

## LA RELACIÓN ENTRE JÓVENES Y TICS EN LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EL SALVADOR

María José Vidales Bolaños <sup>1</sup>

### Resumen

El presente artículo describe la situación del mercado de las telecomunicaciones en El Salvador, con el fin de ayudar a entender el impacto que puede estar generando el crecimiento acelerado de las TIC en los últimos años en la población salvadoreña en general y en los jóvenes en particular. Estos últimos son quienes mejor se adaptan al uso de Internet y las pantallas, y actualmente se constata un interés académico a nivel mundial sobre la relación entre jóvenes y nuevas tecnologías. El trabajo pretende también conocer si el interés del mercado en el caso de El Salvador se ha trasladado a una mayor atención por parte de los investigadores en comunicación de las universidades salvadoreñas e identificar así posibles líneas futuras de trabajo.

### Palabras clave

Jóvenes, TIC, Internet, El Salvador, investigación académica, comunicación

### Abstract

This article describes the telecommunications market in El Salvador, in order to help understand the impact that may be causing the rapid growth of ICT in recent years, in Salvadoran population in general and youth in particular. Young people have better access to Internet and screens and actually it exists a worldwide academic interest on the relationship between young people and ICT. This study seeks to know if the market interest in the case of El Salvador has moved to a greater attention from researchers in the field of communication in Salvadoran universities and thus identify new lines of work.

### Keywords

Youth, ICT, Internet, El Salvador, academic research, communication

## Introducción

En los últimos veinte años, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) ha generado cambios significativos en la sociedad. Según el “Informe Global de Tecnologías de la Información y Comunicación 2012: vivir en un mundo Hiperconectado”, publicado en 2012 por el Foro Económico Mundial, vivimos en un mundo hiperconectado como resultado de la expansión de Internet, la proliferación de dispositivos móviles y accesos inalámbricos, el dominio de los medios sociales en la vida diaria y, más recientemente, el uso de la nube o *cloud computing* para acceder a información. Esto reconfigura la relación entre individuos, consumidores y empresas, entre ciudadanos y gobiernos; introduce nuevas oportunidades y también nuevos retos y amenazas.

Los datos más recientes de *Internet World Stats* indican que la penetración de Internet en el mundo es del 32,7% con un crecimiento de 528,1% entre 2000 y 2011. Mientras que el 78,6% de la población en Norteamérica, el 67,5% en Australia y el 61,3% en Europa tiene acceso a Internet, los datos son significativamente menores en el resto de regiones: el 39,5% en Latinoamérica y el Caribe, el 35,6% en Oriente Medio, el 26,2% en Asia y tan solo el 13,5% en África.

En cuanto al uso de tecnologías como los teléfonos móviles, los datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) indican que en 2011 el número de suscripciones alcanzó cerca de seis billones, lo cual representa una penetración global del 86,7%. En los países en vías de desarrollo su penetración alcanza un 78,8% de la población y en aquellos desarrollados un 122,3%.

También resulta interesante la información acerca del uso de *smartphones*, que ha permitido el acceso a Internet a un alto porcentaje de la población en distintos países, y ha provocado el desarrollo de nuevas aplicaciones online con fines comerciales y de comunicación social. En 2012 Google, junto con la Mobile Marketing Association, la principal asociación de comercio global para la industria móvil, publicó una versión actualizada de *Our Mobile Planet*, una fuente de datos sobre el consumo móvil en cuarenta países. El informe indica que más del 50% de la población de Australia, Reino Unido, Suecia, Noruega, Emiratos Árabes y Arabia Saudí tiene acceso a

*smartphones*. En otros países como Estados Unidos, Nueva Zelanda, Dinamarca, Irlanda, Finlandia, España y Suiza la penetración es de más del 40%.

El uso de pantallas como ordenadores, móviles, videojuegos e Internet ha generado cambios en el estilo de vida de las personas, y de un modo especial entre el público joven que ha crecido con estas tecnologías y, por tanto, no ha tenido que hacer el esfuerzo de adaptarse a ellas. Los jóvenes parecen estar desarrollando nuevas formas de comunicación, interacción, aprendizaje y búsqueda de información. Se muestran capaces de realizar tareas de forma simultánea: permanecen conectados a Internet, a través del ordenador o el móvil, al mismo tiempo que ven la televisión o atienden una clase. Constatar estos hechos ha despertado el interés de adultos, padres y profesores, que intentan comprender la brecha digital que les separa. Prensky (2001) habla de los *nativos digitales*, aquellos que han nacido con las TIC y se han formado con el lenguaje digital de juegos por ordenador, videos e Internet; y los distingue de los *inmigrantes digitales*, que han tenido que aprender a utilizar estas tecnologías, manteniendo siempre cierta conexión con el pasado.

Digital Natives are used to receiving information really fast. They like to parallel process and multi-task. They prefer their graphics *before* their text rather than the opposite. They prefer random access (like hypertext). They function best when networked. They thrive on instant gratification and frequent rewards. They prefer games to “serious” work. (Prensky, 2001, pp. 1-2)

Para Buckingham (2008:105-131) los medios digitales constituyen un aspecto indispensable de las experiencias de los jóvenes en su tiempo libre. La relación con las TIC ya no se desarrolla básicamente en el contexto escolar –como sucedía en la década de los ochenta e incluso parte de los noventa- sino sobre todo en el dominio de la cultura popular. No obstante, afirma que los cambios tecnológicos afectan a todos (incluidos los adultos) y que las consecuencias que producen las tecnologías dependen del uso que hagamos de ellas y también de otros factores externos. Por eso, para Buckingham hablar de la “generación digital” es un asunto más complejo, y señala que es preciso evitar el riesgo de sobrevalorar el papel de la tecnología en la configuración de la identidad.

Para este investigador británico, es indiscutible que la cultura infantil y adolescente contemporánea está cambiando, pero como resultado de un conjunto de cambios políticos, económicos y sociales. En este sentido, ofrece una visión distinta a la de Prensky (2001) y a la de autores como Tapscott (2009), que atribuyen a las nuevas tecnologías un papel nuclear en los cambios en la vida de los jóvenes. Tapscott (2009: 18-20) habla de la “Generación Net” y afirma que para muchos niños usar las nuevas tecnologías es tan natural como respirar. Crecer en un entorno digital ha tenido un impacto profundo en la manera en que esta generación piensa y se comporta, y por eso los jóvenes poseen características que los diferencian completamente de sus padres y de otras generaciones. Tapscott supone que existe un uso homogéneo de las TIC, y no tiene en cuenta otros factores que pueden influir en el acceso y uso particular de los menores en distintas partes del mundo.

Lo que está claro es que Internet ha pasado a ocupar un lugar central en la vida de los adolescentes como un medio de información y comunicación accesible en todo momento a través de ordenadores y dispositivos móviles. Sin embargo, es probable que aún no se aproveche todo el potencial que ofrece. Buckingham (2008: 105-131) menciona cómo, en varios estudios recientes, se señala que la mayor parte del uso cotidiano de Internet por parte de los menores no se caracteriza por formas espectaculares de innovación y creatividad sino por formas relativamente superficiales de recuperación de información. Livingstone (2009) habla del uso que los menores hacen de Internet y menciona ciertos aspectos que habría que investigar para fomentar un mejor uso de este medio:

In a plethora of ways, children and young people are taking steps towards deepening and diversifying their Internet use, many of them gaining in sophistication, motivation and skills as they do so. But many are not yet taking up the potential of the Internet: children and young people lack some key skills, they also worry about the risks, and many of them visit only a few sites or fail to upload and maintain personal websites, in effect treating the Internet more as a ready-made source of entertainment or information than as an opportunity for critical engagement, creative content production or active participation. (Livingstone & Haddon, 2009, p.231)

Resulta interesante conocer los distintos usos que los jóvenes hacen de Internet y las pantallas ya que, como se ha dicho antes, de estos depende en gran medida el grado de influencia que tienen los cambios tecnológicos en el estilo de vida y la identidad de los adolescentes. Para algunos autores las consecuencias de estos cambios serán determinantes y para otros serán solo parte del contexto social, cultural y político en el que crecen las personas. Se percibe una adopción clara aunque un tanto superficial y a veces poco eficiente, y por eso es importante analizar los factores que pueden estar afectando al uso de nuevas tecnologías y las oportunidades de participación y aprendizaje que éstas ofrecen.

Junto con el interés de los jóvenes por Internet y los medios digitales, se constata el interés académico a nivel mundial sobre el uso que estos hacen de las TIC. Entre los grandes proyectos internacionales, cabe mencionar el estudio *EU Kids Online*, una red temática financiada por el *Safer Internet Plus Programme* de la Unión Europea que identifica investigaciones sobre menores, jóvenes y el uso de Internet en Europa. Compuesto por aproximadamente 60 investigadores, seleccionados para analizar la información de 21 países europeos, el fin de la red no es solo realizar nueva investigación empírica, sino identificar, evaluar y comparar las investigaciones más recientes que se han puesto en marcha en Europa. En España, el Foro Generaciones Interactivas es una organización que pretende fomentar una relación sana entre los menores y las TIC. Integrado por Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Universitaria Interamericana, el Foro ha recogido datos a través de encuestas en España y en otros nueve países latinoamericanos. En Estados Unidos, cabe mencionar las investigaciones de la *Kaiser Family Foundation* y el *Pew Research Center*.

Existen otros grupos de investigación y múltiples estudios sobre el uso que los menores hacen de Internet y los medios digitales, muchos de ellos adaptados al contexto social, educativo, familiar y cultural de cada país. En línea con el pensamiento de Buckingham (2008), se subraya la importancia de conocer la influencia de otros factores externos que dependen de cada país o región, y que afectan al comportamiento de los jóvenes y al uso que hacen de las TIC.

El Salvador es un país centroamericano que en los últimos años ha visto cómo el sector de las TIC se ha convertido en uno de los más dinámicos de su economía. El primer objetivo de este artículo es, por tanto, identificar la penetración y usos de Internet para entender en qué medida puede influir en la adopción de nuevas tecnologías por parte de los salvadoreños en general y los más jóvenes en particular. En segundo lugar, se trata de averiguar si la emergencia de esta realidad tecnológica está suscitando el interés de los investigadores en comunicación de las universidades salvadoreñas y, en caso de que así sea, qué enfoques están adoptando en sus trabajos.

## **1. Usos de Internet**

### **1.1 Uso general**

De acuerdo con Noyola (2007) en enero de 1996 se estableció el primer punto de presencia de Internet en el país y en febrero ANTEL, la Administración Nacional de Telecomunicaciones, completó la instalación en la Universidad Centroamericana (UCA) y la Universidad Don Bosco. En marzo aparecieron los primeros sitios web salvadoreños y a finales de ese año había 2.700 usuarios de Internet. En estos años Internet era considerado una tecnología para pocos con fines principalmente científicos. Según la Red Hemisférica Universitaria de Ciencia y Tecnología (1996), su objetivo era conectar a los miembros de las instituciones del país, integrando una red electrónica para el intercambio de información científica y tecnológica entre profesores, investigadores y especialistas de diferentes universidades y organizaciones.

La disponibilidad de conexiones a Internet incrementó rápidamente porque las compañías comenzaron a ofrecer el acceso a través de las estructuras telefónicas ya existentes y por eso el precio por este servicio era muy bajo. Otra de las razones de este incremento fue que SIGET no regulaba este segmento del sector de telecomunicaciones. En la segunda mitad de la década de los noventa, más de veinte operadoras comenzaron a ofrecer el servicio de Internet y correo electrónico a través del acceso telefónico. En el año 2000 Telemóvil inició el servicio de Internet gratis, con el cobro por llamadas telefónicas, seguido de empresas como Tutopia, Internet Gratis y Más y Es-ol. Más tarde surgen cambios con la oferta de Internet de pago por



parte de Telecom, esta vez sin cobro por las llamadas requeridas para la conexión. Otro factor que influyó en la adopción de Internet fue que tanto Telecom como Telemóvil comenzaron a unir su oferta a la venta de ordenadores a través de créditos, lo que permitía una adquisición más fácil y a un menor coste.

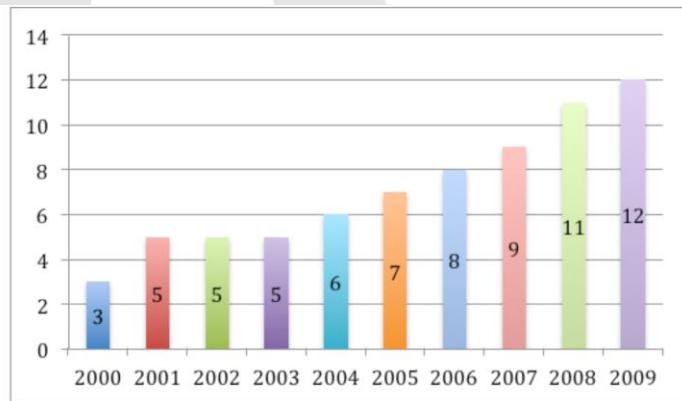
Desde entonces el mercado de Internet en El Salvador crece sostenidamente, aunque existe una divergencia en los datos acerca del número de usuarios y su penetración en la población. Según datos de ITU la penetración en la población ha crecido desde el 0,6% en el 2000 hasta el 16% en 2010. Con más de un millón de usuarios en 2011, su penetración actual es del 20,7%.

De acuerdo con el *Informe sobre Desarrollo Humano de El Salvador (2010)*, Internet es un privilegio reservado para pocos por el alto coste que representa para las familias la instalación en sus hogares: en 2001 el porcentaje de hogares con acceso a Internet era del 1,7% y en 2009 ese porcentaje había crecido hasta el 6,43%. Por esta razón muchos salvadoreños, sobre todo jóvenes, acuden a otros lugares para el acceso a Internet: de las 601.047 personas mayores de 10 años que se estima utilizaron Internet en 2009, el 44% lo hizo desde un cibercafé, el 35% accedió desde su hogar y un 10% desde su trabajo. Solamente el 9% utilizó Internet desde centros educativos, probablemente porque la mayoría de escuelas públicas carece de centros para acceder a Internet y muchas veces su uso está restringido a profesores y directores. De acuerdo con el *Índice de Competitividad Global 2010-2011*, El Salvador ocupa la posición 105 de 139 países en el acceso a Internet desde las escuelas. Según este informe se han dado avances importantes en ciertas instituciones del Estado que proveen amplia información en sus sitios web, y que facilitan la realización de trámites en línea, pero en otras instituciones todavía persisten importantes rezagos que impiden una mejor provisión de servicios.

Las Encuestas de Hogares de Propósitos Múltiples <sup>2</sup> que se realizan en El Salvador y los datos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) revelan cómo los hogares han experimentado un crecimiento progresivo en la adquisición de computadoras en los últimos diez años: en 2000 solo un 3% de los hogares contaba con una computadora, mientras que en 2009 un 12% disponía ya de esta tecnología.

El siguiente gráfico muestra el porcentaje de hogares que han adquirido una computadora en los últimos años:

**Gráfico 1. Porcentaje de hogares salvadoreños con computadora – 2000-2009**



Fuente: CEPAL (2011)

La Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples de El Salvador (2009) presenta datos sobre la frecuencia de uso de Internet en el área urbana del país, teniendo en cuenta el sexo como variable. Según esta información existe un mayor porcentaje de hombres que acceden a Internet al menos una vez a la semana, seguido de aquellos que lo hacen una vez al día. La frecuencia de uso es igual para las mujeres aunque en un porcentaje menor al de los hombres.

Las actividades que realizan a través de Internet en orden de importancia son aquellas relacionadas con la educación, seguidas de la comunicación, la descarga de juegos o música, la información de bienes y servicios, y la atención o lectura de noticias de radio o diarios. Entre las actividades menos frecuentes, se encuentra la interacción con autoridades públicas, probablemente debido a la falta de desarrollo del servicio de gobierno electrónico (DIGESTYC, 2009). Esto puede estar cambiando en los últimos años debido a la alta proliferación de teléfonos móviles o *smartphones*, que facilitan el acceso a Internet desde cualquier lugar y a mayor número de personas. Además, el desarrollo de las redes sociales ha tenido un impacto importante en El Salvador, aumentando el número de usuarios online que han encontrado en Internet nuevas oportunidades de comunicación y entretenimiento.



## 1.2 Redes Sociales

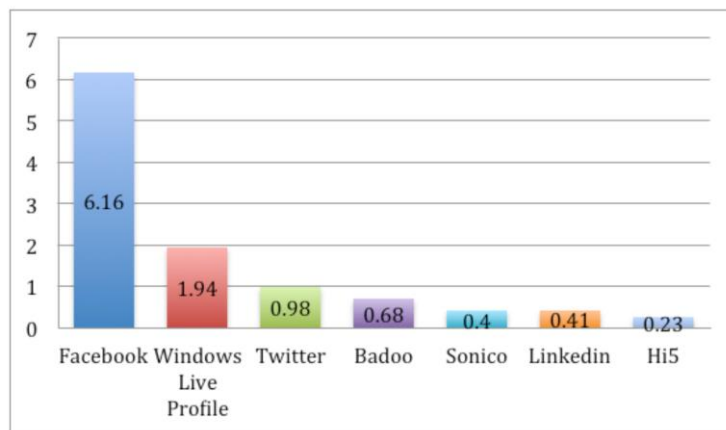
Aunque Internet ofrece múltiples posibilidades para acceder a información y comunicarse, en los últimos años el auge de las redes sociales ha cobrado una importancia inusitada. Su capacidad de atraer a la mayoría de usuarios de Internet ha sido una de las sorpresas más grandes de este tipo de plataformas, en un medio extremadamente diversificado hasta ahora.

De acuerdo con el *Estudio de las Redes Sociales en Centroamérica* publicado en marzo de 2012, las redes sociales más activas de Centroamérica son Facebook, Windows Live Profile, Twitter y Badoo. Aunque Facebook es líder en el mercado, hay otras redes como Google+ y Pinterest que están adquiriendo relevancia.

Facebook lidera el mercado de las redes sociales con un registro de más de seis millones de visitas en enero de 2012. Windows Live Profile ha sido la segunda red más visitada con casi dos millones y Twitter la tercera, con un millón de visitas.

### Gráfico 2. Principales redes sociales en Centroamérica

Número de visitas, enero 2012

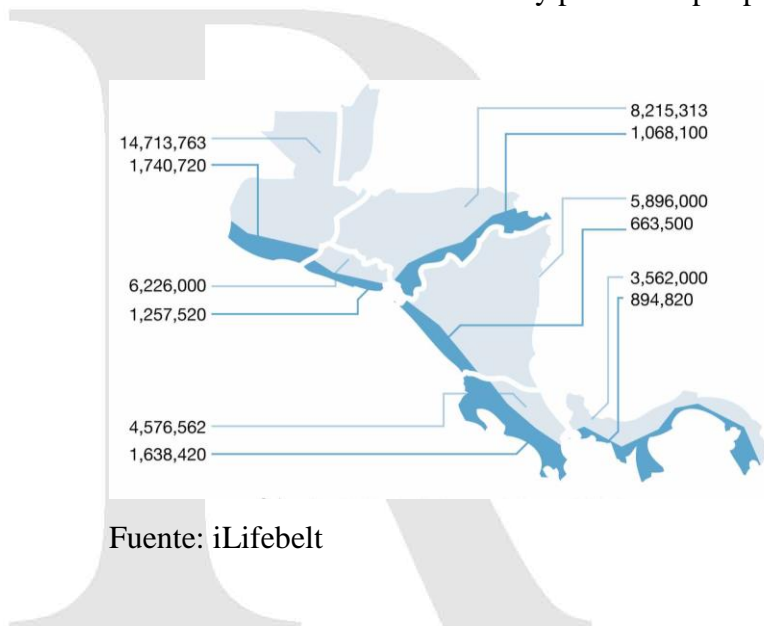


Fuente: iLifebelt

Costa Rica y Panamá son los países con mayor penetración de Facebook, un dato bastante coherente en función del desarrollo socioeconómico de estos países con respecto al resto del istmo. La mayor cantidad de usuarios de esta red son jóvenes en el grupo de edades entre los 18 y 24 años.

### Gráfico 3. Facebook en Centroamérica

Número de cuentas en Facebook y población por país, enero 2012

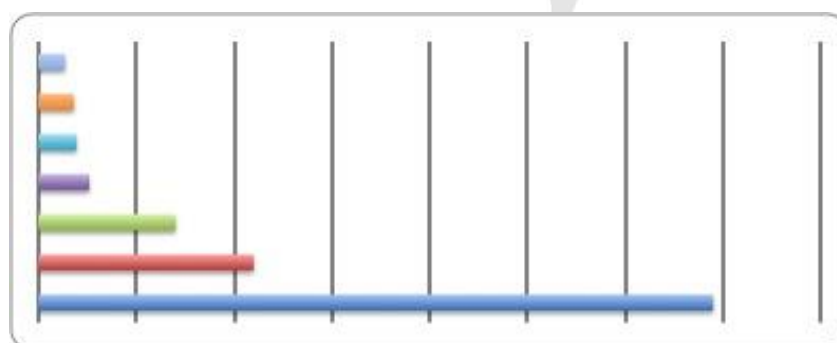


#### 1.2.1. Redes sociales en El Salvador

Facebook es, según el informe iLifebelt (2012), la principal red social en El Salvador: en enero de 2012, registró 690.000 visitas, seguido de Windows Live Profile con 220.000 y Twitter con 140.000.

### Gráfico 4. Principales redes sociales en El Salvador

Número de visitas en enero 2012



Fuente: iLifebelt

Según datos ofrecidos por Facebook, en su red hay más de un millón de usuarios salvadoreños y su penetración en la población online es del 121%. Esto puede deberse a que hay un gran porcentaje de salvadoreños que vive en el extranjero y son usuarios

de este servicio. De acuerdo con una investigación realizada por el Pew Hispanic Center (2009), en Estados Unidos hay más de un millón y medio de salvadoreños y probablemente se han registrado en Facebook con su nacionalidad de origen.

De acuerdo con SocialBakers (2012), una plataforma que elabora informes estadísticos sobre páginas y aplicaciones en redes sociales, en El Salvador hay 1.309.160 usuarios de Facebook y esto lo convierte en el número 72 del ranking de las estadísticas de esta red social por país. En los últimos seis meses ha habido un aumento de más de 51.780 usuarios.

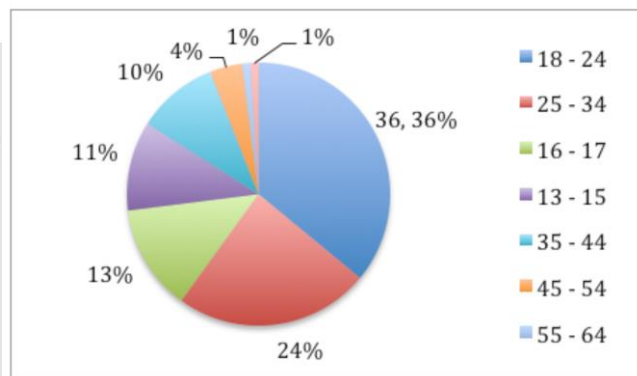
**Tabla 1. Facebook en El Salvador**

<b>Información general de El Salvador</b>	
Total Facebook users:	1.309.160
Position in the list:	72
Penetration of population:	21.63%
Penetration of online population:	134.27%
Average CPC:	\$0.12
Average CPM:	\$0.03

Fuente: SocialBakers 2012

En cuanto a la distribución por edades, el mayor número de usuarios se encuentra en el grupo de 18 a 24 años, con un total de 452.256 usuarios. El mayor aumento en los últimos tres meses fue registrado por este grupo, seguido del grupo de edades entre 16-17 años.

### Gráfico 5. Usuarios Facebook por grupos de edad



Fuente: SocialBakers 2012

La presencia de salvadoreños en Facebook y su interesante perfil universal se está traduciendo ya en la entrada de marcas comerciales en esta red social. Las principales marcas en Facebook son: Pizza Hut (180.366 usuarios), Almacenes Simán (143.525), El Salvador Turismo (137.608), Claro (128.600) y Samsung Life (124.068).

Después de analizar el mercado de las telecomunicaciones en El Salvador puede destacarse la proliferación de teléfonos móviles y el creciente acceso a Internet a través de *smartphones* o banda ancha móvil, de modo particular entre los más jóvenes. El desarrollo de aplicaciones a través de Internet y sobre todo de redes sociales como Facebook ha provocado cambios en el uso de estos medios: hay un mayor porcentaje de población online y los fines en el uso de Internet parecen dirigirse más hacia la comunicación y las relaciones tanto personales como comerciales.

## 2 Interés académico

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en El Salvador ha convertido al sector en una realidad viva y patente que afecta especialmente a los jóvenes. Como en todas las culturas, son ellos quienes se adaptan de un modo más rápido al uso de Internet y las pantallas digitales. Se trata ahora de ver en qué medida el interés comercial y de mercado que ha despertado se vincula con

una mayor atención por parte del ámbito académico a este fenómeno y a la especial relación que se establece entre los menores y la tecnología.

Para ello se revisará brevemente la historia sobre el comienzo y desarrollo del campo de la investigación en comunicación en El Salvador. A continuación se hará una referencia detallada a las investigaciones que han surgido en los últimos años en torno a los jóvenes y las TIC en el país.

## **2.1 Nacimiento y desarrollo de la docencia e investigación en el campo de la comunicación en El Salvador**

### **2.1.1 Investigación en el campo de la comunicación**

El Salvador, junto con Panamá y Costa Rica, es uno de los países de Centroamérica que más temprano iniciaron carreras académicas en el campo de la comunicación. En el año 1955, la Universidad de El Salvador (UES) impartió los primeros cursos universitarios de Periodismo y la Licenciatura en Periodismo comenzó formalmente en 1958. Se pretendía llenar el vacío de reflexión formal académica que existía en el país. En 1978, se creó la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Dr. José Matías Delgado. Esta universidad situaba el Periodismo dentro del ámbito de la Comunicación pero con un planteamiento que ahondaba en la literatura, el arte o la economía, sin ningún tipo de especialización. En 1986, la Universidad Tecnológica incorporó las licenciaturas de Relaciones Públicas, Comunicación y Periodismo en su oferta académica. En la década de los 80, debido a la guerra civil en El Salvador, la disciplina experimentó una creciente demanda. En esta década, la Universidad Centroamericana (UCA) inició la especialización en medios de comunicación dentro de la Licenciatura de Literatura. En 1990, se inició la Licenciatura en Comunicación y Periodismo con un enfoque que seguía siendo generalista. El contexto sociopolítico del país era complejo para el ejercicio del periodismo y la reflexión sobre la comunicación. En 1995, la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, una red latinoamericana de Escuelas de Comunicación, comenzó su actividad académica en el país, con la formación de Técnicos en Publicidad y Técnicos Superiores. En 1997 se aprobó el cambio a Instituto Especializado Escuela de Comunicación Mónica Herrera,

con la oferta del título de Técnico en Publicidad y el título como Licenciado en Comunicación Social.

Benítez (2009) afirma que en Centroamérica existe un desequilibrio en el desarrollo de las diferentes universidades de la región, que además es muy limitado en comparación con otros países de Latinoamérica. Se refiere en concreto a la escasa formación académica y técnica de profesores, a la novedad de los programas y proyectos de investigación, y al poco reconocimiento por parte de instituciones internacionales vinculadas a la educación, la comunicación y el periodismo. Esto es resultado, sobre todo, de la escasez de recursos y las dificultades políticas en la región.

En lo que se refiere a la investigación en el ámbito de la comunicación en El Salvador, ésta es escasa debido a los conflictos políticos que provocó la guerra civil (1980-1992). Tras la firma de los Acuerdos de Paz en 1992 y el inicio del proceso de democratización del país, surge un interés especial por los discursos de los medios de comunicación y por la profesionalización del ejercicio crítico del periodismo. La mayor parte de la investigación se centra en tres grandes temas: la relación que ha existido entre los medios de comunicación y la democracia, el proceso de migración de muchos salvadoreños, y la presencia continua de la violencia provocada por grupos de delincuentes denominados “maras”.

Algunas de las investigaciones en el ámbito de la comunicación se han desarrollado de acuerdo con los cambios producidos después de la guerra y con el proceso de democratización del país. En 2001 Cantarero realizó un estudio titulado “Periodismo salvadoreño: de la intolerancia política a las posibilidades informativas” en el que presenta la historia reciente del periodismo salvadoreño antes de los acuerdos de paz y después de los acuerdos. Afirma que gracias a la distensión política y la instauración de la democracia, el periodismo tiene mayores posibilidades de realizar un trabajo más profesional, aunque esto supone superar dificultades propias del gremio de periodistas. En 2009 publicó un trabajo con el título “Periodismo en El Salvador: construcción caótica y desequilibrada de la actualidad social”, en el que señala la importancia de la dimensión informativa de los medios de comunicación social en el desarrollo de la sociedad salvadoreña, ya que a través de ella se configura la imagen



de la actualidad nacional que influye en el conocimiento y percepción de los ciudadanos (Cantarero 2009). Otras investigaciones se centran en la difícil situación que atravesó la prensa durante la guerra y que impidió que algunos medios pudieran seguir su actividad. En 1998 Herrera realizó un trabajo titulado “Influencia de la guerra civil en El Salvador en el desarrollo de la prensa nacional”, en el que narra las dificultades que experimentaron los medios de comunicación debido al contexto social, político y militar del país. Más adelante se ha dedicado a investigar sobre el periodismo de investigación y sobre el recorrido de otros medios como la televisión en El Salvador.

Por otro lado, se ha desarrollado el tema sobre los procesos de comunicación relacionados con el fenómeno de emigración de muchos salvadoreños después de la guerra. Según Benítez (2011) el fenómeno de la migración internacional plantea nuevos desafíos de investigación en el campo académico de la comunicación, ya que durante la guerra civil miles de salvadoreños abandonaron el país y actualmente se estima que hay casi tres millones residiendo en otros países, lo cual representa cerca del 28% de la población. Este autor se ha interesado por el papel de los medios de comunicación y los discursos sobre la migración, la construcción de representaciones sociales acerca de la experiencia de emigrar y la importancia de las nuevas tecnologías en las prácticas cotidianas de los inmigrantes. En 2005 presentó un trabajo sobre la comunidad salvadoreña inmigrante en Washington D.C. en el que analizaba el papel de algunos medios convencionales y sobre todo de Internet y las nuevas tecnologías en el proceso de adaptación y construcción de identidad de los salvadoreños en la nueva realidad del país, sin olvidar otros factores socioculturales como la religión y las costumbres familiares. En 2008 realizó un análisis sobre algunos de los contenidos que han construido los emigrantes a través de páginas web y redes sociales como MySpace, Facebook y Youtube.

Más adelante, en 2011 Benítez publicó el libro “La comunicación transnacional de las familias e-migrantes” que tenía como objetivo analizar el impacto de las TIC en la comunicación entre familias con miembros emigrantes. Para ello utilizó información estadística disponible sobre la situación de las telecomunicaciones y las TIC en El Salvador, y también algunos datos acerca del acceso y uso de las nuevas tecnologías por parte de la población latina en Estados Unidos. Constata cómo el teléfono móvil e

Internet han cambiado las normas de comunicación en gran medida, pues las personas con parientes en el exterior ya no tienen que esperar semanas para enviar o recibir una carta o para hacer una llamada como en épocas anteriores; ahora la comunicación con sus familiares se produce en tiempo real y con mayor frecuencia (Benitez 2011: 73). En este trabajo menciona la brecha digital transnacional que excluye a diversos sectores de la población salvadoreña del acceso y posibilidades de comunicación a través de las nuevas tecnologías. Tiene en cuenta factores como la edad, el nivel de educación, ingreso económico familiar y zonas de residencia.

También Marroquín y Martel se han interesado por este tema y en 2007 publicaron un trabajo titulado “Crónica de fronteras: la música popular y la identidad salvadoreña migrante” en el que destacan el papel de algunos medios y sobre todo de contenidos musicales en las experiencias y nuevos estilos de vida de las personas que han emigrado a otros países. En 2008 Marroquín continuó con la investigación y publicó un informe con el título “Crónica de la prensa salvadoreña: imaginarios que migran”, en el que analiza los discursos que la prensa escrita de El Salvador ha elaborado en relación con el fenómeno de la migración en los últimos veinte años y la manera en que los salvadoreños se han situado frente a esos discursos. Parte de la idea de la comunicación como un espacio estratégico en el que es posible entender la identidad de los salvadoreños y las contradicciones y cambios que han vivido.

Por último, interesa el tema de los grupos de violencia en El Salvador, denominados “maras” que han ido creciendo desde los años ochenta y que han tenido especial importancia en el discurso de los medios de comunicación. Martel (2006) afirma que el principal temor generado entre los salvadoreños es consecuencia del discurso institucional difundido a través de los medios de comunicación masiva dentro y fuera del país. Muchos de los programas de televisión, películas, música y videojuegos expresan la violencia vinculada a los jóvenes, y por eso el consumo de algunos de estos medios, sobre todo de grupos musicales, es censurado por el gobierno. Las “maras” se han convertido en un tema de debate académico, pero sobre todo en la “anomalía” que los gobiernos de la región de Centroamericana, México y Estados Unidos intentan combatir (Martel 2006). Esta autora ha presentado distintos trabajos en la última década acerca de la violencia generada por algunos grupos de jóvenes salvadoreños y la relación que tienen con los medios de comunicación: en 2003

publicó “El papel de los medios de comunicación en la construcción social de la violencia y el espacio público”, “Ciudadanía social y violencia en las ciudades centroamericanas”; y en 2006 “Las maras salvadoreñas: nuevas formas de espanto y control social”. Marroquín (2007) ha investigado sobre este fenómeno a través del análisis de las experiencias y relatos sobre los jóvenes en la prensa escrita de El Salvador, Guatemala y Honduras. La manera en que la prensa ha tratado este tema ha influido en la población salvadoreña de tal manera que muchos lo consideran el principal problema que el gobierno debe atender y solucionar (Marroquín 2007).

Por lo tanto, es notable la manera en que la reciente investigación en el campo de la comunicación y las ciencias sociales se ha visto afectada por los hechos históricos que ha vivido El Salvador y que han tenido consecuencias importantes en el contexto económico, político y social del país. La emigración de gran parte de la población salvadoreña a Estados Unidos, el proceso de democracia iniciado después de finalizar la guerra civil, y el alto índice de delincuencia debido a la falta de recursos en muchas zonas del país son factores que pueden condicionar las posibilidades de acceso y uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación por parte de los jóvenes. Las TIC se han introducido de forma acelerada en los últimos años y, en la medida en que se conozcan y aprovechen las oportunidades de participación y comunicación que ofrecen, podrán suponer una ayuda para superar la difícil situación en que se encuentran muchos adolescentes. Por eso es interesante conocer si este tema ha sido tratado por los investigadores en comunicación.

#### **2.1.1.1 Investigación sobre jóvenes y TIC**

Existen ya algunas líneas de investigación sobre las TIC y su relación con los jóvenes, iniciadas por profesionales y docentes que han impulsado a su vez la iniciativa y desarrollo de tesis o trabajos de grado por parte de los alumnos que son al mismo tiempo actores y protagonistas de este tema. Sin embargo, la mayor parte de información disponible se reduce a estos trabajos de grado y la profundización en la investigación, comparada con la de otros países de la región, parece ser insuficiente.

Solo desde 2008 empiezan a realizarse investigaciones en este ámbito, a partir del informe “ADOLESCENTES con CULTURA”, elaborado por la Universidad de

Navarra e InterMedia Consulting con la colaboración de Concultura e ICEF, sobre el estilo de vida de los adolescentes. Es la primera investigación realizada en Iberoamérica que considera el impacto de las nuevas tecnologías en su afectividad y sexualidad. Se centra en jóvenes con edades entre 13 y 18 años seleccionados al azar en diversos centros educativos de los principales departamentos del país: Santa Ana, San Miguel y San Salvador. A través de la elaboración y distribución de cuestionarios, se obtuvo información de más de tres mil jóvenes sobre aspectos específicos: características sociodemográficas, familiares y educativas. El informe revela que la familia es el primer espacio de protección y socialización. Ocho de cada diez adolescentes señalan que sus padres son la clave para su salud integral, la transmisión de la cultura y los valores.

En cuanto al ocio y estilo de vida de los jóvenes, el 80,9% de los adolescentes invierte su tiempo libre en ver la televisión, leer revistas o escuchar música. Casi la mitad de los estudiantes (49,7%) tiene computadora en casa. De ellos, el 47,5% tiene acceso a Internet y el 27,6% dispone de una computadora en su habitación. Entre los estudiantes que tienen una computadora en su habitación, solo un 22,3% tiene filtro de contenidos. Casi la mitad de los jóvenes (48,3%) tiene videoconsola en casa (Nintendo, Wii, Playstation, Xbox u otro equipo similar). El 24,4% de los jóvenes se conectan a Internet o juegan con videojuegos “todos o casi todos los días”. El 43,3% de los encuestados dice que participan en alguna comunidad virtual o red social en Internet. El 86,9% de los jóvenes tiene un celular para su uso personal. Además del uso habitual (llamadas y envío de mensajes), el 47% lo utiliza para hacer fotos, el 23,7% para escuchar la radio y un 9% para recibir o descargar imágenes de internet. Sólo el 26% lo apaga por la noche para dormir. No se puede olvidar que se trata de un informe publicado en 2008, y por lo tanto, no recoge todavía el impacto que ha tenido la creciente demanda de *smartphones* en el consumo de Internet.

Pocos de los jóvenes encuestados afirman que los medios de comunicación transmitan valores cívicos e incluso un 61,4% considera que “éstos envían mensajes que animan a asistir a fiestas nocturnas y a consumir bebidas alcohólicas”. Más del 70% de los adolescentes no saben qué hacer cuando están en grupo. Los autores realizan propuestas concretas para mejorar esta situación y señalan el papel fundamental de la

familia. Parece también necesario que el Estado impulse políticas que respondan a las aspiraciones de los jóvenes y fortalezcan la transmisión de la cultura.

Este informe resulta interesante ya que tiene en cuenta el contexto social del país incluyendo datos sobre la familia, la educación y la cultura de los jóvenes encuestados, para comprender el papel de las nuevas tecnologías en el desarrollo de los adolescentes. De esta manera coincide con Buckingham (2008) quien considera necesario tener en cuenta otros elementos aparte de los tecnológicos para entender el proceso de adopción y uso de las TIC, y la influencia que pueden tener en su comportamiento y estilo de vida. El trabajo resulta interesante pues los resultados muestran una penetración alta de las nuevas tecnologías en los jóvenes de edades entre los 13 y 18 años, con porcentajes por encima de la media nacional, sobre todo en el caso de los teléfonos móviles; y por eso, a pesar de ser un factor entre otros, se percibe el alto impacto que pueden tener en la vida de los adolescentes. Además, destaca el uso de las TIC desde un enfoque social, pues a través de ellas los jóvenes parecen estar estableciendo nuevas relaciones, sobre todo, mediante la participación en comunidades virtuales o redes sociales.

En 2012 se publicó un segundo informe titulado “Familia, amigos y otras fuentes de información asociadas al inicio de las relaciones sexuales en adolescentes de El Salvador”, y en este caso apenas se analizó el uso de los medios de comunicación. El objetivo del estudio era conocer cómo influyen en el inicio de las relaciones sexuales los mensajes que los jóvenes salvadoreños reciben a través de la familia, los amigos y los medios de comunicación. También se tuvo en cuenta otros factores individuales relacionados con el estilo de vida de los adolescentes.

Otro trabajo de investigación relevante acerca del uso que los jóvenes hacen de las TIC es el de Marroquín (2011) realizado recientemente en la Universidad Centroamericana (UCA) y publicado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)<sup>3</sup> en el estudio *Identidades, Prácticas y Expectativas Juveniles al inicio del siglo XXI*, que explora temas relacionados con el escenario en el que crecen los jóvenes salvadoreños. La investigación titulada “Nuevas estéticas, nuevos consumos, tránsito de los jóvenes salvadoreños por los medios y las tecnologías” (2011) presenta datos cuantitativos sobre el uso de las nuevas tecnologías.

Marroquín (2011) confirma que existen pocos estudios sobre los jóvenes como consumidores y sobre su relación con los medios de comunicación. No se sabe bien si son manipulados por los medios, o si son ellos quienes utilizan e influyen en el desarrollo de las TIC. Los estudios de comunicación en América Latina señalan una serie de *múltiples mediaciones* que construyen consumos diferenciados (Orozco, 2000). La edad, los grupos de amigos, el momento de consumo del medio y las nuevas tecnologías influyen en los hábitos de consumo. El trabajo utiliza datos de encuestas nacionales y los compara con los resultados de grupos de discusión entre jóvenes, para detectar nuevos lenguajes y consumo de información y entretenimiento a través de los medios de comunicación y nuevas tecnologías. Primero, se muestran datos relevantes sobre el entorno tecnológico de El Salvador, comparados con el resto de países latinoamericanos. La tecnología que tiene mayor penetración en la mayoría de países latinoamericanos es el celular (teléfono móvil).

Los resultados obtenidos en este trabajo a partir de encuestas y grupos de discusión, tratan sobre las principales actividades de los jóvenes en su tiempo libre, teniendo en cuenta el ámbito urbano y rural, la diferencia entre sexos y los distintos medios de comunicación. La televisión aparece como la principal actividad de descanso y entretenimiento en el tiempo libre, tanto en el ámbito urbano como rural, sin importar la clase social o el nivel educativo. En cuanto al género no existe mucha diferencia entre el consumo de hombres (25%) y mujeres (33%).

A la pregunta sobre el consumo de medios de comunicación,<sup>4</sup> la mayoría responde que prefiere la televisión nacional, y en seguida aparecen la radio y el periódico. Internet se encuentra en cuarto lugar, con un 52,2% de los jóvenes que lo consideran un medio indispensable en su vida. Los porcentajes varían según la división por zonas: en la zona rural hay un mayor consumo de radio y un menor porcentaje de lectores de periódicos. El uso de Internet se encuentra principalmente en las ciudades, en el ámbito privado. Un elemento clave para entender el consumo de los jóvenes es el conocimiento sobre el uso del celular, que les permite conectarse a Internet en cualquier momento y acceder a toda clase de contenidos de los medios.

Los motivos de consumo de medios de comunicación son muy distintos a los del resto



de países latinoamericanos que según Mazziotti (2006) suelen mostrar preferencia por el melodrama y las telenovelas, consideradas el género de la ficción por excelencia. El 85% de los jóvenes utiliza los medios para informarse y un 9% para divertirse. En este punto Marroquín (2011) plantea la pregunta sobre qué entienden estas personas por información. El estudio presenta cuatro maneras en que los jóvenes consumen y construyen sus propias experiencias, a partir de la información que difunden los medios de comunicación; incluyendo las TIC y usos particulares de Internet como las redes sociales.

En las reflexiones finales de este texto, Marroquín (2011) presenta algunos elementos clave para entender cómo es el consumo de los jóvenes. En primer lugar, se reconoce que el consumo que hacen de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías configura de algún modo su estilo de vida. Sin embargo, también existen otras influencias como los padres y profesores, que aparecen como actores fundamentales. En segundo lugar, el consumo de medios no siempre responde a las variables clásicas de las ciencias sociales: no necesariamente se diferencia a partir del estrato social, el género o la zona de residencia. Tal es el caso del consumo de televisión y celulares, que rompe todas estas barreras. Otros en cambio, muestran diferencias claras y correlaciones muy precisas a partir de variables como el género y la edad. Los jóvenes que participaron en este estudio reconocen la oportunidad que ofrece Internet para darse a conocer y participar de forma más activa en la sociedad. Por otro lado, son conscientes de que hay riesgos, y por eso no quieren transmitir demasiada información a través de las redes sociales.

La postura que adopta Marroquín es más cercana a la de Prensky (2001) ya que atribuye a la adopción y uso de las TIC un papel más influyente en el crecimiento y formación personal de los jóvenes salvadoreños. Sin embargo, reconoce que existen otros factores sociales que afectan al comportamiento y estilo de vida de los adolescentes y al uso particular que estos hacen de Internet y las pantallas. La participación en los medios de comunicación se ha convertido en una de las principales actividades en el tiempo libre de los jóvenes debido a las facilidades de acceso y uso de los soportes digitales, y sin embargo existen diferencias en el consumo de información y entretenimiento dependiendo de las variables sociales y económicas del país. En este punto coincide con el trabajo *ADOLESCENTES con*

*CULTURA* ya que sitúa el consumo de las TIC en un entorno social de relaciones entre pares.

## **Conclusiones**

Se ha visto como la relación jóvenes-TIC ha despertado el interés comercial y académico a nivel mundial debido al crecimiento acelerado de las nuevas tecnologías en los últimos veinte años. Más allá del mero estudio cuantitativo sobre el porcentaje de menores que acceden a Internet o a las distintas pantallas, existen ya líneas de pensamiento consolidadas sobre el papel que las TIC juegan en la formación de los menores usuarios: mientras que Prensky (2001) defiende un uso homogéneo de Internet y las pantallas que determina el comportamiento y desarrollo personal de los adolescentes, Buckingham (2008) asegura que es necesario tener en cuenta otros factores sociales, económicos y políticos para entender la influencia que pueden tener las nuevas tecnologías en el estilo de vida de los jóvenes. La posición de Buckingham, que tiene en cuenta el impacto del entorno en el que se desenvuelven los jóvenes, sustenta el interés de este trabajo por conocer en qué medida este tema se ha tratado en El Salvador desde el ámbito de la comunicación. En este sentido, y aunque las investigaciones son todavía muy escasas como ha podido demostrarse en este artículo, ya es posible vislumbrar en ellas elementos propios de ambas posturas.

El retraso en estas investigaciones puede deberse a que el inicio de la docencia e investigación en el campo de la comunicación en El Salvador es aun reciente, en gran medida por las consecuencias de la guerra civil en el contexto social, económico y político del país. A diferencia de otros países desarrollados que han llevado a cabo investigaciones en este campo y, en los últimos años, han realizado trabajos sobre la relación que existe entre los adolescentes y el uso de las TIC, los profesionales y académicos en El Salvador se han visto obligados a atender otras cuestiones básicas que aún no están cubiertas. La mayor parte de la investigación pretende contribuir a la mejora de fenómenos como la migración, la violencia y el establecimiento de la democracia y, en este sentido, el uso de las nuevas tecnologías resulta interesante por las oportunidades de participación y comunicación que pueden ofrecer a la sociedad, especialmente a los jóvenes, para hacer frente a estas situaciones.

Cabe destacar también que, a diferencia de las investigaciones realizadas en otros países, y probablemente debido a que el interés de los académicos ha estado en cuestiones de otra índole, en el caso de El Salvador no se ha prestado todavía atención a la penetración e influencia de las TIC en edades tempranas: la mayor parte de los trabajos se refieren a jóvenes universitarios.

Sí se ha constatado que existe una alta penetración de las TIC en la población salvadoreña, y destaca de manera especial el uso de celulares. Esta tendencia coincide con lo que puede apreciarse en muchos otros países que han experimentado un crecimiento acelerado de las nuevas tecnologías. Para entender el consumo particular que se realiza en El Salvador, es preciso tener en cuenta que Internet es una herramienta que permite que muchas de las familias con miembros que viven en el extranjero permanezcan en contacto, descubre un nuevo panorama a aquellas personas en pobreza extrema o en situación de riesgo; además ofrece posibilidades de conocimiento y participación a los ciudadanos.

Como se ha mencionado en este texto, la mayor parte de la investigación sobre el consumo de nuevas tecnologías por parte de los adolescentes se reduce a las tesis o trabajos de grado impulsadas por profesionales y académicos que parecen ser conscientes de su importancia. Tan solo los trabajos realizados por el proyecto Adolescentes con Cultura (2008 y en menor medida en 2011) y por Marroquín (2011) atienden de modo profesional a esta realidad. La escasez de recursos, las dificultades políticas y el poco desarrollo de la investigación en el ámbito de la comunicación impiden la construcción de proyectos o el crecimiento estable de líneas de investigación sobre las TIC y su relación con los jóvenes salvadoreños; sin embargo, se trata de un fenómeno que reclama la atención de las autoridades, tanto por la alta penetración como por las oportunidades que pueden ofrecer las nuevas tecnologías a la sociedad.

Sin embargo, y dada la rapidez en la popularización de estas tecnologías entre los menores salvadoreños, así como las peculiaridades culturales, sociales y económicas del país, es necesario un esfuerzo investigador en este tema por parte de profesionales que conozcan bien la realidad de El Salvador, que cuenten con los recursos necesarios y conozcan la experiencia sobre los proyectos e investigaciones en otras regiones.

## Referencias

- Benítez, J. (2011). *La comunicación transnacional de las e-familias migrantes*. PNUD/UCA, San Salvador.
- Benítez, J. (2008). "Diáspora salvadoreña: identidades y mapas culturales en el ciberespacio", *Encuentro 2008*, Año XL, N° 80, 46-56
- Benítez, J. (2005). "Communication and Collective Identities In the Transnational Social Space: a Media Ethnography of the Salvadoran Immigrant Community In the Washington, DC", Tesis doctoral. Ohio University.
- Buckingham, D. (2008). "Más allá de las tecnologías: aprendizaje infantil en la era de la cultura digital". Buenos Aires: Manantial.
- Cantarero, M. (2003). "Movimientos de periodistas en Centroamérica: entre desconfianzas, debilidades y esperanzas". En *Revista Latina de Comunicación Social*, 54, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200353cantarero.htm>
- Cantarero, M. (2001). "Periodismo salvadoreño: de la intolerancia política a las posibilidades informativas". En *Revista Latina de Comunicación Social*, 44, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina44septiembre/4406cantarero.htm>
- Comisión de Seguimiento al Plan Nacional de Educación (2010) *Jóvenes opinando sobre educación: plan nacional de educación 2021*. San Salvador.
- CONCULTURA, Universidad de Navarra, InterMedia Consulting (2008). *Informe Adolescentes Con Cultura. Estilo de vida de los estudiantes adolescentes de El Salvador*
- Escuela de Comunicación Mónica Herrera, *Catálogo Institucional 2012*. Disponible en: [http://monicaherrera.com/docs/catalogo\\_institucional2012.pdf](http://monicaherrera.com/docs/catalogo_institucional2012.pdf)
- Herrera, A. (1998). "Influencia de la guerra civil en El Salvador en el desarrollo de la prensa nacional (1980-1992)", en *Revista Latina de Comunicación Social* [en línea], núm. 1, disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/i2g.htm>
- iLifebelt y Pulso Consumidor. *Estudio de las Redes Sociales en Centroamérica*, 2012.
- Internet World Stats. Usage and Population Statistics (2012). Disponible en: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great expectations, challenging realities*. Cambridge: Policy Press. (Livingstone, 2009) (Livingstone, 2009) (Livingstone, 2009)
- Marroquín, A. (2011). "Nuevas estéticas, nuevos consumos, tránsito de los jóvenes salvadoreños por los medios y las tecnologías" en RAMOS, Carlos (coord.), *Identidades, prácticas y expectativas juveniles: al inicio del siglo XXI*. San Salvador: FLACSO.

Marroquín, A. (2008). “Crónica de la prensa salvadoreña: imaginarios que migran”, en Revista Encuentro n° 80, Universidad Centroamericana.

Marroquín, A. (2007). “Indiferencias y espantos. Relatos de los jóvenes de pandillas en la prensa escrita de Centroamérica”. En *Los relatos periodísticos del crimen*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación. Fundación Friedrich Ebert. Págs. 55-91.

Marroquín, A., Martel, R. (2008). “Crónica de fronteras: la música popular y la identidad salvadoreña migrante”, Revista Istmo. Revista Virtual de Estudios Culturales y Centroamericanos, 14, Centroamérica.

Martel, R. (2006) “Las maras salvadoreñas: nuevas formas de espanto y control social”, Estudios Centroamericanos, Volumen 61, número 696, pp. 957-979

Martel, R. (2003). “El papel de los medios de comunicación en la construcción social de la violencia y el espacio público”, PNUD, San Salvador.

Martel, R. (2003). “Ciudadanía social y violencia en las ciudades centroamericanas”, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.

Mazziotti, N. (2006). *Telenovela: industria y prácticas sociales*. Bogotá: Norma.

MINEC y DIGESTYC (2010). *Encuesta de hogares de propósitos múltiples 2009*. Base de datos. San Salvador: Ministerio de Economía, Dirección General de Estadística y Censos

Noyola, R. (2007). “Development of the Internet in El Salvador”, 14-mayo-2007.

Orozco, G. (2000). “La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa”. Universidad Nacional de la Plata, Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C. Guadalajara.

Our Mobile Planet (2012). Disponible en: <http://www.thinkwithgoogle.com/mobileplanet/es/>

Pew Hispanic Center (2009). *Hispanics of Salvadoran Origin in the United States*. Disponible en: <http://pewhispanic.org/files/factsheets/74.pdf>

PNUD (2010). *Informe sobre Desarrollo Humano de El Salvador. De la pobreza y el consumismo al bienestar de la gente. Propuestas para un nuevo modelo de desarrollo*. San Salvador, diciembre de 2010

Prensky, M. (2001). “Digital Natives, Digital Immigrants Part 1”, *On The Horizon* 9, no. 5.

Ruíz-Canela, M., López del Burgo, C. (2012). “Familia, amigos y otras fuentes de información asociadas al inicio de las relaciones sexuales en adolescentes de El Salvador”. *Rev Panam Salud Publica*. 2012; 31(1):54–61.

Socialbakers (2012). *El Salvador Facebook Statistics*. Disponible en: <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/el-salvador>

Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill

## **Bibliografía**

Bringué, X., Bringué, X., Sádaba, C., Tolsá, J., Foro Generaciones Interactivas, & Fundación

Telefónica. (2011). *La generación interactiva en iberoamérica 2010: Niños y adolescentes ante las pantallas* (1ª ed.). Madrid: Foro Generaciones Interactivas.

Bringué, X., & Sádaba, C. (2011). *Menores y redes sociales* (1ª ed.). Madrid: Foro Generaciones interactivas.

Goldstein, J. H., Buckingham, D., & Brougère, G. (2004). *Toys, games, and media*. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum Associates.

Livingstone, S. M. (2002). *Young people and new media: Childhood and the changing media environment* Sage Publications Ltd.

Livingstone, S. M. (2009). *Children and the internet :Great expectations, challenging realities*. Cambridge: Polity Press.

Prensky, M. (2006). *"Don't bother me mom, I'm learning!" :How computer and video games are preparing your kids for twenty-first century success -- and how you can help!* (1st ed.). St. Paul, Minnesota: Paragon House.

Tolsá, J. (2012). *Los menores y el mercado de las pantallas :Una propuesta de conocimiento integrado* (1ª ed.). Madrid: Foro Generaciones Interactivas.

## **NOTAS**

<sup>1</sup> Se trata de encuestas realizadas por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).

<sup>2</sup> En 2004 el MINED aprobó la actualización de la licenciatura, con el nuevo nombre de Comunicaciones Integradas de Marketing. La Escuela recibió la acreditación a la excelencia académica de la Comisión de Acreditación de la Calidad Académica de Instituciones de Educación Superior, el 14 de diciembre de 2005. En 2006 inicia la Licenciatura en Diseño Estratégico autorizando a extender el título de Licenciado en Diseño Estratégico.



<sup>3</sup> FLACSO es un organismo intergubernamental, regional y autónomo, que nació en 1957 por iniciativa de los gobiernos de América Latina y el Caribe en cooperación con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) con el propósito de impulsar la docencia y la investigación en Ciencias Sociales en la región y contribuir desde el ámbito académico al desarrollo y la integración de las naciones que la componen.

---

<sup>1</sup> Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas, estudiante de doctorado en comunicación, Universidad de Navarra, España. [mvidales@alumni.unav.es](mailto:mvidales@alumni.unav.es)

<sup>2</sup> Se trata de encuestas realizadas por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).

<sup>3</sup> FLACSO es un organismo intergubernamental, regional y autónomo, que nació en 1957 por iniciativa de los gobiernos de América Latina y el Caribe en cooperación con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) con el propósito de impulsar la docencia y la investigación en Ciencias Sociales en la región y contribuir desde el ámbito académico al desarrollo y la integración de las naciones que la componen.

<sup>4</sup> En 2004 el MINED aprobó la actualización de la licenciatura, con el nuevo nombre de Comunicaciones Integradas de Marketing. La Escuela recibió la acreditación a la excelencia académica de la Comisión de Acreditación de la Calidad Académica de Instituciones de Educación Superior, el 14 de diciembre de 2005. En 2006 inicia la Licenciatura en Diseño Estratégico autorizando a extender el título de Licenciado en Diseño Estratégico.