

Texto de SORAYA CALVO GONZÁLEZ
Ilustraciones de MARÍA RODRÍGUEZ SUÁREZ



gijón | Juventud


CONSEJO DE LA JUVENTUD DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS
CONSEJO DE LA JUVENTUD DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS
cmpa.es

cmxes
consejo de mocedad
de xixón

NUEVOS MODELOS
DE COMUNICACIÓN EN
PAREJAS JÓVENES:
PROPUESTA PARA LA INTERVENCIÓN
EN ENTORNOS SOCIOEDUCATIVOS

Editan : AYUNTAMIENTO DE GIJÓN/XIXÓN / juventud.gjjon.es
CONSEYU DE LA MOCEDÁ DEL PRINCIPÁU D'ASTURIES
CONSEYU DE MOCEDÁ DE XIXÓN

Texto : SORAYA CALVO GONZÁLEZ

Ilustraciones : MARÍA RODRÍGUEZ SUÁREZ

Diseño y maquetación : www.estudioGRAFICAMENTE.com

ISBN : 978-84-697-5504-4

DL : AS 03012-2017

ÍNDICE

05	Introducción
11	Metodología de la investigación
15	El alumnado como foco principal del estudio
17	¡El profesorado también nos importa!
19	¿Cómo analizamos todos los datos?
23	Algunas conclusiones del estudio
23	Realidades TIC de las personas jóvenes y adolescentes: Usos, privacidad, relaciones y simbolismos
27	El papel del profesorado
29	El papel de las familias
31	Propuestas para la intervención en entornos socioeducativos formales y no formales
31	Educación sexual mediática y crítica como respuesta a los cambios en el modelo de comunicación afectiva
34	Acercamiento básico al concepto de sexualidad
34	Reflexionando sobre mis usos TIC
36	Presencia activa en internet: Identidad digital y narrativas digitales de vida
38	Relaciones, emociones, pareja y redes sociales
39	Trabajando para una gestión positiva del sexting: Construyendo un protocolo de intervención y mediación
43	Referencias bibliográficas

NUEVOS MODELOS
DE COMUNICACIÓN EN
PAREJAS JÓVENES:
PROPUESTA PARA LA INTERVENCIÓN
EN ENTORNOS SOCIOEDUCATIVOS



INTRODUCCIÓN

Los y las jóvenes usan ordenadores, teléfonos móviles y otras tecnologías de información y comunicación (TIC) para hacer las mismas cosas que hacía sin ellas la juventud en otros tiempos: charlar con amigos, quedar, informarse, ligar, coordinar las actividades cotidianas, felicitar, solicitar y ofrecer ayuda, chismorrear, compartir, propagar rumores, acosar, jugar, leer, escuchar música, consumir pornografía, etc. Sin embargo, la presencia de estos dispositivos digitales transforma esas acciones, cambian las maneras, los tiempos, los espacios, los gestos, los significados. Las mediaciones tecnológicas de las relaciones personales contemporáneas ofrecen una multiplicidad de formas y formatos: WhatsApp, foros, correos electrónicos, posts, páginas de contactos, redes sociales, blogs, microblogs y demás medios sociales, desde Tuenti hasta Flickr o Youtube, donde se comparten textos, mensajes, direcciones, sonidos, fotos y vídeos. La adopción, omnipresencia y ubicuidad de estos dispositivos no es una mera cuestión cuantitativa. Su versatilidad, amplia difusión, personalización y la posibilidad de conexión permanente que crean, contribuyen a reconfigurar numerosos aspectos de la vida cotidiana y así como de los procesos de subjetivación y socialización contemporáneos (Rodríguez & Megías, 2014, p. 7).

Vivir, aprender, conocer y relacionarse son experiencias vitales que incorporamos a nuestra construcción personal y con las que crecemos, nos acercamos a las demás personas y generamos nexos de unión, vinculaciones afectivas y personales. La adolescencia es un momento clave en el desarrollo de estas vinculaciones ya que, gracias a los diferentes tipos de aprendizaje formal, no formal e informal, se sientan las bases de lo que acaban convirtiéndose en auténticos "**esquemas de vida**", en constante modificación pero con un punto de inicio que va a ser determinante y definitorio. Este proceso es muy significativo para la construcción de la propia biografía, ya que desde la infancia uno de los planos centrales de nuestras vidas es el plano social, el de las amistades, el amor, la familia. Lo emocional nos mueve, y lo relacional nos construye activamente.

En nuestras **diferentes formas de relacionarnos influyen múltiples factores** que debemos tener en cuenta: desde el entorno físico hasta el sociocultural, pasando por las diferentes características de las personas con las que nos encontramos y las maneras que cada uno y cada una tiene de entenderse a sí mismo y a sí misma y al mundo. Atender y dar importancia a esos factores nos ayuda a percibir el proceso de relación de una manera más holística y real.

A lo anterior debemos añadirle un factor clave en la educación: **no importa solo lo que transmitimos cuando nos relacionamos, si no también cómo lo hacemos**. Las herramientas de comunicación han cambiado significativamente en los últimos años: del teléfono fijo a los teléfonos móviles, de las cartas al e-mail, y de las llamadas a los SMS y los mensajes a través de aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp. Nuevas vías para el intercambio que dejan de ser meros canales para convertirse en configuradores de la socialización, incluyendo distintos modos y estilos de expresión que “extiende nuestros sentidos y nervios en un abrazo global que tiene importantes implicaciones para el futuro del lenguaje” (McLuhan, 1996, p. 98).

Por todo ello, **Internet como ente global ha supuesto una revolución** que implica a todo tipo de colectivos, entendiéndose como un nuevo plano de vida, como un espacio diferente, digital, en el que pasan cosas importantes y en el que nos relacionamos de maneras diferentes. La popularización de dispositivos móviles, redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea gratuitas, etc. han facilitado la relación entre personas superando límites geográficos, temporales y, cada vez más, socio-económicos.

Las interacciones establecidas a partir de las TIC evidencian determinados rasgos distintivos de nuevos **modelos relacionales y de comunicación pluri-media**. Estos modelos nacen en marcos específicos, propios de la sociedad de la información, y muy diferentes a los espacios tradicionales de relación, como pueden ser la calle, el entorno de trabajo o la escuela. Sin embargo, los estereotipos, las dificultades comunicativas y los mitos tradicionales parecen seguir repitiéndose de manera continuada, cuando no ampliada.

Diversos estudios publicados en los últimos años se han centrado en un colectivo concreto para analizar la presencia e interacción activa en la red: **la infancia y la juventud**. Las personas jóvenes y adolescentes, especialmente los y las menores de edad, se entienden como sujetos prioritarios de estudio, por lo que la generación de conocimiento en torno a sus usos y prácticas tecnológicas y relacionales diarias parece asumirse objetivamente como necesaria. Para nuestro estudio es esencial involucrarnos y empaparnos de ellos y de ellas, de sus maneras de entender y usar las tecnologías, y sobre todo plantearnos, como profesionales de la educación, los modos y las maneras en que podemos mejorar nuestra práctica docente para generar entornos de aprendizaje real que respondan a las necesidades que ellos y ellas demandan en torno a sus vivencias emocionales.

Junto a todas aquellas cuestiones que implican las dinámicas de socialización en línea, presencia, gestión de identidades digitales, dificultades y potencialidades; valoramos el conocimiento en profundidad de los contenidos mediáticos que son consumidos y la manera en que a través de ellos se perpetúa un variado catálogo de **estereotipos**. Debido a la repercusión que tiene en los imagina-

rios colectivos de estos usuarios y estas usuarias, consideramos que el universo mediático es un factor educativo informal muy poderoso y al que es primordial atender para entender las **tendencias identitarias y de interacción social privada y pública** de una generación que ha convivido toda su vida con pantallas ubicuas y multiformato.

La investigación que hace posible la publicación de este material parte de ese colectivo, su estructura de socialización y los referentes mediáticos para aproximarse a un problema de investigación concreto: **el modelo de comunicación** que se establece en las interacciones afectivas en un contexto virtual (redes sociales como Twitter e Instagram) en un entorno geográfico (Asturias). Al entrar en juego de manera activa diversas caras de una realidad poliédrica, imprescindible atender a los avances que desde distintos enfoques se hacen sobre el tema, y la manera en que cada paradigma entiende la construcción de las relaciones 2.0.

Debido a su naturaleza educativa, el estudio se establece partiendo del **enfoque pedagógico de la educomunicación o educación mediática**. Esta visión, presente activamente en la actualidad, propone estrategias para establecer nexos de unión entre los procesos formativos formales, no formales e informales y el desarrollo de las vivencias en su máxima expresión en relación con los medios de comunicación (Aparici, 2010; Barbas, 2012; Castells, 2001; Ferrés, 2012; Kaplún, 1998; Marulanda, 2014). Nos interesa especialmente la relación íntima, emocional, que involucra los afectos y los pone en común en entornos de vinculación afectiva.

Desde la **sociología**; gracias a obras históricas (Goffman, 1959) y a nuevas autoras (Lasén, 2014; Pink et al., 2016); nos hemos adentrado en interesantes aportaciones sobre las dinámicas de usos y actividades sociales de las personas jóvenes en Internet y las transformaciones que estas tecnologías han tenido para las configuraciones de pareja en entornos digitalizados. Nos acercamos a la producción científica sociológica desde una mirada educativa, pretendiendo aprovechar la complejidad de sus respuestas y el interés de las aportaciones que corrientes como la sociología de las emociones (Fernández-Porcela, 2011; Kemper, 1989) han dibujado en torno a nuestro problema de investigación.

El campo en el que nos involucramos hace necesaria la presencia de una **visión sexológica** que dé cuenta de la convivencia de los sexos (diversas identidades sexuales), al hablar de marcos y modelos relacionales entre personas que son moldeadas, por su biografía sociocultural y biológica, adquiriendo roles y bebiendo de ideas proyectadas. El sexo de los sujetos se hace y se construye, como el sujeto mismo, a través de un desarrollo y una evolución ontogenética y filogenética (Amezúa, 1999; Fernández-Alonso & Rotella, 2003; Herrera, 2010; Tenorio, 2012). Y en esa evolución, la comunicación y los contenidos en medios y redes tienen un papel clave en tanto que es significativa, provoca conflicto y, por tanto, cambio y transformación. La proliferación de interacciones cada vez más profundas en el seno de estos espacios hace necesaria la profundización en la manera en que chicos y chicas construyen sus identidades en torno a prototipos que responden al binomio sexo-género. Para ahondar en esa estereotipia consideramos imprescindible incorporar, junto a la visión de la sexología como ciencia, una **visión crítica y de género** sobre los mecanismos por los que se divulgan determinadas ideas de masculinidad y feminidad, las cuales mediarán en las cons-

trucciones de las identidades propias, y en los autoconceptos de ellos y de ellas. Entender y desgarrar las intenciones ideológicas que alimentan los contenidos mediáticos es asunto obligado para poder profundizar en el ideario que da forma a la belleza física, el atractivo, el deseo y la erótica en su más amplia expresión. Para aportar conocimientos relevantes sobre modelos de comunicación afectiva entre jóvenes debemos conocer el imaginario de género sobre el que se posicionan como hombres y mujeres, enfatizando así mismo en los requisitos que ese imaginario impone sobre lo agradable, lo deseable, y lo positivo.

En base a lo anterior, nuestra investigación está más encaminada a analizar la realidad comunicativa de los y las jóvenes **desde las potencialidades y las tendencias comunicativas** que desde los problemas, peligros y riesgos derivados de la introducción de las TIC en la vida cotidiana (Ahern & Mechling, 2013; del Río, Chalezquer & Sala, 2010) o desde la cuantificación de los hábitos conductuales de adolescentes a partir del uso de las redes sociales (Almansa, Fonseca & Castillo, 2013; Ballesta et al., 2015; Sánchez-Burón & Álvaro-Martín, 2010). Además, buscamos ofrecer conclusiones que aglutinen diferentes corrientes teóricas al encontrarnos ante un problema con múltiples agentes. No es en exclusiva una investigación sobre tecnologías, sobre comunicación o sobre género; es un estudio sobre una **problemática concreta y vital de la juventud que debe abordarse multidisciplinariamente**.

Finalmente, este conocimiento busca escuchar los conocimientos, las opiniones y las necesidades sentidas por el profesorado con la finalidad de crear propuestas didácticas que puedan reinvertirse sobre la práctica real docente de los centros educativos, incorporando perspectivas y aportaciones para su posible inclusión también en entornos no formales de enseñanza y aprendizaje. Conjugar las peculiaridades y características de los rasgos que conforman el modelo comunicativo de las personas jóvenes a la hora de relacionarse íntimamente con la visión de los y las profesionales que conviven con ellas y ellos debe servir como eje generador de propuestas educativas de cambio, justificando una intencionalidad pedagógica que da sentido a todo este estudio.

Al centrarnos en la vida emocional y afectiva de las personas, circunscribimos este tipo de propuestas bajo el **prisma de la educación sexual como marco formal** (OMS, 2010; VVAA, 2011) y espacio didáctico desde el que trabajar la influencia que los medios han tenido en la manera de entendernos y relacionarnos. Tras la aprobación a finales del 2013 de la LOMCE (Ley de Mejora para la Calidad Educativa) desaparece la controvertida asignatura de “Educación para la Ciudadanía” que se había incorporado en el currículo formal educativo en el año 2006 en el marco de la LOE (Ley Orgánica de Educación). Entre los contenidos generales de esta asignatura, que era impartida en el último ciclo de la Educación Primaria y toda la Educación Secundaria, se incluían contenidos relativos a la sexualidad humana y su aspecto más social. Así mismo, los objetivos generales de cada etapa educativa obligatoria explicitaban la necesidad de trabajar en el proceso de enseñanza con los cuerpos, las capacidades afectivas o el valor y el respeto entre los sexos, aspectos que con la LOMCE también se han modificado sustancialmente, mostrando un nuevo marco pedagógico de referencia y orientación didáctica.

Tras este cambio legislativo, la educación sexual no tiene un espacio formal con entidad propia en el

currículo educativo español y sus contenidos específicos siguen asumiendo la característica de transversalidad que introdujo ya en 1990 la LOGSE (Ley Orgánica General del Sistema Educativo). Esta situación acaba por relegar a la educación sexual a un segundo plano supeditado a la voluntad de equipos directivos, de orientación y docentes. Por otra parte, existen proyectos autonómicos, de ayuntamientos o de entidades sin ánimo de lucro, que participan de manera casi extraescolar y desde diferentes perspectivas: sanitaria, sexológica, de género, etc. Estos proyectos no llegan a todos los centros, no existe unicidad de criterios de actuación y lo que es más importante, no todo el profesorado está involucrado. Por la peculiaridad de esta situación, y el firme convencimiento de que lo afectivo y emocional forma parte indisoluble del concepto más amplio y justo de educación existente, la educación de los sexos es el eje central desde el que se articulan y traducen todos los campos del conocimiento de los que se nutre esta propuesta de intervención.





METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo nace con una clara intención: adentrarnos en el conocimiento de las identidades digitales y sus interacciones a partir de las relaciones interpersonales, afectivas y emocionales que se establecen mediante las TIC; y marcar líneas significativas que describan los distintos modelos relacionales detectados entre los y las jóvenes de Asturias. Para ello fue necesario estudiar en profundidad la configuración de las identidades digitales personales más íntimas, atendiendo a aspectos tales como la representación de la propia imagen física en forma de selfies, las evidencias de las identidades sexuales o sus peculiaridades individuales o comunes, los contenidos que son compartidos con contactos (y en ocasiones, de manera pública), las expresiones textuales y simbólicas de los afectos, el tipo de interacciones y conexiones generadas entre amigos/as o parejas, o las propias descripciones biográficas de los usuarios y las usuarias.

Este interés plantea como requisito imprescindible profundizar en las maneras en que los nuevos espacios de comunicación digitales y sociales, específicamente aquellos más utilizados por chicos y chicas de entre 14 y 18 años, favorecen la actualización o el cuestionamiento de estereotipos que intervienen en modelos relacionales tradicionales, así como los mecanismos por los cuales las identidades personales son diseñadas, compartidas y puestas en común. Es necesario conocer las interfaces de las redes, las posibilidades comunicativas que ofrecen, la capacidad que la tecnología de cada plataforma proporciona para interactuar y conectar, los contenidos en torno a los que se generan narrativas significativas, etc.

En línea con lo anterior, algunos de los objetivos generales de la investigación que llevamos a cabo son los siguientes:

- Conocer rasgos diferenciadores y significativos de las identidades digitales asumidas y expresadas, detectando las características que definen y dan forma a los nuevos modos de relación interpersonal afectiva entre jóvenes.
- Aproximarse al uso que los y las jóvenes hacen de las TIC para relacionarse emocionalmente con sus iguales en su vida cotidiana.
- Determinar y evaluar los espacios digitales de comunicación en los que los y las adolescentes se desenvuelven de manera cotidiana, detectando sus peculiaridades y los nuevos formatos contextuales.
- Evidenciar las dificultades y potencialidades que los y las jóvenes encuentran en su manera de expresarse emocionalmente a través de las TIC.
- Desarrollar una propuesta de intervención específica en educación sexual desde la perspectiva de la alfabetización digital crítica.
- Elaborar pautas y propuestas para el autoanálisis y la intervención educativa en contextos formales reglados (centros educativos) e informales no reglados (asociaciones, espacios de ocio y tiempo libre, etc.) orientadas hacia el uso crítico y activo de medios de comunicación e información en el marco de las relaciones emocionales y afectivas.





Para responder a estos objetivos pusimos en marcha un proceso de investigación de tipo cualitativo en colaboración con 12 centros educativos de Asturias. Elegimos el paradigma cualitativo pues creemos firmemente que es la forma más adecuada de tratar el tema de estudio debido a su naturaleza continua y cambiante, y porque consideramos que la información que nos va a reportar es fundamental para dar una visión del proceso atendiendo a factores plurales: desde el entorno y la influencia del espacio formal (institutos) e informal (vivencias individuales, biografías personales...) hasta la emocionalidad de los y las participantes expresada por sí mismos y mismas.

En concreto, construimos un marco de investigación basado en la etnografía digital con un enfoque biográfico. Para ello diseñamos un entramado tecnológico que permitió conocer la realidad del día a día digital de los chicos y las chicas que participan en el estudio, siempre desde una perspectiva académica y priorizando el anonimato. En este entramado tienen una importancia sobresaliente los perfiles que creamos en dos redes sociales de referencia para el colectivo: INSTAGRAM y TWITTER. En estas redes sociales se abrieron dos perfiles diferentes, ambos con el mismo nombre de usuario (@iddigitales). Los perfiles tenían una privacidad abierta/pública, y a través de ellos se compartió información sencilla sobre el recorrido del curso académico y de la investigación en general, aprovechando la ocasión para lanzar algún mensaje positivo sobre el concepto de educación sexual.



EL ALUMNADO COMO FOCO PRINCIPAL DEL ESTUDIO

La manera en que contactamos con los chicos y las chicas fue ágil y sencilla. En primer lugar llevamos a cabo una primera intervención de aula en los diferentes grupos de 4º de la ESO de los centros participantes en la que trabajamos conceptos generales de educación sexual en redes sociales. En estas intervenciones participaron en torno a 720 chicos y chicas de diferentes localidades de Asturias: Oviedo, Gijón, Avilés, Llanera, Candás, Corvera, Arriondas, Langreo, Pravia, Ribadesella y Navia.

Además de trabajar con conceptos concretos, la sesión fue dedicada a la presentación de la investigación al alumnado; explicando todo el proceso de la misma, deteniéndonos en sus objetivos y animando a la participación, siempre voluntaria y no vinculante. El alumnado que finalmente deseaba participar solo tenía que hacer "follow" a cualquiera de los dos perfiles, y posteriormente aceptar el "follow back" emitido por las cuentas @iddigitales. En cualquier momento podía dejar de participar en la investigación o hacer consultas sobre la marcha de la misma. ¡100% TRANSPARENTE!

La muestra final con la que trabajamos en el estudio fue de 528 perfiles o identidades digitales, con la particularidad de que una misma persona puede tener perfiles en ambas plataformas, con diferente información y por tanto diferentes particularidades digitales que analizar. Desglosando por plataforma, hemos accedido a 403 perfiles de Instagram y 125 perfiles de Twitter.

Los datos compartidos a través de esos 528 perfiles fueron recopilados durante un periodo temporal concreto: desde enero del 2015 hasta agosto del 2015, en total 8 meses de inmersión total en el contexto digital. Para poder llegar de manera efectiva y real a todos esos datos pusimos en marcha diferentes estrategias de obtención de información, que fueron desde la observación directa de aquellas cuestiones más llamativas, hasta la aplicación de una utilidad informática especialmente diseñada para esta tarea llamada AUTOGRAM. Gracias a AUTOGRAM pudimos obtener todas las informaciones de los perfiles digitales en diferentes formatos (imágenes, textos, hashtags, emoticonos, enlaces, me gustas, etc.) y "en bruto". En total, analizamos casi 20.000 publicaciones de Instagram y más de 2.700 publicaciones de Twitter.



¡EL PROFESORADO TAMBIÉN NOS IMPORTA!

Además de considerar al alumnado como muestra principal y colectivo en el que se centró nuestro estudio, deseamos atender a las diferentes realidades en torno a un mismo problema socioeducativo. Por ello hicimos un énfasis especial en incorporar la visión y las opiniones del profesorado de los centros educativos vinculados al proyecto. Fue muy interesante contar con la colaboración de sexólogos/as en formación, que ofrecieron una visión más concreta en torno a las necesidades que la educación sexual actual presenta en las aulas. La finalidad de este enfoque multidisciplinar es conocer los perfiles que se complementan y que conviven en el día a día de la escuela, ya que la participación de estos colectivos profesionales será clave para dar una respuesta a la intencionalidad de cambio que lleva implícita la investigación atendiendo a los principios transformadores de la investigación-acción (Latorre, 2003). Gracias a las experiencias y conocimientos que esta parte de la muestra compartió con la investigadora ha sido posible construir claves didácticas de utilidad a la hora de desarrollar una propuesta de intervención en educación sexual para jóvenes que sea útil, coherente, apropiada y crítica.

En cuanto al profesorado, contamos con la participación de un total de 30 profesores y profesoras (orientadores/as, tutores/as, profesorado responsable de diferentes áreas del conocimiento, etc). Este profesorado pertenece a los 12 centros anteriormente desglosados, incluyendo así mismo a una profesional del CPR Avilés-Occidente.

En cuanto a los/as sexólogos/as en formación, agradecer el compromiso del alumnado que en el año 2015-2016 cursaba 2º curso del Máster Universitario en Sexología de la Universidad Camilo José Cela.



¿CÓMO ANALIZAMOS TODOS LOS DATOS?

El procedimiento de análisis de las informaciones obtenidas a través de los grupos focales de debate, las entrevistas y el proceso etnográfico es clave para entender las conclusiones obtenidas. Este análisis se estructuró en base a grandes categorías que aglutinaban los diferentes puntos de referencia que nos encontramos en nuestra interacción con los y las protagonistas de nuestras distintas intervenciones. Dentro de cada una de esas categorías pudimos determinar cuáles eran los asuntos más importantes en los que deberíamos de focalizar nuestra atención, desgranando y esquematizando todas las características, peculiaridades, pequeños matices y generalidades de las mismas.

Para dar significados a esas categorías tratamos las informaciones obtenidas en profundidad, analizando los discursos de los/as profesionales participantes de manera cualitativa: Esto supuso un importante ejercicio de reflexión y síntesis a partir de la relación entre ideas repetidas, detección de excepciones que mostraban cierta coherencia con el discurso general, descripción de cada uno de los elementos destacados, etc.

En cuanto a la lectura de los perfiles, gracias a un documento llamado "diario de campo digital" pudimos obtener una visión general de los puntos más relevantes de las interacciones detectadas. En este "diario de campo" se fueron apuntando de manera sistemática las tendencias detectadas en las interacciones y representaciones, guardando imágenes o narrativas llamativas, anotando reflexiones de la investigadora en torno a lo que acontecía en los diferentes perfiles, etc. Además de ir dando cuenta de manera oportuna y continua a todo aquello que iba sucediendo en el campo digital; también se llevó a cabo un examen pormenorizado de las biografías de los perfiles de Instagram y Twitter. En este examen se atendió de manera concreta a los diferentes elementos configuradores de las mismas para, posteriormente, comparar y señalar corrientes: @usuario/a, nombre real, info personal, foto de perfil y de portada, enlaces vinculados, etc.



▲ Elementos de las biografías en Instagram

▶ Elementos de las biografías en Twitter



Fue especialmente importante contextualizar este análisis con el entorno mediático en el que los perfiles encajaban para poder comparar la actividad de ciertos referentes relevantes (instagramers, youtubers e influencers en general) con la del alumnado participante y detectar posibles influencias y estereotipos evidenciados.

No solo puntualizamos los elementos configuradores de las biografías: también fue trascendental para los resultados del estudio detenernos en los elementos presentes en cada una de las publicaciones diarias y desgranar textos, imágenes, emoticonos, hashtags, enlaces y "me gustas" de cada una de ellas.



▲ Elementos de las publicaciones en Twitter

▶ Elementos de las publicaciones en Instagram



AUTOGRAM nos ofreció un primer análisis cuantitativo de todos estos elementos, explicitando las referencias en torno a cada uno de ellos (por ejemplo, los diferentes emoticonos utilizados, las palabras que aparecen en cada texto, los #hashtags usados) y la frecuencia con que cada una de esas

referencias fue utilizada. A modo de ejemplo llamativo, destacamos que el emoticono "OJOS CORAZON" aparece en los comentarios de Instagram en más de 7500 ocasiones, y la expresión "te quiero" (con sus múltiples versiones: "TQ, "TK", "Te Kieroooo", etc.) fue utilizada, en esos mismos comentarios, más de 1250 veces.

Si bien todos los datos de las publicaciones fueron monitorizados y puestos a disposición gracias a AUTOGRAM, el trabajo con las imágenes suponía una dificultad añadida. Además del análisis en profundidad de la observadora se requería una primera aproximación que ordenara las fotos en función de su tipología y contenido básico: si en la foto salía una persona, una pareja, o un paisaje; si era una "foto al espejo", etc. Esto fue especialmente complejo ya que el volumen de fotografías recopiladas fue muy grande. Para llevar a cabo este primer análisis formal utilizamos una herramienta informática, la API FACE++. Esta API fue testada en diferentes investigaciones, justificándose una fiabilidad del 95% con un margen de error del 0,75%. Es, por lo tanto, útil y pertinente para su uso como herramienta de apoyo en el análisis. Las imágenes recopiladas, que en su mayoría fueron selfies, fueron contabilizadas y categorizadas a partir de dos estrategias: en primer lugar, un análisis simple de características de la imagen ejecutando la API anteriormente citada, y posteriormente un proceso de lectura crítica en la que incluimos descripciones detalladas de las particularidades de cada fotografía, dibujo, etc.





ALGUNAS CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

De este estudio se extrajeron varias conclusiones que nos gustaría divulgar debido a la importancia que estas pueden tener para el trabajo socioeducativo con personas jóvenes y adolescentes:

REALIDADES TIC DE LAS PERSONAS JÓVENES Y ADOLESCENTES: USOS, PRIVACIDAD, RELACIONES Y SIMBOLISMOS

- Para las personas jóvenes las TIC son herramientas de acercamiento, encuentro, disfrute y vivencia común. Las redes sociales y/o aplicaciones de socialización digital más utilizadas son WhatsApp e Instagram, dejando de lado otros espacios como Facebook, que ya no resultan vinculantes.
 - No todas las redes sociales se utilizan para lo mismo: los espacios más relacionados con la vivencia personal son Instagram o WhatsApp, mientras que otras plataformas como Twitter se usan para seguir intereses de tipo artístico, sociocultural o político. En Instagram se construyen relaciones de pareja o de amistad, y en Twitter se accede a información y se defienden opiniones sobre los más diversos temas.
 - El móvil es el protagonista de los accesos jóvenes a la red. El smartphone se convierte no solo en canal de comunicación, sino también en agente activo que media en el proceso de socialización de las personas que lo utilizan diariamente. Lo importante no es el móvil como aparato, lo que resaltamos es el papel que asume el móvil como foco posibilitador, que aporta y "remedia": amistad, amor, compañía, refuerzos positivos, soluciones temporales a las distancias físicas, calmante de ansiedades e inseguridades y anclaje físico a los/as otro/as por medio de los sentidos que se ponen en juego. El aparato queda anclado profundamente a los procesos vitales que de él surgen.
-

- Las tecnologías son “el puente” a través del cual se sortean dificultades comunicativas: se rompe el hielo a través de WhatsApp para iniciar un proceso de seducción; se trata de conocer la vida del otro y de la otra deseado/a mirando su perfil de Instagram; se ponen en marcha estrategias de comprobación de los vínculos de pareja, etc. Este puente no siempre es construido de manera equilibrada y consciente; y de esa construcción pueden derivarse conflictos y relaciones desequilibradas o de jerarquía. ¿El punto común de todas estas tendencias? ¡La necesidad de controlar el propio plano social y de salvaguardar el autoconcepto y la seguridad en uno/a mismo/a!
 - Las identidades digitales de los chicos y las chicas son expresiones más o menos fieles de la identidad analógica asumida y/o pretendida. En las identidades se muestran claramente los valores considerados como positivos en los que se enraízan las identidades personales de ellos y de ellas. A través de las biografías en redes sociales como Twitter o Instagram se ofrecen posibilidades para el contacto personal a través de entornos más privados; pequeñas descripciones del "yo" sentido y/o deseado; rasgos contextuales de ubicación geográfica; referencias a lo que se cree, piensa o siente en ese momento; y rasgos llamativos que se quieren destacar y que suponen un elemento de distinción y/o valoración positiva frente a los y las demás.
 - La configuración de las identidades digitales tienen un claro concepto de "alteridad" y, por ello, los “Me Gustas” se buscan activamente. Lo que los otros y las otras dicen o piensan de mi ejerce una clara influencia en la construcción de mi propio "yo", y esto repercute claramente en las identidades digitales. Las interacciones positivas o negativas modelan lo que publico y comparto con mis amistades. Por ejemplo: si subo una fotografía con un gesto concreto y esa publicación consigue muchos "Me Gustas" y comentarios positivos, mi tendencia será repetir ese gesto ya que es probable que yo haya traducido (no siempre de manera consciente) esas interacciones como un refuerzo positivo a esa actitud o expresión en concreto. El "Me Gusta" deja de aludir solamente a una foto o una publicación concreta y pasa a convertirse en un "Me Gustas Tú".
 - Los referentes mediáticos, como Instagramers o YouTubers, tienen importancia clara en la manera en que las personas jóvenes configuran sus identidades digitales y, por tanto, sus "yoes" en la red. Las tendencias que estos referentes siguen en sus perfiles son repetidas y continuadas por chicos y chicas de todo tipo: expresiones, hashtags, apodos, emoticonos, poses en selfies, etc. Son modelos de lo deseable, en función de las peculiaridades de cada referente y los valores que cada cual asume como propios. Podemos entenderlos como nuevos protagonistas del movimiento "fan".
 - Dentro de los referentes mediáticos estudiados existen ejemplos de personas diversas y que promueven ideales y valores plurales y enriquecedores. Sin embargo, al igual que sucede con los mass media, la mayoría de los ideales que las personas jóvenes despliegan en sus identidades digitales se configuran en base a referentes sociales estereotipados, asentados en un contexto de mercado, de gran consumo y que perpetúan diferencias de género sexistas. El concepto de privacidad e intimidad ha cambiado de manera muy evidente. La deconstrucción de este ideario supone un punto de inflexión en la manera en que nos enfrentamos a la exposición de nuestra vida íntima en las redes; y también en la forma en que consumimos vidas ajenas, de amigos/as o
-

de Instagramers y YouTubers. Pasamos de la "era de los paparazzis", en donde la intimidad de las personas públicas era un elemento de mercado muy cotizado; a la "era del Instagram", en donde lo privado es elemento naturalmente compartido por la propia estructura de las herramientas de comunicación digital. Todas las personas que formamos parte de las redes somos personas públicas; y el anonimato llega a entenderse como una utopía deseada que ponemos en riesgo diariamente.

- La vivencia analógica y la vivencia digital están estrechamente interconectadas, y en una se da cuenta de lo que sucede en la otra, y viceversa. Así mismo, los espacios de socialización digital son propiciadores del encuentro en persona y en base a ello son configurados. Lo analógico sigue siendo algo anhelado; y lo digital se convierte en el atajo gracias al cual es más sencillo conseguir un encuentro cara a cara. En torno a esto existen excepciones claras, y la mayoría son las que se refieren a aquellas personas que tienen dificultades de cualquier tipo para poder establecer vinculaciones interpersonales significativas. En estos casos las plataformas digitales pueden convertirse en "zonas de confort" a partir de las que es posible contactar con seguridad con otras personas, pero que no presentan vinculación real con una vivencia analógica. Es importante enfocar estas situaciones para delimitarlas y poder ofrecer respuestas educativas adecuadas y en pro de un desarrollo social satisfactorio para ellos y ellas.
 - Se usan múltiples mecanismos para sustituir los elementos de la comunicación no verbal de los que, a priori, carece la comunicación textual. Los emoticonos o ciertas expresiones recurrentes tratan de emocionalizar y simbolizar los mensajes lanzados a través de estas plataformas, y es imprescindible alfabetizarse en este nuevo lenguaje para poder comprender de manera efectiva las cosas que se dicen y se hacen en Internet. La integración de elementos multimedia (música, notas de voz, fotografías, enlaces) también enriquecen las cosas que se cuentan; por lo que nos enfrentamos a un código tremendamente complejo que va mucho más allá del uso de palabras.
 - El significado del mensaje también va a depender de la plataforma desde que se emite: no es lo mismo escribir un mensaje por WhatsApp que por Instagram: los niveles de intimidad resignifican lo que decimos; y posiciona en uno u otro lugar en términos de jerarquía emocional a la persona con la que estamos interactuando.
 - Los emoticonos aportan significado a los mensajes lanzados, y son claras unidades de expresión. Se utilizan mucho, y se leen en clave "emocional". La mayoría de los emoticonos que se utilizan son enfatizaciones positivas de los mensajes: muchos corazones.
 - Los #hashtags son formas de visibilizarse y generar interacciones positivas, una manera de llamar la atención y vincular gustos y deseos comunes. También son estrategias de personalización de los mensajes; y es común utilizar hashtags inventados para hacer más especial el mensaje compartido.
 - El discurso global que se mantiene públicamente en las redes es positivo, feliz y emotivo. Se priorizan las expresiones de afectos, y en general el clima es agradable y prima la muestra de
-

amor y amistad. En nuestra investigación no hemos detectado de manera significativa conflictos ni situaciones negativas; pero intuimos que este tipo de conductas tienen más que ver con los espacios privados (mensajes privados, conversaciones de WhatsApp) que con los públicos.

- La imagen es el elemento básico de la representación de uno/a mismo/a. Los selfies son los claros ganadores: ¡inundan los perfiles!. Existen rasgos compartidos por estos selfies; como la clara orientación a la persona que lo recibe (mirando a cámara, alusiones directas a una o varias personas, etc.) o el formato en forma de montaje, collage, etc. Por otro lado, existen evidentes diferencias de género entre los selfies de ellos y de ellas que reflejan ideas sesgadas y estereotipadas de la belleza masculina y femenina.
 - Los selfies suponen todo un ritual de preparación previo que incluye una dinámica de ensayo-error, retoques y filtros y fiscalización de las reacciones generadas (si un selfie tiene más "Me Gustas" se convertirá en un modelo válido que repetir en futuras publicaciones). Los selfies pueden darnos mucha información de la idea de feminidad/masculinidad asumida por la persona; así como del concepto de erótica y sexualidad presente en su proceso relacional. ¿Ser deseable o ser deseante? ¿ser sujeto u objeto? ¿pasivo/a o sumiso/a? ¿guapo/a o fuerte?.
 - Se percibe un ideario global de sexualidad que atiende a una visión normativa, sexista y comercial de la erótica. También hemos detectado expresiones vinculadas a la idea de "amor romántico" para reafirmar las vinculaciones de pareja y las expresiones de afecto; y un contexto que favorece determinadas estrategias de relaciones poco equilibradas relacionadas con el control de la pareja a través del teléfono móvil. Estos mensajes se pueden observar en imágenes de tipo "meme" o montajes de imagen + texto que son sencillos de leer y compartir, lo que favorecen su viralización.
 - Los y las jóvenes tienen más relaciones, y estas son más públicas, existiendo cierta ruptura entre los límites privados y sociales debido, en cierto modo, a la deconstrucción de los conceptos de privacidad e intimidad. En cuanto a su tipología, las relaciones parecen más rápidas y fluidas; así como desdramatizadas en cuanto a las rupturas.
 - Las redes sociales o los programas como WhatsApp son un elemento más a gestionar en las relaciones de pareja, por lo que van a influir, intervenir y, en cierto modo, determinar distintos momentos de una relación emocional: desde los primeros encuentros hasta la ruptura, pasando por la comunicación de las emociones más íntimas y la resolución de los conflictos. La tecnología se convierte en uno/a más de la pareja.
 - El alumnado en general conoce situaciones de sexting mal gestionado en sus entornos más cercanos, incorporándose al debate social que se genera en torno a los mismos. En estos debates se perpetúan discursos sesgados y machistas que culpabilizan a las mujeres y justifican conductas sexistas muy ligadas a los malos tratos. Las criticadas e insultadas suelen ser las chicas, las cuales tienden a cargar con el peso de la responsabilidad social.
-

- Las TIC ejercen como potenciadoras de los conflictos ya que maximizan las potenciales causas que pueden derivar en situaciones problemáticas. Es importante remarcar que las tecnologías no suponen en sí mismas los motivos por los que existen dificultades en las relaciones interpersonales: estos tienen más que ver con las dificultades para la comunicación interpersonal.



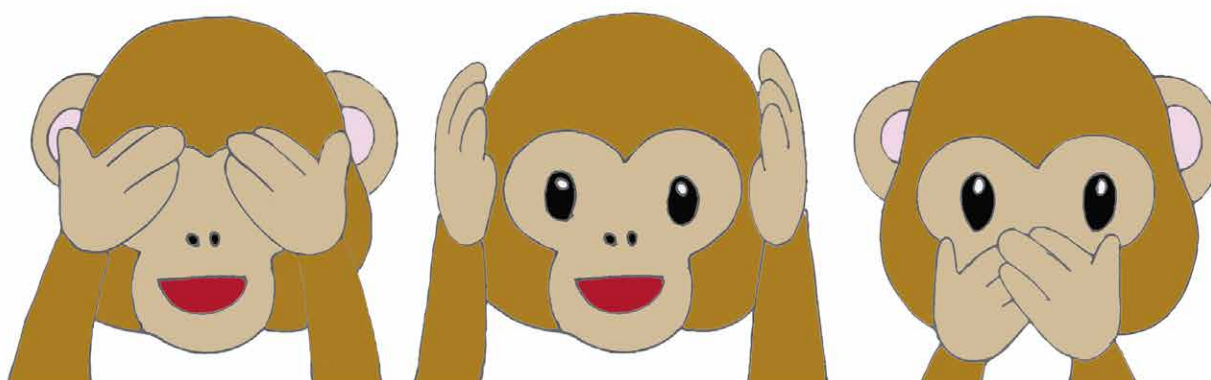
EL PAPEL DEL PROFESORADO

- El profesorado, al hablar de internet y personas jóvenes, suele destacar algunas de las dificultades que los usos de estos espacios y/o programas pueden implicar para ellos y ellas. Hablan de dependencia, pérdida de control sobre la intimidad, conflictos entre iguales y, en general, situaciones problemáticas.
 - Para el profesorado, la incorporación de las TIC en las relaciones de pareja jóvenes va relacionada indiscutiblemente con cuestiones conflictivas, priorizándose la matización de los riesgos en los discursos. Así mismo, las personas adultas no entienden las dinámicas de interacción romántica celebradas en estos espacios, por lo que existe una dificultad para empatizar con ellos y ellas.
 - El profesorado no habita las mismas redes que ellos y ellas: no usan Instagram, y por tanto no conectan con lo que en Instagram sucede. La red más utilizada por el profesorado es Facebook, un espacio digital cada vez más despoblado de personas adolescentes.
-

- Se detecta que el aprovechamiento didáctico de las TIC es cada vez más intenso debido a la iniciativa de parte del profesorado, que incorpora determinadas tecnologías al trabajo de aula. A pesar de ello, en los centros existe aún cierta normativa basada en la prohibición de los teléfonos móviles en el aula e incluso en el centro. Si entendemos que la educación holística pretende atender a la globalidad del desarrollo personal debemos plantearnos estas políticas en tanto que las interacciones sociales son parte indisoluble del crecimiento global de las personas. La educación supera las limitaciones del momento de aula, y los centros, como espacios globales de aprendizaje, no pueden desatender esta realidad comunicativa.
 - El profesorado y los/as profesionales que trabajan con menores pueden llegar a tratar la socialización joven desde una perspectiva poco coherente no solo con el momento vital, sino también con el momento digital. Al tratar de imponer un concepto de privacidad e intimidad previo a la “era Instagram” se genera un debate poco fértil en el que no se habla el mismo idioma y, por tanto, tampoco se llega a acuerdos y comprensión mutua. El profesorado asume una actitud evidentemente protectora que es necesario re-pensar y contextualizar para que pueda ser pertinente con la deconstrucción de los conceptos de intimidad y privacidad.
 - No existe un conocimiento profundo sobre los referentes mediáticos de influencia para los chicos y las chicas: youtubers, instagramers o influencers en general.
 - Para el profesorado, el uso de imágenes como elementos comunicativos centrales tiene dos implicaciones clave: en primer lugar, consideran que explicar a través de imágenes no requiere de una reflexión ni elaboración textual, y por tanto es más sencillo y ágil para ellos y ellas, aunque también menos preciso. En segundo lugar, los medios e Internet se sirven de las imágenes continuamente para comunicar, narrar e informar; siendo además un elemento simple y rápido más eficaz para fidelizar a usuarios/as jóvenes. Debemos detenernos en esta conclusión para reflexionar sobre el nivel de alfabetización digital que el profesorado tiene para poder llegar a comprender y situar las imágenes en el lugar en el que las sitúa el alumnado. ¿Somos conscientes de la verdadera importancia que estos contenidos tienen para ellos y ellas? ¿Estamos menospreciando todo el simbolismo que hay detrás de una fotografía? ¿Somos capaces de leerlas críticamente?
 - Los y las profesionales consideran que los y las jóvenes no tienen una conciencia real del impacto que tienen sus acciones en las redes, por lo que tienen cierta incapacidad para prever las consecuencias de determinadas situaciones y para empatizar con aquellos y aquellas a las que se agrede. No se tiene una visión real del alcance que los datos que se comparten tienen en Internet, y por ello no acceden a un marco visual en el que apoyarse para controlar la situación y ser capaces de gestionar todo aquello que se deriva de ellos.
 - Existe unanimidad a la hora de demandar apoyo por parte de la administración pública. Se exigen propuestas de formación continua en temas relacionados con las TIC y su aplicación a la vivencia social, iniciativas de desarrollo, implantación y gestión de programas específicos de intervención y líneas orientativas que unifiquen las políticas de los centros para enfocar la educación mediática y el cambio actitudinal y metodológico de una manera coherente y realista. Es impor-
-

tante priorizar la incorporación de conocimientos técnicos y legales y espacios que posibiliten la transformación metodológica.

- También se requiere un protocolo de actuación que ayude a los centros a enfocar situaciones de sexting mal gestionado que deriven en problemáticas para el alumnado, incluso en aquellos casos en los que la situación requiera de intervención por parte del ámbito jurídico y legal.



EL PAPEL DE LAS FAMILIAS

- Es imprescindible que las familias se impliquen en la resolución de aquellos conflictos derivados del uso de las redes a pesar de que estos puedan superar los límites de la escuela e incluso del entorno del hogar. Una colaboración conjunta colaborativa en la que participe toda la comunidad educativa es la única manera de favorecer el cambio social.
 - La familia también es un referente de gestión tecnológica ya que las personas jóvenes también aprenden a usar las TIC a partir de la observación de determinadas estrategias de uso, tanto positivas como negativas. Padres y madres se conectan con hijos e hijas, transmitiendo mensajes pero también influencias en torno a las formas y modos de idear, narrar y expresar. Más tarde ese proceso se repite orientado hacia sus iguales, sus respectivas familias, y sus compañeros/as de trabajo. Se genera un bucle infinito que empapa a todas las personas que se involucran en él, por lo que cada implicado/a acaba incorporando y aprendiendo en base a su experiencia transmisiva de emisión y recepción.
-



PROPUESTAS PARA LA INTERVENCIÓN EN ENTORNOS SOCIOEDUCATIVOS FORMALES Y NO FORMALES

EDUCACIÓN SEXUAL MEDIÁTICA Y CRÍTICA COMO RESPUESTA A LOS CAMBIOS EN EL MODELO DE COMUNICACIÓN AFECTIVA

La educación sexual no es solo educación de los genitales, ni educación "coital", ni mucho menos educación para prevenir embarazos y/o infecciones: la educación sexual atiende a los procesos por los cuales las personas interactuamos con las demás y con nosotras mismas desde una identidad sexual que nos sitúa en un mundo global. En esas interacciones entran en juego aspectos relacionados con lo físico, lo emocional y lo social, así como dimensiones que van desde la reproducción, pasando por lo lúdico e incluyendo lo relacional. En definitiva, la educación sexual pretende que nos entendamos, que nos conozcamos y que convivamos.

Incorporar la educación sexual en las propuestas de enseñanza - aprendizaje en entornos formales y no formales desde la perspectiva de la educación mediática es requisito imprescindible para atender a las relaciones establecidas entre sexos en las redes, ya que uno de los escenarios principales de socialización de las personas jóvenes son estos entornos digitales que dotan de estructura y complejidad a las relaciones de pareja. Muchas de las experiencias, dificultades y peculiaridades relacionales que estructuran los nuevos modelos de vinculación afectiva tienen foco o forma en el plano digital. Las relaciones establecidas en las redes entre jóvenes son eminentemente íntimas y afectivas, y así lo hemos demostrado en nuestro trabajo de investigación.

Ante esta situación, reivindicamos un marco de educación sexual de base científica, social, estable y pública estructurada sobre los cimientos que ya asentaron organizaciones como la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2010) e iniciativas como el Encuentro Mundial de Expertos en Educación Sexual, llevado a cabo en el marco del XV Congreso Latinoamericano de Sexología y Educación Sexual (CLASES) (VAAA, 2011). Bajo este acuerdo, la educación sexual debe centrarse en la vivencia cotidiana desde el momento del nacimiento y no en la urgencia de la adolescencia; ser formadora; positiva, plural y empoderadora; basarse en los derechos humanos y poner el foco en la participación activa de las personas a las que los programas y proyectos se dirijan. Por último, la educación sexual debe incorporarse de manera obligatoria en el currículo educativo y en las políticas sociales de los estados como aspectos prioritarios.

El trabajo formativo en educación sexual mediática debe estar orientado tanto al alumnado como al profesorado. Para que los centros incorporen realmente la educación sexual en su realidad docente, el profesorado debe recibir una formación de calidad, profunda y que abra nuevas oportunidades para la intervención socioeducativa. Por ello, consideramos imprescindible la incorporación de esta materia en los planes de formación continua del profesorado en activo y en las titulaciones de grado y máster que habiliten para la docencia.

En cuanto a los contenidos, tanto para el trabajo con el alumnado como para la estructura de los programas formativos para profesionales, consideramos especialmente importante trabajar con los conceptos de intimidad y privacidad, teniendo en cuenta el componente de deconstrucción latente que concluimos en este estudio. Proponemos un enfoque de estos conceptos desde la idea del respeto compartido, el compromiso y la responsabilidad con la propia imagen y la imagen de los y las demás, y el acercamiento al carácter expansivo y divulgador (no siempre deseado) que los entornos digitales suponen. Todo ello debe de inscribirse dentro del marco de la construcción de relaciones interpersonales y la gestión de las mismas desde la autonomía personal.

La educación sexual debe incorporar, a nuestro juicio, una perspectiva de género que proporcione información y cuestione los referentes mediáticos y las tendencias de actividad social y/o de consumo de los y las jóvenes. Esta perspectiva partirá del desglose de las ideas de feminidad y masculinidad que los medios tratan de perpetuar, para profundizar en torno a los referentes que influyen tanto en el formato de las identidades digitales y sexuales cimentadas como en la idea de pareja que las personas jóvenes asumen como válida. También optamos por una educación sexual no-heterocentrada y diversa (Torres, 2013), que sustituya explícitamente el mito del amor romántico por otros modelos afectivos equilibrados, de buenos tratos, autoconstruidos y conscientes.

Una educación sexual mediática debe tener en cuenta los rasgos del modelo comunicativo aquí desgranados desde una perspectiva positiva y valorizada, que no asuma juicios de valor desde el centro de la persona adulta como agente de razón. Por otro lado, se evitarán los discursos del problema y el riesgo ofreciendo posibilidades de actuación desde un enfoque que sitúa a la persona joven como autónoma y capaz de tomar decisiones.

El alumnado que se forme en educación sexual mediática debe ser capaz de profundizar en los aspectos tecnológicos e ideológicos que tendrán influencia en la forma en que se van a tratar sus datos, sus fotos, sus conversaciones y la expresión de sus emociones. Involucrar el estudio de Internet como agente de reproducción masiva de estereotipos y mercado es imprescindible para formar

una conciencia crítica de lo que la actividad social digital supone para nuestras identidades y relaciones analógicas.

Desde este documento queremos organizar, en forma de contenidos, preguntas generadoras, pautas de intervención y recursos, un esquema de puntos que consideramos imprescindibles a la hora de diseñar esquemas de intervención socioeducativa en educación sexual mediática con adolescentes y jóvenes. Este esquema es de posible aplicación tanto en entornos formales como en entornos no formales, adaptando cada cuestión específica al contexto concreto de actuación. En cuanto a la metodología, abogamos por utilizar estos conceptos y preguntas generadoras como acercamientos para el diálogo bidireccional con el alumnado con el fin de generar una dinámica comunicativa que parta de la propia vivencia y opinión, favoreciendo un aprendizaje significativo. Las personas adolescentes se convierten así en interlocutores/as válidos/as con los que poder reflexionar, cuya voz importa, y cuyas opiniones cuentan. Creemos que es importante reforzar el diálogo con el uso de recursos llamativos y dinámicas participativas o de trabajo grupal, evitando el formato charla y las clases teóricas.

Las líneas de intervención aquí explicitadas tratan de ser un pequeño apoyo para que los y las profesionales puedan poner en marcha intervenciones personalizadas a cada grupo específico. Abogamos así mismo por el diseño de proyectos conjuntos y recursos autogestionados en donde implicaremos al alumnado de una manera activa y real. Se trata de que las personas participantes sean generadoras reales de conocimiento tanto para el trabajo entre iguales, como para su publicación y divulgación externa, apoyándonos en experiencias de desarrollo colaborativo de material didáctico multimedia libre para trabajar educación sexual.

Para conseguir todos los objetivos que nos planteamos es imprescindible contar con un espacio digital en el que apoyarnos. Este espacio digital servirá de repositorio actualizado de recursos multimedia de apoyo: vídeos, imágenes, documentos, enlaces etc. Las preguntas generadoras planteadas, así como las diferentes propuestas de intervención, podrán enriquecerse con la aplicación de estos contenidos especialmente seleccionados. Todo este catálogo de recursos en constante actualización estará disponible en la página web www.parejasjovenes.com



ACERCAMIENTO BÁSICO AL CONCEPTO DE SEXUALIDAD

- Conceptos centrales: **SEXO Y SEXUALIDAD**
Preguntas generadoras: ¿Qué es el sexo? ¿En qué pienso cuando escucho la palabra “sexo”? ¿Qué significa para mí la palabra sexualidad? ¿Qué creo que se entiende en la sociedad por “sexualidad”?
- Conceptos centrales: **PAREJA Y AMOR**
Preguntas generadoras: ¿Cómo entiendo las relaciones? ¿Qué espero de mi pareja? ¿Qué busco en las personas con las que me relaciono? ¿Qué es el amor? ¿Qué es “estar enamorado/a”? ¿Cómo vivo el amor?
- Conceptos centrales: **ERÓTICA, DESEO Y PLACER**
Preguntas generadoras: ¿Qué entiendo por relaciones sexuales o eróticas? ¿Qué significa para mí el concepto de “placer”?
- Conceptos centrales: **CUERPO Y GENITALIDAD**
Preguntas generadoras: ¿Genitalidad y sexualidad es lo mismo? ¿Qué veo en mi cuerpo? ¿Cómo valoro mi cuerpo?
- Conceptos centrales: **ORIENTACIÓN E IDENTIDAD**
Preguntas generadoras: ¿Qué diferencias existen entre la orientación y la identidad sexual?
- Otros conceptos centrales que puedan ser de interés para el grupo y/o contexto específico: mitos, estereotipos, salud sexual, anticoncepción, género, etc.

PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN: DINÁMICA “LLUVIA DE IDEAS”. A partir de las intervenciones abiertas del alumnado ir escribiendo en una pizarra todas las palabras que se vayan sucediendo para, después, obtener una retrospectiva general de lo que el aula o el grupo entiende por sexo y sexualidad. Es importante trabajar con estos conceptos posteriormente para generar un conocimiento válido y de utilidad.

¡Recuerda! Más propuestas, actividades y recursos de utilidad en www.parejasjovenes.com



REFLEXIONANDO SOBRE MIS USOS TIC

- Conceptos centrales: **MI INFORMACIÓN Y LA INFORMACIÓN DE LOS Y LAS DEMÁS**
Preguntas generadoras: ¿Qué muestro de mí? ¿Qué veo de los demás? ¿Cómo actúo ante los datos personales de las personas cercanas? ¿Qué me importa que los y las demás vean de mí y qué prefiero mantener en la intimidad? ¿Cómo trato en mis perfiles en redes sociales la información de mis personas cercanas? ¿Qué datos personales me parecen más íntimos y cuales más públicos?
 - Concepto central: **INTERNET COMO ESPACIO COMERCIAL**
-

Preguntas generadoras: ¿Quién está tras las redes? ¿Qué pasa con mis datos una vez que los comparto en las redes sociales? ¿Qué tipo de contenidos consumo?

- Concepto central: **REFERENTES MEDIÁTICOS**

Preguntas generadoras: ¿A quién sigo? ¿Qué veo en las personas a las que sigo? ¿Qué tipo de imagen proyectan? ¿Qué cuentan? ¿Qué me gusta ver en Internet?

- Concepto central: **PRESENCIA CONTINUADA EN EL TIEMPO DE LOS CONTENIDOS QUE SE COMPARTEN. “DERECHO AL OLVIDO”**

Preguntas generadoras: ¿Pienso antes de compartir imágenes, información, datos confidenciales, etc.? ¿Qué hago cuando existe en Internet información personal que no quiero que esté disponible para las demás personas?

- Concepto central: **CONTROL DE LOS DATOS DE ACCESO Y CONTRASEÑAS PERSONALES**

Preguntas generadoras: ¿Doy mis contraseñas a mi pareja, amistades, etc.? ¿Ellos y ellas me las dan a mí? ¿Pido a los demás este tipo de datos? ¿Por qué? ¿Qué siento si me piden mi contraseña / si no me da sus contraseñas alguien a quien se las pido?

- Conceptos centrales: **ESPECIFICACIONES POR REDES SOCIALES Y APLICACIONES MÁS UTILIZADAS: INSTAGRAM, TWITTER, SNAPCHAT, FACEBOOK, ETC...**

Preguntas generadoras: ¿Sé cómo se gestiona la privacidad en las redes que utilizo? ¿Utilizo las herramientas de privacidad que conozco? Si no las utilizo, ¿cuáles son los motivos?

- Concepto central: **WHATSAPP**

Preguntas generadoras: Al gestionar determinadas herramientas de privacidad de WhatsApp también limitamos el acceso a la información privada de las otras personas. Por ejemplo, si quito la hora de conexión de mi WhatsApp tampoco puedo ver la hora de conexión de mis contactos. ¿Cómo afecta esto a la gestión de mis relaciones emocionales? ¿Evito controlar mi privacidad para poder acceder a los datos de mi entorno cercano?

- Concepto central: **USO RELACIONAL**

Preguntas generadoras: ¿Cuánto tiempo dedico al día a usar internet para relacionarme con mi pareja, las personas que me gustan o mis amigos/as? ¿Cuál es mi reacción si no puedo disponer de ese tiempo? ¿Mi familia, tutores/as, etc. me ponen algún límite al respecto?

- Concepto central: **TIC COMO ESPACIO DE INFORMACIÓN SEXUAL**

Preguntas generadoras: ¿Uso internet para informarme sobre los problemas de mis relaciones cotidianas? ¿Y sobre sexualidad? ¿Pido opinión a través de Internet a otras personas sobre mi vida privada?

PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN: “BUSCANDO NUESTRO RASTRO DIGITAL”. Ejercicio orientado a que cada cual busque su nombre completo en Google para conocer qué información existe en Internet sobre él o sobre ella. Por ejemplo, si alguien se llama María González González deberá buscar “María González González”, entre comillas para respetar el orden de los nombres y apellidos. También podemos buscar el DNI, nombre y un apellido, el correo electrónico o cualquier otro dato personal. Recuerda, es importante usar las comillas para que respete el orden de los términos de la búsqueda.

¿DÓNDE BUSCAS LA INFORMACIÓN EN INTERNET? Organizar el grupo en pequeños grupos, y que cada pequeño grupo, a partir de uno o varios conceptos básicos de sexualidad humana (por ejemplo, “masturbación”) trate de buscar información rigurosa y accesible sobre el tema. Esta dinámica sirve para trabajar la competencia digital e informacional crítica. Una buena idea es hacer un repositorio grupal de información sexual de calidad para todos y todas, ¡e incluso colgarlo en internet como recurso didáctico!

REFLEXIONANDO A PARTIR DE INFLUENCERS. Los/as influencers son personajes de referencia mediática que se convierten en modelos de valores para los chicos y las chicas y que tienen un puesto de significatividad privilegiado. Estos/as influencers, que usualmente suelen utilizar para llegar a su público plataformas como YouTube (Youtubers) o Instagram (Instagramers), suelen establecer relaciones comunicativas muy efectivas con sus seguidores y seguidoras. Además, las personas jóvenes ven en ellos y ellas unos “iguales” que pertenecen, prácticamente, al grupo de pares.

Entre los y las influencers existe una gran diversidad, la cual podemos aprovechar como recurso didáctico atractivo y motivador. Existen influencers de todo tipo: más o menos “estereotípicos”, con bellezas muy diversas, ideologías, intencionalidades, aficiones, discursos, etc. La clave es utilizar material producido por aquellos personajes más conocidos, los cuales resultan muy cercanos a nuestro colectivo, generando mensajes que llegan emocionalmente. Es muy probable que en nuestros grupos de chicos y chicas haya “fans” de Youtubers o Instagramers concretos; y que podamos utilizar esa información para buscar e indagar en los diferentes perfiles para obtener contenidos en la línea de sus preferencias.

Tras acercarnos a ese universo mediático en este material proponemos vídeos e imágenes llamativas que, con una correcta aproximación metodológica y de narrativa explicativa, pueden ser especialmente útiles para generar pequeños cambios a distintos niveles. Estos vídeos e imágenes están disponibles en el apartado “recursos”. Debemos recordar que estos vídeos e imágenes no tienen, por sí mismos, finalidades educativas; están orientados en su mayoría a generar tráfico y su consiguiente monetización, o lo que es lo mismo, ganar popularidad y dinero. Por ello debemos ser especialmente críticos/as y cuidadosos/as con los contenidos que elegimos, y asentarlos en una base narrativa y teórica crítica y acorde con nuestros objetivos educativos. ¡Una buena manera de deconstruir discursos dominantes!

¡Recuerda! Más propuestas, actividades y recursos de utilidad en www.parejasjovenes.com



PRESENCIA ACTIVA EN INTERNET IDENTIDAD DIGITAL Y NARRATIVAS DIGITALES DE VIDA

- Concepto central: **ACCESO A LA INFORMACIÓN PROPIA EN LA RED. “RASTRO DIGITAL”**
Preguntas generadoras: ¿Cómo se visibiliza? ¿Qué significa? ¿Cómo se gestiona?
 - Concepto central: **RESPECTO AL RESTO DE USUARIOS Y USUARIAS Y NORMAS DE CONVIVENCIA EN LA RED**
-

Preguntas generadoras: ¿Cómo me comporto con mis contactos? ¿Qué recibo de mis contactos?

- Concepto central: **SELFIES**

Preguntas generadoras: ¿Qué son? ¿Cómo son? ¿Para qué? ¿Qué siento respecto a mis selfies y a los selfies de las demás personas? ¿Cómo hago mis selfies? ¿Sigo algún “ritual”?

- Concepto central: **EMOTICONOS Y HASHTAGS**

Preguntas generadoras: ¿Cómo uso estos elementos? ¿Para qué? ¿Cuáles son mis hashtags favoritos? ¿Me provocan alguna reacción positiva o negativa? ¿Cuáles son mis emoticonos favoritos? ¿Cuáles son los que menos me gustan?

- Concepto central: **“ME GUSTAS”**

Preguntas generadoras: ¿Los busco? ¿Qué siento al recibirlos? ¿Qué siento si no los recibo? ¿Cómo los entiendo y cómo me afectan? ¿Cuáles son los motivos por los que doy “Me Gusta” a una publicación?

- Conceptos centrales: **“BUENOS” Y “MALOS” TRATOS CONVIVENCIALES EN LA RED: MENTIRAS, SUPLANTACIONES DE IDENTIDAD, ACOSO, ETC...**

Preguntas generadoras: ¿Conozco experiencias de mentiras, suplantaciones de identidad o acoso en Internet? ¿Cómo reaccionaría ante un caso cercano? ¿Qué estrategias de intervención conozco? ¿y qué recursos sociales, educativos, legales, sanitarios, etc.?

- Conceptos centrales: **RESPECTO, CUIDADO Y CO-RESPONSABILIDAD**

Preguntas generadoras: ¿Cómo fomentar la buena convivencia en la red? ¿Qué hago al respecto? ¿Qué podría hacer?

- Conceptos centrales: **DIFERENCIAS DE GÉNERO**

Preguntas generadoras: ¿Ves diferencias entre los chicos y las chicas y su presencia en Internet? ¿Cuáles? ¿Cómo te afectan? ¿Reconoces esas diferencias en tu manera de expresarte en la red? ¿Te sientes identificado/a con las ideas generales de “feminidad” y “masculinidad”? ¿Qué sientes respecto a ellas?

PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN: GLOSARIO DE EMOTICONOS. Los emoticonos tienen diferentes significados según las personas, los entornos y las relaciones. Proponemos hacer un pequeño glosario de emoticonos con una selección de los 10-20 emoticonos preferidos por el grupo, en el que cada cual explique con frases o dibujos (diferentes al directamente aludido por el emoticono) lo que para él o ella significa desde la experiencia personal. Cada emoticono puede ser definido por una o varias personas. El objetivo es entender la riqueza del lenguaje “emoji” para acercarnos a los simbolismos que hay detrás de estos elementos de lenguaje no verbal.

ANÁLISIS DE NUESTROS SELFIES A PARTIR DE LA PROPIA CUENTA DE INSTAGRAM. En un ejercicio de reflexión y autocrítica trataremos de obtener un “retrato robot” del propio selfie para detectar qué imágenes se repiten más, cuales son los gestos más recurrentes, qué estereotipos se detectan etc. Es un proceso abierto en el que cada cual puede introducir el nivel de análisis deseado y del que pueden surgir nuevas dinámicas de intervención que vayan más allá y analicen los “Me Gustas” de cada selfie o los comentarios recibidos.

HISTORIA DE UN SELFIE. Se trata de elegir una foto llamativa o significativa propia que esté publicada en Instagram o que se use como estado de WhatsApp. El ejercicio trata de escribir toda la historia que hay detrás de esa imagen: las fotos previas que se hicieron y se desecharon, la persona que hizo la fotografía, el entorno o contexto que lo enmarca, el momento emocional que se estaba viviendo, etc. El objetivo de esta propuesta es que cada persona sea capaz de crear narrativas explicativas personales reales.

VIDEO FÓRUM CON LOS DIFERENTES RECURSOS AUDIOVISUALES QUE PUEDES ENCONTRAR EN EL APARTADO DE “RECURSOS” DE LA WEB WWW.PAREJASJOVENES.COM Cada videoforum debe incorporar un debate moderado que puede ir dinamizado con las preguntas generadoras anteriormente explicitadas.

REFLEXIÓN EN TORNO A LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO PRESENTES EN DIFERENTES ANUNCIOS PUBLICITARIOS. Puedes elegir tus propios ejemplos, o encontrar propuestas en el apartado de “recursos” de la web www.parejasjovenes.com

¡Recuerda! Más propuestas, actividades y recursos de utilidad en www.parejasjovenes.com



RELACIONES, EMOCIONES, PAREJA Y REDES SOCIALES

- Concepto central: **REPRESENTACIÓN DE LA PAREJA EN INTERNET**
Preguntas generadoras: ¿Qué muestro de mi pareja? ¿Qué muestro de mi relación? ¿Cómo lo muestro? ¿Qué veo en las demás parejas en Instagram, WhatsApp, Snapchat, etc.? ¿Cómo vives la gestión de la intimidad en Internet?
 - Concepto central: **RELACIONES ESTABLES**
Preguntas generadoras: ¿Qué es para mí una “pareja estable”? ¿Es un valor? ¿Le doy importancia?
 - Concepto central: **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN RELACIONAL**
Preguntas generadoras: ¿A qué conflictos me enfrento con mi pareja debido al uso de las redes sociales o los programas de mensajería instantánea? ¿Qué sensaciones positivas o negativas me generan? ¿Cómo me enfrento a ellas? ¿Cómo las soluciono? ¿Cuáles se repiten a menudo?
 - Concepto central: **LIGAR POR INTERNET**
Preguntas generadoras: ¿Se liga a través de Instagram o WhatsApp? ¿Cómo se hace? ¿Para qué? ¿Es diferente que hacerlo “cara a cara”? ¿Es más fácil? ¿Es más difícil? ¿Qué piensas y opinas al respecto?
 - Concepto central: **“BUENOS” Y “MALOS” TRATOS RELACIONALES EN LA RED**
Preguntas generadoras: ¿Qué opinas sobre el control de horas de conexión, interacciones y publicaciones en perfiles personales, los celos, etc.? ¿Lo haces? ¿Por qué? ¿Cómo? ¿Para qué? ¿Qué sientes, tanto si lo haces como si lo hace tu pareja? ¿Crees que existen diferencias en cómo se comportan los chicos y cómo se comportan las chicas en estas situaciones?
-

- Concepto central: **PECULIARIDADES EN TORNO AL SEXTING**

Preguntas generadoras: ¿Qué es el *sexting*? ¿Qué opinas sobre el *sexting*? ¿Cómo crees que se debe actuar si te llega una fotografía íntima de alguien sin su consentimiento? ¿Te ha llegado alguna vez este tipo de contenido? ¿Por qué vía o vías te ha llegado? ¿Cómo crees que deben gestionarse estas situaciones?

PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN: ¿QUÉ IMAGEN ME REPRESENTA? Dinámica que trata de vincular con la propia vivencia diferentes imágenes en las que se muestran ideas explícitas sobre la influencia de internet en la vida emocional. Te ofrecemos una selección de imágenes en el apartado de “recursos”. El objetivo es que los chicos y las chicas sean capaces de seleccionar una imagen, relacionarla con su propia emocionalidad, y explicar cuáles son los motivos que les ha llevado a elegir esa imagen. Puede suponer un interesante proceso reflexivo personal.

LO BUENO Y LO MALO DE INTERNET. Los chicos y las chicas tienen mucho que decir acerca de lo que les gusta del uso de las redes y lo que les trae problemas. Verbalizar estas situaciones es una buena manera de tomar conciencia de las dificultades a las que nos enfrentamos en nuestra comunicación diaria. Una buena manera de propiciar este auto - análisis es dedicar una sesión a que cada uno y cada una vaya explicitando y aclarando las cosas “buenas” y la cosas “malas” de utilizar internet para ligar, para gestionar las relaciones, o para comunicarse con sus personas queridas. Las ideas pueden escribirse en la pizarra o recapitularse en un documento conjunto.

RELACIÓN ANALÓGICA VS RELACIÓN DIGITAL. Las relaciones están cambiando, y ahondar sobre estos cambios es un ejercicio complejo e interesante. ¿Se han preguntado las personas jóvenes cómo eran las relaciones antes de la “era Instagram”? ¿cómo se comunicaban las parejas? ¿qué dificultades podrían surgir de la ausencia de Internet? En un ejercicio de abstracción se trata de buscar las diferencias entre las relaciones analógicas y las relaciones digitales, detectando aquellos puntos en los que se puede observar claramente un cambio de tendencia. Desde las estrategias para quedar físicamente hasta la manera en que se sorteaban los obstáculos para llamar por teléfono fijo a casa sin que descolgara el teléfono el padre o la madre. Esta dinámica puede trabajarse por equipos, de manera que cada equipo tratará de defender una opción como la “más válida” argumentando las posibilidades de una frente a la otra en un debate dialéctico bien estructurado.

VIDEO FÓRUM CON LOS DIFERENTES RECURSOS AUDIOVISUALES QUE PUEDES ENCONTRAR EN EL APARTADO DE “RECURSOS” en la página www.parejasjovenes.com Cada video fórum debe incorporar un debate moderado que puede ir dinamizado con las preguntas generadoras anteriormente explicitadas.

¡Recuerda! Más propuestas, actividades y recursos de utilidad en www.parejasjovenes.com



TRABAJANDO PARA UNA GESTIÓN POSITIVA DEL SEXTING CONSTRUYENDO UN PROTOCOLO DE INTERVENCIÓN Y MEDIACIÓN

Con el objeto de dar una respuesta práctica centrada en soluciones a las necesidades detectadas

y concluidas en nuestro estudio, deseamos enunciar y sentar las bases iniciales para la puesta en marcha de dos iniciativas en torno a las dificultades surgidas de la práctica de sexting entre adolescentes. Si bien ya hemos señalado en trabajos anteriores que el sexting es una práctica erótica y no un problema por sí mismo, el profesorado manifiesta una intensa preocupación al respecto debido a los múltiples casos en los que esta práctica acaba materializándose tanto en forma de conflicto que supera las barreras del centro, como en acción delictiva. Por ello proponemos dos actuaciones diferenciadas que requieren de un trabajo multidisciplinar:

Tal y como hemos señalado anteriormente, una de las conclusiones centrales de nuestro estudio es la demanda unánime por parte de los y las profesionales de formación y asesoramiento en materia de sexualidad, alfabetización mediática y cuestiones de ámbito legal. Por ello, la primera de las propuestas que planteamos es la elaboración colaborativa de un protocolo de intervención unificado y avalado por la administración pública asturiana, para profesorado y equipos de orientación, en donde se especifiquen pasos a seguir ante una situación de sexting mal gestionado. Al estilo de otros protocolos, como el protocolo de actuación escolar ante el ciberbullying (EMICI, 2010) diseñado por el Equipo Multidisciplinar de Investigación del Ciberbullying, se trata de diseñar un documento que incorpore distintos apartados a modo de orientación con el fin de guiar a los y las profesionales en sus primeras intervenciones con situaciones de sexting que están causando conflictos. Este protocolo trataría de garantizar la actuación efectiva y temprana; el respaldo institucional que sirva como protección tanto al personal docente como al alumnado y el despliegue de los servicios sociales, sanitarios y comunitarios necesarios para superar una situación conflictiva.

El protocolo debe redactarse tras el consenso entre representantes de los y las profesionales de la educación, la administración educativa, sanitaria y de servicios sociales, y entidades sociales que trabajan desde la educación sexual y el género. Para ello es imprescindible el trabajo grupal y un pacto que haga posible de forma material el protocolo atendiendo a las cuestiones temporales y de financiación.

En concreto señalamos los siguientes apartados como esenciales:

- Definición de *sexting*: concepto, límites y trabajo con casos reales.
 - Trabajo de prevención en torno a la mala gestión del sexting en el aula: propuesta formativa inspirada en la guía didáctica #SEXTINGPOSITIVO (Calvo, 2015) y en la que se incorporen de manera activa y continua nuevas estrategias de intervención socioeducativa desde entornos formales y no formales.
 - Situación legal de los delitos vinculados a las malas prácticas de sexting: tratamiento y síntesis de las leyes vinculadas al delito de sexting, en las que se incluyan la ley de protección jurídica del menor, las continuas reformas del código penal, los delitos contra el honor, etc. Este documento debe desarrollarse en colaboración con juristas especializados tanto en menores como en delitos informáticos. El objetivo de este tratamiento y síntesis es hacer el conocimiento legal accesible y comprensible por los y las profesionales de la educación.
 - Trabajo de detección de primeras señales de alarma en los conflictos derivados de la mala gestión del sexting. Gracias a la observación de la dinámica diaria del centro, y debido a una comunicación
-

bidireccional con el alumnado, trataremos de percibir y señalar las posibles primeras alertas en las que pueda estar involucrada una situación de sexting mal gestionada. Esto requiere un trabajo en pro de la convivencia y un análisis empático de las emociones y reacciones de nuestros chicos y nuestras chicas.

- *Sexting* y dificultades tecnológicas: situaciones aludidas de falta de privacidad, hackeos o robo de datos personales.
- *Sexting* y malos tratos en parejas jóvenes.
- *Sexting* como estrategia de ciberbullying, grooming o sextorsión.
- *Sexting* y rupturas de pareja: venganza y represalias.
- *Sexting* y género: ellas como víctimas y culpables, insultos machistas, expresión de la sexualidad como elemento para cuestionar el propio valor como persona.
- Primeras intervenciones desde los centros educativos. Este apartado planteará diferentes medidas a tener en cuenta para el trabajo con la persona víctima, con las personas agresoras y con el alumnado en general. Las medidas deben ser adaptables y flexibles ya que cada casuística y persona requerirá adaptaciones concretas por su propia naturaleza. Se valorarán diferentes paquetes de intervención en base a los siguientes supuestos:
- Intervenciones en casos de *sexting* externos al centro, pero cuya área de influencia implica al centro.
- Intervenciones en casos de *sexting* que afectan directamente a personas que forman parte del centro.
- Intervención con familias. Al igual que en el apartado anterior es necesario recopilar las diferentes estrategias de intervención con familias para facilitar la comunicación y la resolución positiva de los conflictos. Estas también serán flexibles y adaptables.
- Actuación en caso de denuncia y/o delito: el servicio de justicia y la responsabilidad penal de los menores. Medidas para enfrentar de manera educativa aquellas situaciones delictivas en las que se vean implicados menores en relación con una situación de sexting mal gestionado. Para este apartado del protocolo se hace necesario el trabajo colaborativo con juristas y profesionales del ámbito de la legislación específica del menor, la reinserción y la intervención con colectivos en riesgo de exclusión.
- Recursos comunitarios, sociales y educativos. Repositorio actualizado de recursos a los que pueda acceder el profesorado, el alumnado y la comunidad educativa en general, con todos los datos de contacto y una breve descripción ilustrativa.

Junto a este protocolo resulta de vital importancia acceder a aquellas personas jóvenes y adolescentes que ya se han enfrentado a situaciones conflictivas relacionadas con el sexting y que no han

sido capaces de resolverlas de manera satisfactoria. Con el fin último de ofrecer oportunidades significativas que sean de verdadera utilidad para la incorporación a la vida social y la construcción de relaciones futuras conscientes y equilibradas, planteamos un proyecto de mediación extrajudicial con menores infractores implicados en delitos derivados de una mala gestión del sexting. En concreto, el colectivo foco estará formado por jóvenes que se encuentran cumpliendo medidas por un primer delito en el territorio asturiano.

Este procedimiento, basado como su propio nombre indica en las bases de la mediación educativa (García-Pérez, 2011; Pulido, Martín-Seoane & Lucas-Molina, 2013; Álvarez-Ramos, 2008), tiene como características prioritarias la brevedad (un máximo de tres sesiones con cada persona implicada), la voluntariedad y el requerimiento de un compromiso explícito de cumplimiento de los acuerdos consensuados por parte de los y las jóvenes que participen en la misma.

Gracias a la mediación de los y las profesionales que tendrán implicación en el proyecto se favorecerá un diálogo de reparación entre víctima y victimario. En este dialogo se pretende romper con dinámicas de victimización, empoderando a las personas que hayan podido ver tanto su intimidad como su propia identidad amenazadas; aplicando principios de la educación sexual, como la gestión consciente y responsable de los vínculos emocionales. Finalmente, este procedimiento buscará activamente la generación de alternativas que permitan que los y las participantes adquieran habilidades para resolver conflictos de manera efectiva, ya sean estos relacionados con el sexting o con cualquier otro tipo de práctica erótica, romántica o afectiva.

Para poner en marcha este protocolo se requiere colaboración con aquellas entidades que estén trabajando con menores que cumplan medidas extrajudiciales, así como con la Fiscalía de Menores asturiana. En este marco, y aunando esfuerzos, es potencialmente posible la puesta en marcha de un plan de mediación integral de estas características.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahern, N. R., & Mechling, B. (2013). Sexting: Serious Problems for Youth. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, 51 (7), 22-30.
- Almansa, A., Fonseca, O., & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 20 (40), 127-135.
- Álvarez-Ramos, F. (2008). Mediación penal juvenil y otras soluciones extrajudiciales. *International E-Journal of Criminal Science*, 3 (2), 1-26.
- Amezúa, E. (1999). Teoría de los sexos. La letra pequeña de la sexología. *Revista Española de Sexología*, 95-96.
- Aparici, R. (2010). *Educomunicación: Más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
- Ballesta, F. J., Lozano, J., Cerezo, M. del C., & Soriano, E. (2015). Internet, redes sociales y adolescencia: un estudio en centros de educación secundaria de la Región de Murcia. *Revista de La Facultad de Ciencias de La Educación*, (16), 109-130.
- Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 157-175.
- Calvo, S. (2015). *#SEXTINGPOSITIVO: Propuesta didáctica para 2º ciclo de la ESO*. Oviedo: Consejo de la Juventud del Principado de Asturias.
- Castells, M. (2001). *La era de la información. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza Editorial.
- del Río, J., Chalezquer, C. S., & Sala, X. B. (2010). Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbullying. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 115-129.
- EMICI. (2010). *Protocolo de actuación escolar ante el cyberbullying*. Equipo multidisciplinar de investigación sobre el cyberbullying
- Fernández-Alonso, A., & Rotella, I. (2003). *Sexualidades juveniles: pistas para educadores*. Ayto. de Avilés.
- Poncela, A. M. (2011). Antropología de las emociones y teoría de los sentimientos. *Revista Versión Nueva Época*, 26 (3), 1-6.
- García-Pérez, O. (2011). La mediación en el sistema español de justicia penal de menores. *Criminalidad*, 53 (2), 73-98.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. NY: Penguin Random House.
- Herrera, C. (2010). *La construcción sociocultural del amor romántico*. Madrid: Editorial Fundamentos.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Kemper, T. D. (1989). *Love and like and love and love*. Greenwich: JAI Press.
- Lasén, A. (2014). *Remediaciones móviles de subjetividades y sujeciones en relaciones de pareja* (pp. 19-35). Madrid: CIS.
- Marulanda, D. B. (2014). Otras prácticas educomunicativas: otras sexualidades, potencialmente otro ethos científico. *Revista de Estudios Sociales*, 49, 113-127.
- Mcluhan, M.D. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- OMS. (2010). *Estándares de Educación Sexual para Europa*. Colonia: OMS.
- Pulido, R., Martín-Seoane, G., & Lucas-Molina, B. (2013). Orígenes de los programas de mediación escolar: Distintos enfoques que influyen en esta práctica restaurativa. *Anales de Psicología*, 29 (2), 385-392.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Lewis, T., & Tacchi, J. (2015). *Digital ethnography: Principles and practices*. Los Ángeles: SAGE.
- Rodríguez, E., & Megías, I. (2014). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.
- Sanchez-Burón, A., & Álvaro-Martín, A. (2010). *Informe Generación 2.0: Hábitos de los adolescentes en el uso de las redes sociales. Estudio comparativo entre Comunidades Autónomas*. Madrid: Universidad Camilo José Cela.
- Tenorio, N. (2012). Repensando el amor y la sexualidad: una mirada desde la segunda modernidad. *Sociológica*, 76, 7-52.
- Torres, G. (2013). Normalizar: discurso, legislación y educación sexual. *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 35, 31-42.
- VVAA. (2011). *Educación para la sexualidad con bases científicas*. Madrid.

Gijón | Juventud

