temas de investigación y de las tesis doctorales que dirige se orientan hacia las bibliotecas, el acceso abierto a la información y las tecnologías aplicadas.  
<http://diarium.usal.es/merlo>

<http://orcid.org/0000-0002-9102-4408>

Universidad de Salamanca, Departamento de Biblioteconomía y Documentación, Grupo de investigación Grial  
Francisco de Vitoria, 6. 37008 Salamanca, España  
[merlo@usal.es](mailto:merlo@usal.es)

## Resumen

Se presenta un estudio de caso que ejemplifica la apropiación cívica de las TIC como mecanismos para la participación ciudadana. Se describen algunas de las innovaciones cívicas implementadas en México por la organización civil *Codeando México*. Por último, se reflexiona sobre el valor y el impacto de las tecnologías como medio de participación ciudadana.

## Palabras clave

Tecnologías; Tecnología cívica; Innovación cívica; Empoderamiento ciudadano; Participación ciudadana; Comunidades cívicas; Organizaciones ciudadanas; *Codeando México*; México.

## Abstract

A case study is presented that exemplifies the civic appropriation of TIC as mechanisms for citizen participation. The civic innovations implemented in Mexico by the civil organization *Codeando México* are described. Finally, we reflect on the value and impact of technologies as a means of citizen participation.

## Keywords

Technologies; Civic technology; Civic innovation; Citizen empowerment; Citizen participation; Civic communities; Citizen organizations; *Codeando México*; México.

**Tena-Espinoza-de-los-Monteros, Martín-Adalberto; Merlo-Vega, José-Antonio** (2017). "Tecnología cívica para la participación ciudadana. El caso de *Codeando México*". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 114-124.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.12>

## 1. Introducción. Apropiación cívica de las TIC

Los tecnologías de la información y la comunicación (TIC) posibilitan el ejercicio de la ciudadanía y el empoderamiento de los ciudadanos, multiplicado el alcance de su participación y permitiéndoles actuar y manifestarse con mayor facilidad y libertad

“como miembros de una comunidad en los asuntos de interés común” e “interrelacionarse con organizaciones sociales, ciudadanas e incluso con partidos políticos y otros intermediarios” (**Hernández-de-Velazco; Alvarado-Peña; Velazco-González**, 2013).

El ciudadano ha hecho suyas las TIC, a las que considera un medio eficaz para afrontar y dar solución a problemas sociales:

“las nuevas tecnologías son consideradas una valiosa palanca de cambio para enfrentar la complejidad de los problemas sociales” (**Arenilla-Sáez; García-Vegas**, 2103).

Ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil las demandan como una necesidad y las exigen como un derecho.

A partir de la adopción social de las TIC se ha creado un “nuevo marco de actuación cívica” (**Fernández**, 2015), que si bien puede fortalecer los procesos de participación ciudadana (**CAF**, 2013; **Casacuberta; Gutiérrez-Rubí**, 2010; *Empodera.org*, 2009; **Pitalúa-Torres**, 2008; **Sierra-Caballero; Fávoro-Garrossini**, 2012; **Vercelli**, 2013), también puede menoscabarlos y coartarlos, o resultar excluyente y limitado (**Caamaño; Pascale**, 2014; **Castells**, 2005; 2006; **Winocur**, 2007).

Las TIC “están sirviendo de mecanismo catalizador para el cambio de las estructuras sociales, económicas, políticas, democráticas y culturales tradicionales” (**Magallón-Rosa**, 2014). Deben ser entendidas como “categorías para la resolución de problemas”, pero también como “tecnologías para la acción” (**Magallón-Rosa**, 2014).

La apropiación cívica de las TIC posibilita la resolución de problemas sociales y son un medio para la acción y participación ciudadana (**Sánchez-Duarte et al.**, 2015). Transforman los procesos de participación ciudadana al dinamizar socialmente el ejercicio y empoderamiento ciudadano (**Martín-Maruri**, 2011), dotándolo de autonomía, autogestión y de capacidad de reivindicación cívica.

El objetivo de este artículo es evidenciar las aseveraciones anteriores, ejemplificándolas mediante un caso de éxito. Se pretende que el lector reflexione sobre la necesidad de vincular y fomentar el desarrollo de las TIC en la búsqueda de soluciones tecnológicas a problemas sociales. Se sugiere impulsar la apropiación y la innovación cívica como agentes de cambio y empoderamiento ciudadano, así como crear y consolidar mecanismos de organización y gestión ciudadana que vinculen e integren comunidades tecnológicas a sus procesos de participación.

## 2. Metodología

Se presenta el estudio de caso de la organización civil *Codeando México* como ejemplo de los proyectos que se desa-

rollan en México, y que se han convertido en un referente de innovación cívica y cuentan con reconocimiento en el contexto latinoamericano.

El estudio de caso se realiza desde una perspectiva exógena a la organización, y a partir del interés particular de los autores por la relevancia de sus iniciativas, así como por sus mecanismos de organización.

La documentación de la experiencia se realiza a partir de la información existente en medios digitales de comunicación (prensa, blogs y redes sociales), así como a través de la consulta y participación en los propios medios de comunicación de la organización (blogs y redes sociales), totalmente abiertos, públicos e incluyentes. Así mismo, una versión borrador del presente estudio fue puesta a consideración de los gestores de *Codeando México* para su revisión, retroalimentación y aprobación.

La estructura del trabajo es como sigue: primero se abordan aspectos conceptuales sobre innovación cívica y tecnología cívica, a continuación se presenta la experiencia de *Codeando México*, se discute su presente y futuro como organización de la sociedad civil promotora de tecnologías cívicas, y por último se presentan unas reflexiones finales.

“Las TIC han multiplicado la capacidad y el alcance de la participación ciudadana”

## 3. Referentes conceptuales

### 3.1. Innovación cívica

Tradicionalmente el concepto *innovación* suele referirse a los ámbitos científicos, tecnológicos o empresariales (**Caamaño; Pascale**, 2014). Esta concepción ha cambiado a partir de las crisis económicas y los retos sociales de los últimos 20 años, demandando una nueva concepción que evite

“referirnos a los procesos innovadores como únicamente de carácter tecnológico”, puesto que “hay otros indicadores de innovación que no pueden cotejarse con esos parámetros o desde ese paradigma” (**Abelenda; Mochi; Girardo**, 2014).

Algunos de estos nuevos indicadores son los procesos sociales y la participación ciudadana.

Los nuevos problemas y desafíos sociales, que según **Arenilla-Sáez y García-Vegas** (2013) se caracterizan por contar con tres atributos (alto grado de complejidad, dinamismo y diversidad), han exigido de ciudadanos y sociedad civil nuevos mecanismos para la participación ciudadana y la acción social. Se están utilizando nuevas formas de inteligencia colectiva (capacidades, competencias y conocimientos), así como nuevos mecanismos y esquemas de participación ciudadana.

Estas acciones y procesos pueden explicarse y justificarse, según **Arenilla-Sáez y García-Vegas** (2013), a partir del concepto de “resiliencia” o capacidad para resistir condiciones adversas, adaptado al análisis de los sistemas sociales. Dichos autores explican que:

“las sociedades actuales están siendo sometidas a una

serie de perturbaciones y situaciones de riesgo que sólo pueden superarse con el desarrollo de capacidades distintas a las ya existentes”.

La innovación ha sido adoptada y promovida como un proceso que debe ser inherente a la búsqueda de soluciones a problemas sociales. Ello demanda y moviliza capital social (Jorge, 2013), y requiere del desarrollo de las correspondientes competencias, medios y herramientas en un marco cívico y de participación ciudadana.

Entre los rasgos que caracterizan los nuevos mecanismos de innovación cívica en los procesos de participación ciudadana, los resumidos por Jorge (2013), concuerdan con el modelo de innovación cívica de nuestro objeto de estudio:

“basan su trabajo en la movilización de los activos del propio grupo, llevan a cabo un proceso de aprendizaje social, desarrollan nuevas capacidades cívicas, forman líderes comunitarios, fomentan la deliberación pública y el planeamiento participativo, crean redes de relaciones y alianzas con otros sectores de la comunidad y similares”.

La acción ciudadana convertida en innovación cívica a partir de la apropiación de las TIC, puede ser definida según Pascale y Caamaño (2015) como: “la participación activa de ciudadanos en iniciativas innovadoras que buscan transformar la realidad social, mediante las tecnologías digitales, a fin de alcanzar una mayor inclusión social”.

### 3.2. Tecnología cívica

Ha surgido un nuevo ecosistema de tecnologías cívicas, que en su definición más simple son aquellas que proponen soluciones a las necesidades de la ciudadanía (Magallón-Rosa, 2014). Una definición más completa se encuentra en Trejo-Pulido:

“cuando utilizamos las tecnologías digitales y los medios sociales para la provisión de los servicios de la ciudad, la generación de compromiso ciudadano y el análisis de la información para la toma de decisiones en la ciudad, estamos hablando de tecnología cívica” (Trejo-Pulido, 2013).

Se puede consultar una categorización de las tecnologías cívicas en Sánchez-Duarte et al. (2015), y en Magallón-Rosa (2014).

Algunas definiciones ampliamente aceptadas del sector de la tecnología y la informática, son las siguientes:

- Howard, en su blog *GovFresh*, reflexiona sobre posibles definiciones, proponiendo la siguiente: “Podría ser una nueva idea, tecnología o metodología que desafíe y mejore los procesos y sistemas existentes, mejorando así las vidas de los ciudadanos o la función de la sociedad en la que viven” (Howard, 2012).
- Donohue, del blog *TechCrunch*, la define como: “Cualquier tecnología usada para empoderar a los ciudadanos o ayudar a hacer un gobierno más accesible, eficiente y efectivo” (Donohue, 2015).
- Grodeska, del estudio de innovación cívica *CiviMakers*, considera la tecnología cívica: “Un nuevo movimiento “big tent” (o sea, de base amplia)

para la democracia, que comprende segmentos más pequeños como administración electrónica, campañas online, influencia de la opinión pública por medios digitales, y tecnologías de votación” (Grodeska, 2015)

Así pues, las tecnologías cívicas son las que logran empoderar y vincular al ciudadano a partir de promover procesos de cambio (innovación cívica), basados en una solución tecnológica (ecosistema tecnológico), y que son capaces de incentivar la colaboración social, facilitar la participación ciudadana y generar soluciones abiertas y escalables.

Hay que destacar tres estudios que abordan el crecimiento del sector:

- *The emergence of civic tech: Investments in a growing field*, de la fundación estadounidense *Knight Foundation* (2013), presenta un amplio análisis del mercado que está generando la tecnología cívica a partir del estudio de 209 organizaciones del sector.
- *Who benefits from civic technology? Demographic and public attitudes research into the users of civic technologies* (Rumbul, 2015), de la fundación *mySociety*, reflexiona sobre los usuarios de tecnología cívica y los beneficios que se están obteniendo. Se basa en un estudio realizado en agencias de 4 países (Reino Unido, Estados Unidos, Kenia y Sudáfrica) así como de la Unión Europea.
- *Engines of change. What civic tech can learn from social movements*, financiado por *Omidyar Network* (2015), se llevó a cabo entre 2013 y 2015 en Estados Unidos. Es una investigación que examina la tecnología cívica desde la perspectiva de los movimientos sociales estadounidenses, y tuvo por objetivo identificar oportunidades de desarrollo para la participación ciudadana.

La innovación se ha implantado en la solución de problemáticas sociales

### 4. Estudio de caso. Codeando México

Se define como:

“comunidad de tecnólogos y ciudadanos que desarrollan tecnología para resolver problemas públicos y sociales” (Codeando en Pérez-Damasco, 2016) cuyo objetivo es “[...] para que convivamos de mejor manera como sociedad, practicando el civismo a través de la tecnología” (Codeando, 2015a).

Se originó en la experiencia de un primer equipo de programadores en la 2ª edición del megaconcurso regional bajo la modalidad de *hackathon*, *Desarrollando América Latina 2012 (DAL)* en diciembre de 2012, en el que participaron 8 países latinoamericanos: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, México, Perú y Uruguay. *Codeando México* resultó ganador entre los 7 proyectos mexicanos participantes y obtuvo una “mención honrosa” entre las 22 aplicaciones finalistas del *hackathon* de cada país y de las cuales surgieron los proyectos ganadores a nivel regional (Arellano-Valdivia, 2012a; 2012b; 2012c).

Tras esta experiencia, *Codeando México* decide iniciar su historia como una organización de la sociedad civil (OSC).

Comienzan a trabajar con una estructura organizacional básica y homogénea, un equipo de programadores y diseñadores de software (comunidad de tecnología), que se plantea como objetivo una idea muy simple: “hacer hacking cívico” (figura 1). A partir de esta primera concepción de su quehacer como organización, *Codeando México* toma la iniciativa de desarrollar tecnología de impacto social -tecnología cívica- para ayudar a resolver los problemas que más atención necesitan en el país (figura 2) (*Codeando*, 2015b; *Wilhelmy*, 2013a).

#### 4.1. El caso de la #App115

A partir de la publicación de una investigación periodística del diario *Reforma* el 13 de marzo de 2013, *Codeando México* irrumpe en el escenario nacional. Cuestiona públicamente una licitación aprobada por la *Cámara de Diputados* de la LXII Legislatura, para adquirir una aplicación móvil por 115 millones de pesos con el fin de monitorear la actividad legislativa de los diputados. Según la opinión de varios especialistas de la industria del software, dicha aplicación no debería costar más de 0,5 millones de pesos (*ADN Político*, 2013; *García*; 2013; *Nava*, 2013).

A raíz de conocer y cuestionar esta información, *Codeando México* junto con el apoyo de *Fundar: Centro de Análisis e Investigación*, otra OSC con sede en México, convocaron lo que llamaron su primer *reto cívico*: la #App115, también conocido como: *Derrocando a la Mexican tech mafia* (*Codeando*, 2013a, 2013b; *Paniagua*, 2013).

El objetivo era desarrollar durante una semana una aplicación de código libre que sustituyera el software por el cual el gobierno federal pretendía pagar 115 millones de pesos. Al reto se presentaron más de 150 participantes; se desarrollaron 5 apps de código libre para móviles; 3 aplicaciones web para entregar datos a plataformas móviles, y se hizo pública una *API* (*Wilhelmy*, 2013b). Las propuestas fueron

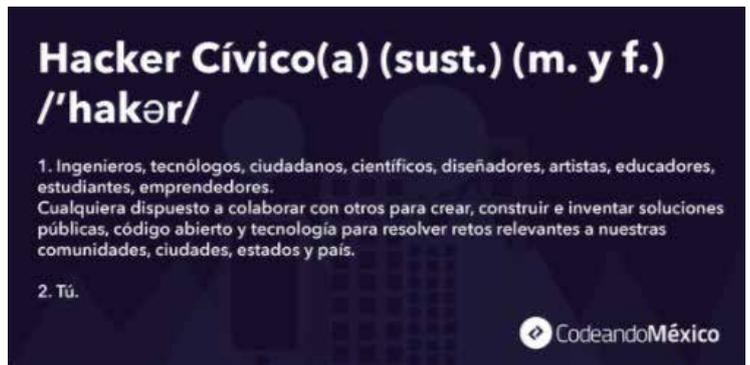


Figura 1. *Hacker cívico*  
<https://twitter.com/codeandomexico?lang=es>



Figura 2. *Codear México*

presentadas el 4 de abril ante los diputados y se dictaminó la propuesta de Arturo Jamaica como la aplicación ganadora. Lamentablemente y sin explicación alguna, hasta el día de hoy la aplicación no ha sido adoptada por el *Congreso* (*Morato-Mungaray*, 2015).

Esta primera innovación llevada a cabo vía un reto cívico y resuelta por *hackers* cívicos, permitió a *Codeando México*, desde una temprana etapa de su formación, mostrarse en México y América Latina como una “plataforma digital de innovación abierta que busca acelerar y democratizar la innovación cívica, rediseñando al gobierno y la sociedad con la agilidad característica de la comunidad de tecnología” (figura 3) (*Techne México*, 2015).

#### 4.2. DataMX

Después de la #App115, *Codeando México* lanzó en mayo de 2013 la plataforma cívica de datos abiertos *DataMX*. La intención era abrir datos desde la sociedad civil como alternativa a la iniciativa gubernamental *datos.gob.mx* que carecía de mecanismos claros para publicar nueva información e involucrar al ciudadano en el proceso (*Codeando*, 2013c). El objetivo fue proporcionar un espacio autónomo para la publicación y consumo de datos, independiente de cualquier gobierno u organización. Se buscaba que fuera una herramienta alineada con los estándares de proyectos e iniciativas internacionales como la *Open Government Partnership* y la *Open Knowledge International* que promueven la apertura de datos como parte de las estrate-



Figura 3. *Plataforma de innovación cívica*  
<https://espaciocritico25.files.wordpress.com/2014/11/codeandomexico.jpg>



Figura 4. DataMX: plataforma cívica de datos abiertos de México <http://datamx.io>

gias hacia la implementación de gobiernos abiertos (DataMX, 2013a, 2013b; Fundación Avina, 2015).

La propuesta de DataMX fue seleccionada por la alianza de las organizaciones filantrópicas y de fomento al desarrollo Avina Americas, Fundación Avina y Omidyar Network a través de su Fondo Acelerador de Innovaciones Cívicas, para recibir un apoyo de financiación por 125.000 USD con el objetivo de consolidar y soportar el proyecto DataMX (App-Cívico, 2013).

‘ Soluciones tecnológicas incentivan la colaboración social y facilitan la participación ciudadana ’

Dos años después, *datamx.io* ganó el 1<sup>er</sup> lugar en los Premios a la Innovación en Transparencia 2015 en la categoría de proyectos de organizaciones civiles concedido por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, el Banco Mundial, la Auditoría Superior de la Federación, el Instituto Nacional de Administración Pública A.C. y la Secretaría de la Función Pública (Codeando, 2015c).

Actualmente DataMX es un proyecto consolidado que cuenta con más de 500 conjuntos de datos (*datasets* estadísticos que se han publicado en *open data*), los cuales se mantienen en crecimiento a partir de la aportación de 60 organizaciones colaboradoras, además del trabajo de cientos de hackers cívicos (figura 4). Un resumen pormenorizado de los 2 primeros años de DataMX puede ser consultado en: <http://2015.datamx.io>

### 4.3. Retos públicos

La irrupción de *Codeando México* en el escenario de las acciones gubernamentales se tradujo en una llamada de atención al quehacer político en México. Sus soluciones cívico-tecnológicas generaron un despertar y una serie de impactos positivos en grupos y sectores de los tres niveles de gobierno (federal, estatal y municipal), así como en comunidades tecnológicas, grupos de la sociedad civil y en el ciudadano común.

Las acciones de *Codeando México*, le valieron el reconocimiento por parte de sectores políticos del país, y le permitieron establecer un diálogo con dependencias del gobierno, y actores del ecosistema cívico-tecnológico. De esta

forma, *Codeando México* se configura como un interlocutor entre gobierno y sociedad, a través del desarrollo de soluciones e innovaciones cívicas con una base tecnológica.

Uno de los primeros resultados que evidenciaron esta interlocución entre gobierno y ecosistema cívico-tecnológico fue la iniciativa colaborativa entre *Codeando México* y la *Coordinación de la Estrategia Digital Nacional*, llamada *Retos públicos*, que fue lanzada oficialmente en agosto de 2014. Dicha iniciativa parte de la experiencia previa de dos ejercicios gestados por *Codeando México*: la *#App115*, del que hablamos antes, y *#RetoSATMóvil*. Este último fue un primer ejercicio oficial de acercamiento implementado en agosto de 2013, por medio del cual se convocó al rediseño de la aplicación móvil empleada por el *Servicio de Administración Tributaria (SAT)* (Codeando, 2013d).

La iniciativa de *Retos públicos* se vinculó e integró posteriormente como una estrategia del Gobierno Federal para el cumplimiento de los objetivos planteados en la *Estrategia Digital Nacional* presentada en noviembre de 2013 (Gobierno de México, 2014). El proyecto *Retos públicos* consiste en el desarrollo de convocatorias abiertas para presentar propuestas de solución digital a demandas de la adminis-



Figura 5. Retos públicos <http://retos.datos.gob.mx/acera>

tración pública de impacto social (figura 5) (*Codeando*, 2014; *Gobierno de México*, 2014).

Las convocatorias están dirigidas a empresas, emprendedores y/o hackers cívicos que tengan la capacidad y las competencias necesarias para elaborar software a escala media. Su intención es apoyar la implementación de una industria de la innovación a nivel de las pequeñas y medianas empresas del sector (facturación menor de 4 millones de pesos mexicanos), ya que en caso de resultar ganadores serán acreedores a la asignación de un contrato para llevar a cabo la solución digital que propusieron (figura 6).

Al cierre de 2015 se habían presentado 11 *Retos públicos* que involucraron a 9 dependencias del Gobierno Federal; se tuvo un registro de más de 1.200 emprendedores y pequeñas empresas participantes. Estas empresas presentaron 341 propuestas, de las cuales se generaron 50 prototipos y se dictaminaron 8 proyectos ganadores y la asignación de igual número de contratos con el Gobierno Federal (*Gobierno de México*, 2015).

Para conocer más se puede consultar: <http://retos.datos.gob.mx>

Actualmente la iniciativa de *Retos públicos* está siendo replicada y adoptada en diversas instancias de los gobiernos estatales y municipales del país, siendo uno de los casos más recientes el de *Retos Jalisco* (*Codeando*, 2016a; *Gobierno de Jalisco*, 2016).

<https://retos.jalisco.gob.mx>

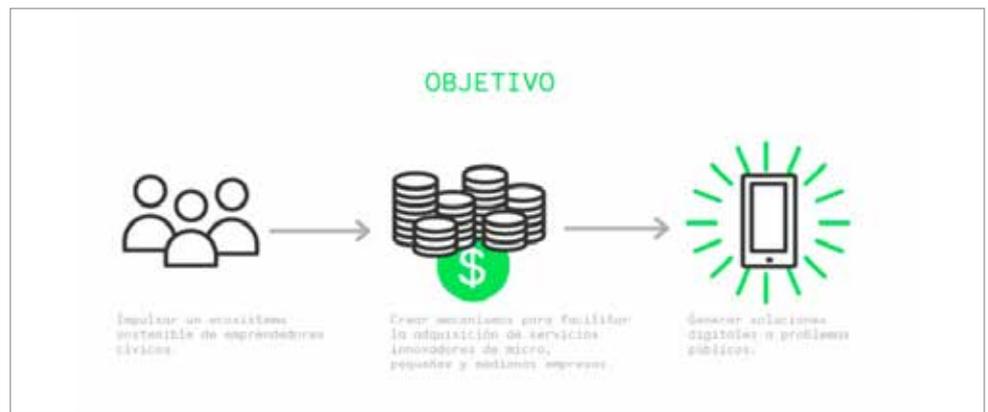


Figura 6. *Retos públicos*: Objetivos <http://retos.datos.gob.mx/acerca>

#### 4.4. Retos cívicos

De manera paralela a los retos públicos, *Codeando México* lanzó oficialmente en agosto de 2016 *Retos cívicos*, una iniciativa propia que busca hacer interactuar a OSC mexicanas con la comunidad tecnológica del país (*Codeando*, 2016b). A través de esta iniciativa, *Codeando México* facilita a las OSC una plataforma donde presentar sus problemas no resueltos.

Mediante una metodología similar a los *Retos públicos*, las OSC plantean un reto (problema social) ante equipos y comunidades de tecnología, los cuales trabajarán y propondrán soluciones tecnológicas (tecnología cívica).

Como resultado se obtiene la implementación para la OSC de una solución con base tecnológica al problema presentado, y un incentivo económico al desarrollo (innovación cívica) generado por el equipo de tecnología ganador. En estos momentos el patrocinio está financiado por *Microsoft* (figura 7) (*Codeando*, 2016b).

Con estos retos *Codeando México* busca incentivar la generación de mayor tecnología cívica, la creación y consolidación de comunidades de tecnología e innovación social y la expansión del ecosistema cívico-tecnológico en el país.

<http://retoscivicos.codeandomexico.org>  
<https://codeandomexico.org>

#### 4.5. Comunidades cívicas

Desde su formación *Codeando México* se ha autodefinido como una organización que se estructura a partir de comunidades. Para *Codeando México* las comunidades son entendidas y promovidas como espacios comunes en los que confluye una diversidad de actores, con la intención de interactuar, aprender, proponer, crear y transformar el entorno social mediante soluciones tecnológicas.

A través de estas comunidades, *Codeando México* no busca dar una solución a un problema social en particular, sino agrupar a todas las personas interesadas en generar soluciones a los problemas que una o varias comunidades pue-



Figura 7. *Retos cívicos* <http://retoscivicos.codeandomexico.org/#>

da llegar a plantear (Codeando, 2015d). Es decir, las comunidades buscan ser un espacio para el “involucramiento cívico y la participación ciudadana, a partir del desarrollo de tecnologías cívicas, de ahí su calificativo de comunidades cívicas” (Jorge, 2013) o comunidades de tecnología cívica.

Basándose en esta estructura organizacional sin jerarquías, totalmente horizontal, transparente y abierta, Codeando México ha podido establecerse físicamente en 7 ciudades (Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Xalapa, Aguascalientes, Morelia y León). Cuenta además con un continuo involucramiento de colaboradores (más de 500 hasta finales de 2015), que han participado en las 30 actividades y 20 proyectos de desarrollo local realizados hasta principios de 2016 (Codeando, 2015b).

Las comunidades cívicas son puntos de encuentro y espacios para la participación y empoderamiento ciudadano, en donde la innovación cívica ha demostrado ser una eficaz amalgama que ha permitido sumar y potenciar conocimientos, habilidades y competencias para la solución de problemas sociales (figura 8).

#### 4.6. Otras iniciativas

Además de las iniciativas mencionadas, Codeando México lleva a cabo en un segundo plano un conjunto de proyectos que se trabajan a un ritmo menor o se relegan en tiempos y prioridades, tanto desde las comunidades cívicas a nivel global de Codeando México, como de las establecidas en los estados del país antes mencionados.

Las comunidades cívicas buscan ser espacios comunes para el involucramiento y la participación ciudadana

Entre estos proyectos se pueden destacar:

- *Explica la ley*: recopila y documenta en un lenguaje ciudadano o a través de infografías, explicaciones y comentarios de expertos sobre temas relativos a las propuestas ya sea de una nueva ley, o de reformas a una ley ya existente en el país. A partir del análisis y la sociabilización de las leyes sujetas a aprobación o reforma, se puede llegar a tomar la decisión de presentar observaciones, críticas y contrapropuestas a dichas leyes.  
<http://cambia-la-ley.herokuapp.com/ley>
- *Mapeos ciudadanos*: apoya y participa en convocatorias y proyectos de mapeo y cartografía de datos para zonas urbanas desde una perspectiva cívica.  
<https://mapaton.org>
- *Eventos de hacking cívico*: fomenta el desarrollo de eventos formales a gran escala o reuniones informales a pequeña escala de hacking cívico; algunas de las modalida-



Figura 8. Hackea tu ciudad  
<https://www.facebook.com/CodeandoMexico>

des son: *hackathones cívicos*, *civicHackNight* (tertulias de temas hackers), *Hackea tu ciudad* (charlas relámpago, talleres y entrenamientos sobre tecnología cívica).

<https://www.facebook.com/CodeandoMexico/events>

- *Apertura de datos*: en el marco del *open data day*, Codeando México se coordina con otras organizaciones civiles y de gobierno para llevar a cabo eventos en distintas ciudades del país con la intención de crear aplicaciones, liberar datos, crear visualizaciones y publicar análisis utilizando datos públicos abiertos. Además mantienen un *Centro de Apertura de Datos* (CAD) permanente.  
<https://github.com/CodeandoMexico/centro-de-apertura-de-datos>
- *Periodismo de datos*. En temas de relevancia periodística e interés ciudadano, Codeando México apoya con la búsqueda y limpieza de datos, así como también en la petición de información pública a través de los medios de transparencia implementados por el gobierno. También por iniciativa propia, las comunidades de Codeando México pueden llegar a proponer temas de investigación periodística basada en datos.  
<http://apertura.datamx.io/solicitudes/populares>

#### 5. Discusión

A 4 años de haber iniciado actividades, Codeando México se encuentra en un proceso de consolidación y crecimiento, pero también de reflexión interna sobre los mecanismos para escalar y potenciar el proyecto de organización y las iniciativas hasta hoy generadas. Para ello se está trabajando en la documentación y sistematización de las experiencias y las iniciativas llevadas a cabo, con la intención de generar un modelo y una metodología. Con ello se busca contribuir

en la elaboración de proyectos e iniciativas cívicas con base tecnológica, que tengan por objetivo reinventar la relación entre gobierno y ciudadanía, a través de la tecnología y la conformación de un nuevo ecosistema de innovación ciudadana (Escobar-Luque, 2015).

Entre los retos inmediatos se encuentra la financiación y la sustentabilidad económica del proyecto, lo que demanda pensar en mecanismos de monetización y patrocinio. Ya se ha obtenido financiación a partir de subsidios o *grants* ganados por la participación en convocatorias, pero siendo muchas las organizaciones civiles en busca de financiación y pocos los recursos existentes, se hace necesario trabajar en distintas vías y modelos.

El otro gran reto a enfrentar es la consolidación, diversificación y expansión de la masa crítica a partir de la cual se creó y conformó *Codeando México*. Al día de hoy se mantiene un crecimiento constante tanto de las acciones e iniciativas, como del número de colaboradores que se suman a participar individualmente o a través de una comunidad cívica o que están trabajando en conformar una propia.

El ejercicio de nuestra ciudadanía, comienza a ser mediado por un uso cada vez mayor de las TIC

Conscientes de la necesidad de no frenar el avance del proyecto, y con el objetivo de evitar un estancamiento o retroceso, *Codeando México* ha diseñado una estrategia a implementar a partir del 2º semestre de 2016. La estrategia tiene por objetivo la conformación de una *Red de Brigadas Cívicas* itinerantes, con la función de desarrollar de forma activa proyectos de impacto a una escala micro (barrios, colonias, pequeñas poblaciones). Dichos proyectos, posteriormente podrían integrarse y fortalecerse con las comunidades cívicas ya consolidadas en el país.

Los retos a enfrentar como organización civil incipiente son muchos, algunos de ellos ya conocidos y documentados, otros serán totalmente nuevos e inesperados. Pero los retos a vencer como comunidad de innovación social y desarrollo de tecnología cívica se vislumbran y configuran especialmente particulares en función de la rápida evolución del sector de las tecnologías y de la compleja estructura y situación social que se vive en el país. Por ello las estrategias a implementar en la consolidación de la organización deberán ser proactivas y emprendedoras, y siempre en el marco de los principios del movimiento: involucrarse, resolver, construir, aprender, innovar, abrir, compartir, transformar.

## 6. Consideraciones finales

Echeverría (2008) señalaba en concordancia con las líneas de acción propuestas en la *Cumbre mundial de la sociedad de la información (CMSI)*, Ginebra 2003 y Túnez 2005, que la apropiación personal y colectiva de las TIC se lograría conforme éstas se incorporaran a las acciones humanas, y en la medida en que las personas y las instituciones incrementaran su capacidad de hacerlas suyas.

<https://www.itu.int/net/wsis/index-es.html>

Hoy en día este planteamiento nos parece arcaico, cuando el uso social de las TIC se ha masificado exponencialmente, aunque también es de señalar que la disparidad existente (brecha digital) se ha mantenido y en algunos casos parece repuntar o perpetuarse (UIT, 2015). Pese a ello, el acceso a las TIC sigue mejorando en todo el mundo y con ello impactando y generando transformaciones en todos los sectores y niveles de nuestra sociedad y vida cotidiana (económico, político, social, cultural, educativo y científico).

Los mecanismos que como ciudadanos adoptemos frente a estas transformaciones, ya sea como acciones de integración, defensa o resistencia, dependerán en gran medida del grado de comprensión y apropiación que hagamos de los medios que tenemos a nuestro alcance a partir de la inserción de las TIC en nuestra vida cotidiana.

Nuestro día a día como ciudadanos y en consecuencia el ejercicio de nuestra ciudadanía, comienza a ser mediado e intervenido por el uso y por una cada vez mayor prevalencia de las TIC.

Independientemente de las estrategias y agendas digitales que los gobiernos vienen implementando (gobierno electrónico, gobierno abierto, transparencia y acceso a la información, entre otras iniciativas), resulta necesario que la participación no se limite a ser meramente espectadora o receptora afín por decreto de estas transformaciones.

Es necesaria y viable una nueva participación ciudadana, que los ciudadanos sean los promotores y gestores de las soluciones que necesitan, y también ser la contrapartida y ejercer la disidencia ante modelos y procesos establecidos.

Documentar y estudiar la experiencia generada por *Codeando México* abona al reconocimiento y difusión de iniciativas exitosas y funcionales, que pueden servir de base para nuevos proyectos en otras latitudes y contextos, así como sumar comunidades y redes de aprendizaje y colaboración.

La reflexión final nos lleva a reconocer el inicio de una nueva forma de implicación cívica a partir de la apropiación de las TIC, implicación que ha desencadenado nuevos mecanismos de participación y empoderamiento ciudadano sobre los cuales será necesario construir y aprender, así como también proclamar y defender su divulgación, masificación y promoción como un derecho cívico de todos y para todos.

## 7. Agradecimientos

Los autores agradecen a *Codeando México* la oportunidad y las facilidades otorgadas para realizar este trabajo.

Este trabajo se realizó en el marco del programa doctoral *Formación en la Sociedad del Conocimiento* de la *Universidad de Salamanca*.

## 8. Bibliografía

Abelenda, Lucía; Mochi, Prudencio; Girardo, Cristina (2014). "Las tecnologías cívicas como herramientas para la innovación social desde las organizaciones de la sociedad civil". En: *XIV Congreso de investigación sobre el tercer sector*.

*Innovación social y redes de la sociedad civil en las agendas global y local*, pp. 412-422.

<https://goo.gl/ijfJSZ>

ADN Político (2103). “La Cámara de Diputados compra app en 115 millones de pesos”. *ADN Político. CNN México*, 13 de marzo.

<http://www.adnpolitico.com/congreso/2013/03/13/la-camara-de-diputados-compra-app-en-115-millones-de-pesos>

AppCívico (2013). “Datamx.io”. *Blog del Fondo Acelerador de Innovaciones Cívicas*.

<http://appcivico.net/proyectos-seleccionados/plataforma-civica-para-la-extraccion-y-publicacion-de-datos-abiertos>

Arellano-Valdivia, Juan (2012a). “Desarrollando América Latina 2012”. *GlobalVoices*, 9 octubre.

<https://es.globalvoices.org/2012/10/09/desarrollando-america-latina-2012>

Arellano-Valdivia, Juan (2012b). “Día 2 de Desarrollando América Latina 2012”. *GlobalVoices*, 5 diciembre.

<https://es.globalvoices.org/2012/12/05/dia-2-de-desarrollando-america-latina-2012>

Arellano-Valdivia, Juan (2012c). “Desarrollando América Latina – Ganadores regionales”. *Globalizado. Blog de Juan Arellano Valdivia*, 30 diciembre.

<http://arellanojuan.com/desarrollando-america-latina-ganadores-regionales>

Arenilla-Sáez, Manuel; García-Vegas, Ricardo (2013). *Innovación social. La integración social en la administración pública*. Madrid: INAP; Netbiblio. ISBN: 978 8415562405

Caamaño, Hernán; Pascale, Pablo (2014). “Innovación ciudadana en Iberoamérica: participación digital para la transformación social”. En: *Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*, Buenos Aires, Argentina, 12-14 de noviembre.

<http://www.oei.es/congreso2014/10memorias2014.php>

CAF (Corporación Andina de Fomento) (2013). *Hacia la transformación digital de América Latina: las infraestructuras y los servicios TIC en la región*. ISBN: 978 9807644266

[http://publicaciones.caf.com/media/39809/informe\\_tecnologiacaf.pdf](http://publicaciones.caf.com/media/39809/informe_tecnologiacaf.pdf)

Casacuberta, David; Gutiérrez-Rubí, Antoni (2010). “E-participación: de cómo las nuevas tecnologías están transformando la participación ciudadana”. *Razón y palabra*, agosto-octubre, n. 73.

<http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/12-M73Casacuberta-Gutierrez.pdf>

Castells, Manuel (2005). *La era de la información* (v. 1): *economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial. 2ª ed. ISBN: 978 8420677002

Castells, Manuel (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Alianza Editorial. ISBN: 978 8420647845

Codeando México (2013a). “La app de los 115 millones de pesos”. *Codeando México*, 16 marzo.

<https://codeandomexico.org/proyectos/21>

Codeando México (2013b). “Derrocando a la Mexican tech mafia”. *Blog de Codeando México*, 25 marzo.

<https://goo.gl/IgEdSM>

Codeando México (2013c). “La plataforma cívica de datos abiertos de México”. *Blog de Codeando México*, 14 mayo.

<http://blog.codeandomexico.org/2013/05/14/plataforma-civica-de-datos-abiertos-de-mexico>

Codeando México (2013d). “Reto SAT Móvil: el gobierno convoca a emprendedores cívicos”. *Blog de Codeando México*, 26 julio.

<http://web.archive.org/web/20131024232844/http://blog.codeandomexico.org/post/56535821013/retosatmovil-el-gobierno-convoca-a-emprendedores>

Codeando México (2014). “Más retos de gobierno para la banda”. *Blog de Codeando México*, 11 agosto.

<http://blog.codeandomexico.org/2014/08/11/retos-de-gobierno-para-la-banda>

Codeando México (2015a). “¿Qué es tecnología cívica?”. *Blog de Codeando México*, 19 enero.

<http://blog.codeandomexico.org/2015/01/19/tecnologia-civica>

Codeando México (2015b). “Hacia un nuevo Codeando México”. *Blog de Codeando México*, 25 noviembre.

<http://blog.codeandomexico.org/2015/11/25/hacia-un-nuevo-codeando-mexico>

Codeando México (2015c). “¡Felicidades DataMX.io! Premio a la Innovación en Transparencia 2015”. *Blog de Codeando México*, 8 octubre.

<http://blog.codeandomexico.org/2015/10/08/premio-transparencia>

Codeando México (2015d). “La comunidad hace la fuerza”. *Blog de Codeando México*, 5 enero.

<http://blog.codeandomexico.org/2015/01/05/la-comunidad-hace-la-fuerza>

Codeando México (2016a). “Nuevo llamado a hackers cívicos: ¡más retos!”. *Blog de Codeando México*, 1 julio.

<http://blog.codeandomexico.org/2016/07/01/nuevo-llamado-a-hacker-civico-s-mas-retos>

Codeando México (2016b). “Retos Cívicos”. *Blog de Codeando México*.

<http://retoscivicos.codeandomexico.org/#>

DataMX (2013a). “¿Qué es Datamx.io?”. *DataMX*.

<http://paginas.datamx.io/about>

DataMX (2013b). “FAQ: Preguntas frecuentes”. *DataMX*.

<http://paginas.datamx.io/faq>

Donohue, Stacy (2015). “Civic tech is ready for investment”. *Crunch network. TechCrunch*, 29 April.

<https://techcrunch.com/2015/04/29/civic-tech-is-ready-for-investment>

Echeverría, Javier (2008). “Apropiación social de las tecnologías de la información y de la comunicación”. *Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, v. 4, n. 10, pp. 171-182.

<https://goo.gl/PhSGBF>

- Empodera.org* (2009). *Innovación para el empoderamiento de la ciudadanía a través de las TIC*. España: Fundación Cibervoluntarios. ISBN: 978 8499160542  
[http://empodera.org/wp-content/uploads/2016/07/empodera\\_2009.pdf](http://empodera.org/wp-content/uploads/2016/07/empodera_2009.pdf)
- Escobar-Luque, Juan-Pablo** (2015). "Cívica digital". *Blog de Cívica Digital*, 19 noviembre.  
<https://goo.gl/mcx8tO>
- Fernández, Manu** (2015). "El valor cívico de las herramientas digitales". *Abierto al público. Blog del BID para aprender sobre open knowledge en América Latina y el Caribe*, 11 agosto.  
<http://blogs.iadb.org/abierto-al-publico/2015/08/11/el-valor-civico-de-las-herramientas-digitales>
- Fundación Avina* (2015). "México: plataforma *Data.MX* gana primer lugar en Premio a la Innovación en Transparencia 2015". *Fundación Avina*.  
<http://www.avina.net/avina/mexico-plataforma-data-mx-gana-primero-lugar-en-premio-a-la-innovacion-en-transparencia-2015>
- García, Imelda** (2103). "El Congreso convoca a hackers para desarrollar aplicaciones". *ADN Político. CNN México*, 4 abril.  
<http://m.adnpolitico.com/congreso/2013/04/03/congreso-pide-ayuda-a-hackers-para-crear-aplicaciones>
- Gobierno de Jalisco*, México (2016). "¿Qué son los Retos Jalisco?". *Retos Jalisco*. Dirección General de Tecnologías de la Información. Gobierno de Jalisco (México).  
<https://retos.jalisco.gob.mx/que-es-retos-jalisco>
- Gobierno de la Republica*, México (2014). "Acerca de Retos Públicos". *Retos públicos. Gobierno de la Republica* (México), 13 agosto.  
<http://retos.datos.gob.mx/acerca>
- Gobierno de la Republica*, México (2015). "Retos públicos". *Alianza para el gobierno abierto. Gobierno de la Republica* (México), 20 noviembre.  
<http://gobabiertomx.org/resultados/20-retos-publicos>
- Grodeska, Lawrence** (2015). "#CivicTech primer: What is 'civic tech'?". *CivicMakers*, 6 October.  
<https://medium.com/civic-makers/civictech-primer-what-is-civic-tech-7ea788e766d3#.xuyt56f56>
- Hernández-de-Velazco, Judith; Alvarado-Peña, Lisandro; Velazco-González, Johnny** (2013). "Participación ciudadana, tecnologías de información- comunicación y opinión pública". *TEACs*, enero-junio, año 5, n. 11, pp. 25-34  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4736149>
- Howard, Alex** (2012). "A definition for civic innovation". *GovFresh. Government and civic technology*, 16 March.  
<http://gov20.govfresh.com/defining-civic-innovation-definition-open-government>
- Jorge, José-Eduardo** (2013). "Comunidad cívica y capital social". *Questión. Revista especializada en periodismo y comunicación*, octubre-diciembre, v. 1, n. 40, pp. 101-111.  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32751/Documento\\_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/32751/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Knight Foundation* (2013). *The emergence of civic tech: Investments in a growing field*.  
[http://www.knightfoundation.org/media/uploads/publication\\_pdfs/knight-civic-tech.pdf](http://www.knightfoundation.org/media/uploads/publication_pdfs/knight-civic-tech.pdf)  
<http://www.knightfoundation.org/features/civictech>
- Magallón-Rosa, Raúl** (2014). "Tecnologías cívicas y participación ciudadana". *Revista de estudios de juventud*, junio, n. 105, pp. 53-70.  
<https://goo.gl/8gSOeR>
- Martín-Maruri, Ignacio** (2011). "Empoderamiento para la innovación social". En: Fundación Cibervoluntarios. *Innovación para el empoderamiento ciudadano a través de las TIC*. Empodera.org, pp. 129-136.  
<http://www.mas-business.com/docs/Empoderamiento%20ciudadano.pdf>
- Morato-Mungaray, Manuel-Emilio** (2015). "De una app rebelde a un cambio de raíz: a dos años de la #App115". *FayerWayer. Codeando México*, 25 marzo.  
<https://www.fayerwayer.com/2015/03/de-una-app-rebelde-a-un-cambio-de-raiz-a-dos-anos-de-la-app115>
- Nava, María-del-Carmen** (2013). "Diputados gastan 115 mdp en servicios que ya tienen". *Animal político*, 15 marzo.  
<https://goo.gl/gaZzHu>
- Omidyar Network* (2015) *Engines of change. What civic tech can learn from social movements*.  
<https://goo.gl/3fdnq6>
- Paniagua, María-Rocío** (2013). "Bringing down the Mexican tech mafia: How hackers stopped A \$9.3 million fraud". *TechCrunch. Crunch network*, 14 April.  
<https://techcrunch.com/2013/04/14/bringing-down-the-mexican-mafia-how-mexican-hackers-stopped-a-93-million-fraud>
- Pascale, Pablo; Caamaño, Hernán** (2015). "La innovación ciudadana". En: Fundación Cibervoluntarios. *Innovación Ciudadana: Inteligencia colectiva para empoderamiento glocal*. Empodera.org. ISBN: 978 8494251467  
<https://goo.gl/iazgFR>
- Pérez-Damasco, Diego** (2016). "*Codeando México*: hackers por la participación ciudadana". *Distintas latitudes*, 25 mayo.  
<http://distintaslatitudes.net/codeando-mexico-hackers-la-participacion-ciudadana>
- Pitalúa-Torres, Víctor-David** (2008). "Nuevas herramientas para la participación ciudadana". En: *Congreso virtual interinstitucional: Los grandes problemas nacionales*.  
<http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/redipal/CVI-41-08.pdf>
- RAE (Real Academia Española)* 2014. "Cívico, -ca". *Diccionario de la lengua española* (23ª ed.).  
<http://dle.rae.es/?id=9NIY99M>
- Rumbul, Rebecca** (2015). "Who benefits from civic technology? Demographic and public attitudes research into the users of civic technologies". *mySociety*.  
<https://www.mysociety.org/research/who-benefits-from-civic-technology>
- Sánchez-Duarte, José-Manuel; Bolaños-Huertas, María-**

**Victoria; Magallón-Rosa, Raúl; Anderica-Caffarena, Victoria** (2015). "El papel de las tecnologías cívicas en la redefinición de la esfera pública". *Historia y comunicación social*, v. 20, n. 2, pp. 483-498.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2015.v20.n2.51396](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51396)

**Sierra-Caballero, Francisco; Fávoro-Garrossini, Daniela** (2012). "Nuevas tecnologías de la información e inclusión social. Análisis de redes y procesos de empoderamiento social en localidades periféricas y subdesarrolladas". En: *III Congreso internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, Tarragona. ISBN: 978 8461556786  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5253847>

**Techne México** (2015). "Codeando México: la plataforma digital que hace hackeo responsable". *Blog de Techne México*, 1 febrero.  
<https://www.technemexico.com/codeando-mexico-la-plataforma-digital-que-hace-hackeo-responsable>

**Trejo-Pulido, Ana** (2013). "Comunidades de tecnología cívica o la inteligencia de la cooperación TIC entre ciudades". *Observatorio Nacional de Software de Fuentes Abiertas. Blog del Cenatic*, 8 octubre.  
<https://goo.gl/Zs5JJC>

**UIT** (2015). "La UIT publica datos mundiales anuales sobre las TIC y clasificaciones de los países según el Índice de Desarrollo de las TIC". *Centro de Prensa de la UIT*.  
[http://www.itu.int/net/pressoffice/press\\_releases/2015/57-es.aspx#.WDYScbms9Cg](http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2015/57-es.aspx#.WDYScbms9Cg)

**Vercelli, Ariel** (2013). "La participación ciudadana en la era digital. Análisis de las tecnologías digitales que se utilizan para la gestión de derechos ciudadanos". *Virtualis*, enero-junio, n. 7, pp. 115-130.  
<http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis/index.php/virtualis/article/view/72/137>

**Wilhelmy, Rodolfo** (2013a). "Codeando México: hacking cívico". *RE magazine*, 19 abril.  
<https://medium.com/re-magazine/codeando-mexico-hacking-civico-47010bc4da7a#.9zh6jnfjg>

**Wilhelmy, Rodolfo** (2013b). "El impacto del reto #app115". *Blog de Codeando México*, 26 marzo.  
<https://goo.gl/LmZlZS>

**Winocur, Rosalía** (2007). "Nuevas tecnologías y usuarios. La apropiación de las TIC en la vida cotidiana". *Telos*, octubre-diciembre, n. 73.  
<https://goo.gl/58gJDH>

Diagram illustrating the SIEDIC logo and its components:

- eS flexible** (top left)
- es Diversidad** (top center)
- es Conocimiento** (top right)
- Es compromiso** (bottom left)
- es un Imán** (bottom right)

Below the logo, the text reads:

Además ahora **SIEDIC** es **más** por menos  
Consulta las nuevas tarifas de nuestros cursos en  
**www.sedic.es** y  
**¡RECÍCLATE!**

# EL PERIODISTA COMO AGENTE SOCIAL: PROPUESTA DIDÁCTICA PARA LA INTERVENCIÓN COMUNICATIVA EN COMUNIDADES CERCANAS

The journalist as a social agent: A didactic proposal  
for their communicative intervention in neighbor  
communities

Vanesa Saiz-Echezarreta y Belén Galletero-Campos



**Vanesa Saiz-Echezarreta** es doctora en periodismo por la *Universidad Complutense de Madrid*, y actualmente profesora y vicedecana en la *Facultad de Periodismo* de la *Universidad de Castilla La Mancha*. Pertenece al grupo de investigación *Semiótica, Comunicación y Cultura (UCM)* y es especialista en semiótica, estudios de género y análisis socio-cultural. Desarrolla su investigación en el *Proyecto Issues*, sobre la mediatización de los asuntos públicos en la esfera mediatizada, ocupándose de la controversia sobre prostitución e imaginarios socio-sexuales.  
<http://orcid.org/0000-0003-1700-0296>

[vanesa.saiz@uclm.es](mailto:vanesa.saiz@uclm.es)



**Belén Galletero-Campos** es licenciada en *Periodismo* por la *Universidad de Navarra*, experta en guion de ficción para TV y cine por la *Universidad Pontificia de Salamanca* y master en *Comunicación política y empresarial* por la *Universidad Camilo José Cela*. Ha trabajado como periodista en medios de comunicación y como directora de comunicación en varias empresas. Es doctoranda en la *Facultad de Periodismo* de la *Universidad de Castilla-La Mancha* donde imparte varias asignaturas y forma parte del grupo de investigación *MediaCom*.  
<http://orcid.org/0000-0002-9549-9507>

[belen.galletero@uclm.es](mailto:belen.galletero@uclm.es)

*Universidad de Castilla-La Mancha, Facultad de Periodismo  
Aulario Polivalente Campus Universitario, s/n. 16071 Cuenca, España*

## Resumen

En los últimos años se debate acerca de los perfiles profesionales emergentes y las competencias requeridas en el periodismo. No obstante, en ocasiones se olvida que su función básica de mediación sigue vigente, adaptada, eso sí, a los acelerados avances tecnológicos y a los cambios socioculturales aparejados. Exploramos en qué sentido la vocación de servicio y el papel articulador del periodismo para determinadas comunidades exigen competencias profesionales adaptadas al contexto tecnológico. Deben situar la ética y la responsabilidad como valores centrales del ejercicio periodístico, sin dejarse llevar por la fascinación de las transformaciones técnicas. Proponemos algunas estrategias didácticas para incorporarlas a los programas de estudios universitarios.

## Palabras clave

Periodismo; Periodistas; Mediación; Comunidades de referencia; Periodismo social; Propuestas didácticas; Nuevas tecnologías; Medios sociales; Aprendizaje situado.

## Abstract

In recent years there has been a debate about the emerging professional profiles and skills required in journalism. However, it sometimes goes unnoticed that the basic function of mediation between the facts and the readers in journalism is still valid, although it must be adapted to rapid technological advances and sociocultural changes. We explore how the vocation of service and the coordinating role of journalism for certain communities requires professional skills adapted to the technological context, but not blinded by the fascination of technical transformations. Ethics and responsibility must be the core values in the exercise of journalism. We propose some teaching methods to incorporate into the university curriculum.

## Keywords

Journalism; Journalists; Mediation; Reference communities; Social journalism; Didactic proposals; New technologies; Social media; Situated learning.

Artículo recibido el 06-09-2016  
Aceptación definitiva: 06-10-2016

Saiz-Echezarreta, Vanesa; Galletero-Campos, Belén (2017). "El periodista como agente social: propuesta didáctica para la intervención comunicativa en comunidades cercanas". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 125-131.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.13>

## 1. Introducción

El contexto de convergencia cultural ha abierto amplias posibilidades de interacción y participación ciudadana que están siendo analizadas y experimentadas desde la perspectiva del periodismo y la comunicación. Algunos autores se refieren al hecho de que los periodistas han perdido el privilegio de la mediación (Mancini, 2012) y deben repensar su función social. Al mismo tiempo, siguiendo una perspectiva de determinismo tecnológico (Aibar, 1996, 2001) se dibuja un panorama en el que los ciudadanos se ven obligados a autoorganizarse (Castells, 2009, p. 87).

El periodismo está obligado a redefinir sus modos de actuar, pero sin perder de vista los aspectos que siguen legitimando su función social

No obstante, quizá sería preferible no dar tantas cosas por supuestas: muchas de las dinámicas que suceden en las redes sociales siguen siendo mediocéntricas. El periodismo mantiene

“una función principal de informar, de la que derivan directamente otras dos: la acción intrínseca de comunicar la interpretación que construye de la realidad, y la labor de integración y mediación con la sociedad al difundir informaciones, interpretaciones y opiniones” (Sánchez-García; Campos-Domínguez; Berrocal-Gonzalo, 2015, p. 196).

La función social del periodismo se ha transformado, pero ¿hasta qué punto? Si aplicamos una mirada centrada en la remediación (Bolter; Grusin, 2000) y la agencia compartida (Latour, 2008), la convergencia tecnológica incide en nuestra forma de contar la realidad, de aproximar versiones del mundo, espacios, valores comunes y compartidos. Sin embargo no estamos ante algo nuevo, estamos aprendiendo a remediar, a traducir aquello que tenemos encomendado como tarea de la profesión periodística a los nuevos entornos y herramientas.

Kapucinski (2003, p. 16) recuerda la centralidad del cuidado en el periodismo, dado que

“tenemos que entender que se trata de una obra colectiva en la que participan las personas de quienes obtuvimos las informaciones y opiniones con las que realizamos nuestro trabajo. Por supuesto que un periodista debe tener cualidades propias, pero su tarea va a depender de los otros: aquel que no sabe compartir, difícilmente puede dedicarse a esta profesión”.

El periodismo está obligado a redefinir su modo de actuar, pero sin perder de vista los aspectos que siguen legitimando

su función social, entre ellos, la perspectiva ética y el objetivo de defender los valores de justicia y profundización democrática. En este quehacer, la atención hacia los públicos que tienen menos espacios de participación en el espacio público, cuando no están siendo silenciados y/o estigmatizados, cobra un valor central. Más aún cuando los receptores empiezan a superar el concepto de audiencia para concebirse como públicos y comunidades.

Este artículo explora algunos métodos didácticos que podrían utilizarse en el marco de procesos de enseñanza-aprendizaje que se resisten a la fascinación tecnológica, afrontan la propia vulnerabilidad y los límites a partir del autoanálisis y apuestan por el cuidado como perspectiva ética del trabajo con los colectivos en situación de desventaja.

## 2. El debate de las competencias

Fenómenos como las redes sociales (Facebook, 2004; Twitter, 2006; YouTube, 2005) (López-García, 2015) son coetáneos al *Libro blanco. Títulos de grado en comunicación de Aneca* (2005). Con los nuevos roles asociados al periodista cabría pensar en una inminente revisión del perfil formativo de este profesional acorde con las nuevas realidades. En los últimos años, muy en especial a partir de la adaptación de los grados al *Espacio Europeo de Educación Superior*, se ha producido un debate (Tuñez-López; Martínez-Solana; Abejón-Mendoza, 2010; Scolari et al., 2008; Gertrudis-Casado; Gétrudix; Álvarez-García, 2016; Sánchez-García; Campos-Domínguez; Berrocal, 2015) sobre el modelo de competencias que deben adquirir los periodistas.

Para cumplir con el reto de adecuarse a un ecosistema mediático que experimenta transformaciones constantes y veloces, las investigaciones identifican dos aspectos clave:

- la especialización tecnológica (Tuñez-López; Martínez-Solana; Abejón-Mendoza, 2010) y la innovación (Salaverría, 2015);
- la faceta empresarial del periodista como promotor de su propio medio, o periodismo emprendedor (Manfredi-Sánchez, 2015).

Estos modelos tienden a explorar nuevos formatos multimedia vinculados a la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio pero no es frecuente que la innovación se asocie al papel del periodista en el proceso.

Este encuadre es coherente con la orientación práctica de los estudios de periodismo, focalizados en la aplicabilidad directa, frente a lo que sucede en otros estudios de ciencias sociales en los que la reflexión teórica y deontológica tiene un mayor peso. Prueba de ello es que si observamos la distribución de competencias en el *Libro blanco*, aquellas que indican la importancia de la función social del periodismo en la profundización democrática quedan en un apartado específico, señalando así su carácter excepcional. Su carácter

ter transversal, a priori positivo, puede propiciar que finalmente no se incorporen a las materias regladas, quedando al arbitrio de cada docente.

En este marco las competencias que facilitan a los periodistas atender la vulnerabilidad, las situaciones de injusticias y la violación de derechos humanos podrían perder relevancia en favor de otras que apelan a la eficacia y la eficiencia, que se perciben como menos conflictivas, requieren menor innovación pedagógica y no están dotadas de una dimensión política, en su sentido más amplio. Veamos por ejemplo los resultados del estudio sobre competencias de **Casero-Ripollés, Ortells-Badenes y Doménech-Fabregat (2013)**. Para alumnos y profesionales las competencias esenciales tienen que ver con conocer los acontecimientos de la actualidad periodística y aplicar criterios de noticiabilidad, realizar prácticas durante el período formativo y gestionar fuentes de información. Sin embargo, el conocimiento de los fundamentos teóricos del periodismo o, lo que es más relevante por cuanto puede influir en el entorno, sus implicaciones sociales y políticas, quedan en el espacio de lo recomendable pero no imprescindible.

“ A un *community manager* se le presuponen actitudes como capacidad de escucha, transparencia y reflexión, cualidades no necesariamente vinculadas a publicidad y relaciones públicas ”

Nuestra propuesta es cuestionar que estas capacidades prácticas y tecnológicas deban ser las únicas o al menos las hegemónicas. Partiendo de la triple dimensión de las competencias que propone **Riesco-González (2008, p. 91)**, “el conocimiento conceptual, la técnica instrumental y el compromiso personal y la actitud”, planteamos que el refuerzo del ámbito competencial basado en actitudes ayudará a devolver al periodismo su función social y mediadora. Con este objetivo creemos que la educación profesional tiene que ofrecer herramientas al alumnado para que pueda trabajar sobre el terreno implicándose en su contexto más cercano abriendo el pensamiento a la pregunta: ¿Qué puedo hacer yo como periodista para mejorar mi comunidad? (**Jarvis, 2015**).

Esto obliga a desviar el foco desde una mirada más empresarial o marketiniana vinculada al periodismo emprendedor, hacia un modelo colaborativo con vocación de servicio, en marcos más amplios que pueden incluir la economía social, el tercer sector o el sector público, complementando a las economías de mercado. Es decir, profundizar en la confluencia de los enfoques que se han propuesto desde diversas perspectivas complementarias como la educomunicación, el periodismo de paz, la comunicación para el cambio social, etc. (**Nos-Aldás, 2011; Nos-Aldás; Smith, 2016; Orozco-Gómez; Navarro-Martínez; García-Matilla, 2012**), pero no de manera colateral a través de una asignatura, sino como parte de proyectos cotidianos para cualquier periodista.

Esta visión cobra aún más importancia cuando sabemos que la brecha digital ha traído consigo nuevas formas de vulne-

rabilidad que deben ser abordadas. Nos encontramos, como plantea **Arriazu-Muñoz (2015)**, en una sociedad del conocimiento cada vez más selectiva en el uso y manejo de la tecnología. En este nuevo contexto comunicativo, en el que por cada individuo hay un relato, “hemos pasado de una idea objetiva de la realidad al territorio de la subjetividad” (**Bassets, 2013, p. 85**), en la que el individuo escoge cuál es su visión de la misma, una espiral egocentrista que puede dejar fuera aquello que no queremos ver. Este fenómeno está agudizado por las posibilidades tecnológicas de la personalización extrema y la segmentación de los mercados.

La labor de los comunicadores -entre ellos, los periodistas- en la tarea de evitar el aislamiento de las comunidades y facilitar la comprensión mutua es fundamental. Necesitamos de la información para construir vínculo social y para expandir nuestras capacidades en el espacio público, tanto las de deliberación democrática, como las de actuación colectiva en el ejercicio del poder. Asimismo la labor periodística es imprescindible para movilizar un trabajo de imaginación colectiva acerca del mundo que está por construir; de ahí que los periodistas puedan y deban asumir su papel en promover una convivencia más igualitaria y participativa (**Gámez-Fuentes; Nos-Aldás, 2012**).

La existencia de una comunidad de afectados legitimada en el espacio público depende de su lucha por hacerse oír (**Lafuente; Lara, 2013, p. 174**). El esfuerzo de una comunidad por hacerse visible comienza con identificar la naturaleza del problema, plantearlo en una narrativa comprensible y conseguir que tenga eco (**Lafuente; Corsin, 2015**). Esta fórmula ya se viene aplicando en ámbitos del periodismo como la comunicación corporativa, pero al desplazar la perspectiva empresarial hacia la social, el periodista debe adquirir un compromiso de manera que se genere un vínculo entre el profesional y los colectivos implicados en un modo capaz de superar los roles clásicos de fuentes y audiencias.

### 3. Herramientas y competencias para cumplir con la tarea mediadora

La preocupación por la comunidad está en boga en los enfoques actuales sobre la profesión periodística. Asistimos al auge de nuevos perfiles (**Martínez-Rodrigo; Sánchez-Martín, 2012, pp. 129-130**):

- planificador de medios sociales
- responsable de reputación digital
- SEO
- gestor de contenidos...

Todos ellos vinculados al mundo empresarial en el que el fin último es la captación de clientes, la fidelización de la comunidad de usuarios y la creación digital de imagen de marca, avanzando un paso más en la comunicación corporativa tradicional. Pero ¿qué sucede cuando el objetivo no es vender o lanzar un producto sino atender necesidades de un grupo de ciudadanos?

Según la propia etimología del término, un *community manager* es el gestor de comunidades online, tarea para la que se requiere, “capacidad de escucha, transparencia, reflexión, actitud crítica, liderazgo y vocación” (**Castelló-**

Martínez, 2010, p. 87), cualidades no necesariamente vinculadas al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. Recuperamos el ejemplo que plantean **Espíritusanto y Gonzalo-Rodríguez** (2011, p. 70) acerca del moderador en el proyecto de periodismo colaborativo *SoyPeriodista.com* de Colombia:

“No es un *community manager* en el sentido comercial del término, pero sus funciones sí se asemejan en algo a algunas de sus tareas, en cuanto a construcción de comunidad, promoción del diálogo y solución online de posibles conflictos”.

La sociedad en red ha confirmado que la necesidad de comunicación no es menor sino incluso mayor, aumentando la sociabilidad de las personas (**Castells**, 2013, p. 13). En este contexto el periodista tiene un papel relevante y cuenta con más herramientas que nunca. Formatos colaborativos como los wikis podrían ser la plataforma para reconstruir, por ejemplo, la intrahistoria de los pueblos más pequeños de España que han quedado desatendidos por los medios convencionales. Aplicaciones como *Storify* pueden ser útiles para recoger debates y evaluar sus resultados de cara a plantear acciones dirigidas a un fin. La web 2.0 es una oportunidad para ampliar las funciones del periodismo que ha perdido su función social clásica y debe compartirla con otros actores.

¿Qué método puede ser el más adecuado para atender la vulnerabilidad no en un sentido de atención victimizadora, sino desde la participación responsable? El espacio de mediación con comunidades puede dirigirse a compartir la creación de estrategias de comunicación social sobre la base de la tecnología y la red 2.0, promoviendo la deliberación y el diálogo entre perspectivas y puntos de vista en conflicto. Y hacerlo, no desde un punto de vista supuestamente neutral y distanciado, sino planteando que el disenso sucede –a menudo– en un territorio de valores comunes y un horizonte de expectativas compartidas, que enmarca la controversia y la discusión en torno a necesidades, deseos, propuestas, intereses, etc.

¿Qué sucede cuando el objetivo no es vender o lanzar un producto sino atender necesidades de un grupo de ciudadanos?

Al referirnos a esta mirada ética basada en la sensibilidad moral, el respeto a los otros, no apelamos sólo a los valores. Consideramos que puede traducirse en competencias profesionales concretas, puestas en práctica mediante métodos didácticos adecuados y para ello hemos explorado los espacios comunes en los que el periodismo se entrecruza con el trabajo social. Esta propuesta es de ida y vuelta ya que, al mismo tiempo, los trabajadores sociales no pueden obviar la necesidad de aprender y establecer estrategias de comunicación eficaces en la intervención con las comunidades y colectivos (**Aguilar-Idáñez**, 2016).

El *Libro blanco. Título de grado en trabajo social* (Aneca, 2004, pp. 189-192) señala varias competencias que podrían

ser aplicables a los estudios periodísticos y desarrolladas mediante un enfoque interdisciplinar a través de proyectos pedagógicos. Destacamos las siguientes:

- apoyar a las personas para que sean capaces de manifestar las necesidades, puntos de vista y circunstancias;
- valorar las necesidades y opciones posibles para orientar una estrategia de intervención;
- utilizar la mediación como estrategia de intervención destinada a la resolución alternativa de conflictos;
- apoyar el desarrollo de redes para hacer frente a las necesidades, y trabajar a favor de los resultados planificados examinando con las personas las redes de apoyo a las que puedan acceder;
- defender a las personas, familias, grupos, organizaciones y comunidades y actuar en su nombre si la situación lo requiere;
- gestionar, presentar y compartir historias e informes sociales manteniéndolos completos, fieles, accesibles y actualizados como garantía en la toma de decisiones y valoraciones profesionales.

Las labores de comunicación, mediación, portavocía y creación de redes están dotadas de una dimensión comunicativa en la que el profesional de la comunicación puede intervenir, no de modo autónomo, sino como parte de equipos interdisciplinares.

La información comprendida como servicio público favorece la función del periodista como mediador, capaz de atender a las necesidades comunicativas de las comunidades hacia el interior y hacia el exterior

#### 4. Método de trabajo con el alumnado de periodismo

Este enfoque ya se está aplicando en modelos como el *Master en periodismo social* de la *City University of New York* que trabaja con comunidades hiperlocales promoviendo acciones orientadas a mejorar sus relaciones y visibilizar sus problemas en el espacio público. También está relacionado con la propuesta de la profesora **Nos-Aldás** (2011) de la *Universitat Jaume I* de Castellón, en su asignatura *Discursos audiovisuales y cultura de paz*. Sin embargo, se trata de prácticas aún minoritarias que ahondan en un terreno por explorar en nuestro país.

En el caso de la *Facultad de Periodismo* de la *Universidad de Castilla La Mancha*, desde hace tres cursos académicos se lleva a cabo en la asignatura *Cultura digital*, del *Grado de Periodismo*, una experiencia docente que trata de poner en práctica una primera aproximación a estos planteamientos. Es una asignatura optativa del segundo cuatrimestre del 4º curso por lo que los alumnos tendrían que estar ya en disposición de utilizar de modo autónomo las competencias adquiridas. El planteamiento de la asignatura contempla una revisión teórica de materiales que favorecen la reflexión sobre el contexto de cultura de convergencia y los dispositivos

tecnológicos digitales, desde la perspectiva de la sociología de la tecnología. Se propone a la clase la metodología de aprendizaje por proyectos que persiga dar respuesta a un reto, indagando en sus comunidades cercanas de referencia, para buscar junto a ellas una posible propuesta en relación al reto. Se asemeja así al estudio de caso, basado en:

“la descripción de situaciones y problemas de la vida profesional en torno a los cuales el alumno debe posicionarse (orientación fundamental a la decisión), y que exija un alto nivel de participación e implicación personal de los alumnos” (Fuente-Cobo; Mera-Fernández, 2013, p. 180).

Para cumplir con los objetivos hay dos aspectos previos importantes:

- generar un espacio de trabajo estable, basado en un ambiente de confianza y diálogo entre los participantes, cuyo número se sitúa en torno a las 30 personas;
- desplazar la evaluación del resultado al proceso.

Se plantea al grupo que se trabajará desde la incertidumbre puesto que se desconocen los retos que asumirá la clase y los productos resultantes, contemplando también la posibilidad de que una idea fracase y se bloquee en la fase de indagación.

En un caso real, los estudiantes actuaron como mediadores y animaron a los colectivos a hacer una petición conjunta al ayuntamiento usando los medios comunicativos a su disposición

El proceso de enseñanza-aprendizaje persigue articular la actividad intelectual y la familiarización de conceptos teóricos con un trabajo de autoanálisis y reflexión afectiva, para lograr un aprendizaje significativo. Este ejercicio de autoconocimiento se realiza a partir de la autoobservación, el planteamiento de preguntas e intercambio de relatos, así como de la búsqueda de expresión artística de lo aprendido y descubierto, a través de actividades de teatro foro o realización de murales. Consideramos que es un primer paso necesario ya que difícilmente se podrá ayudar a una comunidad o colectivo si el profesional no es capaz de autoexaminarse, ponerse en contacto con sus actitudes, sobre todo los prejuicios, valores y zonas grises que le generan incomodidad e incertidumbre.

La reflexión guiada está orientada a sacar al grupo de la zona de confort, evitando que el discurso derive hacia lugares comunes. Aunque resulte incómodo, es importante confrontar con prejuicios, con los valores implícitos de todo signo (dimensiones identitarias de clase, etnia, edad, orientación sexual, etc.) y, por supuesto, con estilos afectivos y formas de comportamiento.

Volviendo al método de trabajo por proyectos, se advierte al grupo que debe centrarse en la definición del reto a través de una pregunta. A modo de ejemplo, algunas de las propuestas han sido:

- ¿se podrían recuperar espacios abandonados en la ciudad para la promoción de actividades culturales?;

- ¿se puede reducir la violencia en el deporte base?;
- ¿cómo apoyar a los mayores en la reducción de la brecha digital?;
- ¿cómo conseguir que la perspectiva de la diversidad funcional sea más conocida en la ciudad frente al marco de la minusvalía?;
- ¿es posible visibilizar y revalorizar en el espacio público trabajos estigmatizados como los de la limpieza?

Una de las mayores dificultades es que los grupos no son capaces de focalizar sobre el reto, sino que se concentran de inmediato en el producto que desarrollarán (un reporte, una guía, una campaña, etc.). La actitud adoptada por el alumnado corresponde a la de profesionales que sensibilizarán a otros, sustituyendo la perspectiva múltiple de las necesidades de las comunidades de referencia por su propia visión de lo que aquellos necesitan. El enfoque paternalista, entre otros aspectos, ahorra el esfuerzo que supone salir del aula y escuchar a los otros. Sin embargo, un periodista, cargado con los criterios aprendidos de noticiabilidad y con los prejuicios sin cuestionar, no debería imponer su visión y dejar de dialogar con las comunidades de referencia atendiendo a su diversidad. Escuchar activamente es hacerse cargo de los discursos y perspectivas de los actores implicados. Los grupos de trabajo deben hacer frente a la incertidumbre de no saber qué se les está pidiendo con claridad, porque no hay una respuesta preestablecida, pero también cabe la sorpresa y la motivación que deriva de la posibilidad de aportar algo, de iniciar un proyecto con sentido.

Proponemos un enfoque que recupere el protagonismo de la dimensión social del periodismo

Uno de los ejemplos de éxito fue el proyecto sobre espacios de cultura en Cuenca. El grupo tuvo que desistir de su idea inicial (proyectos culturales para la recuperación de espacios abandonados), después de descubrir las múltiples trabas económicas y burocráticas que el proyecto debía hacer frente. Pero en el proceso de indagación y escucha de colectivos culturales se descubrió que grupos de jóvenes de la ciudad necesitaban espacios para ensayar y promocionar sus expresiones culturales (música, circo, baile). En este caso los periodistas no llevaron a cabo una campaña de concienciación, sino que sirvieron de hilo conductor, actuaron como mediadores y animaron a los colectivos a hacer una petición conjunta al ayuntamiento usando las herramientas comunicativas a su disposición. No sólo se grabó un videoclip para lanzar la petición y visibilizar una comunidad que tenía poca presencia en la ciudad, sino que los comunicadores fueron los mediadores para la conformación de una red.

El último paso de estos proyectos consiste en diseñar un prototipo que dé cuenta de la propuesta que se ha dado al reto o al problema; puede ser una solución o, de forma más modesta, una aportación en su avance. En esta fase se despliegan todas las herramientas y destrezas aprendidas durante los cursos anteriores de Grado, ahora sí, enfocadas en un producto comunicativo o resultado específico.

## 5. Conclusiones

Poniendo el énfasis en la diferencia entre perfil y función (Saiz; Galletero, 2016), proponemos un enfoque que recupere el protagonismo de la dimensión social del periodismo, las competencias actitudinales y los valores éticos, con el fin de desarrollar la capacidad mediadora de los periodistas en las sociedades democráticas. La sinergia del periodismo con otras áreas como puede ser la de trabajo social abren un nuevo campo de experimentación, más allá de las innovaciones derivadas de lo tecnológico.

El aprendizaje por proyectos y la metodología de estudio de caso anima a los estudiantes a enfrentarse a un reto con el riesgo de no saber a ciencia cierta qué se conseguirá al final. Al situar el foco en el proceso y no en el resultado, se transita desde el autoanálisis, la tolerancia a la incertidumbre y la frustración, la perseverancia y la paciencia, hasta la escucha activa, la capacidad de empatía y la apertura y el respeto hacia los otros. Esta capacidad posibilitará que la atención a los colectivos vulnerables no quede restringida a una tarea asistencial, fundamentada en enfoques alternativos y minoritarios, sino que se adapte a un modelo con vocación innovadora y legitimada. Volviendo a Kapucinsky (2003, p. 16), este método de trabajo incide sobre la necesidad de recordar que

“la condición fundamental de este oficio es el entendimiento con el otro: hacemos y somos aquello que los otros nos permiten”.

La experiencia real ha demostrado que los estudiantes reflexionan sobre otro modo de concebir los nuevos medios sociales, a veces guiados por el espectáculo y la banalidad. Al mismo tiempo ponen a prueba sus conocimientos en base a casos concretos, produciéndose así una simbiosis entre el mundo académico y su contexto más cercano. La posibilidad de poder modificar situaciones que les rodean o contribuir a la participación ciudadana de manera directa funciona como un elemento motivador muy eficaz.

La sinergia del periodismo con otras áreas como el trabajo social abren un nuevo campo de experimentación

## 6. Bibliografía

**Aibar, Eduardo** (1996). “La vida social de las máquinas: orígenes, desarrollo y perspectivas actuales en la sociología de la tecnología”. *Reis*, v. 76, n. 96, pp. 141-170.

[http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS\\_076\\_09.pdf](http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_076_09.pdf)

**Aibar, Eduardo** (2001). “Fatalismo y tecnología. ¿Es autónomo el desarrollo tecnológico?”. *UOC*, julio.

<http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0107026/aibar.html>

**Aguiar-Idañez, María-José** (2016). “Comunicación social: la gran ausente en la formación social”. *María-José Aguiar-Idañez*, 2 abril.

<https://mariajoseaguilaridanez.wordpress.com/2016/04/02/comunicacion-social-la-gran-ausente-en-la-formacion-social>

**Aneca** (2004). *Libro blanco. Título de Grado en Trabajo Social*. Madrid: Aneca.

[http://www.aneca.es/var/media/150376/libroblanco\\_trbjsocial\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150376/libroblanco_trbjsocial_def.pdf)

**Aneca** (2005). *Libro blanco. Títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: Aneca.

[http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco\\_comunicacion\\_def.pdf](http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf)

**Arriazu-Muñoz, Rubén** (2015). “La incidencia de la brecha digital y la exclusión social tecnológica. El impacto de las competencias digitales en los colectivos vulnerables”. *Praxis sociológica*, n. 19, pp. 225-240.

<http://www.praxissociologica.es/images/PDF/2015-19/praxis19-13.pdf>

**Bassets, Lluís** (2013). *El último que apague la luz: sobre la extinción del periodismo*. Madrid: Taurus. ISBN: 978 8430602094

**Bolter, Jay-David; Grusin, Richard** (2000). *Remediation. Understanding new media*. Cambridge: MIT Press. ISBN: 0262522799

<https://goo.gl/udde1g>

**Casero-Ripollés, Andreu; Ortells-Badenes, Sara; Doménech-Fabregat, Hugo** (2013). “Las competencias profesionales en periodismo: una evaluación comparativa”. *Historia y comunicación social*, v. 18, pp. 53-64.

[https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2013.v18.44311](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44311)

**Castelló-Martínez, Araceli** (2010). “Una nueva figura profesional: el *community manager*”. *Revista Pangea*, v. 1, pp. 74-97.

<https://revistaraic.wordpress.com/2010/09/15/01-01-104>

**Castells, Manuel** (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial. ISBN: 978 8420684994

**Castells, Manuel** (2013). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. España: BBVA.

<https://goo.gl/V8hylf>

**Espiritusanto, Óscar; Gonzalo-Rodríguez, Paula** (2011). *Periodismo ciudadano. Evolución positiva de la comunicación*. Madrid: Fundación Telefónica, Ariel. ISBN: 978 8408104162

[http://www.fundaciontelefonica.com/artes\\_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/125](http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/125)

**Fuente-Cobo, Carmen; Mera-Fernández, Montse** (2013). “Implantación del método del caso en la enseñanza del periodismo en las universidades españolas: un análisis a partir de las guías docentes”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 19, pp. 177-186.

[https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.42023](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42023)

**Gámez-Fuentes, María-José; Nos-Aldás, Eloísa** (2012). “Comunicación para la igualdad en el nuevo EEES: fundamentación crítica para el cambio social”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 18, pp. 325-335.

[https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2012.v18.40986](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.40986)

**Gertrudis-Casado, María-Carmen; Gértrudix, Manuel; Álvarez-García, Sergio** (2016). “Competencias informativas profesionales y datos abiertos. Retos para el empodera-

miento ciudadano y el cambio social". *Comunicar*, v. 24, n. 47, pp. 39-47.

<http://dx.doi.org/10.3916/C47-2016-04>

**Jarvis, Jeff** (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas. ¿Cómo serán las noticias del futuro?* Barcelona: Gestión 2000, Grupo Planeta. ISBN: 978 8498754018

**Kapucinski, Ryszard** (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. Madrid: Fondo de Cultura Económica. ISBN: 9681670914 [https://reportepolitico.files.wordpress.com/2011/03/kapucinski\\_los\\_cinco\\_sentidos\\_del\\_periodista.pdf](https://reportepolitico.files.wordpress.com/2011/03/kapucinski_los_cinco_sentidos_del_periodista.pdf)

**Lafuente, Antonio; Corsín, Alberto** (2015). "Economías y tecnologías del don. En: *El procomún y los bienes comunes. Dossieres Economistas sin fronteras*, n. 16. <http://ecosfron.org/ecosfron/wp-content/uploads/DOSSIERES-EsF-16-El-procom%C3%BAAN-y-los-bienes-comunes.pdf>

**Lafuente, Antonio; Lara, Tíscar** (2013). "Aprendizajes situados y prácticas procomunales". *Revista de la asociación de sociología de la educación*, v. 6, n. 2, pp. 168-177. <https://ojs.uv.es/index.php/RASE/article/view/8352/7945>

**Latour, Bruno** (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Buenos Aires: Manantial. ISBN: 978 9875001145 [https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2016/08/orca\\_share\\_media1470719009830-1.pdf](https://seminariosocioantropologia.files.wordpress.com/2016/08/orca_share_media1470719009830-1.pdf)

**López-García, Guillermo** (2015). *Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio*. Salamanca: Comunicación Social, 170 pp. ISBN: 978 8415544937

**Mancini, Pablo** (2012). *Hackear el periodismo*. Buenos Aires: La Crujía. ISBN: 978 9876011341

**Manfredi-Sánchez, Juan Luis** (coord.) (2015). *Innovación y periodismo: emprender en la universidad*. Cuadernos artesanos de comunicación, n. 76. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social. ISBN: 978 8415698937 <http://dx.doi.org/10.4185/cac76>

**Martínez-Rodrigo, Estrella; Sánchez-Martín, Lourdes** (2012). "Las competencias europeas del profesional de la comunicación en el Espacio Europeo de Educación Superior". En: Túniz-López, Miguel (coord.). *Viejo periodismo, nuevos periodistas*. Cuadernos Artesanos de Comunicación, n. 25. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 125-136. ISBN: 978 8494011108 [http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/25\\_Viejo%20periodismo.pdf](http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/25_Viejo%20periodismo.pdf)

**Nos-Aldás, Eloísa** (2011). "Educación en medios hacia cul-

turas de paz. Los futuros profesionales de la comunicación como ciudadanos mediadores". *Enseñanza & teaching*, v. 29, n. 2, pp. 87-102.

[http://campus.usal.es/~revistas\\_trabajo/index.php/0212-5374/article/viewFile/9255/9530](http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/0212-5374/article/viewFile/9255/9530)

**Nos-Aldás, Eloísa; Smith, Matt B.** (coords.) (2016). Número monográfico: "Comunicación, sociedad civil y cambio social". *Comunicar*, v. 24, n. 47.

<https://goo.gl/YhtY4V>

**Orozco-Gómez, Guillermo; Navarro-Martínez, Eva; García-Matilla, Agustín** (2012). "Desafíos educativos en tiempos de auto-comunicación masiva: la interlocución de las audiencias". *Comunicar*, v. 19, n. 38, pp. 67-74.

<https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-07>

**Riesco-González, Manuel** (2008). "El enfoque por competencias en el EEES y sus implicaciones en la enseñanza y el aprendizaje". *Tendencias pedagógicas*, v. 13, pp. 79-115.

<http://hdl.handle.net/10486/4704>

**Saiz, Vanesa; Galletero, Belén** (2016). "Los periodistas de Castilla-La Mancha: una aproximación al entorno laboral postcrisis". En: *I Congreso iberoamericano Nebrija Piatcom*. Madrid.

**Salaverría, Ramón** (2015). "Los labs como fórmula de innovación en los medios". *El profesional de la información*, v. 24, n. 4, pp. 397-404.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.06>

**Sánchez-García, Pilar; Campos-Domínguez, Eva; Berrocal-Gonzalo, Salomé** (2015). "Las funciones inalterables del periodista ante los perfiles multimedia emergentes". *Revista latina de comunicación social*, n. 70, pp. 187-208.

<http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1042>

**Scolari; Carlos-Alberto; Micó-Sanz, Josep-Lluís; Navarro-Guere, Héctor; Pardo-Kuklinski, Hugo** (2008). "El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes". *ZER*, v. 13, n. 25, pp. 37-60.

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-02-scolari.pdf>

**Túniz-López, Miguel; Martínez-Solana, Yolanda; Abejón-Mendoza, Paloma** (2010). "Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, v. 16, p. 79-94.

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110079A/11358>



Bienvenido a **EPI** Indexada por ISI y Scopus  
ISSN 1386-6710 / ISSN-e 1699-2407  
Revista internacional, científica y profesional

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

Revista internacional de  
**Información y Comunicación**  
indexada por ISI Social Sciences Citation Index (Q3),  
Scopus (Q2) y otras bases de datos

Factor de impacto JCR:  
IF 2015 = 0,710

Scopus/SCImago Journal Rank:  
SJR 2015 = 0,422



Presentación del Director

# FICCIÓN TELEVISIVA EN EUROPA (EU5): ORIGEN, CIRCULACIÓN DE PRODUCTOS Y PUESTA EN PARRILLA

## Television fiction in Europe (EU5): origin, content circulation, and scheduling

**Matilde Delgado, Emili Prado y Celina Navarro**



**Matilde Delgado** es profesora titular del *Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad* de la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*. Es la coordinadora del *Master oficial en Contenidos de comunicación audiovisual y publicidad*. Fue directora del *Departamento* entre 2009 y 2012. Es investigadora senior del grupo de investigación consolidado *Griss* de la *UAB*. Ha participado en proyectos de investigación financiados por el gobierno español y actualmente es la IP de un proyecto sobre la televisión social en Europa (CSO2015-65350-R). Su labor como investigadora se centra principalmente en los estudios televisivos.

<https://orcid.org/0000-0002-3071-5934>

[matilde.delgado@uab.cat](mailto:matilde.delgado@uab.cat)



**Emili Prado** es catedrático de comunicación audiovisual y publicidad de la *Universitat Autònoma de Barcelona*. Es director del *Griss (Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis)* y de *Euromonitor*, observatorio permanente de la televisión en Europa. Es autor de obras sobre radio, televisión y tecnologías de la información y la comunicación.

<https://orcid.org/0000-0003-4871-2472>

[emili.prado@uab.cat](mailto:emili.prado@uab.cat)



**Celina Navarro** es miembro del grupo de investigación consolidado *Griss*. Es licenciada en comunicación audiovisual por la *Universitat Pompeu Fabra* y ha realizado el *Master universitario en Contenidos de comunicación audiovisual y publicidad* en la *Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*. Realiza su doctorado en el *Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad* de la *UAB* sobre los flujos televisivos internacionales.

<http://orcid.org/0000-0002-3127-7358>

[celina.navarro@uab.cat](mailto:celina.navarro@uab.cat)

*Universitat Autònoma de Barcelona*  
*Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat*  
Edifici I. Campus de la UAB. 08193 Bellaterra (Barcelona), España

### Resumen

La circulación de contenidos de ficción entre países y mercados televisivos se ha diversificado gracias a la multiplicación de canales y formas de acceso y consumo. A pesar de la facilidad, la ubicuidad y la universalidad de acceso, la televisión lineal en abierto sigue siendo el medio hegemónico en los grandes mercados europeos. Los procesos cambiantes de consumo de televisión coinciden con el auge de la ficción seriada televisiva que se inició en Estados Unidos, pero que se ha extendido a otros mercados internacionales y, con especial énfasis, al mercado europeo. En esta investigación se observan los flujos de contenidos de ficción en los cinco grandes mercados europeos de Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido, y se analizan en qué forma el entorno cambiante afecta a las estrategias programáticas de la ficción. Se realiza un análisis de contenido de 26 canales generalistas.

### Palabras clave

Ficción; Televisión; Programación; Mercado europeo; Ficción europea; Producción televisiva.

Artículo recibido el 09-10-2016  
Aceptación definitiva: 15-11-2016

## Abstract

The circulation of scripted television shows across countries and markets has diversified due to the proliferation of channels and forms of consumption and access. Despite ubiquity and universal access, open linear TV remains the dominant medium in the major European markets. TV consumption is shifting and the process coincides with the rise of the scripted television series which started in the United States but has spread to other international markets, particularly in Europe. In this research, scripted television flows are observed in five major European markets: France, Germany, Italy, Spain, and the United Kingdom. It is discussed how the changing environment affects the scripted television scheduling strategies. Content of 26 general interest channels are analyzed.

## Keywords

Fiction; Television scheduling; European market; European fiction; Television production; Scripted television.

**Delgado, Matilde; Prado, Emili; Navarro, Celina (2017).** "Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla". *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 132-140.

<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.14>

## 1. La ficción en el contexto europeo

La ampliación de los límites de los mercados televisivos debido a las nuevas formas de acceso y consumo de contenidos audiovisuales y la aparición de nuevas empresas que producen y distribuyen contenidos televisivos ha provocado un aumento de la producción de contenidos y de los flujos de ficción entre países y mercados (**Dhoest; Simons, 2016; Delgado; Prado, 2012**). Los canales generalistas en abierto continúan siendo el medio hegemónico para consumir contenidos televisivos en los mercados europeos y la ficción sigue siendo una de las bases de sus programaciones.

La ficción junto con los contenidos de información y de *info-show* o *infotainment* ocupan más de dos tercios de la programación de los 5 grandes mercados europeos (Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido) (**Prado; Delgado, 2010; De-Bens; De-Smaele, 2001**). El informe del *Observatorio Audiovisual Europeo (OAE)* sobre la ficción en televisión entre 2006 y 2013 remarca que aunque estos contenidos han descendido su presencia un 2,6%, ésta sigue ocupando un 50,5% de las parrillas de los principales canales generalistas de 13 países europeos y algunos canales temáticos relevantes (**Lange, 2015**).

Dentro de la ficción, los contenidos de producción ajena han dominado tradicionalmente la programación de los canales generalistas (**Buonanno, 2002; 2008; Bechelloni; Buonanno, 1997**). Los resultados del *OAE* siguen confirmando esta tendencia Europea con dos excepciones: los canales públicos y los canales culturales y educativos donde dominan los contenidos europeos, con una alta proporción de productos locales (**Lange, 2015; Kevin; Ene, 2015**). A pesar de que los contenidos domésticos no son dominantes en las cadenas generalistas, éstos tienen un claro rol estratégico y su presencia en *prime time* supera a la ficción importada (**Prado; Delgado, 2010; De-Bens; De-Smaele, 2001**).

Las particularidades de los contenidos de ficción, en especial su frecuencia de emisión y el tipo de producción, determinan la posición que ocupan en las parrillas televisivas. También es importante saber cómo afecta el *time slot* en el que son programados a los propios contenidos ya que cada franja horaria

tiene sus características y un *target* específico:

"Las prácticas programáticas domésticas determinan el éxito o fracaso de programas específicos, su reclamo demográfico y su subsiguiente impacto cultural" (**Havens, 2007, p. 221**).

La ubicación en las parrillas televisivas de los contenidos de producción ajena es un factor determinante en la decisión de compra de ficción importada ya que la capacidad de adaptación a las parrillas locales no es igual para todos los contenidos. La ficción proveniente de Estados Unidos juega con una ventaja importante respecto al resto de países exportadores ya que las audiencias están acostumbradas a sus contenidos audiovisuales y éstos no perciben un gran descuento cultural (**Hoskins; McFayden; Finn, 1997**).

Por el contrario, los contenidos europeos no tienen tanto reclamo para ser emitidos en otros mercados también europeos debido a la diversidad cultural del continente. Este hecho se refuerza por la escasa tradición de intercambio intraeuropeo de productos televisivos (**Esser, 2009; Trepte, 2008**).

El mercado televisivo de Estados Unidos tiene unas características que le favorecen para mantenerse como el país líder mundial en exportación de contenidos audiovisuales y, en concreto, televisivos (**Hoskins; McFayden; Finn, 2004**):

- tiene uno de los mercados locales más grandes del mundo con una renta per capita elevada;
- producen en inglés, lengua internacional;
- los países anglosajones conforman el mercado más grande del mundo;
- la concentración de la industria en Hollywood y su tejido industrial le dan una clara ventaja respecto a otros mercados.

Estas condiciones ayudan a que las productoras puedan rentabilizar sus productos en el mercado doméstico pudiendo exportar productos de alta calidad a precios bajos (**Hoskins; McFayden; Finn, 1997**). La televisión imitó estas dinámicas de venta al exterior de la industria cinematográfica desde sus inicios que le sitúan como el almacén televisivo predominante a nivel mundial con un extenso catálogo.

## 2. Objetivos y metodología

Este estudio examina el peso que tienen los contenidos de ficción doméstica y ajena en los cinco grandes mercados europeos en términos de volumen y de estrategias programáticas. El objetivo también es comparar las lógicas programáticas de estos contenidos entre las cadenas de titularidad pública y privada, así como analizar las políticas de producción y adquisición de ficción televisiva. En este sentido, nos interesamos explícitamente por la circulación de productos entre los países europeos.

Los resultados que se presentan en este artículo son parte de un proyecto más amplio de investigación (CSO2015-65350-R) *Redes sociales y televisión generalista en Europa (EU-5): usos en pantalla y actividad en red de las audiencias*, financiado por el *Ministerio de Economía y Competitividad* y llevado a cabo por un equipo de investigadores del grupo de investigación consolidado *Griss (Grup de Recerca en Imatge, So i Síntesi / Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis, Universitat Autònoma de Barcelona)* (ref. 2014SGR1674).

Los datos, obtenidos a través del análisis de contenido, se refieren a la programación de 26 canales generalistas europeos de los cinco mercados televisivos más grandes de Europa: Alemania, España, Francia, Italia y el Reino Unido.

La muestra analizada es un mes reconstruido de la temporada 2015-2016 seleccionando 4 semanas de meses distintos que constituyen un total de 3.512 horas de ficción. La muestra abarca todas las franjas horarias de acuerdo con la clasificación de *Euromonitor*<sup>1</sup> (Prado; Delgado, 2010).

Los formatos de ficción se han agrupado en tres categorías atendiendo a las rutinas de emisión (emisión seriada y emisión única) además de la animación seriada, a la que se ha considerado como una categoría única debido a sus características diferenciadas en cuanto a producción y origen. Así:

- ficción seriada: engloba series, seriales, *sitcoms* y miniseries;
- ficción no seriada: cine, *TV movies* y largos de animación;
- series de animación para adultos, excluyendo los dibujos animados.

Los contenidos de las tres categorías de ficción se han clasificado según su origen en:

- domésticos: son los programas producidos en el propio país, independientemente de si se trata de una producción del canal o de una independiente;
- programas ajenos: son los producidos fuera del país de emisión y de los que se han comprado los derechos para emitirlos;
- coproducciones: productos en los que el país ha participado junto con otros mercados. Las coproducciones en las que no participa el país de emisión están incluidas dentro de la categoría de ficción comprada.

Tabla 1. Países y canales contemplados

	Alemania	España	Francia	Reino Unido	Italia
Públicas	<i>Dar Erste</i>	<i>La1</i>	<i>France 2</i>	<i>BBC1</i>	<i>RAI1</i>
	<i>ZDF</i>	<i>La2</i>	<i>France 3</i>	<i>BBC2</i>	<i>RAI2</i>
		<i>TV3</i>			<i>RAI3</i>
Privadas	<i>ProSieben</i>	<i>Antena 3</i>	<i>TF1</i>	<i>ITV</i>	<i>Canale 5</i>
	<i>Sat1</i>	<i>Cuatro</i>	<i>M6</i>	<i>Channel 4</i>	<i>Italia 1</i>
	<i>RTL</i>	<i>Tele5</i>			<i>Rete 4</i>
		<i>La sexta</i>			

Esta doble clasificación permite mostrar una visión global de las estrategias programáticas y cuáles son los mercados más recurrentes en el abastecimiento de ficción en cada uno de los cinco países.

## 3. Resultados

La ficción ajena predomina en los cinco grandes mercados europeos teniendo en cuenta todas las cadenas y franjas horarias. A nivel europeo (EU5) la ficción importada ocupa un 69,49% del tiempo dedicado a la ficción, mientras que los contenidos domésticos representan 42,21 puntos menos, o sea un 27,28%. El porcentaje restante, 3,23%, es el tiempo dedicado a coproducciones. Si se muestran estos resultados en términos absolutos, en un mes se emiten 5.318 horas de ficción importada, 2.441 horas de doméstica y 113 horas de coproducciones.

“ Aunque la serialidad domine en el *prime time*, el porcentaje de no seriada sube en todos los países en la franja posterior, llegando a dominar la franja noche de España ”

Alemania y Reino Unido son los países con menor dependencia de la ficción importada, situándose a la cabeza en la emisión de ficción doméstica en Europa con el 36,67% y 33,58% del tiempo de emisión de estos contenidos (tabla 3). Estos dos países son también los que emiten más coproducciones, destinando un 4,12% y un 7,06% de su oferta de ficción. La mayoría de coproducciones alemanas son con Austria (56,10%), compartiendo la misma lengua y límites geográficos. En el caso del Reino Unido, todas sus coproducciones son con Estados Unidos, en algunos casos incluyendo otro país como Canadá (13,94%), reforzando el vínculo de la lengua común.

Tabla 2. Franjas horarias por países

	Alemania	España	Francia	Italia	Reino Unido
Mañana	06:00-11:00	07:00-13:30	06:00-11:30	07:00-12:00	6:00-11:30
Mediodía	11:00-14:00	13:30-15:30	11:30-14:00	12:00-15:00	11:30-14:00
Sobremesa	14:00-17:00	15:30-18:30	14:00-18:30	15:00-18:00	14:00-18:30
Tarde	17:00-19:00	18:30-20:30	18:30-20:00	18:00-20:30	18:30-20:00
<i>Prime time</i>	19:00-22:30	20:30-22:30	20:00-22:30	20:30-22:30	20:00-22:30
Noche	22:30-01:00	22:30-01:00	22:30-01:00	22:30-01:00	22:30-1:00

Tabla 3. Origen de la ficción EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducciones	Total
Alemania	36,67	59,21	4,12	100
España	30,62	66,41	2,97	100
Francia	26,44	70,47	3,09	100
Italia	12,48	86,37	1,15	100
Reino Unido	33,58	59,36	7,06	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	27,28	69,49	3,23	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*.

En estos dos países destacan los canales públicos ya que la proporción dedicada a la ficción doméstica es muy superior a la de los operadores de titularidad privada del mismo territorio. En Alemania la proporción de producto local en los canales públicos es del 83,15% significando la mayoría de emisiones de ficción. En el caso del país británico este porcentaje es inferior pero sigue superando ampliamente la mitad del tiempo dedicado a estos contenidos en *BBC One* (80,74%) pero quedándose en el 34,25% en *BBC Two*.

Italia es el país que emite menor proporción de ficción doméstica y el que muestra una mayor dependencia del mercado internacional. Los canales generalistas italianos sólo dedican un 12,48% de su tiempo de emisión de ficción a productos locales. No obstante, en este caso también encontramos una clara diferencia entre las proporciones de ficción doméstica en los canales públicos (20,05%) (promotores de la producción de ficción local), y los canales privados (7,51%). Además, Italia es el país que emite un menor número de coproducciones (1,15%), la mayoría de ellas realizadas con España y Francia.

Mientras que en los canales públicos se puede ver un flujo intraeuropeo de ficción seriada, este es prácticamente inexistente en los canales privados

España y Francia se encuentran en una posición intermedia. Destinan un 30,62% y un 26,44% de su tiempo de ficción a los contenidos locales. Cabe destacar la subida de la producción doméstica en los canales españoles ya que en la temporada 2012-2013 estos contenidos sólo representaban el 20,40% de la ficción. Estos dos países confirman el importante rol que tienen las cadenas públicas en la producción de contenidos locales. En el caso de España los canales públicos dedican el 48,83% del tiempo de ficción a contenidos locales mientras que en los privados esta cifra baja al 18,60%. En el caso francés la diferencia es menor: los canales públicos emitieron un 34,61% de ficciones domésticas; los privados un 24,06%.

La presencia de las coproducciones es muy similar en ambos casos: un 2,97% en España y un 3,09% en Francia. La mayoría se han llevado a cabo junto con otros países europeos (75,76% y 78,81%, respectivamente). En el caso español destacan Italia, Francia y el Reino Unido. En Francia destacan

Tabla 4. Géneros de ficción EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Seriada	No seriada	Series de animación	Total
Alemania	69,13	27,02	3,85	100
España	46,45	50,20	3,35	100
Francia	70,18	29,82	0,00	100
Italia	67,86	29,91	2,23	100
Reino Unido	70,39	25,48	4,13	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	63,87	33,34	2,79	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*.

Bélgica y Suiza, compartiendo lengua con los dos territorios. No obstante, en los dos países hay también coproducciones realizadas con Estados Unidos (7,19% y 21,19%).

Como se puede observar, la tendencia europea es emitir coproducciones realizadas entre países europeos y con Estados Unidos, a excepción del Reino Unido que prácticamente sólo trabaja con Estados Unidos.

### 3.1. Programación de los géneros / categorías de ficción

La serialidad (series, seriales, *sitcoms* y miniseries) predomina en todos los países menos en España por encima de la ficción no seriada y las series de animación. En España las películas, *TV movies* y largos de animación alcanzan el 50,21% de la ficción demostrando el importante papel que vuelven a tener estos contenidos en los canales españoles. No obstante, hay que remarcar que ésta es una dinámica propia de los canales públicos, en donde la ficción seriada sólo llega al 38,5%. Por el contrario, en las cadenas privadas la ficción seriada constituye más del 50% de la oferta de ficción. Esta diferencia entre públicos y privados en su emisión de ficción según el género es un fenómeno peculiar de España, mientras que en el resto de países de la muestra se da una mayor similitud entre canales de diferente titularidad con respecto a la serialidad de la ficción emitida.

Dentro de la ficción seriada encontramos contenidos emitidos con dos lógicas distintas de programación (**Eastman; Ferguson, 2006**):

- en *stripping*: se emiten de lunes a viernes o, en algunos casos, incluso de lunes a domingo, como la serie francesa *Scènes de ménages* de la cadena M6. Prácticamente todas estas series se emiten durante el *day time* (mañana, mediodía, sobremesa y tarde).
- con periodicidad semanal: se programan mayoritariamente en las franjas de *prime time* y noche.

La ficción no seriada (películas, *TV movies* y largos de animación) es el grupo de ficción más presente en la franja de noche. Aunque la serialidad domine en el *prime time*, el porcentaje de no seriada es superior en la franja posterior, llegando a dominar la franja noche de España (70,25%), Reino Unido (74,65%) e Italia (73,42%).

Las series de animación tienen una escasa presencia en todos los países, siendo un género exclusivo de las cadenas generalistas comerciales. La serie americana *Los Simpsons* se emite en *stripping* en todos los mercados (exceptuando

Tabla 5. Origen de la ficción seriada EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducción	Total
Alemania	38,76	59,53	1,71	100
España	49,22	50,78	0,00	100
Francia	30,43	67,86	1,71	100
Italia	9,68	90,32	0,00	100
Reino Unido	44,25	54,7	1,05	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	31,81	67,30	0,89	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

Francia que no emite series de animación). En España y el Reino Unido es la única serie emitida, mientras que en Italia y Alemania además se encuentra la serie estadounidense *Futurama* y en el último caso también *Family Guy*.

### 3.2. Concentración de las producciones domésticas en la ficción seriada

Las categorías de la ficción (seriada, no seriada o series de animación) son un claro determinante de los patrones de origen de los contenidos. La ficción seriada concentra la mayor presencia de contenidos domésticos en comparación con los otros dos géneros demostrando la importancia que ponen todos los países en estos contenidos. Italia es la excepción ya que el porcentaje de ficción no seriada local (19,76%) es superior al de la ficción seriada (9,68%).

El gran peso de la producción doméstica en la ficción seriada se ve más claramente en el caso de las televisiones públicas donde, en el caso de Alemania (87,82%), Reino Unido (83,15%) y España (80,45%), sobrepasan claramente a los contenidos importados. Italia vuelve a ser el país que emite menos porcentaje de producto local seriado en sus canales públicos (16,37%). En los privados el porcentaje de producción doméstica desciende considerablemente. Los únicos países que mantienen porcentajes elevados son España (33,86%), Francia (32%) y el Reino Unido (27,70%).

### 3.3. Estados Unidos como procedencia hegemónica de la ficción no seriada

La ficción no seriada presenta unas características muy diferentes al caso anterior:

- las cadenas dedican menos tiempo a este tipo de contenidos que a los seriados, tanto en las comerciales como en la mayoría de las públicas;
- la única franja horaria con mayor presencia de ficción de emisión única es la franja de noche (57,21%), por delante de la ficción seriada (42,55%). Durante el *day time* destaca la franja de sobremesa, con un aumento de la cantidad de este tipo de ficción en comparación con las otras franjas, en especial los fines de semana. En cambio, en el *prime time* los contenidos seriados ocupan el 58,78% del tiempo de ficción. Los programadores dan mayor valor estratégico a la serialidad reservándole más tiempo en la franja donde se produce el pico de audiencia y donde hay mayor competencia entre las cadenas.
- mientras que la ficción seriada se programa más entre

Tabla 6. Origen de la ficción no seriada, cadenas públicas EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducción	Total
Alemania	74,30	12,40	13,30	100
España	29,04	59,63	11,33	100
Francia	56,95	32,14	10,91	100
Italia	50,97	46,43	2,60	100
Reino Unido	11,64	66,98	21,38	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	44,61	44,08	11,31	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

semana, los contenidos no seriados se concentran sobre todo en el fin de semana: en sólo dos días se concentra el 58,62% de los contenidos de cine, *TV movies* y largos de animación.

El origen de estos contenidos también difiere de la ficción seriada. En todos los mercados hay una clara dominancia de los productos importados, volviendo a ser Alemania el país con más tiempo de producciones domésticas (36,54%) y el Reino Unido con más coproducciones (24,81%).

« En los canales públicos hay una mayor presencia de contenidos europeos »

La similitud que encontramos con los productos seriados es la mayor presencia de producciones domésticas en las cadenas públicas. Destaca el caso francés, además del alemán, ya que el porcentaje de contenidos domésticos en las dos cadenas públicas alcanza el 56,96%. Esto es un reflejo del buen estado del cine francés en las salas cinematográficas y la larga trayectoria de la industria cinematográfica del país, probablemente con la legislación más protectora de la UE.

En las cadenas comerciales europeas la ficción no seriada se reserva, prácticamente de forma íntegra, a los contenidos importados (86,99%). Esta superioridad se encuentra en todas las franjas horarias. El país germánico continúa siendo, junto con Italia (10,03%), el que más porción dedica a los contenidos producidos en el propio país (10,01%).

Vemos una clara diferencia entre la apuesta que hacen las cadenas por la ficción seriada, con producciones domésticas

Tabla 7. Origen de la ficción no seriada cadenas privadas EU5 (temporada 2015-16) (%)

	Doméstica	Ajena	Coproducción	Total
Alemania	10,00	80,87	9,13	100
España	2,57	96,67	0,76	100
Francia	5,28	89,72	5,00	100
Italia	10,03	85,72	4,25	100
Reino Unido	8,13	64,72	27,15	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	7,02	86,99	5,99	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

Tabla 8. Origen de la ficción seriada ajena EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Europa	EUA	EUA + Europa	EUA + Otros	Europa + Otros	Otros	Total
<b>Públicas</b>							
Alemania	89,57	10,43	-	-	-	-	100
España	51,11	-	24,93	19,13	-	4,83	100
Francia	73,73	16,12	3,58	-	6,57	-	100
Italia	25,29	64,90	-	0,05	-	9,76	100
Reino Unido	-	35,66	-	-	-	64,34	100
<b>Privadas</b>							
Alemania	1,10	92,41	-	6,49	-	-	100
España	23,09	72,99	1,51	2,41	-	-	100
Francia	1,75	91,78	0,27	6,20	-	-	100
Italia	24,04	75,96	-	-	-	-	100
Reino Unido	0,84	99,16	-	-	-	-	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

y en la no seriada con productos importados de otros países, una situación espejo a lo que ocurre en las salas cinematográficas a nivel europeo y mundial (Fu, 2006).

### 3.4. Los canales públicos como promotores de diversidad de procedencias

Aunque ya hemos mencionado diversas diferencias entre las cadenas de titularidad pública y las comerciales, el aspecto en el que difieren de forma más notoria es en la procedencia de los contenidos de ficción ajena. En el caso de las privadas, Estados Unidos es el proveedor hegemónico en los cinco países, tanto para la ficción seriada como para la no seriada. En los operadores públicos hay más variedad de fuentes y una mayor presencia de contenidos europeos, exceptuando el Reino Unido donde hay una clara dominación de los contenidos procedentes de Estados Unidos, y también de Canadá (incluidos en la categoría otros) tanto en las cadenas públicas como en las privadas.

La ficción producida en Europa representa más de la mitad de los contenidos seriados de producción ajena en Alemania, España y Francia en sus canales públicos. Estos contenidos sólo se emiten en las 4 franjas del *day time* (mañana, mediodía, sobremesa y tarde). Ninguna ficción de origen europeo entra en la programación de *prime time* o noche. En Italia, en cambio, más de la mitad de sus contenidos provienen de Estados Uni-

dos, dejando sólo un tercio de su tiempo para contenidos europeos. El resto de programación seriada se rellena con contenidos de Australia y Canadá, países recurrentes también en los otros mercados.

Mientras que en los canales públicos se puede ver un flujo intraeuropeo de ficción seriada, éste es prácticamente inexistente en los canales privados exceptuando Italia (24,04%) y España (23,09%). En el primer caso destacan las series españolas y alemanas y en el segundo las alemanas y, en menor medida, las francesas. Estados Unidos tiene un papel

hegemónico en los otros tres países superando el 90% del tiempo de ficción seriada importada. España es el país con menor presencia de contenidos de Estados Unidos, aunque éstos alcanzan el 72,99% del tiempo.

Los contenidos no seriados ajenos emitidos provienen de una variedad más amplia de países tanto en los canales públicos como en los privados. Las producciones realizadas únicamente en Estados Unidos representan porcentajes inferiores que en el caso de la ficción seriada. No obstante, es importante remarcar la presencia de coproducciones entre Estados Unidos y otros países.

Estados Unidos ha utilizado las coproducciones con países europeos para actuar como un caballo de Troya en los mercados de la Unión Europea ya que con esta técnica sus contenidos pasan a ser considerados europeos y así evitan las cuotas que

Tabla 9. Origen de la ficción no seriada ajena EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Europa	EUA	EUA + Europa	EUA + Otros	Europa + Otros	Otros	Total
<b>Públicas</b>							
Alemania	15,41	51,38	28,20	-	1,25	3,76	100
España	33,17	48,75	9,71	1,63	2,13	4,61	100
Francia	-	72,25	-	27,75	-	-	100
Italia	37,99	37,43	24,58	-	-	-	100
Reino Unido	-	67,37	-	13,48	3,90	15,25	100
<b>Privadas</b>							
Alemania	2,63	84,05	9,81	3,51	-	-	100
España	4,78	53,95	22,47	7,97	1,25	9,58	100
Francia	7,24	59,98	0,72	4,85	-	27,21	100
Italia	5,33	63,95	24,97	2,55	-	3,20	100
Reino Unido	-	82,41	12,06	5,53	-	-	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

se imponen para los contenidos ajenos. Reino Unido es el país más recurrente para las coproducciones europeas con Estados Unidos, circunstancia que puede verse comprometida con la salida de este país de la Unión Europea.

La ficción no seriada producida entre Estados Unidos y otro país europeo, sin contar las coproducciones del mismo país de emisión, ocupan una posición relevante tanto en canales públicos como privados destacando el 28,20% de las públicas alemanas y el 24,97% de las privadas italianas. En cambio, la presencia de contenidos producidos entre uno o más países europeos diferentes al país de emisión es muy secundaria.

A pesar de la presencia acaparadora de Estados Unidos, tanto con contenidos producidos sólo por el país como las coproducciones con países europeos u otros territorios, los contenidos europeos no son irrelevantes en términos de volumen en las cadenas públicas de Alemania, España e Italia. Además, su presencia es más importante en las franjas de *prime time* y noche de nuestra clasificación, las franjas más competitivas y que más repercusión tienen en los resultados de las cadenas. Estos *time slots* son también los utilizados para programar películas norteamericanas, a las que la audiencia está más acostumbrada. Es decir, las películas europeas se programan con la misma estrategia que las de Estados Unidos.

En la franja de máxima audiencia, España se desvincula de la tendencia europea

En cambio, en Francia y el Reino Unido no hay presencia de contenidos europeos en las cadenas públicas. En el caso de las privadas Francia es el país con más producto no seriado europeo (7,24%) donde hay que sumar un 0,72% de coproducciones entre Estados Unidos y Europa. En el Reino Unido estas coproducciones alcanzan el 12,06%.

A pesar de que los contenidos de ficción no seriada de origen norteamericano siguen siendo mayoritarios en las cadenas privadas, lo cierto es que su presencia no es tan monopolística como en el caso de la ficción seriada. Así encontramos mayor variedad de procedencias: de otros países europeos y también de extraeuropeos como Canadá, Australia, Corea del Sur, Tailandia, Hong Kong y Nueva Zelanda.

### 3.5. El nivel de competencia como determinante del origen en los canales privados

Para saber la apuesta e importancia que hacen las cadenas de unos contenidos es clave analizar sus estrategias programáticas en la franja del *prime time*. El género de ficción más predominante en todos los países en *prime time* es el seriado, exceptuando España.

En la franja de máxima audiencia España se desvincula de la tendencia europea. El *prime time* está prácticamente integrado por informativos, que son considerablemente más largos que en el resto de países europeos. Esta técnica se utiliza para conseguir dos objetivos:

Tabla 10. Géneros de ficción en *prime time* EU5 (temporada 2015-2016) (%)

	Seriada	No seriada	Animación	Total
Alemania	51,42	45,53	3,05	100
España	39,12	60,88	-	100
Francia	74,98	25,02	-	100
Italia	51,24	48,76	-	100
Reino Unido	87,85	12,15	-	100
Promedio EU5 <sup>2</sup>	40,06	58,78	1,16	100

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

- aprovecharse del gran éxito de audiencia que tienen los informativos. Desde que las cadenas privadas vieron que obtenían grandes índices de audiencia con estos contenidos han ido alargándolos hasta ocupar una parte muy importante del *prime time*;
- empezando el programa fuerte del *prime time* al final de la franja pueden alargar el *prime time* hasta la franja de noche en términos de marketing. Eso hace que la ficción en *prime time* tenga un volumen residual y que el gran peso de estos contenidos se encuentre en la franja posterior.

El resto de países sitúan sus grandes apuestas de ficción en *prime time*. Si comparamos el volumen de ficción doméstica en esta franja (tabla 11) con la media de todas las franjas (tabla 3) vemos que en todos los países el porcentaje es considerablemente superior en *prime time*.

La gran inversión que supone la producción de ficción propia hace que las cadenas otorguen un gran valor estratégico a estos contenidos. En especial esta inversión se concentra en los contenidos de ficción seriada ya que dominan el *prime time*. Los contenidos de la franja de máxima audiencia tienen una clara intención de competir por la audiencia mientras que en otras franjas hay una lógica de relleno comportando una mayor presencia de contenido importado. Además, la apuesta por la ficción seriada hace también que el porcentaje de doméstica sea superior en este género que en el total de los otros géneros.

Otro contenido habitual en *prime time*, con menor volumen, son los *blockbusters*, habitualmente de producción norteamericana o coproducciones de este país. Este tipo de

Tabla 11. Origen de la ficción en *prime time* EU5 (temporada 2015-2016)

	Doméstica	Ajena	Coproducción
Alemania	44,72	47,41	7,87
España	48,05	45,78	6,17
Francia	47,11	44,13	8,76
Italia	27,41	69,94	2,65
Reino Unido	80,43	14,31	5,26
Promedio EU5 <sup>2</sup>	48,57	45,00	6,43

Fuente: Elaborado con datos de *Euromonitor*

contenidos es el más habitual en la ficción ajena de *prime time*. A pesar de esto, las series norteamericanas también tienen su espacio en el horario de máxima audiencia en canales determinados.

En general se observan en el mercado televisivo europeo dos tendencias:

- los canales privados con mayor audiencia apuestan por la producción propia y algunos contenidos de ficción ajena no seriada;
- Los canales privados con menor audiencia de cada mercado programan más producción ajena, tanto durante el *day time* como en privados. En Alemania, *ProSieben*; en España, *Cuatro* y *La sexta*; en Francia, *M6*; en Italia, *Italia 1* y *RETE 4* y en Reino Unido, *Channel 4* (tabla 12).

Estos canales tienen como práctica habitual programar series norteamericanas en *day time* pero también en *prime time* ayudándoles, en algunos casos, a definir la imagen de marca del canal. Cabe destacar dos casos concretos que se alejan de la norma europea:

- el canal español *La sexta*, que a pesar de haber basado tradicionalmente parte de su parrilla en ficción seriada importada, actualmente se centra más en los contenidos de información produciendo un descenso de la presencia de ficción;
- el canal comercial francés *TF1*, a pesar de ser el líder en su territorio, programa un alto volumen de ficción seriada ajena en *prime time*.

La ficción es uno de los pilares de las cadenas generalistas europeas, y la apuesta es claramente por los contenidos seriados, tanto durante el *day time* como en el *prime time*

#### 4. Conclusiones

La ficción es uno de los pilares de las cadenas generalistas europeas, y la apuesta es claramente por los contenidos seriados, tanto durante el *day time* como en el *prime time*. Respondiendo a la primera pregunta de investigación, los contenidos ajenos dominan en los cinco grandes mercados europeos aunque el valor estratégico de la ficción local es más relevante.

Siguiendo la tendencia ya observada anteriormente por *Euronitor* (Prado; Delgado, 2010), podemos distinguir dos tipos de lógicas en la programación de la ficción: de relleno y competitiva:

- los contenidos de relleno se programan en franjas horarias poco relevantes para los ingresos publicitarios de las cadenas. En esta categoría encontramos básicamente reposiciones de ficción ajena y *TV movies*. Estos contenidos permiten a las cadenas no gastar muchos recursos en espacios que no generan ingresos significativos;
- los contenidos competitivos se sitúan principalmente en *prime time* donde domina claramente la producción doméstica. También se incluyen dentro de esta categoría las

Tabla 12. Share de las cadenas comerciales en 2014

Alemania	
Sat. 1	6,6
RTL	10,7
ProSieben	5,4
España	
Antena 3	13,6
Telecinco	14,5
Cuatro	6,8
La sexta	7,2
Reino Unido	
ITV	14,7
Channel 4	4,8
Francia	
TF1	22,9
M6	10,1
Italia	
Canale 5	15,3
Italia 1	6,0
Rete 4	4,9

Fuente: *European Audiovisual Observatory*

películas de estreno que empiezan en *prime time* y pueden terminar en la franja de noche. Aunque la mayoría de estos títulos proviene de Estados Unidos, también hay una presencia relevante de obras europeas y de productos domésticos, sobre todo en las públicas.

Dentro de esta generalización, encontramos que las cadenas comerciales siguen dos líneas programáticas de acuerdo con su posición en el mercado:

- las cadenas con un *share* elevado tienden a programar ficción doméstica en *prime time* y algunos *blockbusters*;
- las cadenas generalistas con menos audiencia apuestan por los contenidos seriados ajenos, es decir, principalmente series originadas en Estados Unidos.

Las cadenas de titularidad pública se distinguen de las privadas sobre todo por:

- mayor presencia de contenidos domésticos;
- mayor variedad de orígenes en la producción ajena.

La proporción de trabajos europeos, sin incluir los producidos por el propio país emisor, es significativa en las cadenas públicas, especialmente en la ficción seriada. Observamos indicios de un inicio de flujo intraeuropeo en este tipo de contenidos, aunque es imperceptible en las cadenas comerciales. Por lo tanto, podemos decir que el intercambio de ficción entre los países europeos, a pesar de los esfuerzos de la *Comisión Europea*, todavía no es una práctica habitual y generalizada en las televisiones generalistas.

Hay que destacar la presencia de contenidos producidos entre Estados Unidos y países europeos. Con esta práctica Estados Unidos consigue incrementar su hegemonía, sobre todo en la ficción no seriada, ya que sus contenidos pasan

a ser considerados europeos en términos de las políticas proteccionistas del mercado europeo. La misma estrategia explica el alto número de coproducciones entre Estados Unidos y Canadá, donde también se da un nivel de proteccionismo elevado de su producción doméstica.

La gran apuesta por los programas domésticos, tanto en ficción como en el resto de contenidos, hace que el nivel de dependencia de los mercados internacionales sea bajo, reforzando las culturas nacionales de cada país. Aun así, el bajo intercambio de contenidos europeos hace que no haya un flujo cultural dentro de Europa ni la creación de una base cultural común. Con las nuevas vías de distribución de contenidos audiovisuales, donde la audiencia cada vez tiene más poder para escoger contenidos, falta ver si el flujo se vuelve más plural y dinámico.

Los contenidos competitivos se sitúan principalmente en *prime time*, donde domina claramente la producción doméstica

## Notas

1. *Euromonitor* es un observatorio permanente de la televisión en Europa creado por un grupo de investigadores europeos (Paolo Baldi, Ian Connell, Claus Dieter Rath y Emili Prado) con el apoyo del servicio VQPT de la RAI y operativo desde 1989. Hasta 1995 tuvo su base de coordinación en Ginebra y a partir de esa fecha se trasladó a la *Universitat Autònoma de Barcelona* donde opera bajo la dirección de Emili Prado, catedrático de comunicación audiovisual y publicidad. El equipo de la sede central incluye como coordinadoras de informes nacionales a las profesoras Matilde Delgado, Núria García-Muñoz, Gemma Larrègola y Belén Monclús.

*Grupo de Investigación en Imagen, Sonido y Síntesis (Griss), Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)*. Edificio I. Campus de la UAB.  
08193 Bellaterra (Barcelona), España  
<http://www.griss.org>  
[griss@griss.org](mailto:griss@griss.org)

2. Los valores promedio de EU5 de las tablas 3, 4, 5, 6, 7, 10 y 11 se han obtenido a partir del número total de producciones de los 5 países considerados.

## 5. Bibliografía

**Bechelloni, Giovanni; Buonanno, Milly** (1997). *Television, fiction and identities: America, Europe, nations*. Napoli: Ipermedium Libri. ISBN: 8886908113

**Buonanno, Milly** (2002). *Eurofiction. Television fiction in Europe. Report 2001*. Strasbourg: Hypercampo. ISBN: 9287150281

**Buonanno, Milly** (2008). *The age of television: Experiences and theories*. Bristol: Intellect. ISBN: 978 1841501819

**De-Bens, Els; De-Smaele, Hedwig** (2001). "The inflow of

American television fiction on European channels revisited". *European journal of communication*, v. 16, n. 6, pp. 51-76.  
[http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta\\_Sage\\_Articles\\_on\\_194\\_225\\_11\\_89/Ingenta776.pdf](http://rcirib.ir/articles/pdfs/cd1%5CIngenta_Sage_Articles_on_194_225_11_89/Ingenta776.pdf)  
<https://doi.org/10.1177/0267323101016001003>

**Delgado, Matilde; Prado, Emili** (2012). "Outside the box: la televisión más deseada". En: León, Bienvenido (coord.). *La televisión ante el desafío de internet*. Salamanca: Comunicación Social, pp. 90-97. ISBN: 978 8415544142

**Dhoest, Alexander; Simons, Nele** (2016). "Still 'watching' TV? The consumption of TV fiction by engaged audiences". *Media and communication*, v. 4, n. 3, pp. 176-184.  
<https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.427>

**Eastman, Susan-Tyler; Ferguson, Douglas A.** (2006). *Media programming: Strategies and practices*. 7<sup>th</sup> ed. Belmont, Calif: Thomson/Wadsworth. ISBN: 0534636896

**Esser, Andrea** (2009). "Trends in television programming: Commercialization, transnationalization, convergence". En: Charles, Alec. *Media in the enlarged Europe: Politics, policy and industry*. Bristol: Intellect, pp. 23-36. ISBN: 978 1841509983

**Fu, W. Wayne** (2006). "Concentration and homogenization of international movie sources: Examining foreign film import profiles". *Journal of communication*, v. 56, n. 4, pp. 813-835.  
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00321.x>

**Havens, Timothy** (2007). "The hybrid grid: Globalization, cultural power and Hungarian television schedules". *Media, culture & society*, v. 29, n. 2, pp. 219-39.  
<http://dx.doi.org/10.1177/0163443707074254>

**Hoskins, Colin; McFayden, Stuart; Finn, Adam** (1997). *Global television and film: An introduction to the economics of the business*. Oxford: Clarendon. ISBN: 0198711476

**Hoskins, Colin; McFayden, Stuart; Finn, Adam** (2004). *Media economics: Applying economics to new and traditional media*. California: Sage Publications. ISBN: 0761930957

**Kevin, Deirdre; Ene, Laura** (2015). *European fiction works on TV channels*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.  
<https://goo.gl/7qJ8CJ>

**Lange, André** (2015). *Fiction on European TV channels (2006-2013)*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. ISBN: 978 9287180797

**Prado, Emili; Delgado, Matilde** (2010). "La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación". *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación*, n. 84, pp. 52-64.  
<https://goo.gl/rFK1Jz>

**Trepte, Sabine** (2008). "Cultural proximity in TV entertainment: An eight-country study on the relationship of nationality and the evaluation of US prime-time fiction". *Communications*, v. 33, n. 1, pp. 1-25.  
<https://doi.org/10.1515/commun.2008.001>

## Enero-agosto 2017

### 25-27 de enero de 2017

BOBCATSSS. Improving quality of life through information  
Tampere, Finlandia  
*University of Tampere, Oslo and Akershus Univ. College of Applied Sciences, Hanze Univ. of Applied Sciences*  
<http://bobcatsss2017.com>



### 15-18 de febrero de 2017

WRAB IV. WRITING RESEARCH ACROSS BORDERS  
Bogotá  
*Sociedad Internacional para el Avance de la Investigación en Escritura (ISAWR), Pontificia Universidad Javeriana*  
<http://www.wrab2017.com>



### 20-21 de febrero de 2017

RESEARCHER TO READER CONF. Creation and dissemination of international scholarly content  
Londres  
<http://www.r2rconf.com>

### 6-8 de marzo de 2017

INTED2017. 11<sup>th</sup> Intl technology, education and development conf  
Valencia  
*International Academy of Technology, Education and Development (IATED)*  
<https://iated.org/inted>

### 8-10 de marzo de 2017

RLUK CONF. Challenges for research libraries, and their role in the future of the research ecosystem  
Londres  
*British Library*  
<http://rlukconference.com>

### 21-22 de marzo de 2017

OPEN SCIENCE CONF  
Berlin  
*ZBW; Leibniz Information Centre for Economics; Leibniz Research Alliance Science 2.0.*  
<http://www.open-science-conference.eu>



### 3-5 de abril de 2017

ILIDE. Innovative library in digital era conf  
Jasná, Eslovaquia  
*Slovak Chemistry Library, Matej Bel University Library, University of Wrocław*  
<http://ilideconference.schk.sk>



### 5-7 de abril de 2017

II CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN Y PENSAMIENTO. Internet y redes sociales: nuevas libertades, nuevas esclavitudes  
Sevilla  
*Universidad de Sevilla*  
<http://comunicacionypensamiento.org>



### 6-7 de abril de 2017

9<sup>TH</sup> ICIC. European conf on intellectual capital: Its application in practice  
Lisboa  
<http://www.academic-conferences.org/conferences/ecic>

### 8-13 de abril de 2017

39<sup>TH</sup> EUROPEAN CONF ON INFORMATION RETRIEVAL (ECIR 2017)  
Aberdeen, Escocia, UK  
*Robert Gordon University (RGU)*  
<http://ecir2017.org>



### 9 de abril de 2017

5<sup>TH</sup> INTL WORKSHOP ON BIBLIOMETRIC-ENHANCED INFORMATION RETRIEVAL (BIR 2017)  
Aberdeen, Escocia, UK  
*Leibniz Institute for Social Sciences*  
<http://www.gesis.org/en/services/events/events-archive/conferences/ecir-workshops/ecir-workshop-2017>

**10-12 de abril de 2017**

40<sup>TH</sup> UKSG ANNUAL CONFERENCE  
Harrogate, Yorkshire, UK  
<http://www.uksg.org/event/conference17>



**20-22 de abril de 2017**

RESTORATION & CONSERVATION 2017 INTL CONF  
Lviv, Ucrania  
*Association of Libraries and Archives of the Western Ukraine (Alawu)*  
<http://www.alawu.org/conference>



**25 de abril de 2017**

ICSSH2017. Intl Conf on Social Sciences and Humanities  
Berlin  
<http://www.isindex.org/Hss>

**3-4 de mayo de 2017**

EBLIDA NAPLE ANNUAL COUNCIL AND CONF  
Aarhus, Dinamarca  
*European Bureau of Library, Information and Documentation Associations*  
<http://www.eblida.org/freeze-url/eblida-naple-annual-council-and-conference.html>



**4-5 de mayo de 2017**

7ª CRECS. Conf intl de revistas de ciencias sociales y humanidades  
Cuenca  
*El Profesional de la Información; Grupo ThinkEPI; Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades, Universidad de Castilla La Mancha*  
<http://crecs.info>



**4-6 de mayo de 2017**

XVI CONGRÉS D'ARXIVÍSTICA I GESTIÓ DE DOCUMENTS DE CATALUNYA  
Reus, Tarragona  
*Associació d'Arxivers Gestors de Documents de Catalunya*  
<http://www.arxivers.com>

**8-10 de mayo de 2017**

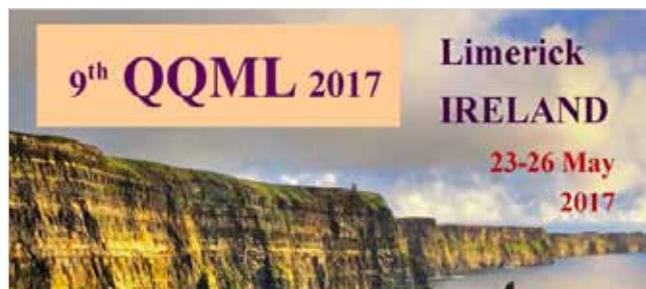
COAR ANNUAL MEETING  
Venecia  
*Confederation of Open Access Repositories (COAR); Library System (SBA) of the Università Ca' Foscari*  
<https://www.coar-repositories.org>

**15-16 de mayo de 2017**

4TH INTL SCIENTIFIC CONF. Information science in the age of change  
Varsovia  
*University of Warsaw*  
<http://193.0.122.108/nauka/?lang=en>

**23-26 de mayo de 2017**

QQML2017. 9<sup>th</sup> Qualitative and quantitative methods in libraries international conf  
Limerick, Irlanda  
*ISAST (International Society for the Advancement of Science and Technology)*  
<http://www.isast.org>



**25-26 de mayo de 2017**

FESABID 2017. XV Jornadas Españolas de Documentación  
Pamplona  
*Asociación Navarra de Bibliotecarios (Asnabi); Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística*  
<http://www.asnabi.com>  
<http://www.fesabid.org>

**1-2 de junio de 2017**

DATECH INTL CONF DIGITISATION DAYS. Digital Access to Textual Cultural Heritage  
Göttingen, Alemania  
*Impact Centre of Competence; Göttingen State and University Library*  
<http://ddays.digitisation.eu>

**6-8 de junio de 2017**

ELPUB. Intl conf on electronic publishing. Expanding perspectives on open science: Communities, cultures and diversity in concepts and practices  
Limassol, Chipre  
*Cyprus University of Technology*  
<http://elpub.net>

**8-9 de junio de 2017**

CONGRESO INTL DE COMUNICACIÓN Y REALIDAD. Reality and screen a postmodern mirror  
Barcelona  
*Blanquerna, Universitat Ramon Llull, School of Communication and International Relations*  
<http://cicr.blanquerna.edu>

**11-14 de junio de 2017**

NEXT LIBRARY INTL FESTIVAL CONF  
Aarhus, Dinamarca  
*Aarhus Public Libraries; Next Library Community*  
<http://www.nextlibrary.net>

**12-16 de junio de 2017**

EAHIL 2017. 12th Intl congress on medical librarianship (ICML)  
Dublin  
*2017 European Association for Health Information and Libraries (EAHIL) Workshop*  
<http://eahil2017.net>

**22-27 de junio de 2017**

ALA ANNUAL CONF  
Chicago  
*American Library Association*  
<http://2017.alaannual.org>

**27-30 de junio de 2017**

INFORMATION: INTERACTIONS AND IMPACT (i3)  
Aberdeen, UK  
*Robert Gordon University*  
<http://www.rgu.ac.uk/research/conferences/i-2017/overview>

3-4 de julio de 2017

4<sup>TH</sup> EUROPEAN CONF ON SOCIAL MEDIA  
Vilnius, Lituania  
*Academic Conferences and Publishing International (ACPI)*  
<http://www.academic-conferences.org/conferences/ecsm>

**5-6 de julio de 2017**

CILIP CONF  
Manchester  
*Chartered Institute of Library and Information Professionals*  
<http://cilipconference.org.uk>

**5-7 de julio de 2017**

46<sup>TH</sup> LIBER ANNUAL CONF  
Patras, Grecia  
*Library & Information Centre, University of Patras; Liga de Bibliotecas Europeas de Investigación (Liber)*  
<http://liber2017.lis.upatras.gr>

**6-7 de julio de 2017**

RESSH 2017. Research evaluation in the social sciences and humanities  
Antwerpen / Amberes, Bélgica  
*University of Antwerp*  
<http://www.uantwerpen.be/ressh2017>

**7 de julio de 2017**

15<sup>TH</sup> INTL CONF ON BOOKS, PUBLISHING & LIBRARIES  
Londres  
*Imperial College London*  
<http://booksandpublishing.com/London2017>

**10-13 de julio de 2017**

IC<sup>2</sup>S<sup>2</sup> 2017. 3<sup>rd</sup> Intl conf on computational social science  
Colonia, Alemania  
*Gesis, Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften*  
<https://ic2s2.org/2017>

**17-19 de julio de 2017**

4<sup>º</sup> CONGRESO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO DE CIENCIAS SOCIALES  
Salamanca  
*Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso)*  
<https://www.conftool.pro/flacso2017>  
<http://www.flacso.es/4to-congreso-latinoamericano-y-caribeno-de-ciencias-sociales>



**24-25 de julio de 2017**

4<sup>TH</sup> ANNUAL INTL CONF ON LIBRARY AND INFORMATION SCIENCE

Atenas

*Athens Institute for Education and Research (ATINER)*

*atiner@atiner.com*

<http://www.atiner.gr/library>

**6-12 de agosto de 2017**

WORLD HUMANITIES CONF

Lieja, Bélgica

*Unesco; International Council for Philosophy and Human Sciences (Icphs); LiegeTogether*

<http://www.humanities2017.org/en>



**15-16 de agosto de 2017**

MODELS FOR EDUCATION ON COPYRIGHT, LICENSING, AND OTHER LEGAL MATTERS. IFLA Satellite meeting

Krakow, Polonia

*Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Krakowie; IFLA Copyright*  
<http://sin>

**15-16 de agosto de 2017**

LIBRARIES AND THE AGENDA 2030. Prospective information and forthcoming society

Timișoara, Rumanía

*Latin America and the Caribbean Section; Faculty of Political Sciences, Philosophy and Communication Sciences, Department of Philosophy and Communication Sciences, West University of Timisoara.*

<http://2017.ifla.org/cfp-calls/latin-america-and-the-caribbean-section>

**15-17 de agosto de 2017**

THE CHALLENGE OF MULTIPLE IDENTITIES. Multiethnicity in genealogy, local history and regional memory, connections and challenges for libraries and other memory institutions. IFLA Satellite meeting

Vilnius, Lituania

*National Library of Lithuania; Library and Information Institute, Vilnius; IFLA Genealogy and Local History*  
<https://genlocblog.wordpress.com/wroclaw-2017>  
<http://2017.ifla.org/cfp-calls/genealogy-joint-with-asia-and-it>

**15-17 de agosto de 2017**

DIGITAL HUMANITIES. Opportunities and risks: connecting libraries and research. IFLA Satellite meeting

Berlín

*BBAW; DARIAH-EU; DINI; IFLA; LIBER; Biblioteca de la Humboldt University*

<https://dh-libraries.sciencesconf.org>

**16-17 de agosto de 2017**

NEW CHALLENGES FOR THE PRESERVATION OF DOCUMENTARY HERITAGE. IFLA Satellite meeting

Sierre, Valais, Suiza

*Association International Francophone des Bibliothécaires et Documentalistes (AIFBD); IFLA Preservation and Conservation Section (P&C); Médiathèque Valais.*

*rejean.savard@umontreal.ca*

<http://www.aifbd.org>



**16-17 de agosto de 2017**

DATA CURATOR'S ROLES AND RESPONSIBILITIES. IFLA Satellite meeting

Varsovia

*Warsaw University, Faculty of Journalism; IFLA Library Theory and Research; IFLA Preservation and Conservation Section; IFLA Information Technology Section*

<http://2017.ifla.org/cfp-calls/library-theory-joint-with-preservation-conservation-and-information-tech>

**16-17 de agosto de 2017**

MANAGING CHANGE: Library transitions, moving into the future. IFLA Satellite meeting

Bergen, Noruega

*Hordaland County Library; Bergen Public Library; IFLA Management and Marketing & Public Libraries Sections*

<http://www.managingchange2017.org/home>

**16-17 de agosto de 2017**

HISTORY OF BOOK COLLECTIONS. What happens when collections cross borders? IFLA Satellite meeting

Varsovia

*Warsaw University Library; IFLA Rare Books and Special Collections*

[http:// se anunciará](http://se-anunciará)

**16-17 de agosto de 2017**

INNOVATION AND THE USER EXPERIENCE: Evaluating and implementing discovery systems. IFLA Satellite meeting

Varsovia

*Warsaw University Library; IFLA Reference & Information Services & Information Technology*

<http://2017.ifla.org/cfp-calls/reference-information-services-section-information-technology-section>

*julie.edwards@umontana.edu*

**16-17 de agosto de 2017**

COLLABORATIVE STRATEGIES FOR SUCCESSFUL GREEN LIBRARIES. Buildings, management and services. IFLA Satellite meeting

Berlín

*Free University of Berlin; Philological Library; IFLA Environmental Sustainability and Libraries SIG (Ensulib)*

[http:// se anunciará](http://se-anunciará)

**16-18 de agosto de 2017**

INFORMATION AS THE FOUNDATION FOR SOCIAL SOLIDARITY: The role of parliamentary libraries and research services. IFLA Satellite meeting  
Varsovia  
*Parliament of the Republic of Poland; IFLA Libraries and Research Services for Parliaments*  
[http:// se anunciará](http://se.anunciará)

**17-18 de agosto de 2017**

TRAINING AND DEVELOPMENT FOR SCIENCE, ENGINEERING & MEDICAL LIBRARIANS, including the hiring and retention of such personnel. IFLA Satellite meeting  
Wrocław, Polonia  
*Centre for Scientific & Technical Information; University of Science and Technology; IFLA Science and Technology Section*  
[http:// se anunciará](http://se.anunciará)

**18 de agosto de 2017**

NEW DIRECTIONS IN KNOWLEDGE MANAGEMENT. IFLA Satellite meeting  
Wrocław, Polonia  
*IFLA Knowledge Management, Wrocław University of Economics*  
<https://sites.google.com/site/ifla2017km/home>

**18 de agosto de 2017**

ADVOCACY OF SCHOOL LIBRARIES. IFLA Satellite meeting  
Wrocław, Polonia  
*Lower Silesia Pedagogic Library; IFLA School Libraries*  
[http:// se anunciará](http://se.anunciará)

**19-25 de agosto de 2017**

83<sup>rd</sup> IFLA GENERAL CONF AND ASSEMBLY. World library and information congress  
Wrocław, Polonia  
*International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)*  
<http://2017.ifla.org>

**25-26 de agosto de 2017**

LINKING ADVOCACY TO UN'S SUSTAINABLE DEVELOPMENT. IFLA Satellite meeting  
Berlín  
*Bundestag Library, IFLA Government Libraries*  
[http:// se anunciará](http://se.anunciará)

**1ª semana de septiembre de 2017**

STI2017. 22<sup>th</sup> Science & technology indicators conference (STI 2017)  
París  
[http:// se anunciará](http://se.anunciará)

**11-12 de septiembre de 2017**

5<sup>TH</sup> ISKO-UK BIENNIAL CONF. Knowledge Organization – what's the story? Classification, indexing, taxonomies and ontologies - current state and direction of travel  
Londres  
*UK Chapter of ISKO (International Society for Knowledge Organization)*  
<http://iskouk.org/content/isko-uk-conference-2017-knowledge-organization---whats-story>

**13-15 de septiembre de 2017**

ALPSP ANNUAL CONF  
Noordwijk, Holanda  
*The Association of Learned & Professional Society Publishers*  
<http://www.alpsp.org/Conference>

**14-15 de septiembre de 2017**

INTL UDC SEMINAR 2017. Faceted classification today: Theory, technology and end users  
Londres  
<http://seminar.udcc.org/2017>

**17-22 de septiembre de 2017**

IASA 48<sup>TH</sup> ANNUAL CONF  
Berlín, Germany  
*International Association of Sound and Audiovisual Archives*  
<http://2017.iasa-web.org>

**18-21 de septiembre de 2017**

ECIL 2017. 5<sup>th</sup> European conf on information literacy  
Saint Malo, Francia  
<http://ecil2017.ilconf.org>  
<https://www.facebook.com/ECIL2017>

**2-4 de octubre de 2017**

BIREDIAL – ISTE  
Ciudad de La Plata, Argentina  
*Universidad Nacional de La Plata (UNLP); Comisión de Investigaciones Científicas (CIC) de Argentina; Consorcio Iberoamericano para la Educación en Ciencia y Tecnología (Istec); Univ del Rosario (Colombia); Univ de Costa Rica; Univ del Norte (Colombia); Univ Federal de Río Grande del Sur (Brasil)*  
<http://congresos.unlp.edu.ar/index.php/biredial-istec/2017>

**20-21 de octubre de 2017**

XIX JORNADAS BIBLIOTECARIAS DE ANDALUCÍA

Huelva

Asociación Andaluza de Bibliotecarios

<https://www.aab.es/jornadas>

**25-27 de octubre de 2017**

ECOSISTEMAS DEL CONOCIMIENTO ABIERTO (ECA 2017)

-16º Workshop de Rebiun de proyectos digitales

-7ºs Jornadas OS-Repositorios

-11º Coloquio internacional de ciencias de la documentación

Salamanca

Universidad de Salamanca

<https://eca.usal.es>



**Abril de 2018**

WWW2018. 27<sup>TH</sup> INTL WWW CONF

Lyon, Francia

<http://www.iw3c2.org/conferences>

**9-13 de julio de 2018**

EAHIL. 13<sup>th</sup> Intl congress on medical librarianship (ICML)

Cardiff, Gales, Reino Unido

European Association for Health Information and Libraries

<http://eahil.eu/conferences>

**Agosto de 2018**

84<sup>th</sup> IFLA GENERAL CONF AND ASSEMBLY. World library and information congress

Kuala Lumpur, Malasia

International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA)

<http://www.ifla.org/node/10810>



RedIRIS

IWETEL

Foro para profesionales de bibliotecas y documentación

<https://www.rediris.es/list/info/iwetel.html>

Con unos 6.000 miembros, ***IweTel*** es la mayor lista de distribución en castellano para debatir y estar al día sobre temas de biblioteconomía y documentación.

Fue creada en 1993 por Tomàs Baiget, como complemento de *Information World en Español (IWE)*, revista que en 1999 pasó a denominarse *El profesional de la información (EPI)*.

Desde 1998 ***IweTel*** está alojada en el servicio de listas de *RedIRIS*, siendo posible consultar en sus archivos estos 18 años de la historia de la documentación en España:

<https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?A0=IWETEL>

La lista cuenta con 4 moderadores que permanentemente filtran los mensajes para evitar spam, mensajes inapropiados, anuncios, mensajes repetidos, etc.:

**David Gómez** (*Observatorio de la Infancia de Andalucía*),

**Isabel Olea** (*EPI*, León),

**Nieves González-Fernández-Villavicencio** (*Universidad Pablo de Olavide*, Sevilla),

**Tomàs Baiget** (*EPI*, Barcelona).

Puedes suscribirte a ***IweTel*** en:

<https://listserv.rediris.es/cgi-bin/wa?SUBED1=IWETEL&A=1>

# PUBLICACIONES EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

## REVISTA EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

Desde 2015 sólo online

- Suscripción anual institucional ..... 145 €
- Suscripción anual individual ..... 88 €

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/index>

## ANUARIO THINKEPI (versión online)

### Tarifas institucionales

- Anuario 2017 ..... 85 €
- Anuario 2016 ..... 80 €

### Tarifas individuales (particulares)

- Anuario 2016 ..... 51 €
- Anuario 2015 ..... 48 €

<http://recyt.fecyt.es/index.php/ThinkEPI/index>

## EPI + ANUARIO THINKEPI (suscripción conjunta)

- Suscripción anual institucional ..... 214 €
- Suscripción anual individual ..... 123 €

## COLECCIÓN LIBROS EPI SCHOLAR (Editorial UOC)

- 1. Cibermetría. Midiendo el espacio red ..... 20,00€  
Enrique Orduña-Malea e Isidro F. Aguillo
- 2. La web social como nuevo medio de comunicación  
y evaluación científica ..... 21,00€  
Amalia Mas-Bleda e Isidro F. Aguillo
- 3. SEO. Introducción a la disciplina del posicionamiento  
en buscadores ..... 20,00€  
Jorge Serrano Cobos
- 4. Métricas de la web social para bibliotecas ..... 26,00€  
Nieves González-Fernández-Villavicencio
- 5. Calidad en sitios web. Métodos de análisis general,  
e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo ..... 19,50€  
Rafael Pedraza-Jiménez, Lluís Codina, Javier Guallar
- 6. Gestión de datos de investigación ..... 17,00€  
Fabiano Couto Corrêa

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/librosEPIScholar.html>



En el caso de las publicaciones en papel hay que  
añadir los gastos de envío

### Información y pedidos:

**Isabel Olea**

[epi.iolea@gmail.com](mailto:epi.iolea@gmail.com)

Tel.: +34-608 491 521

## LIBROS EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

(Editorial UOC)

- 1. Tecnologías de la web semántica ..... 12,00 €  
Juan-Antonio Pastor
- 2. La revolución del libro electrónico ..... 11,50 €  
José-Antonio Córdón
- 3. Sistemas de información en la empresa ..... 11,50 €  
Josep Cobarsí-Morales
- 4. Información en el móvil ..... 12,00 €  
Natalia Arroyo-Vázquez
- 5. Acceso abierto a la ciencia ..... 12,00 €  
Ernest Abadal
- 6. Fuentes de información médica ..... 12,00 €  
Pablo Medina-Aguerrebere
- 7. Gestión de la reputación online ..... 11,50 €  
Javier Leiva-Aguilera
- 8. *Wikipedia* de la A a la W ..... 12,50 €  
Tomás Saorín
- 9. Etiquetar en la web social ..... 12,00 €  
Raquel Gómez-Díaz
- 10. Mejorar las búsquedas de información ..... 12,00 €  
Silvia Argudo y Amadeu Pons
- 11. Clubes de lectura ..... 11,50 €  
Óscar Carreño
- 12. Plan social media y community manager ..... 13,50 €  
Julián Marquina-Arenas
- 13. Documentación audiovisual en televisión ..... 12,00 €  
Jorge Caldera y Pilar Arranz
- 14. Gestión de documentos en la e-administración ..... 12,00 €  
Elisa García-Morales
- 15. El *film researcher* ..... 12,00 €  
Iris López-de-Solis
- 16. Preservación digital ..... 12,00 €  
Miquel Térmens
- 17. Gestión de contenidos ..... 13,00 €  
Ricardo Eito-Brun
- 18. Documentación fotográfica ..... 14,00 €  
Juan-Miguel Sánchez-Vigil y Antonia Salvador-Benítez
- 19. Documentación cinematográfica ..... 12,00 €  
Elena De la Cuadra
- 20. Archivos ..... 14,00 €  
Ramón Alberch-Figueroas
- 21. Inteligencia en redes sociales ..... 11,00 €  
Eva Moya
- 22. Bibliotecas escolares ..... 10,00 €  
Concepción Mª Jiménez-Fernández y Raúl Cremades-García
- 23. Marca y comunicación empresarial ..... 11,00 €  
Pablo Medina-Aguerrebere
- 24. El content curator ..... 14,00 €  
Javier Guallar y Javier Leiva-Aguilera
- 25. Gestión de la calidad en la biblioteca ..... 13,50 €  
Nuria Balagué y Jarmo Saarti
- 26. Innovación en bibliotecas ..... 13,50 €  
Isabel Riiza
- 27. La intranet social ..... 13,50 €  
Ana Carrillo Pozas
- 28. Los impresos antiguos ..... 12,50 €  
Jon Zabala
- 29. Los sexenios de investigación ..... 12,00 €  
Álvaro Cabezas-Clavijo y Daniel Torres-Salinas
- 30. Geobibliotecas ..... 11,50 €  
Estefanía Aguilar-Moreno y Carlos Granell-Canut
- 31. Biblioteca pública. Mientras llega el futuro ..... 14,50 €  
Fernando Juárez-Urquijo
- 32. Geolocalización online. La importancia del dónde ..... 12,00 €  
Gersón Beltrán
- 33. Lectura digital infantil. Dispositivos, aplicaciones y contenidos...  
Araceli García-Rodríguez y Raquel Gómez Díaz
- 34. Autopublicar. Los nuevos circuitos para autores e investigadores...  
Almudena Mangas-Vega

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>

<http://www.thinkepi.net>

Deseo suscribirme a la revista EPI a partir del mes de enero del año 20  Las suscripciones van por años naturales, de enero a diciembre

Suscripción  Institucional  Personal

Nombre  Institución

(Los suscriptores individuales no han de escribir ningún nombre de institución, sólo indicar la dirección particular)

Departamento  NIF institucional

Dirección  Código postal  Ciudad  País

Teléfono  Fax  Correo-e

#### Método de pago

Tarjeta de crédito  VISA  Master Card

Titular de la tarjeta  Código de seguridad CVC2

Número de tarjeta  Caducidad (mm/aaaa)

Cheque nominativo en euros a nombre de *El profesional de la información*

Transferencia bancaria a la cuenta de La Caixa **ES95 2100 0818 93 0200745544** Enviar, fotocopiado o escaneado, el resguardo de la transferencia.

Giro postal al apartado de correos 32.280 de Barcelona Enviar, fotocopiado o escaneado, el resguardo del giro.

Domiciliación en cuenta bancaria

Entidad  Oficina  DC  Núm

Titular de la cuenta

PayPal a la cuenta EPISCP@gmail.com

Enviar el boletín cumplimentado por correo electrónico, o postal al APARTADO 32.280 - 08080 BARCELONA - ESPAÑA.

Consultas: [suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com](mailto:suscripciones@elprofesionaldelainformacion.com) o +34 609 352 954



## Precios 2017

**Importante: Desde enero de 2015 EPI sólo se publica online**

**Open choice.** Los autores pueden liberar su artículo en open access en las webs de EPI mediante el pago de 500€ + 21%IVA

Suscripción institucional EPI: 119,84 € + 21% IVA = 145 €

Suscripción institucional conjunta EPI + Anuario ThinkEPI: 176,86 € + 21% IVA = 214 €

Suscripción personal: 72,73 € + 21% IVA = 88 €

Suscripción personal conjunta EPI + Anuario ThinkEPI: 101,65 € + 21% IVA = 123 €

Número suelto: 35,57 € + IVA = 37 €

Fuera de Europa no se cobra el IVA

## NORMAS PARA LOS AUTORES

*El profesional de la información* tiene dos secciones principales:

ARTÍCULOS: Trabajos de investigación y temas analizados en profundidad.

ANÁLISIS: Experiencias, estudios de casos, análisis de productos, etc.

Las contribuciones han de ser originales e inéditas, no pueden haberse publicado previamente en soporte papel o electrónico.

El texto ha de enviarse en Word, rtf u odt. Las tablas deberán ir pegadas en el mismo documento. Todos los materiales gráficos (diagramas, fotografías, capturas de pantalla, etc.) deben pegarse en el Word y además enviarse en ficheros independientes (en formatos xls, jpg, pdf, etc.). Las imágenes jpg deben tener una resolución de al menos 300 pp (unos 200 KB cada una).

El texto debe presentarse completamente plano, sin autoformatos ni automatismos de Word (subsecciones, viñetas, citas enlazadas, pies de página, sangrías, tabulaciones, colores, etc.), pero debe seguir el estilo de EPI en cuanto a **negritas** (nombres de los autores citados), *cursivas* (instituciones, títulos de revista, marcas) y mayúsculas. Los urls deben estar sin hipervínculo.

Las citas bibliográficas en el texto se realizarán de la forma: (Apellido, año) o (ApellidoAutor1; ApellidoAutor2, año).

La redacción debe ser concisa y precisa, evitando la retórica.

Los trabajos deben incluir: a) título, b) resumen de 100-150 palabras, c) 5-10 palabras clave, d) title, e) abstract de 100-150 palabras, f) 5-10 keywords.

Aparte se incluirá el nombre de los autores, su lugar de trabajo y dirección (postal y electrónica), su foto tipo carnet superior a 100 KB en jpg, un currículum de unas 70 palabras, y su orcid

#### EVALUACIÓN

Los trabajos son revisados según el sistema tradicional "peer review" en doble ciego por al menos dos expertos en el tema, del Consejo Asesor de la revista y/o externos. La revista se compromete a informar del resultado a los autores.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ordenadas alfabéticamente por autor, se limitarán a las obras citadas en el artículo. No se acepta bibliografía de relleno.

Artículos de una publicación periódica:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** "Título del artículo".

*Título de la publicación periódica*, año, v., n., pp. xx-yy.

*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto finales*

<http://dx.doi.org/10.xxxx/doi>

Ponencia presentada en un congreso:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** "Título de ponencia".

En: *Nombre del congreso*, año, pp. xx-yy.

*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto finales*

<http://dx.doi.org/10.xxxx/doi>

Monografías e informes:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** *Título del trabajo.*

Lugar de publicación: editor, fecha, ISBN: espacios, sin guiones

*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto finales*

<http://dx.doi.org/10.xxxx/doi>

Capítulo de una monografía:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** "Título del capítulo".

En: Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2. *Título de la monografía.* Lugar de

publicación: editor, fecha, pp. xx-yy. ISBN: espacios, sin guiones

*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto finales*

Recurso en línea:

**Apellido, Nombre; Apellido2, Nombre2.** *Título del recurso (sin fecha de la consulta).*

*Dirección url iniciada en nueva línea sin barra y sin punto finales*

Todas las contribuciones se tienen que enviar a la sección EPI de la plataforma OJS del Repositorio Español de Ciencia y Tecnología (Recyt) de la Fecyt:

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/index>

Previamente los autores deben registrarse en:

<http://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/user/registerJournal>