

**FORO “LA SOCIEDAD ANTE LAS DROGAS”**

**GRUPO DE TRABAJO OCIO Y NUEVAS  
TECNOLOGÍAS**

**LAS REDES SOCIALES, LOS JÓVENES  
Y LA PREVENCIÓN DE LAS DROGODEPENDENCIAS**

**DICIEMBRE 2010**

**GRUPO DE TRABAJO OCIO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS**

**Coordinador: Jesús A. Lacoste (Instituto para el estudio de las adicciones)**

**[director@lasdrogas.info](mailto:director@lasdrogas.info)**

**FUNDACIÓN EDEX**

**Juan Carlos Melero, [prevención@edex.es](mailto:prevención@edex.es)**

# ÍNDICE

1. Introducción
2. Usos de Internet por parte de adolescentes y jóvenes españoles
  - 2.1 Generaciones interactivas
  - 2.2 Juventud y nuevos medios de comunicación
    - 2.2.1 ¿Ser o estar en Internet?
    - 2.2.2 Nuevos procesos, dinámicas y escenarios de socialización
    - 2.2.3 Ocio, comunicación y autoexpresión
    - 2.2.4 Redes sociales on line
  - 2.3. El discurso de los jóvenes en internet
3. Web social y escuela: hacia un modelo 2.0 de prevención
4. Redes sociales y prevención de drogodependencias
5. Redes sociales y abusos
6. Las redes sociales y el ocio juvenil
7. Aplicaciones de las Tecnologías de la información y la comunicación
  - 7.1. Páginas web
  - 7.2.Redes sociales
  - 7.3.Formación y educación on line (e-learning)
  - 7.4.Juegos on line y electrónicos
  - 7.5.Aplicaciones para móviles

## 1. Introducción

---

Las redes sociales han pasado de ser una moda para convertirse en una realidad consolidada, tanto para los usuarios que las utilizan con más frecuencia cada día como para sus creadores, los cuales están consiguiendo modelos de negocio viables. Está claro que no se puede generalizar, pero redes sociales como MySpace, Facebook, Tuenti o Fotolog han llegado para quedarse entre nosotros. Debemos acostumbrarnos a su presencia.

Si bien hay una considerable confusión en la consideración como “redes sociales” de todos aquellos espacios y aplicaciones de la denominada web social o web 2.0, en la que se mezclan redes como MySpace o Facebook, repositorios para compartir vídeos (YouTube), fotos (Flickr) o presentaciones (SlideShare), los entornos virtuales (Social Media<sup>1</sup>) a los que cabe aplicar esta denominación gozan en estos momentos de una demanda social sin precedentes.

Dos tercios de los adolescentes españoles son usuarios de algún tipo de red social, *blog* o *fotolog* que opera por internet, entre los que destacan *Tuenti* y *Facebook*, mientras que algo menos de la mitad juega habitualmente con videojuegos. Estos son algunos de los resultados de un estudio sobre el uso de las tecnologías digitales en el ocio de los adolescentes de 12 a 18 años en España, que ha realizado la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), sobre la base de 2.054 encuestas <sup>2</sup>.

Los adolescentes recurren a las redes sociales para relacionarse (lo hacen dos tercios de los encuestados), aunque los resultados difieren por comunidades, ya que en Cataluña se utilizan más para "jugar", un 41,35%, frente al 12,8% del global español. En cuanto al uso de estas redes para hablar con los amigos, el 79,5% asegura que lo utiliza "mucho".

Las chicas se muestran más activas en el uso de las redes sociales y los *fotologs* como herramientas de comunicación para solucionar problemas prácticos y para la distribución de contenidos propios. Respecto a los videojuegos, sólo el 42% de los encuestados juega con ellos y su uso se concentra en la franja de niños que va desde los 12 a los 15 años (67,1%), frente a las chicas de 16 a 18 años, que son quienes menos los usan (14,1%).

Como dice Igarza (2009)<sup>3</sup>, “las plataformas de intercambio y de distribución de contenidos audiovisuales están transformando la manera de consumir medios de comunicación, de ver televisión, de divertirse, de informarse, de enseñar”.

---

<sup>1</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_social)

<sup>2</sup> <http://www.abc.es/20091026/medios-redes-web/tercios-adolescentes-usan-redes-200910261711.html>

<sup>3</sup> Igarza, R. (2009). Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural. La crujía. Buenos Aires.

En estas líneas vamos a presentar una reflexión general acerca de las posibilidades de incorporar esta nueva realidad al trabajo preventivo en al menos tres ámbitos:

- La prevención escolar, a transformar en la perspectiva de la escuela 2.0.
- La diseminación viral de mensajes preventivos.
- La participación social como alternativa al ocio pasivo y mercantilizado.

## 2. Usos de Internet por parte de adolescentes y jóvenes españoles

---

A la hora de definir políticas de actuación en materia de prevención de drogodependencias dirigidas a adolescentes y jóvenes, que pretendan utilizar las plataformas on line en las que se socializan y pasan buena parte de su tiempo de ocio, es preciso identificar previamente qué nos dicen los estudios recientes acerca del uso real que realizan de dichas plataformas y, en general, de la relación que mantienen con Internet.

Tres estudios recientes nos dan una información actualizada sobre los usos que adolescentes y jóvenes de la Generación TIC, Generación Google o Generación Millenium realizan de las tecnologías de la información y la comunicación (fundamentalmente, Internet y, en particular, las redes sociales, integradas en el concepto genérico de *social media*).

### 2.1. Generaciones interactivas

---

En el último estudio<sup>4</sup> realizado por el Foro Generaciones Interactivas, y publicado en noviembre de 2009 por Fundación Telefónica bajo el título “La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas”, en el que se encuestó a 13.000 menores escolarizados de entre 6 y 18 años, encontramos los siguientes datos:

- Relación con las TIC:
  - El 96,7% de los adolescentes dispone de ordenador, y el 36,4% lo tienen en su habitación.
  - Antes de los 10 años, el 59% tiene o utiliza teléfono móvil.
  - Las chicas optan más por los móviles, mientras los chicos lo hacen por los videojuegos.
  - Son una generación multitarea (algo relevante desde el punto de vista educativo y, por lo tanto, preventivo).
  
- Conexión a Internet:
  - El 71% de los niños y el 88% de los adolescentes son usuarios de internet.
  - Generalmente navegan desde casa (87% de los niños y 89% de los adolescentes).
  - El tiempo de navegación de lunes a viernes es de entre 1 y 2 horas, superando el fin de semana las 2 horas.
  - El 52% reconoce que su dedicación a internet le quita tiempo a sus actividades educativas.
  - El 61% de los niños y el 85,5% de los adolescentes, navegan solos.
  - El 70% se definen como autodidactas.

---

<sup>4</sup> <http://www.generacionesinteractivas.org/wp-content/uploads/2009/12/La-Generaci%C3%B3n-Interactiva-en-Espa%C3%B1a.pdf>

- El uso que hacen de Internet se centra, por orden de importancia, en comunicarse (Messenger, sms, etc.), conocer (descarga de contenidos), compartir (fotos, vídeos, redes, etc.), divertirse (juegos en red, etc.) y consumir (compras on line).
- Las redes sociales:
  - El 71% prefiere las redes sociales para compartir.
  - A partir de los 14 años, el 80% participa en al menos una red, porcentaje que asciende a los 17 años al 85%.
  - Las redes más utilizadas son: Tuenti (60%, con el pico principal de uso a los 15 entre las chicas y a los 17 entre los chicos, decreciendo el interés a partir de los 18 años), Facebook (21%), Windows Live Spaces (14%), MySpace y Hi5 (ambas 12%).
  - Los contenidos más visitados en internet son juegos, música y deportes.
  - El 61% afirma ser creador de sus propios contenidos a través de webs, blogs o fotoblogs.
  - El 33% reconoce la ausencia de mediación familiar en su navegación por Internet.
  - Los adolescentes prefieren Internet y el móvil a la televisión.
  - El 50% sostiene que sus profesores no utilizan Internet en clase para dinamizar sus sesiones educativas.

## 2.2. Juventud y nuevos medios de comunicación

---

Monográfico publicado por el INJUVE en 2010, que presenta diversas aportaciones de entre las cuales entresacamos aquellas que pueden tener un sentido práctico en el ámbito que nos ocupa:

### 2.2.1. ¿Ser o estar en Internet?

- La incorporación de las TIC a la vida cotidiana no es una exclusiva adolescente, pero es esta Generación digital la que las incluye de una manera más natural, extensa e intensiva.
- Los Social Media no son nuevos recursos tecnológicos en cuyo uso serían los adolescentes más diestros que el resto de la población. Los Social Media son plataformas relacionales que amplían, canalizan y multiplican la vida social de sus usuarios, particularmente entre los jóvenes.
- Entre los adolescentes de nuestro país cabe hablar de la centralidad de Internet en sus relaciones sociales y en la configuración de su propia identidad.

- La mayoría accede a Internet con regularidad (se conectan como mínimo una hora diaria de media, y una parte pequeña pero significativa afirma estar casi siempre conectado).
- Cada vez más, junto con la identidad “real” convencional (off line) es preciso hacer referencia a una nueva “identidad digital”, que hace más complejo el proceso de socialización adolescente.
- La creciente penetración de la telefonía móvil de última generación favorecerá a corto plazo el acceso móvil a Internet, revolucionando la digitalización de nuestra sociedad y la conexión permanente, ubica y multiusos, así como la convergencia de todas las plataformas actuales en un mismo dispositivo.
- En este sentido, los Social Media suponen la convergencia de soportes multimedia que combinan texto, imagen, audio y vídeo, en una experiencia hipertextual que trasciende la adhesión a la palabra escrita de las generaciones anteriores, al igual que rompe la linealidad característica del texto escrito a favor del enlace, el hipertexto, como nueva forma de discurso.

#### 2.2.2. Nuevos procesos, dinámicas y escenarios de socialización

- Las redes sociales no son sólo un espacio de socialización más, sino que resignifican el conjunto de la socialización adolescente. No “estar” en las redes es, probablemente, parecido a carecer de visibilidad social (una forma de exclusión digital que condena a quienes se encuentran en tal situación a cierta periferia relacional).
- Blogs, videoblogs, podcasting y otros formatos son, junto con las redes sociales, plataformas de expresión (ver concepto de “extimidad”<sup>5</sup>), de comunicación y de relación preferentes para la Generación de internet.
- Los jóvenes, en términos generales, pasan menos tiempo que las generaciones anteriores ante la televisión, y dedican parte de ese tiempo a Internet. La televisión pierde el protagonismo característico en generaciones anteriores y, sin desaparecer su uso, pasa a ser un soporte más, en permanente transformación para acomodarse a las expectativas de sus nuevos usuarios.

#### 2.2.3. Ocio, comunicación y autoexpresión

---

<sup>5</sup> [http://www.elpais.com/articulo/sociedad/extimidad/intimidad/elpepusoc/20090324elpepisoc\\_1/Tes](http://www.elpais.com/articulo/sociedad/extimidad/intimidad/elpepusoc/20090324elpepisoc_1/Tes)

- El uso autoexpresivo y relacional de los Social Media favorece la conformación de lo que algunos autores denominan “capital-red social” (Taberner, 2010<sup>6</sup>).
- Internet es para los adolescentes de nuestro país, fundamentalmente un espacio de ocio, en el que se utilizan diversas plataformas: Messenger y redes sociales como Tuenti o Facebook.
- Además del ocio y el entretenimiento, la búsqueda de información y la participación (compartir fotos, vídeos, etc.) son los principales usos declarados de Internet entre adolescentes españoles. La participación no es, en todo caso, tan amplia como en ocasiones parece creerse.
- El entretenimiento (descargar música, películas o videojuegos) y la información son los dos usos principales que la juventud hace de la red, por delante de la comunicación (relacionarse con gente), o compartir archivos.
- Internet no es vista como una herramienta de aprendizaje y educación.
- La conexión a Internet se produce generalmente en casa, especialmente en la propia habitación y en horario de tarde<sup>7</sup>.
- El aprendizaje de Internet se produce para la mayoría en contextos informales, fuera de los espacios educativos reglados.
- La brecha digital tiende a desaparecer entre adolescentes, comparada con otros segmentos poblacionales<sup>8</sup>.
- Las chicas presentan una relación más significativa que los chicos con las actividades prácticas (buscar información sobre trabajos o deberes del colegio o del instituto, en general, y también específicamente con respecto al uso del correo electrónico y del Messenger).
- Son muy pocos los que utilizan el correo electrónico como herramienta principal de comunicación *online*.
- Para los y las adolescentes el teléfono móvil es, entre otros aspectos, y como ocurre con Internet, un espacio de ocio (casi dos tercios afirman que con el teléfono móvil se lo pasan bien).

---

<sup>6</sup> <http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=814540615>

<sup>7</sup> <http://www.injuve.es/contenidos.item.action?id=1180444242&menuId=706540899>

<sup>8</sup> Instituto Nacional de Estadística (2008). Encuesta de tecnologías de la información en los hogares, 2008

- El teléfono móvil, al igual que ocurre con las redes sociales *online*, es una herramienta de contribución y participación inmediata.

#### 2.2.4. Redes sociales on line

- Un tercio de los y las adolescentes en España no utiliza redes sociales *online*, blogs o fotologs.
- Las aplicaciones de uso más común son Tuenti y Fotolog, por encima de Facebook.
- El uso de los blogs entre los y las adolescentes en España es insignificante.
- Los usos principales de las redes sociales en general son hablar con amigos y amigas y mirar lo que hacen o dicen los contactos de la lista de amigos y amigas.
- Una amplia mayoría de adolescentes en España navega en Internet, y en concreto en las redes sociales, con prudencia en relación con la posibilidad de contactos no deseados.
- El uso que hacen de Internet, las redes sociales, los teléfonos móviles y los videojuegos gira en torno a sus círculos sociales cotidianos más cercanos fuera de la familia (los amigos y amigas y los compañeros y compañeras de clase), de manera que su alto nivel de integración de estas tecnologías en su vida cotidiana se traduce esencialmente en una extensión *online* de la vida *offline*.
- La juventud, a través del uso de estas tecnologías, va generando espacios de apoyo, sociabilidad y reconocimiento que son también espacios de aprendizaje colaborativo, sustentados por el círculo social cotidiano, y en donde existen amplias posibilidades de desarrollo de muy diversas capacidades a nivel social, cultural, profesional o técnico.
- Entre las características más valoradas en las redes sociales cabe citar:
  - Su interactividad.
  - La sociabilidad que favorecen.
  - La posibilidad de crear espacios en los que prime la privacidad.
  - La posibilidad de personalización.
  - La información ilimitada a la que se puede acceder.

#### 2.3. El discurso de los jóvenes en internet

---

Estudio dirigido por Teresa Laespada y publicado en 2010 por el Instituto Deusto de Drogodependencias (IDD), que señala algunos aspectos de interés en la búsqueda por adolescentes y jóvenes en Internet de información sobre las drogas:

- Además de que la utilización de la red les proporciona entretenimiento, una forma de conocer gente, etc., para el colectivo adolescente esta herramienta tiene otra funcionalidad, la de obtener información a la que otorgan una credibilidad importante.
- Recurren a foros y blogs para pedir información, hacer consultas y también para dar consejos o desahogarse narrando sus historias. Así, parecen confiar más en lo que expone un colega que en los conocimientos de expertos/as en la materia.

### 3. Web social y escuela: hacia un modelo 2.0 de prevención

---

El cambio que en los próximos años protagonizará la escuela al pasar de su versión analógica actual (en la que las TIC se utilizan como recursos de apoyo) a una escuela digital (en la que soportes, contenidos y dinámicas se presentarán en nuevos formatos), permitirá profundizar en el impacto de la prevención. Una prevención que, mejorando sus condiciones de aplicación, podrá hacerse así más cercana a las necesidades y estilos de vida de los niños, adolescentes y jóvenes a quienes se dirige.

Algunas características de este proceso de cambio educativo serán:

- Una educación expandida y participativa:
  - La Internet social hace posible una comunicación horizontal, en línea con los criterios pedagógicos que presiden nuestro sistema educativo actual.
  - En la web social aplicada a la educación no cuentan tanto los contenidos a “transmitir” (propósito educativo cada vez más caduco), como la experiencia compartida para su descubrimiento.
  - De acuerdo con el concepto de *educación expandida*<sup>9</sup> que, gracias al mundo abierto de Internet, trasciende las fronteras de la escuela, al igual que trasciende los tiempos convencionales de la educación para dar carta de naturaleza al *aprendizaje a lo largo de toda la vida*<sup>10</sup>.
  
- Una escuela abierta y dinámica:
  - La escuela 2.0 desafía la linealidad discursiva de la escuela convencional, para inaugurar una educación hipertextual y multimedia propia de las generaciones actuales en su vida cotidiana.
  - Una nueva escuela con mayor capacidad para sintonizar de manera significativa con el alumnado, a condición de que también el profesorado sea emocionalmente inteligente, además de diestro en el arte de la comunicación educativa.
  - Una escuela que se reinventa a partir del uso de nuevos recursos educativos (blogs, wikis, webquests...) con los que, de manera intuitiva, la Generación Y empieza a familiarizarse desde la infancia, además de soportes que apenas empezamos a entrever (pizarra digital electrónica, e-book...)
  
- Un profesorado 2.0
  - El profesorado, en su mayoría “inmigrante digital” (siguiendo la terminología de Prensky<sup>11</sup>), tendrá que aprender a enseñar de manera diferente para desarrollar en su alumnado competencias cognitivas

---

<sup>9</sup> <http://www.zemos98.org/simposio/spip.php?rubrique1>

<sup>10</sup> <http://www.elearningeuropa.info/main/index.php?page=home>

<sup>11</sup> <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

inéditas (Piscitelli, 2009<sup>12</sup>). De otro modo, la brecha digital entre educadores y alumnado dará paso a una brecha cognitiva por la que se cuelen las posibilidades educativas.

- Los profesores pasarán a ser, como dice Piscitelli, “mediadores 2.0” o “administradores de contenidos web 2.0”, más que grandes maestros depositarios de un saber al que sus alumnos pueden acceder mejor y más rápido a través de internet (Google, wikipedia...)
- De este modo, se relativiza como nunca la autoridad del maestro como fuente de conocimiento.
  
- Un alumnado que participa activamente en la educación
  - Para la “Generación Y” el papel, el formato impreso, serán soportes anacrónicos, útiles sólo para entenderse con los adultos en instituciones socializadoras obsoletas (escuela, familia, empresa...).
  - El alumnado se convierte en *prosumidor*<sup>13</sup> de las nuevas experiencias educativas que dejan atrás definitivamente la pedagogía “bancaria” cuestionada por Freire.
  - Un alumnado para el que Internet no es ya, como para sus mayores, una biblioteca, sino una red global de comunicación e intercambio que permanece abierta 24 horas al día, 7 días a la semana y 365 días al año.

Todos estos cambios interpelan directamente a la prevención, que no podrá permanecer de espaldas a una realidad en proceso de cambio, sino que tendrá que adaptar sus postulados al nuevo universo educativo digital.

---

<sup>12</sup> <http://www.nativos-digitales.com.ar/>

<sup>13</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Prosumidor>

#### 4. Redes sociales y prevención

---

Además de para modificar las dinámicas educativas en la línea señalada, las redes sociales características de la web 2.0 puede ser una vía adecuada para diseminar mensajes preventivos entre los actuales adolescentes y jóvenes, definidos como “nativos digitales”, Generación Y, Generación Einstein, Generación interactiva o Generación 2.0.

Una generación que, al contrario que las que la preceden (Generación X y *baby-boomers*), no ha aprendido a utilizar una nueva tecnología informática, sino que ha nacido con ella. Una generación que vive inmersa en un universo digital del que, a menudo, sólo sale forzada por las exigencias, a menudo anacrónicas, de instituciones ancladas en la era analógica (por ejemplo, la escuela y, algo más adelante, la empresa).

Pero las redes sociales no pueden entenderse sólo como un medio más a través del cual diseminar mensajes preventivos. Requieren, por el contrario, una nueva manera de mirar la prevención. No se trata sólo de si puede usarse Facebook u otras aplicaciones 2.0 para distribuir mensajes preventivos convencionales, o si será mejor Tuenti para llegar a adolescentes.

Se trata más bien de aprovechar las posibilidades inéditas de estos nuevos entornos para reinventar los formatos, los soportes y las dinámicas de la prevención hacia una prevención 2.0.

Nos encontramos así ante una educación preventiva que, de otro modo, cada vez más sería percibida como *spam*, mensajes no solicitados ni deseados, incapaces de sintonizar significativamente con las nuevas generaciones.

Una prevención que deberá incorporar (en la escuela y en cualesquiera otros entornos educativos) los criterios definitorios de la perspectiva 2.0, a saber:

- **Conversar:** con este nuevo universo se cierra definitivamente toda tentativa de comunicación educativa unidireccional y se impone la multidireccionalidad como dinámica educativa.
- **Co-crear:** los contenidos ya no vendrán predefinidos por los educadores o los profesionales que suministran a la escuela materiales didácticos o herramientas preventivas. Antes bien, los nuevos recursos tendrán que ser propuestas de reflexión, sugerencias para intercambiar, frente a los mensajes preventivos *pret-à-porter*.
- **Compartir:** en esta misma línea, la prevención escolar será ahora más que nunca un proceso a recrear en cada aula a partir de las aportaciones de cada una de las personas que la integran, que compartirán con el resto sus vivencias, experiencias, saberes, búsquedas, etc.

## 5. Redes sociales y abusos

---

Además de su virtualidad para provocar procesos educativos novedosos y favorecer la viralidad<sup>14</sup> de los mensajes preventivos, también pueden estos nuevos entornos virtuales de la web social dar lugar a abusos que requieran intervenciones educativas. Abusos que cabe relacionar con usos perversos de las posibilidades que este nuevo software social inaugura. Por ejemplo, los casos de ciberbullying<sup>15</sup>, en los que se recurre a estas nuevas herramientas para presionar, chantajear, amenazar, difamar, etc.

Por otra parte, también se habla de abusos e incluso riesgos de dependencia relacionados con el tiempo de conexión y, paralelamente, del abandono de otros espacios reales de interacción que pueden darse en algunas personas. Si bien parece cierto que el usuario medio de la web 2.0 dispone de una red de intercambios superior a la media, en algunos casos extremos la vinculación a esta nueva realidad puede ir en detrimento de otras formas de contacto social. Es el caso de las denominadas *tecnoadicciones*<sup>16</sup> que, además de la adicción a Internet, incluyen adicciones al cibersexo, al juego on line o a las subastas on line, etc., con todos los riesgos que de tales prácticas pueden derivarse.

---

<sup>14</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing\\_viral](http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_viral)

<sup>15</sup> <http://www.pantallasamigas.net/>

<sup>16</sup> <http://www.tecnoadiccion.es/>

## 6. Las Redes sociales y el ocio juvenil

---

Por último, las redes inauguran posibilidades inéditas de participación social, susceptibles de favorecer entre adolescentes y jóvenes procesos de creciente empoderamiento. En este sentido, frente a formas pasivas del denominado “ocio alternativo”, los cambios que esta nueva era digital ponen sobre la mesa permiten generar alternativas efectivas al ocio mercantil, que pasen por un mayor y más intenso compromiso juvenil con procesos de transformación social. Dada la evidente desafección de esta generación respecto a los partidos políticos, no es menos cierta su vinculación, aunque no sea mayoritaria, a iniciativas orientadas al cambio social, siquiera a pequeña escala<sup>1718</sup>.

Según un estudio de Nokia<sup>13</sup>, en 2012 el 25% del ocio será creado, producido, compartido y consumido entre comunidades online y redes sociales.

Si en tiempos pasados el ocio necesitaba en la mayoría de las ocasiones de un emplazamiento común donde llevar a cabo las actividades, la aparición de Internet ha acabado con dos limitaciones: la temporal y la geográfica. El ocio está pasando a articularse en la Red para finalmente desembocar en encuentros presenciales. El que no asuma estos cambios y opte por el inmovilismo en la Red, verá su desvanecimiento al no contar con una reputación digital. Pero el que piense exclusivamente en Internet como generador de relaciones sociales sin tener en cuenta el componente presencial, también se estará equivocando.

---

<sup>17</sup> <http://yopolitico.org/>

<sup>18</sup> <http://www.nuestracausa.es/>

<sup>13</sup> <http://www.aecoma.org/content.asp?ContentTypeID=2&ContentID=8791>

## **7. Aplicaciones de las Tecnologías de la información y la comunicación**

---

### 7.1. Páginas web

---

En un principio las páginas web eran sólo texto, pero a medida que ha evolucionado la tecnología, tanto los ordenadores como las redes de telecomunicaciones, se ha generado nuevas formas de desarrollar la web.

La inclusión de imágenes fue la evolución más significativa, pero también debemos mencionar el video y la animación, o los espacios 3D, lo que aporta valores estilísticos, de diseño y de interactividad jamás imaginados antes.

En 1992 sólo había alrededor de 50 sitios web. Las últimas estadísticas nos confirmaban que actualmente rondan los 8.000 millones de sitios web, a los que diariamente se les suman 4.400 por día. Datos recientes estiman que hay alrededor de 2 mil millones de páginas colgadas y se espera que en los próximos años llegue a los 8 mil millones, excediendo el número de habitantes del planeta. Sin embargo, sólo una fracción de este número es visitado habitualmente por la mayoría de los usuarios (sólo alrededor de 15.000 sitios webs, el 0,4% del total).

A partir de estos datos se puede entender la necesidad de concentrar los esfuerzos para atraer y mantener la atención de los usuarios. Junto con un desarrollo efectivo de la estructura web y del contenido, el diseño y el uso del color son la llave para atraer y ser identificado, formando vínculos emocionales con el usuario y generando esquemas para captar y fidelizar a nuevos visitantes.

Al mismo tiempo que la evolución de los aparatos y de su introducción en los hogares, también ha aumentado la calidad de las transmisiones a través de internet y ha bajado su precio. A medida que la tecnología ha solventado estas dificultades, ya no nos encontramos con problemas de forma sino de contenido.

El web pionero en el mundo en español ([www.lasdrogas.info](http://www.lasdrogas.info)) ya ha superado los 14 años. Actualmente todo tipo de organizaciones a nivel mundial disponen de su propia web puesto que no tenerla es como no disponer de sede o medio de comunicación con la sociedad.

Actualmente, si buscamos por “drogas” en Google, obtenemos aproximadamente 18.400.000 resultados (0,22 segundos); por “adicciones”, aproximadamente 4.880.000 resultados (0,37 segundos); por “drogodependencias”, aproximadamente 576.000 resultados (0,33 segundos),... Esto nos da una idea del ingente volumen de información que se encuentra a disposición de los usuarios hoy día en Internet a través del formato de páginas web.

Por todo ello, sugerimos:

- Crear un sistema de validación de páginas web similar a [www.confianzaonline.es](http://www.confianzaonline.es) para otorgar validez y credibilidad al contenido ofrecido por una web, de tal forma que el visitante pueda confiar y creer en el contenido e información. No se trata de censurar contenido sino de acreditar que la información que se ofrece cumple una serie de requisitos mínimos de rigor y valor científico.
- Promover el “Decálogo del buen uso de Internet” entre niños y adolescentes de 10-14 años (<http://www.chaval.es/docs/decalogo.pdf>) con el fin de favorecer el buen uso de Internet entre los chicos desde temprana edad.

7.2. Redes sociales El fenómeno de las redes sociales triunfa en el 83 por ciento de los jóvenes españoles de entre 14 y 22 años. "Conocer a gente nueva" es el principal reclamo de portales como Fotolog, MySpace o Tuenti, según asegura un estudio de las consultoras Xperience Consulting y Findansense. De esta investigación también se desprende la casi total hegemonía de Google, utilizado exclusivamente por el 96 por ciento de los usuarios españoles.

Los jóvenes españoles ya no tienen barreras relacionadas con el uso de Internet y los ordenadores. Que el 83 por ciento de ellos tenga una cuenta en alguna de las redes sociales más importantes es una muestra clara. Algunos acceden diariamente a sus cuentas. Llama la atención el hecho que el fin principal sea mantener el contacto con antiguos amigos o de otras ciudades y no "ligar", como sucede en otros países.

---

Sin embargo, los usuarios más intensos de esta nueva forma de relacionarse son exigentes y no se conforman, quejándose de algunas deficiencias de las redes sociales. Algunas de las características de Fotolog, MySpace y Tuenti -las más utilizadas- que más molestan a sus usuarios son: la lentitud de sus aplicaciones, su mala organización, la falta de privacidad y la gran cantidad de publicidad. Pero la posibilidad de seguir en contacto con amigos y conocidos de distintos círculos, de estar informados sobre fiestas y eventos y de compartir y enseñar fotos y vídeos, al final pesa más y los usuarios continúan conectados.

Por todo ello, parece conveniente y necesario:

- Usar las redes sociales como un canal de comunicación para conectar con la población joven.
- Realizar campañas de promoción de estilos de vida saludables en las redes sociales más importantes: Facebook, Tuenti y Youtube.

- Incluir las redes sociales como un canal de vital importancia en el que mostrar los anuncios y spots de prevención general del consumo de drogas.
- Fomentar la creación de redes sociales vinculadas al fenómeno del consumo de drogas, coordinadas por entidades reconocidas y con actividades relacionadas con la información/prevenición del uso de drogas.

### 7.3. Formación y educación on line (e-learning)

---

La educación institucionalizada es un fenómeno relativamente reciente. Aparece en Europa durante la revolución industrial, a mediados del siglo XIX, después de siglos durante los que la transmisión del conocimiento se realizó primero mediante transmisión oral y muy pocos documentos manuscritos, accesibles a sólo unos pocos privilegiados, y después a través de libros impresos, tras la reinención por Gutenberg, ya en Europa, de la imprenta.

El entorno docente de nuestras aulas y el método pedagógico que en ellas es cotidiano están todavía enmarcados en el discurso lineal que impone el texto. A pesar de la irrupción y el rápido desarrollo durante el pasado siglo de los medios de comunicación de masas y de las tecnologías que los soportan, nuestras aulas no difieren demasiado de las de hace un siglo y la clase magistral todavía imperante sigue y afianza dicho modelo lineal. Por el contrario, casi todos los entornos laborales han cambiado drásticamente en las últimas décadas como consecuencia de la irrupción de las TIC. El entorno de trabajo de un arquitecto técnico, por ejemplo, ha pasado del tiralíneas, la escuadra y el cartabón, al lápiz óptico, la tableta electrónica, el computador, el entorno de diseño 3D, el escáner en tres dimensiones, etc.

Es tiempo ya de superar esta linealidad mediante la integración de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje. La formación en y para una sociedad en red es menos un modelo lineal y más un modelo hipertextual; menos “docéntrica” –centrada en el docente- y más “discéntrica” –centrada en el discente-; menos de clase magistral y más de trabajo y reflexión colectiva –debemos impulsar una nueva mayéutica-. El papel del profesor será cada vez más el de un tutor del trabajo académico del alumno, y menos el de un monopolizador y mero expositor del conocimiento.

También las tecnologías de la información y la comunicación, están haciendo cambiar el modelo memorístico de retentiva, por el modelo de memoria asociativa.

En este siglo XXI uno de los retos más importantes para el mundo de la educación es, precisamente, la integración plena de las TIC en todo el proceso formativo. En este sentido, todas las modalidades posibles de formación online (e-learning) tendrán que desarrollarse y ser uno de los canales fundamentales de la formación continuada de todos los grupos sociales implicados en el complejo mundo de las drogodependencias.

Por ello, sugerimos:

- Para los profesionales: Además de la clásica asistencia a congresos y seminarios presenciales, se debe fomentar la creación de plataformas y cursos de formación on line para que todos los profesionales puedan participar activamente en cursos de formación continuada, tanto clínica como de prevención e investigación.
- Para los padres/madres: Se recomienda la elaboración de cursos gratuitos para que puedan recibir la formación adecuada a la hora de afrontar el tema de las drogas con sus hijos.
- Para los jóvenes: Como la estructura de cursos formales tal vez no sea la más indicada, se sugiere crear modelos educativos basados en la cooperación y que tengan algún componente lúdico. En vez de cursos de formación, es posible desarrollar ‘puntos de encuentro’ para resolver dudas o dialogar sobre mitos y falsas creencias en torno a las drogas.

#### 7.4. Juegos on line y electrónicos

---

Una encuesta realizada en los EEUU por la [Kaiser Family Foundation](#) (organización no lucrativa con sede en California dedicada a la información sobre la salud) ha puesto de relieve un gran aumento en el tiempo que los más jóvenes dedican a los medios electrónicos de entretenimiento. Los chicos de entre 8 y 18 años pasan una media de 7 horas y 38 minutos al día (más de 53 horas a la semana) utilizando este tipo de medios, buena parte de las cuales pasan realizando *multitarea mediática* (usar más de un medio al mismo tiempo; p.ej. escuchar música mientras navegan por Internet): esto hace que esas horas equivalgan a 10:45 h. de consumo mediático total. Este cómputo no incluye la hora y media que pasan enviando SMS o la media hora que hablan por teléfono diariamente.

Según el estudio, los adolescentes y preadolescentes estadounidenses pasan prácticamente cada hora que están despiertos (excepto las horas de clase) utilizando un *smart phone*, un ordenador, la TV o algún otro dispositivo electrónico. Los resultados han sorprendido a sus autores por el imprevisto aumento desde la anterior edición de esta serie de estudios (1 h y 17 minutos más con respecto al estudio de 2004), y parece confirmar los temores de los padres de que sus hijos viven *atados* a este tipo de aparatos. Se achaca este aumento a la mayor disponibilidad de elementos portátiles como iPods o *smart phones* que llevan los medios electrónicos hasta los bolsillos y las camas de los adolescentes; de hecho el estudio refleja que los jóvenes pasan más tiempo escuchando música, jugando o viendo vídeos en sus móviles que hablando por ellos. El 66% posee su propio teléfono celular (en 2004 eran sólo el 39%).

El [estudio \*Generación M<sup>2</sup>: Los media en las vidas de los jóvenes entre 8 y 18 años\*](#) es el tercero que a nivel de los EEUU lleva a cabo esta fundación y es uno de los más completos que se publican sobre el uso que de los medios hace la juventud de aquel país. Se basa en una encuesta a más de 2.000 estudiantes realizada entre octubre de 2008 y mayo de 2009.

El uso medio de los jóvenes incluía:

- 4,5 h de TV al día
- 2,5 de música
- 1,5 h de ordenador
- 1,25 h de videojuegos
- aprox. 0,5 h imprimiendo cosas y 0,25 viendo películas.

En cuanto a las actividades puramente online, incluyen:

- Redes sociales: 22 minutos/día; a partir del 7º curso, el 74% tiene un perfil en una red social online
- Juegos online: 17 minutos
- Vídeos online: 15 minutos
- Periódicos o revistas online: 2 minutos.

Esta sencilla foto de la realidad de nuestros jóvenes y su relación con los medios digitales nos lleva a sugerir:

- Es necesario fomentar la presencia de mensajes educativo-preventivos en los juegos más utilizados. Para ello, se debe establecer un canal de comunicación con los fabricantes de juegos y lograr que de forma indirecta se divulguen conocimientos científicos sobre las drogas en vez de falsos mitos. Además, sería deseable que los personajes protagonistas puedan representar roles sociales claramente definidos en contra del consumo de drogas.
- Es conveniente fomentar el desarrollo de sencillas animaciones y juegos donde, de forma divertida, se pueda aprender los efectos negativos asociados al consumo de drogas.
- Puede ser interesante desarrollar juegos en red donde jóvenes de diferentes países y/o entornos sociales participen cooperando o enfrentándose, formando equipos para lograr diferentes objetivos opuestos al consumo de drogas.

#### 7.5. Aplicaciones para móviles

---

Según demuestran datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2009, casi el 94% de los hogares españoles ya disponía de teléfono móvil. Mientras tanto, un 68.4% de los niños con edades comprendidas entre los 10 y los 15 años, ya contaba el año pasado con su propio teléfono, una cifra que hace una década nos hubiese parecido imposible de alcanzar, sobre todo en un sector de la población con una edad tan baja.

En cuanto a las **utilidades** del teléfono móvil por parte de los jóvenes, un estudio elaborado por la EIAA (European Interactive Advertising Association) para la Generación digital en Europa revela que el 38% de los jóvenes de entre 16 y 24 años

utiliza el teléfono móvil para acceder a Internet y a su correo electrónico. A su vez, el mismo porcentaje afirma que lo usará en el futuro para escuchar la radio y un 25% prefiere otros usos tales como ver la televisión.

Sin duda la población se adapta a las **nuevas tecnologías**, al igual que las nuevas tecnologías se adaptan a los usuarios, por ello los teléfonos móviles cada vez cuentan con más aplicaciones.

Hoy día, los smart phones o teléfonos inteligentes son capaces de realizar infinidad de tareas, conectarse a Internet y ejecutar complejas aplicaciones de todo tipo.

Para este tipo de terminales, que son los más usados hoy día, planteamos:

- Fomentar el desarrollo de aplicaciones web para los teléfonos móviles de tal forma que se instalen (residentes) en el terminal y el usuario pueda consultar libremente sin necesidad de conectar a Internet.
- Desarrollar aplicaciones para iphone y terminales con sistema operativo android que permitan valorar la ingesta de alcohol y/o conocer los riesgos asociados al consumo de cada una de las sustancias.
- Desarrollar juegos que se instalen como aplicaciones para que el usuario pueda entretenerse a la vez que aprende conocimientos básicos sobre los efectos de las drogas y cómo afectan al rendimiento escolar, la conducción, la conducta sexual, etc.