

**LIBRO DE ACTAS**

# Jornadas Internacionales EDIGA: Género, Entornos Digitales y Adolescencia

**Coordinadoras**

Ana Rodríguez-Groba

Uxía Regueira

Ángela González-Villa

Inés Ramos-Trasar



**EDIGA**

Entornos digitales e identidades  
de género en la adolescencia



# LIBRO DE ACTAS

# Jornadas Internacionales

# EDIGA: Género, Entornos Digitales y Adolescencia

## Coordinadoras

Ana Rodríguez-Groba

Uxía Regueira

Ángela González-Villa

Inés Ramos-Trasar



## EDIGA

Entornos digitales e identidades  
de género en la adolescencia

# JORNADAS INTERNACIONALES EDIGA: Género, Entornos Digitales y Adolescencia

Libro de Actas. "JORNADAS INTERNACIONALES EDIGA: Género, Entornos Digitales y Adolescencia"

Este libro se corresponde con las actas de las "Jornadas EDIGA: Género, Entornos Digitales y Adolescencia" desarrolladas en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Santiago de Compostela, España, durante los días 13 y 14 de julio del 2023.

**Financiación y proyecto:** Las jornadas EDIGA parten del proyecto de Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia (EDIGA) PID2019-108221RB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033 en el que participan diferentes países (España, México y Uruguay).

Diseño y maquetación: Haíra Menezes  
Fotografía de la portada: Ellen de Vos

Coordinadoras del libro:  
Ana Rodríguez-Groba  
Uxía Regueira  
Ángela González-Villa  
Inés Ramos-Trasar



## DEPÓSITO LEGAL

ISBN: 978-84-09-57787-3

CIUDAD: Santiago de Compostela, 2023



# Comité organizador

**Adriana Gewerc** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Esther Martínez Piñeiro** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Fernando Fraga Varela** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Esther Vila Couñago** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Ana Rodríguez Groba** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Uxía Regueira** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Ángela González Villa** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Inés Ramos-Trasar** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Almudena Alonso Ferreiro** | Universidade de Vigo, España

**Abraham Bernárdez Gómez** | Universidade de Vigo, España

**Lorena Yazmín García Mendoza** | Universidad Iberoamericana Puebla, México

**Blanca Flor Trujillo** | Universidad Pedagógica Nacional, México

**Virginia Rodés Paragarimo** | Universidad de la República, Uruguay

**Carla Margenat** | Universidad de la República, Uruguay

**Libertad Tansini Mercader** | Universidad de la República, Uruguay

# Comité Científico

**Adriana Gewerc** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Esther Martínez Piñeiro** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Fernando Fraga Varela** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Esther Vila Couñago** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Ana Rodríguez Groba** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Uxía Regueira** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Ángela González Villa** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Inés Ramos-Trasar** | Universidade de Santiago de Compostela, España

**Almudena Alonso Ferreiro** | Universidade de Vigo, España

**Abraham Bernárdez Gómez** | Universidade de Vigo, España

**Inés Dussel** | Departamento de Investigaciones Educativas, DIE, México

**Lorena Yazmín García Mendoza** | Universidad Iberoamericana Puebla, México

**Blanca Flor Trujillo** | Universidad Pedagógica Nacional, México

**Libertad Tansini Mercader** | Universidad de la República, Uruguay

**Virginia Rodés Paragarimo** | Universidad de la República, Uruguay

**Regina Motz** | Universidad de la República, Uruguay

**Manuel Ignacio Podetti Manzano** | Universidad de la República, Uruguay

**Carla Margenat** | Universidad de la República, Uruguay

**Agustina Huertas** | Universidad de la República, Uruguay

# ÍNDICE

<b>Introducción</b> Adriana Gewerc	<b>10</b>
<hr/>	
<b>MESA DE COMUNICACIONES 1</b> <b>El género en las plataformas y en las prácticas digitales en la adolescencia</b>	<b>17</b>
<hr/>	
<b>Actitudes de estudiantes universitarios hacia el aprendizaje con videojuegos: diferencias en función del género</b> Jing Liang, Vanesa Ausín Villaverde y Víctor Abella García	<b>18</b>
<b>Investigando la igualdad de género: construir ciudadanía global a partir de la publicidad</b> Carlos Rodríguez-Hoyos, Adelina Calvo-Salvador y Elía Fernández-Díaz	<b>22</b>
<b>Violencia de género simbólica: el “currículum oculto” de TikTok</b> Judith Muñoz-Saavedra, Beatriz Jarauta, Emma Quiles e Isaac Calduch	<b>26</b>
<b>Deporte e identidad de género en Instagram: el caso de dos adolescentes gallegos</b> Ángela González-Villa y Almudena Alonso-Ferreiro	<b>32</b>
<b>Referentes mediáticos en la adolescencia. Una visión de género</b> Ángela González-Villa y Almudena Alonso-Ferreiro	<b>38</b>
<b>Comunidades, anime y cosplay. Manifestaciones de género en el proceso de construcción de la identidad de género en la adolescencia</b> Inés Ramos-Trasar, Adriana Gewerc Barujel y Abraham Bernárdez-Gómez	<b>42</b>

<b>Prácticas de auto presentación sexualizadas en Instagram. El lugar de los pares en el caso de Mercedes</b>	<b>46</b>
Inés Ramos-Trasar, Adriana Gewerc Barujel y Abraham Bernárdez Gómez	
<b>Prácticas visuales digitales en Instagram de adolescentes mexicanas</b>	<b>50</b>
Blanca Flor Trujillo Reyes, Lorena Yazmín García Mendoza e Inés Dussel	
<b>¿Incógnitos y atractivos? El diseño del perfil personal</b>	<b>54</b>
Lorena Yazmín García Mendoza, Inés Dussel y Blanca Flor Trujillo Reyes	
<b>CONCLUSIONES DE LA MESA DE COMUNICACIONES 1</b>	<b>59</b>
<b>El género en las plataformas y en las prácticas digitales en la adolescencia</b>	
Almudena Alonso y Blanca Flor Trujillo	
<hr/>	
<b>MESA DE COMUNICACIONES 2</b>	<b>63</b>
<b>Integrando experiencias: las plataformas digitales y los retos para la educación</b>	
<hr/>	
<b>Construcción, expresión y representación de la identidad de género de varones trans uruguayos en redes socio-digitales</b>	<b>64</b>
Paula Baccino, Victoria Castillo, Tamara Diaz y Agustina Mallada	
<b>EDUSEXTECA: Plataforma interactiva de Educación Sexual y Coeducación</b>	<b>69</b>
Davinia Heras Sevilla, Vanesa Ausín Villaverde, Mariano Rubia Avi y Laura Alonso Martínez	
<b>Estudio de conectividad por género en el uso de foro MOODLE en alumnado de pedagogía</b>	<b>73</b>
José María del Castillo-Olivares Barberán y Paula del Castillo-Olivares Jiménez	

<b>Influencers y representación de la sexualidad para el alumnado de Educación Primaria</b> Aquilina Fueyo Gutiérrez y Patricia Borge Fernández	<b>77</b>
<b>Contribución de un proyecto educativo a las competencias de igualdad de género</b> Rosa Isusi-Fagoaga y Adela García-Aracil	<b>82</b>
<b>Percepción del profesorado sobre la influencia de las redes en la socialización y los roles de género en la adolescencia</b> Isabel Pascual Gómez	<b>87</b>
<b>TikTok y violencia de género. Figuras de apoyo y ayuda en la adolescencia</b> Isaac Calduch, Beatriz Jarauta, Ares Cruz-Hernández y Judith Muñoz-Saavedra	<b>91</b>
<b>Las 4 pes en la adolescencia: plataformas, privacidad, público y privado</b> Ana Rodríguez-Groba, Uxía Regueira, Esther Vila-Couñago y Fernando Fraga-Varela	<b>95</b>
<b>Rutas de negociación del imaginario colectivo sobre la disposición del cuerpo y el género en la imagen durante la adolescencia</b> Uxía Regueira y Ana Rodríguez-Groba	<b>100</b>
<b>Cuando no es lo que parece: la producción de selfies por adolescentes desde una perspectiva de género</b> Fernando Fraga-Varela y Esther Martínez-Piñeiro	<b>106</b>
<b>Estereotipos de xénero na preferencia de memes</b> Esther Vila-Couñago y Esther Martínez-Piñeiro	<b>110</b>
<b>Las selfies como expresión de la identidad en redes socio-digitales de adolescentes en Uruguay</b> Irene Bajo Pérez, Manuel Podetti, Carla Margenat y Virginia Rodés Paragarino	<b>115</b>

<b>CONCLUSIONES DE LA MESA DE COMUNICACIONES 2</b>	<b>121</b>
<b>Integrando experiencias: las plataformas digitales y los retos para la educación</b>	
Uxía Regueira y Lorena Yazmín García	

---

<b>OTRAS APORTACIONES</b>	<b>127</b>
---------------------------	------------

---

<b>El desarrollo de herramientas para el apoyo a la investigación híbrida en el marco del proyecto EDIGA: diario de campo para investigaciones en redes sociales</b>	<b>128</b>
Sofía Alberti, Martina Font, Lucía Nocetti, Cecilia Toledo, Regina Motz y Libertad Tansini	

# Introducción

Adriana Gewerc

Universidade de Santiago de Compostela, [adriana.gewerc@usc.es](mailto:adriana.gewerc@usc.es)

Las “Jornadas Internacionales EDIGA: Género, Entornos Digitales y Adolescencia” tuvieron lugar el 13 y 14 de julio del 2023 en la Facultad de Ciencias de la Educación (Campus Vida) de la Universidad de Santiago de Compostela. Allí se congregaron profesionales de diferentes ámbitos que tienen como objeto de estudio y de prácticas la problemática de la construcción del género, concretamente en su relación con los entornos digitales en los que habitamos en la sociedad contemporánea.

Estas jornadas han sido un espacio idóneo, cálido y fructífero, para compartir, aprender y dialogar sobre estas cuestiones de radiante actualidad y difundir proyectos, experiencias e investigaciones que se están desarrollando en distintos contextos, con la visión de todos los agentes educativos involucrados. Los dos días de trabajo posibilitaron participar activamente en conferencias, talleres y mesas redondas para obtener una panorámica del estado de la cuestión, preocupaciones, retos de futuro y sus implicaciones en el campo educativo.

Las Jornadas tuvieron como base el proyecto EDIGA “Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia” financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00), cuyo propósito es el de analizar y comprender el papel de los entornos digitales en el proceso de construcción de las identidades de género en la adolescencia en diferentes contextos socioculturales (España, México y Uruguay).

En el proyecto se plantearon preguntas que guiaron la investigación y que estuvieron también presentes durante los días en que se desarrolló el encuentro. Se refieren a: ¿qué papel tienen los entornos digitales en la construcción de la identidad de género? ¿Cómo se reafirman las identidades hegemónicas y qué lugar tienen las alternativas? Se sabía que las redes sociales ejercen influencia, y que la participación de la juventud está condicionada por las relaciones de poder y saber de género que son reproducidas como ejes de diferenciación (Braidotti, 2004), pero no cómo lo hacen y de ahí la necesidad de una investigación como EDIGA, que se plantea justamente este análisis.

Entendemos que los entornos digitales por los que transita la juventud no representan meros aparatos de entretenimiento y consumo, sino que tienen capacidad mediadora de la experiencia y en la reproducción y organización de sentidos y prácticas culturales. De esto se desprende que es importante valorar los procesos de apropiación de las tecnologías en función del significado que las personas otorgan a su uso, de acuerdo con sus propias



trayectorias biográficas y sus diferentes y desiguales competencias culturales (Winocur et al., 2018).

El género es una construcción social y cultural y los entornos digitales en donde transita la juventud, son máquinas discursivas que ayudan a construir identidades ya que tienen la capacidad de incidir sobre millones de personas. Sus arquitecturas impactan en las relaciones de poder de género, lo que tiene implicaciones para mujeres, hombres, otros géneros, y las relaciones entre ellos.

La investigación está dando cuenta de que la juventud ha encontrado en el ciberespacio un entorno adecuado para desarrollar prácticas discursivas que les permiten tomar la palabra, decirse a sí mismos, narrarse y ubicarse ante los/as otros/as allí. Las plataformas tienen una arquitectura que sugiere y orienta el tipo de actividades y prácticas que en ella se realizan y controlan, lo que supone analizar en profundidad el lugar que ocupan las cámaras de eco. Navegar en red les sirve a los y las jóvenes para validar su identidad o buscar alternativas, y las prácticas sociales que realizan en ellas, en muchos casos, ratifican una forma de pensar y de estar, un discurso a través del cual se identifican (Ruiz Martínez, 2018). De cualquier forma, ofrecen un panorama de lo que sucede en la vida cotidiana de los y las jóvenes y las condiciones en que se manifiesta la feminidad, la masculinidad u otros géneros.

En ese contexto, se ha definido al género como categoría teórica mediante la cual la división de la experiencia social tiende a dar a los hombres y a las mujeres concepciones diferentes de sí mismos, de sus actividades y creencias y del mundo que les rodea. Es una estructura social y un sistema conceptual fundamental en cuyo ámbito se asignan significado y valor a todas las cosas y una forma de organizar las relaciones sociales humanas. Las cualidades que asociamos con el género son atributos históricamente construidos, formados en las relaciones de poder (Butler, 2007). Por lo tanto, no es ni un conjunto de características, ni una variable, ni un rol, sino el producto de cierto tipo de prácticas sociales que se configuran dentro de relaciones de poder mediadas socio-técnicamente.

La concepción binaria del género se ha constituido como construcción de lo social que jerarquiza a los hombres por sobre las mujeres y establece la heterosexualidad como la norma, al surgir como verdad en la relación poder-saber (Foucault, 1980). Allí la subjetividad de género se configura en las prácticas sociales desarrolladas en los diferentes entornos (online y *offline*) y estos proveen tanto un espacio de promoción y visibilización como de sujeción a ideales y normas e innovación y ruptura. Los aportes de los estudios de las relaciones de género, como entramados culturales que forman parte de nuestra sociedad, cuestionan lo que se nos muestra en aparente normalidad para observar las formas mediante las que se legitiman las diferencias y, con ello, las relaciones de poder como núcleo central en la comprensión de sistemas de género (Gregorio y Franzé Mudano, 2006), en función de producciones materiales, sociales y simbólicas contextualizadas en espacio y tiempo.

## Características de la investigación

El proyecto EDIGA (Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia) se ha desarrollado en tres países (México, España y Uruguay), ya que la aproximación a diferentes culturas permite comprender su valor en la configuración de las identidades, diferenciando lo local de lo global en un mundo de aparente homogeneización, y en dos fases.

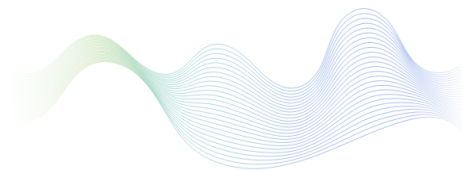
En la primera fase se llevó a cabo un estudio de encuesta entre la población de jóvenes de 14 a 17 años residentes en Galicia (España), Puebla (México) y en el conjunto de Uruguay, a lo largo del curso escolar 2021/2022 en los primeros países y del 2022/2023 en Uruguay.

En esta fase se ha empleado un cuestionario online diseñado *ad hoc* previamente validado por un panel de expertos/as. El cuestionario estaba organizado en seis secciones: dos generales - I) Cuestiones sociodemográficas y II) Uso de las redes sociales- y cuatro específicas, relativas a las principales actividades desarrolladas por las y los jóvenes en plataformas digitales identificadas en la literatura (Boczkowski et al., 2018): III) configuración del perfil mediático, IV) selfis, V) creación de memes y VI) clips de vídeo. Las prácticas sociales (Bourdieu, 1991; Reckwitz, 2002; Schatzki et al., 2001) desarrolladas en las diferentes plataformas constituyeron el encuadre que permitió identificar los procesos de construcción identitaria. La muestra final de Galicia fue de 1020 respuestas, en México de 5634 y en Uruguay de 404.

En la segunda etapa, en la que no participó Uruguay, se realizaron estudios de casos múltiples a través del seguimiento de las cuentas de Instagram de los sujetos que dieron su autorización para participar en la investigación. En total se estudiaron 14 casos de adolescentes entre 14 a 17 años (8 de Galicia y 6 de Puebla) de distinta edad y género. Se realizó un seguimiento de la actividad de sus cuentas durante 15 días consecutivos, recopilando información a través del diario de campo, información que se complementó con la recolección de objetos digitales, es decir, fotografías, mensajes o capturas de pantalla que evidenciaran las formas de autorrepresentación y representación social de los usuarios. A posteriori, se realizaron entrevistas semiestructuradas que permitieron tomar nota de sus inquietudes, actividades y afectividades al ingresar en la plataforma y corroborar hipótesis y profundizar en algunos aspectos.

Entre los resultados destacan algunas cuestiones que se presentan interesantes para la identificación de las condiciones generales en donde los y las adolescentes realizan prácticas. En ese sentido, es posible combinar, a modo de síntesis, los datos extraídos (tanto cualitativos como cuantitativos) y definir algunos ejes que estarían participando en la construcción de la identidad de género en las prácticas que desarrollan en los diferentes contextos.

En primer lugar, se considera a las plataformas como maquinarias que van desplegando distintas ofertas para la comunicación y la integración social, a partir de los flujos de datos que cada usuario/a entrega a sus algoritmos. Estos procesan los contenidos que produce el sujeto y los almacena en la infraestructura técnica. Luego oferta caminos y orienta las prácticas, tanto



a la hora de realizar imágenes, incorporarles un tipo de música o sugerir seguidores. De esta forma encauza el deseo de los sujetos para generar determinados modos de devenir, y, por ende, subjetivarse. Las diferentes prácticas que estos/as realizan en su marco posibilitan un tipo de visibilidad que ayuda definir su subjetividad ante los demás, y a que compartan relatos de su cotidianidad o lo más agradable o relevante de la historia de vida. En ese sentido, las plataformas (en este caso Instagram) se transforman en una maquinaria atractiva donde se puede gestionar una narrativa de sí; un *yo sociodigital* (Zafra, 2011), en el que están presentes las marcas de género socialmente construidas. Este proceso orientado por las arquitecturas tiene clara visualización en las producciones y procesos que los sujetos desarrollan. Destacan, la producción de imágenes diversas que evidencian prácticas corporales connotadas genéricamente; la narrativa construida en el perfil y las personas a las que sigue y que pueden transformarse en referentes significativos de cómo se ven y qué muestran o esconden a los demás. Si bien los/as usuarios/as gestionan algún nivel de privacidad (en diferentes capas: amigos/as, mejores amigos/as, etc.) y con ello se impulsa a segmentar comunidades de relaciones sociales: familiares, amistades, contactos profesionales, personas admiradas, etc.; la plataforma sigue actuando como distribuidora de contenido, y así sujeta a sus usuarios a través de la formación de una gran red de comunidades, en donde cada persona tiene la posibilidad de hacerse visible ante varios sujetos que pueden ser sus amigos/as, amistades de sus amistades, o las personas similares a ellos/as y con esto captura el deseo de obtención de flujos de capital social. El género se construye en su propio hacer y, en este sentido, es importante analizar las diferentes tensiones que se generan en los entornos digitales en donde, a pesar de que se sostienen en la reproducción de consumos, el control y el manejo de afectividades, es necesario destacar las líneas de fuga, innovaciones minoritarias que se repiten y propagan, que llaman la atención por considerarse *rarezas* y *anormalidades* que se contagian y que resultan transformadores/as (Heredia, 2012).

La proyección de los resultados de la investigación ha dado posibilidades de abrir un encuentro y un diálogo académico fructífero contribuyendo a la visibilización de la problemática y también a combatir la llamada “ceguera de género” (Perdomo Reyes, 2006) que se produce cuando se construye conocimiento acerca de la tecnología en general y de la tecnología educativa en particular.

### **La organización de las jornadas, su sentido y el valor de las diferentes aportaciones**

Las jornadas se presentaron como un espacio abierto al debate que ayuda a generar conocimiento desde ámbitos diferentes. Por esa razón en su programación se incluyeron profesionales que ofrecieron su perspectiva y voz, ya sea por la participación en un colectivo concreto, una experiencia educativa, o la presencia activa y combativa en medios de comunicación tradicionales y alternativos. De allí que se organizaran conferencias plenarias, mesas redondas y talleres, tres modalidades diferentes para generar participación e

involucrarnos en la problemática desde distintos puntos de vista, siempre teniendo a la participación de todos/as como núcleo fundamental del trabajo.

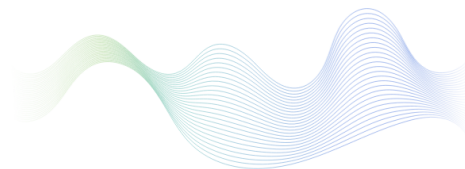
La conferencia estuvo a cargo de *Irantzu Varela*, periodista feminista, que se define a sí misma como bollera, vasca, hija y nieta de sardineras. Creadora de *El tornillo* y del espacio *Faktoria Lila*. Colaboradora en medios de comunicación, especialmente en *Pikara Magazine*. Monologuista. Directora del documental *Él Nunca Me Pegó* y autora del libro *(Ya no) soy esa*. Su análisis de la realidad de las redes sociales proporcionó una visión de la problemática vista en primera persona a través de su experiencia personal, al mismo tiempo que compaginó con aportaciones y propuestas para enfrentarse a las situaciones oscuras y difíciles que puedan generarse en el marco de las redes sociales.

La mesa redonda denominada *Género y redes sociales: compartiendo experiencias*, tuvo como objetivo combinar los diferentes puntos de vista de esta relación: desde el activismo (con la participación de Nee Barros escritor, *youtuber* e integrante del colectivo LGBTQIA+) y desde un proyecto educativo de amplia trayectoria (contamos con la participación de Priscila Retamozo, formadora y coordinadora del proyecto “Comando igualdad”). Ambas aportaciones posibilitaron ampliar la mirada de una problemática compleja que reclama un tratamiento a su altura y de forma coordinada, sobre todo en un momento histórico en donde las plataformas tienen un alto nivel de penetración y todo ocurre a tal velocidad, que es importante no perder el rumbo y orientar con claridad el camino.

Se programaron también dos talleres, como metodología que posibilita la implicación también personal y afectiva de la problemática. El taller *Identidades y performatividades de género: un acercamiento desde las teatralidades expandidas* ayudó a explorar las propias contradicciones a través de las vivencias del cuerpo y la teatralidad. Estuvo coordinado por Rocío Anguita profesora Titular en el Departamento de Pedagogía de la Facultad de Educación y Trabajo Social de la Universidad de Valladolid, Directora del Grupo de Investigación Reconocido (GIR) Ciudadanía, Ecologías del Aprendizaje y Educación Expandida (CEAEX) y Yasna Patricia Pradena García, doctora por la Universidad de Valladolid en el programa de doctorado de Investigación Transdisciplinar en Educación y con un Máster en Arteterapia y Educación Artística para la Inclusión Social.

El segundo taller, *Manosfera y misoginia en línea: análisis de contenido de subculturas digitales*, fue Coordinado por Jorge García Marín, profesor del Departamento Ciencia Política y Sociología USC, coordinador del Máster Igualdad, Género y Educación y miembro fundador de la Red Académica Internacional sobre Masculinidades, Género e Igualdad. Realizó una aproximación al concepto de masculinidades tóxicas presentes en las subculturas digitales y su aproximación a la problemática educativa que se desprende de esto.

El conjunto de aportaciones de los participantes se organizó en dos mesas de comunicaciones (cuyos resúmenes tenéis en este volumen). Los participantes pudieron enviar trabajos a 6 líneas conceptuales, que en su conjunto posibilitaron dar cuenta de la complejidad de la



problemática que estamos tratando: 1) El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes, 2) Efectos sociales y educativos de la construcción de identidad de género en las plataformas digitales, 3) El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria, 4) Retos de las instituciones educativas ante las cuestiones de género en las prácticas digitales de adolescentes, 5) Activismos en las redes y la educación: feminismos y movimiento LGBTTTQI+ frente a los discursos de odio y la manosea y, por último, 6) Iniciativas educativas en torno a movimientos, activismos de género LGBTTTQI+ y homofobia o transfobia en las redes.

Esta organización tuvo como objetivo fomentar el diálogo con un tiempo sosegado para el análisis de las problemáticas planteadas y su repercusión en los entornos sociales en donde se desarrollaron. En este tiempo concreto, todos/as los que presentaron su trabajo tuvieron la oportunidad de explicarlo y, además, desde la coordinación se plantearon preguntas que orientaron el análisis y las posibilidades del encuentro de recurrencias entre las diferentes investigaciones presentadas. El producto lo tenéis en este libro de actas, que da cuenta de ese proceso conjunto a través de las síntesis que las coordinadoras de mesas elaboraron y también de las aportaciones de cada uno.

## Referencias

- Braidotti, R. (2004). *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*. Gedisa.
- Boczkowski, P., Matassi, M., & Mitchelstein, E. (2018). How young users deal with multiple platforms: The role of meaning-making in social media repertoires. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 245-259. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy012>
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Taurus.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge*. Pantheon.
- Gregorio, C., & Franzé Mudano, A. (2006). Una mirada desde la antropología social: Diferenciaciones de género y mediaciones culturales en los procesos educativos. En C. Rodríguez Martínez (Comp). *Género y currículo. Aportaciones del género al estudio y práctica del currículo*, pp. 77-100. Akal.
- Heredia, J.M. (2012). Dispositivos y/o agenciamientos. *Contrastes. Revista Internacional de Filosofía*, 19 (1). <https://revistas.uma.es/index.php/contrastes/article/view/1080>
- Perdomo Reyes, O. (2016). Género y tecnologías. Ciberfeminismos y construcción de la tecnocultura actual. *Revista CTS*, 11(31), 171-193. <http://www.revistacts.net/contenido/numero-31/genero-y-tecnologias-ciberfeminismos-y-construccion-de-la-tecnocultura-actual/>

- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Ruiz Martínez, J.M. (2018). Una aproximación retórica a los memes de Internet. *Revista Signa*, 27, 995-1021. <https://doi.org/10.5944/signa.vol27.2018.21856>
- Schatzki, T., Knorr-Cetina, K., & Savigny, E. (2001). *The practice turns in contemporary theory*. Routledge.
- Winocur, R., Rueda Ortiz, R., & Benítez Larghi, S. (2018). Nuevas identidades, culturas emergentes y estrategias de inclusión social. En C. Cobo et al. (Eds.), *Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión en América Latina* (pp. 150-238). Penguin Random House.
- Zafra, R. (2011). *Un cuarto propio conectado. (Ciber)espacio y (auto)gestión del yo*. Fórcola.



# **MESA DE COMUNICACIONES**

**El género en las plataformas y en las  
prácticas digitales en la adolescencia**

# Actitudes de estudiantes universitarios hacia el aprendizaje con videojuegos: diferencias en función del género

Jing Liang<sup>1</sup>, Vanesa Ausín Villaverde<sup>2</sup>, Víctor Abella García<sup>3</sup>

(1) Universidad de Burgos, [jlx1016@alu.ubu.es](mailto:jlx1016@alu.ubu.es)

(2) Universidad de Burgos, [vausin@ubu.es](mailto:vausin@ubu.es)

(3) Universidad de Burgos, [vabella@ubu.es](mailto:vabella@ubu.es)

## Línea temática

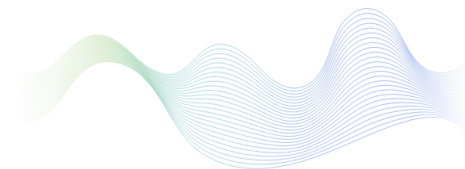
Efectos sociales y educativos de la construcción de identidad de género en las plataformas digitales.

## Resumen

Los videojuegos son un ejemplo del uso de la tecnología digital en educación, por ello cada vez son más las investigaciones que demuestran su gran potencial en este campo. El objetivo principal de esta comunicación es conocer las actitudes de estudiantes hacia el uso educativo de los videojuegos y, en segundo lugar, explorar las diferencias de género en las actitudes hacia su uso. En el estudio se utilizó una metodología cuantitativa, de tipo descriptivo-comparativo. Han participado 252 estudiantes. Se utilizó un cuestionario basado en el Modelo de Aceptación de la Tecnología (Modelo TAM) a partir de Kaimara et al. (2022). Los resultados del estudio muestran que se observaron diferencias significativas entre hombres y mujeres en las actitudes hacia los videojuegos como método educativo, siendo los hombres más propensos a utilizarlos que las mujeres.

## Palabras clave

Videojuegos, educación, género, estudiantes universitarios.



## Introducción

El videojuego se puede considerar un material con potencial didáctico, esto es, un recurso para la generación de experiencias pedagógicas necesarias para la consecución de las competencias que se deben adquirir en el proceso de enseñanza y aprendizaje. Los videojuegos, como herramienta educativa emergente, son un ejemplo del uso de la tecnología digital en el ámbito escolar. En la actualidad, son numerosas las investigaciones que demuestran el enorme potencial de los videojuegos en este campo (Toh y Kirschner, 2020). Los videojuegos se pueden utilizar para desarrollar el aprendizaje independiente de los estudiantes porque el entorno del juego digital es atractivo y tiene características que favorecen el aprendizaje independiente, como espacios seguros y entornos de aprendizaje auténticos (Toh y Kirschner, 2020).

Los objetivos de esta comunicación son: conocer las actitudes de estudiantes universitarios hacia el uso educativo de los videojuegos y descubrir si existen diferencias de género entre los estudiantes hacia el uso educativo de los videojuegos.

## Metodología

El estudio se desarrolla siguiendo una metodología cuantitativa, de tipo descriptivo-comparativo. Han participado 252 estudiantes (199 mujeres y 53 hombres) de titulaciones relacionadas con el ámbito educativo de la Universidad de Burgos, Valladolid y Barcelona. La edad media de los participantes era de 21,37 años (DT = 3,5). Se utilizó un cuestionario basado en el Modelo de Aceptación Tecnológica (Modelo TAM) a partir del publicado por Kaimara et al., (2022). El cuestionario consta de 6 preguntas sociodemográficas (en esta comunicación se utiliza el género y “¿Eres usuario habitual de videojuegos?”) y de 9 ítems que se contestan según una escala Likert con cinco opciones de respuesta (1= muy poco; 2 = poco; 3 = suficiente; 4= bastante; 5= mucho), agrupados en tres factores (actitudes hacia los videojuegos, eficacia de los videojuegos e intención de utilizar los videojuegos), tal como puede consultarse en el siguiente enlace<sup>1</sup>. Al no cumplirse los requisitos de normalidad y homocedasticidad para la realización de pruebas t, se optó por realizar la prueba no paramétrica de la U de Mann Whitney para realizar las comparaciones entre hombres y mujeres ( $p \leq 0,05$ ).

## Resultados

De las 199 mujeres que participaron en el estudio, sólo el 25,6% tenían el hábito de utilizar videojuegos (51 alumnas) frente al 83% de los hombres (44 de 53 alumnos).

---

<sup>1</sup> [Enlace con carta de invitación y modelo a cubrir por los estudiantes | https://universidaddeburgos-my.sharepoint.com/:w/g/personal/vausin\\_ubu\\_es/EQoDF0gEUWZLIKtbNpl\\_vUMBmGij9-ZSBhlo3Xvt7P\\_ujg?rttime=zFU3K7og3Eg](https://universidaddeburgos-my.sharepoint.com/:w/g/personal/vausin_ubu_es/EQoDF0gEUWZLIKtbNpl_vUMBmGij9-ZSBhlo3Xvt7P_ujg?rttime=zFU3K7og3Eg)

Dentro del Factor 1 del cuestionario (Actitudes hacia los videojuegos) se observaron diferencias significativas en 2 de los 3 ítems que componían el factor. En el ítem “Usar videojuegos para aprender es una pérdida de tiempo” los alumnos (Mdn = 3) puntuaron más que las alumnas (Mdn = 2),  $U = 4181$ ,  $p = .016$ . La diferencia fue en el mismo sentido en el ítem “El uso de videojuegos para el aprendizaje es una distracción y un impedimento para alcanzar los objetivos de la asignatura” puntuando más los varones (Mdn = 3) que las mujeres (Mdn = 2),  $U = 4276$ ,  $p = .027$ .

Para el Factor 2 (Eficacia de los videojuegos para los estudiantes) solo se obtuvieron diferencias significativas en uno de los 4 ítems, concretamente en “El uso de videojuegos en actividades de aprendizaje aumenta la autoestima de los alumnos”, puntuando significativamente más los chicos (Mdn = 4) que las chicas (Mdn = 3),  $U = 4277$ ,  $p = .028$ . El ítem “El uso de videojuegos para el aprendizaje hace que los alumnos no se tomen en serio el aprendizaje” mostró una tendencia hacia la significación  $p = .055$ , obteniendo una mediana igual en hombres (Mdn = 3) y en mujeres (Mdn = 3).

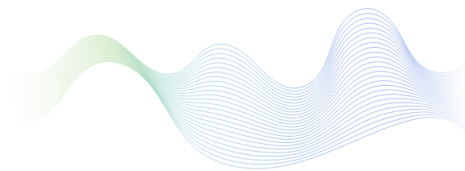
En los dos ítems que integraban el Factor 3 (Intención de utilizar videojuegos en el aula) no se encontraron diferencias significativas entre los hombres y las mujeres

## Discusión y conclusiones

El estudio muestra que hay una mayor dedicación a los videojuegos por parte de los chicos, mientras que en el caso de las chicas tan solo lo hacen un cuarto de las encuestadas. Algunos estudios en otros contextos plantean la hipótesis de que los chicos se orientan más hacia el juego en pantalla y las chicas hacia actividades con mayor orientación social (redes sociales, chatear), comprobando que es cierto en el caso de los varones, mientras que entre las chicas los resultados generaban más dudas. Se puede decir que las mujeres tienen una actitud más positiva hacia el uso de los videojuegos como herramienta educativa. En cambio, tendrían más dudas con respecto a la eficacia del uso de videojuegos para el aprendizaje que los chicos, opiniones que ya se han manifestado en otros estudios con enfoque mixto realizados con estudiantes de 5º de Primaria (Sipone et al., en prensa). Sin embargo, no se han encontrado diferencias en la intención de utilizarlos en un futuro con sus estudiantes, algo que ya ha aparecido en estudios previos como el de Sánchez-Mena et al. (2019).

## Referencias

- Kaimara, P., Fokides, E., Oikonomou, A., & Deliyannis, I. (2022). Pre-service teachers' views about the use of digital educational games for collaborative learning. *Education Inf Technol*, 27, 5397–5416. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10820-9>
- Sánchez-Mena, A., Martí-Parreño, J., & Aldás-Manzano, J. (2019). Teachers' intention to use educational video games: The moderating role of gender and age. *Innovations in*



Education and Teaching International, 56(3), 318-329.  
<https://doi.org/10.1080/14703297.2018.1433547>

Toh, W., & Kirschner, D. (2020). Self-directed learning in video games, affordances and pedagogical implications for teaching and learning. *Computers & Education*, 154, 103912. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103912>

Sipone, S., Abella, V., Rojo, M., & Moura, J. L. (in press). Sustainable mobility learning: Technological acceptance model for gamified experience with ClassCraft in primary school. *Education and Information Technologies*. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11851-0>

# Investigando la igualdad de género: construir ciudadanía global a partir de la publicidad

Carlos Rodríguez-Hoyos<sup>1</sup>, Adelina Calvo-Salvador<sup>2</sup>, Elia Fernández-Díaz<sup>3</sup>

(<sup>1</sup>)Universidad de Cantabria, [rodriguezhc@unican.es](mailto:rodriguezhc@unican.es)

(<sup>2</sup>)Universidad de Cantabria, [calvoa@unican.es](mailto:calvoa@unican.es)

(<sup>3</sup>)Universidad de Cantabria, [elia.fernandez@unican.es](mailto:elia.fernandez@unican.es)

## Línea temática

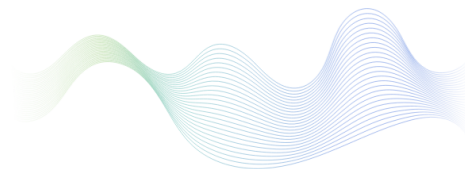
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

Se presentan los resultados de un estudio de caso centrado en desarrollar el enfoque de ciudadanía global crítica en un centro de educación secundaria en Cantabria (norte de España). Desde el marco general de la Agenda de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS 5 Igualdad de género, meta 5.4, reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerado, se investigó sobre la representación publicitaria de los trabajos de cuidado hacia las personas y las cosas, tareas que habitualmente desarrollan las mujeres. El objetivo es analizar las líneas temáticas que incorpora el alumnado en sus relatos para deconstruir la violencia simbólica de los discursos publicitarios. Los resultados muestran tres estrategias que los adolescentes usan para abordar críticamente esta violencia simbólica que ejercen los medios. La comunicación surge en el proyecto I+D+i coordinado y titulado Investigando nuevos escenarios socioeducativos para la construcción de la ciudadanía global en el siglo XXI (Proyecto PID2020-114478RB-C21 financiado por MCIN/AEI /10.13039/501100011033).

## Palabras clave

Educación global, enseñanza de los medios de comunicación, enseñanza secundaria, publicidad.



## Introducción

El preámbulo de la LOMLOE (2020) ofrece algunas líneas en los diferentes niveles educativos que pretenden formar una ciudadanía con una orientación global (Bourn, 2021), incorporando en las aulas algunos de los retos a los que se enfrenta una sociedad turbocapitalista (Solana et al., 2016). Retos a los que pretenden dar respuesta, con muchos matices y fracturas, los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible que estructuran y dan forma a la Agenda 2030. En esta comunicación se presentan algunos resultados de una investigación más amplia dirigida a promover una educación para la ciudadanía global crítica trabajando con adolescentes.

En este trabajo se presenta un estudio de caso que se realizó en un taller orientado a analizar y valorar el trabajo doméstico y de cuidados (ODS 5) con alumnado de 3º y 4 de la ESO. De forma grupal, en la primera parte del taller se analizaron diversos anuncios con el objetivo de que el alumnado comprendiera cómo se construye socialmente la mirada al trabajo no remunerado desarrollado por las mujeres e identificar cómo algunos medios (Horta, 2013) representan las tareas desarrolladas por mujeres y hombres (utilizando, para ello, estereotipos de género). En la segunda parte, se invitó al alumnado a la producción de discursos publicitarios alternativos (Pacheco Rueda, 2010), utilizando los lenguajes de la imagen fija y en movimiento (cada grupo creó un anuncio de imagen fija y otro en movimiento). Este trabajo se asienta en aquellas aportaciones que sugieren que formar para luchar contra la violencia simbólica de los medios contra las mujeres exige desarrollar su creatividad para generar discursos que permitan comunicarse de una forma más igualitaria (Lomás, 2007). El objetivo de esta comunicación es analizar qué líneas temáticas incorpora el alumnado en sus relatos para deconstruir la violencia simbólica de los discursos publicitarios.

## Método

Esta investigación se enmarca en el paradigma cualitativo de investigación, más concretamente, en el estudio de casos (Simons, 2011). Entendemos que se trata, ante todo, de una metodología orientada a conocer en profundidad fenómenos únicos y particulares como, por ejemplo, entidades educativas o sociales consideradas únicas. Siguiendo la tradición cualitativa, en esta investigación se han empleado instrumentos que vienen siendo utilizados tradicionalmente en los estudios inspirados en este enfoque metodológico como:

Análisis de documentos: se examinaron los materiales educativos empleados en el caso para desarrollar la experiencia educativa, documentos de coordinación pedagógica, etc.

Entrevista semiestructurada al profesorado y al alumnado para conocer sus opiniones sobre el proceso de trabajo, diseño de la experiencia, etc.

Observación participante en todas las sesiones de trabajo desarrolladas con el estudiantado.

Notas de campo, utilizadas como herramienta que nos permitió apoyar las observaciones realizadas.

Toma de fotografías y vídeos cortos para documentar el proceso.

En el caso participaron dos docentes y el alumnado de dos cursos de 3º y 4º de la ESO de un centro educativo de Cantabria, en el que se desarrolló el citado taller destinado a promover la comprensión y el análisis de una de las metas del ODS 5, orientado a incentivar la igualdad de género.

## **Resultados**

Debido a las limitaciones de esta comunicación, vamos a centrarnos en el análisis temático de las producciones realizadas por el alumnado que participó en la investigación, tratando de comprender qué estrategias emplearon para incorporar la perspectiva feminista a la descripción del qué se cuenta en los relatos para deconstruir la violencia simbólica de los medios (Fueyo y Andrés, 2017). Este análisis sugiere que los grupos que participaron en la investigación emplearon tres estrategias básicas:

Ampliar las formas de representación. Uno de los grupos de trabajo construyó una narración para cuestionar la normalización del uso de la figura femenina para la venta de productos que tradicionalmente se han destinado al público femenino como, por ejemplo, electrodomésticos como los secadores de pelo.

Cuestionar estereotipos. Dos de los grupos cuestionaron los estereotipos de género identificados en la fase de análisis de anuncios publicitarios. Uno de ellos se centró en las estereotipadas representaciones que la industria juguetera realiza a la hora de producir y vender juguetes a los menores, mientras que el otro abordó la necesidad de cuestionar los estereotipos de género asociados a determinadas profesiones.

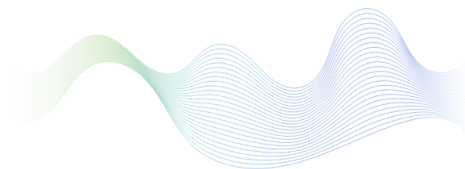
Reivindicar la igualdad. Finalmente, uno de los grupos construyó una narrativa destinada a reivindicar la igualdad a la hora de reconocer los logros en materia deportiva.

## **Discusión y conclusiones**

Esta investigación pone de manifiesto la necesidad de seguir generando espacios en los contextos escolares en los que poner en cuestión los objetos de consumo masivo para abordar la violencia simbólica que los viejos y nuevos medios ejercen contra las mujeres. Los relatos construidos evidencian la necesidad de seguir ofreciendo estrategias que permitan al alumnado seguir cuestionando los procesos de representación (Fueyo y Andrés, 2017).

## **Agradecimientos**

Investigando nuevos escenarios socioeducativos para la construcción de la ciudadanía global en el siglo XXI (Proyecto PID2020-114478RB-C21 financiado por MCIN/AEI /10.13039/501100011033).



## Referencias

- Bourn, D. (2021). Pedagogy of hope: global learning and the future of education. *International Journal of Development Education and Global Learning*, 13(2), 65-78.
- Horta, J. (2013). Representaciones mediáticas. Tres notas sobre los procesos semióticos en los medios masivos. *Comunicación y Medios*, (28), 96.
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 340, de 30 de diciembre de 2020. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2020/12/29/3>
- Lomas, C. (2007). Ni víctimas ni verdugos. *Fuentes*, 7, 1-16.
- Fueyo, A., & de Andrés, S. (2017). Educación mediática: un enfoque feminista para deconstruir la violencia simbólica de los medios. *Revista Fuentes*, 19(2), 81-93. <http://dx.doi.org/10.12795/revistafuentes.2017.19.2.06>
- Pacheco Rueda, M. (2010). El discurso disidente de la contrapublicidad verde. *Pensar la publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 3(1), 55-82.
- Simons, H. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Ediciones Morata.
- Solana, M., Badia, A., Cebollada, Á., Ortiz, A., & Vera, A. (2016). Espacios globales y lugares próximos. Setenta conceptos para entender la organización territorial del capitalismo global. *Icaria*.

# Violencia de género simbólica: el “currículum oculto” de TikTok

Judith Muñoz-Saavedra<sup>1</sup>, Beatriz Jarauta<sup>2</sup>, Emma Quiles<sup>3</sup>, Isaac Calduch<sup>4</sup>

(1) Universitat de Barcelona, [judithmunoz@ub.edu](mailto:judithmunoz@ub.edu)

(2) Universitat de Barcelona, [bjarauta@ub.edu](mailto:bjarauta@ub.edu)

(3) Universitat de Barcelona, [emma.quiles@ub.edu](mailto:emma.quiles@ub.edu)

(4) Universitat de Barcelona, [icalduch@ub.edu](mailto:icalduch@ub.edu)

## Línea temática

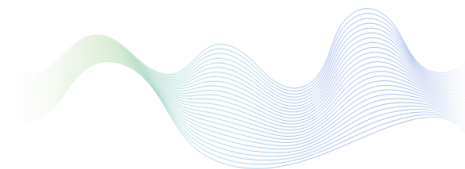
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

Investigaciones recientes señalan un aumento de la violencia de género en redes sociales entre jóvenes y adolescentes. TikTok ha experimentado un crecimiento significativo en estos grupos demográficos, influyendo en su socialización y en la configuración de las subjetividades e identidades de género. El objetivo de esta comunicación es identificar y describir las formas en que se manifiesta la violencia de género en TikTok, para ayudar al profesorado en la prevención, detección y abordaje de esta problemática. La investigación utilizó un diseño metodológico cualitativo, que incluyó una revisión tradicional de literatura y un análisis de contenido de 74 videos de los 10 TikTokers españoles más seguidos en España. En el análisis se identificaron 5 macrocategorías y 17 categorías que reflejan las manifestaciones de la violencia de género en TikTok. Los hallazgos sugieren una normalización de contenidos que incluyen violencia de género simbólica, sutil y normalizada. Además, se observa una tendencia hacia la proyección de imágenes digitales hipersexualizadas y cosificadas de mujeres, con una sobreexposición de cuerpos normativos. Estos resultados muestran que TikTok posee un currículum oculto que refuerza desigualdades y reconfigura los roles tradicionales de género a través de nuevos lenguajes y performatividades.

## Palabras clave

Violencia de género, TikTok, estereotipos, redes sociales.



## Introducción

En la última década, el uso generalizado de redes sociales entre jóvenes ha generado nuevas formas de interacción y aprendizaje social. Investigaciones recientes indican que adolescentes de 12 a 16 años pasan un promedio de 1058 horas al año en línea (Qustodio, 2019), y que las redes sociales son parte integral de su vida diaria, ocio y entorno escolar. Estas plataformas han ocasionado cambios significativos en la construcción de la subjetividad juvenil y ejercen una notable influencia en la socialización y formación de identidades de género (Del Prete y Redon, 2020). Al igual que el currículum oculto presente en los sistemas educativos (Torres, 1994), las redes sociales transmiten implícitamente conocimientos, valores y comportamientos que influyen en la configuración de las subjetividades e identidades. En estas plataformas, las identidades pueden ser "de escaparate" (Tortajada et al., 2013) o moldeadas por una construcción corporal artificial y fabricada (Khattab, 2019). En muchos casos, el contenido compartido en redes refleja subjetividades en las que el género y la sexualidad imitan patrones patriarcales (Regueira et al., 2020; Tortajada et al., 2013).

En los últimos tres años TikTok se ha convertido en una red muy popular, siendo la aplicación más descargada y la segunda más utilizada por adolescentes y preadolescentes (32,5%) (Montag et al., 2021). Es una plataforma que permite crear e imitar vídeos, sus contenidos incluyen bailes, memes, retos, uso de filtros, y se caracteriza porque su algoritmo facilita la viralización de los videos mediante sugerencias personalizadas y la creación de tendencias (trend). Esto incrementa su carácter adictivo y el poder que ejercen los tiktokers (Xu et al., 2020), como referentes en los procesos de formación de la identidad juvenil.

Aunque TikTok tiene filtros y directrices que prohíben la violencia, el acoso y la discriminación, algunas investigaciones han advertido que presenta riesgos como la disociación entre el yo real y virtual, la vulnerabilidad ante la exposición pública (Bossen y Kottasz, 2020; Soriano-Ayala et al., 2022) y el acoso afectivo-sexual hacia mujeres jóvenes (Instituto de las mujeres, 2022). También se señala que la representación de las mujeres tiende a la cosificación, hipersexualización y subordinación (Kennedy, 2020; Khattab, 2020). Al respecto, el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) ha alertado sobre la elevada presencia de contenidos protagonizados por adolescentes o jóvenes que objetivizan y sexualizan a las mujeres, acompañados de mensajes vejatorios (CAC, 2021).

La violencia de género en el ámbito digital, como señala Sousa (2021), es simbólica y sistémica, y ha ido en aumento, manifestándose de diversas formas. Por ello, este estudio busca identificar y describir las diversas manifestaciones de la violencia de género en la plataforma TikTok, con el propósito de ayudar al profesorado en la prevención, detección y abordaje de esta problemática.

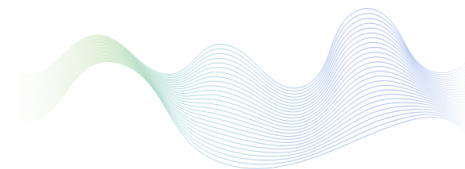
## **Método**

La investigación utilizó un diseño metodológico cualitativo. Primero, se realizó una revisión tradicional de literatura (Codina, 2020) y luego un análisis de contenido (Krippendorff, 2018) de una muestra conformada por 74 videos de los 10 TikTokers españoles más seguidos en España.

Los TikTokers se seleccionaron aplicando tres criterios: (1) que su área de influencia fuera España, (2) que la edad predominante de los/as seguidores/as fuera de entre 15 y 25 años y (3) que contaran con más de 10 millones de seguidores. Para el análisis de los vídeos se contemplaron seis indicadores de influencia (cantidad de seguidores/as, de publicaciones totales, de “me gustas”, tasa de interacción con los y las seguidores, y ranking de seguidores/as y de “me gustas”) y tres indicadores de los perfiles de sus seguidores/as (edad, área geográfica de influencia y sexo y género). Los vídeos de la muestra fueron seleccionados de manera intencional según los siguientes criterios: (1) que incluyeran contenidos relacionados con la violencia de género; (2) que tuviesen al menos 15 mil “me gustas” y (3) que fueran publicados entre enero y noviembre del 2022. Siguiendo estos criterios, se seleccionaron hasta 10 videos por TikToker. Los 74 vídeos seleccionados fueron analizados por el equipo investigador, primero de manera individual y luego a través de un proceso de comparación y triangulación.

## **Resultados**

Como resultado del análisis se identificaron 6 macrocategorías y 17 categorías que reflejan las manifestaciones de la violencia de género en la red social TikTok.



**Tabla 1.** Expresiones de Violencia de Género en TikTok

Macro categorías	Categorías	Definición
Cánones de belleza y reproducción de roles y estereotipos	Domesticidad femenina	Acciones o palabras que representan a la mujer dentro de roles de cuidado del hogar y de los demás y al hombre como encargado de abastecer económicamente a la mujer.
	Promoción del cuerpo normativo	Actitudes y acciones que destacan los atributos físicos representativos de la feminidad o masculinidad
Masculinidades	Masculinidad hegemónica	Comportamientos que destacan características consideradas masculinizantes (determinación, rudeza, fuerza, protección).
	Spornosexual/hedonismo	Comportamientos que representan el autocuidado y la cosificación del cuerpo masculino.
	Masculinidad tóxica	Atributos masculinos socialmente regresivos que sirven para fomentar la violencia de género, la dominación y la homofobia.
Relaciones de poder	Sumisión/autosomisión	Actitudes y creencias que consideran que las mujeres han de subordinarse al poder masculino. Necesidad constante de aprobación masculina.
	Objeto pasivo	Rol pasivo y sin autonomía que asumen las personas ante los estereotipos de género dominantes.
	Sujeto deseante	Comportamientos que convierten a las mujeres en objeto del deseo masculino y asignan al hombre actitudes de conquista y de posesión de la mujer.
	Cosificación sexual	Consideración de la mujer como objeto a disposición de los hombres, sobrevalorando su cuerpo o partes del mismo.
	Hipersexualización	Exaltación de la sexualidad como medio para obtener aceptación y valoración social.
Violencia tradicional	Uso de lenguaje sexista	Lenguaje con prejuicios culturales relacionados con la identidad sexual y de género.
	Incitación a conductas dañinas	Promoción de actos que pueden ser dañinos para la propia persona o hacia otras personas.
	Violencia física	Actos intencionales que provocan daño en el cuerpo de la mujer.
	Intimidación	Acciones dirigidas a promover miedo o a informar de la posibilidad de maltrato si la víctima no se somete a los designios de la persona maltratadora.
	Humillación	Actitudes de desprecio y descalificación hacia la mujer.
Dinámicas de amor tóxicas	Celos y control	Respuesta irracional ante la percepción o amenaza de pérdida de algo que se considera de propiedad y que desemboca en actitudes de vigilancia persistente por parte de la otra persona.
	Retórica del amor romántico	Conductas dirigidas a amplificar el sentimiento en una relación sexo-afectiva y valorar actitudes de celos y posesión como señal del amor verdadero.

Nota. Elaboración propia

## Discusión y conclusiones

Los resultados de esta investigación señalan la existencia de una normalización de conductas machistas que parecen no detectarse ni percibirse como tales, así como la presencia de formas sutiles y normalizadas de violencia de género. En la mayoría de los casos se identifican formas

de violencia simbólica (Bourdieu, 2000) la cual se ejerce a través de símbolos, imágenes, discursos y prácticas culturales que refuerzan la desigualdad de género y perpetúan estereotipos y roles tradicionales.

Las manifestaciones que aparecen con mayor frecuencia en los videos analizados son las relacionadas con los estándares de belleza y la perpetuación de roles y estereotipos de género, seguida por las dinámicas de poder. Específicamente, se observa una proliferación de imágenes y auto-representaciones, hipersexualizadas y cosificadas y la reconfiguración de roles tradicionales de género revestidos de nuevos lenguajes y performatividades.

La violencia de género se suele representar como un Iceberg, ya que gran parte de ella permanece invisible, naturalizada y oculta bajo la superficie. Lo mismo parece suceder con TikTok, que a pesar de tener filtros que prohíben la violencia, oculta un curriculum que transmite ideología, valores culturales, prejuicios, estereotipos y desigualdades que refuerzan el orden patriarcal.

Develar y cuestionar los curriculums ocultos sigue siendo uno de los principales desafíos de la educación transformadora. Identificar y analizar cómo se manifiesta la violencia de género en TikTok, puede ayudar a fomentar el pensamiento crítico y la conciencia de las desigualdades entre el estudiantado, para que puedan actuar de manera reflexiva y transformadora en los entornos digitales.

## **Agradecimientos**

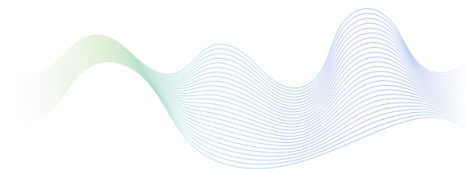
Esta comunicación recoge parte de los resultados del proyecto: “#ChallengingTikTok. Una experiencia de innovación en materia de violencia de género en la formación inicial del profesorado” (INDOVIG 2021), financiado a cargo de los créditos recibidos del Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, a través de la Secretaría de Estado de Igualdad.

## **Referencias**

Bourdieu, P. (2000). La dominación masculina. Anagrama.

Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicas. Revista ORL, 11(2), 139–153.  
<https://doi.org/10.14201/orl.22977>

Consell de l’Audiovisual de Catalunya, CAC. (2021). Presència de continguts a TikTok que perpetuen la transmissió d’actituds i valors masclistes. Informe 150/2021.  
<https://www.cac.cat/sites/default/files/informe%20150%20TikTok.pdf>



- Del Prete, A., & Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Instituto de las Mujeres. (2022). Mujeres jóvenes y acoso en redes sociales. Instituto de las Mujeres – Ministerio de Igualdad. <https://bit.ly/3v8VGnq>
- Khattab, M. (2019) Synching and performing: body (re)-presentation in the short video app TikTok. *WiderScreen*, 21, 1-2.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Qustodio (2019). Familias hiperconectadas: el nuevo panorama de aprendices y nativos digitales. [https://qweb.cdn.prismic.io/qweb/652ec17d-790d-49a5-8236-713c96b2c732\\_20191022\\_familias\\_hiperconectadas\\_es.pdf](https://qweb.cdn.prismic.io/qweb/652ec17d-790d-49a5-8236-713c96b2c732_20191022_familias_hiperconectadas_es.pdf)
- Regueira, U., Alonso-Ferreiro, A., y Da-Vila, S. (2020). La mujer en Youtube: representación y participación a través de la técnica Web Scraping. *Comunicar*, 63(28), 31-40. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-03>
- Soriano-Ayala, E., Bonillo, M., & Cala, V. C. (2022). TikTok and Child Hypersexualization: Analysis of Videos and Narratives of Minors. *American Journal of Sexuality Education*, Advanced Online Publication. <https://doi.org/10.1080/15546128.2022.2096734>
- Sousa, J. (2021). Violencia en Línea en Brasil: escenario y perspectivas. *Razón y Palabra*, 25(111). <https://doi.org/10.26807/rp.v25i111.1781>
- Torres, J. (1994). *El curriculum oculto*. Morata.
- Tortajada, I., Araüna, N., & Martínez, I. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Comunicar*, 41(21), 177-196. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-17>
- Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the Causes of the “Tik Tok” App Becoming Popular and the Existing Problems. *Journal of Advanced Management Science*, 7(2), 59-63. <https://doi.org/10.18178/joams.7.2.59-63>

# Deporte e identidad de género en Instagram: el caso de dos adolescentes gallegos

Ángela González-Villa<sup>1</sup>, Almudena Alonso-Ferreiro<sup>2</sup>

(<sup>1</sup>) Universidade de Santiago de Compostela, [angela.villa@usc.es](mailto:angela.villa@usc.es)

(<sup>2</sup>) Universidade de Vigo, [almalonso@uvigo.gal](mailto:almalonso@uvigo.gal)

## Línea temática

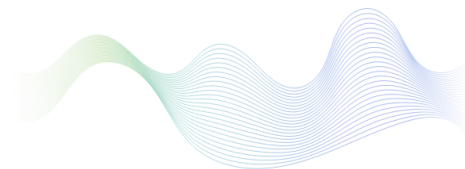
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

En una sociedad plataformizada, Instagram media las relaciones sociales y personales de adolescentes que despliegan en estos entornos gran parte de sus experiencias e intereses. El estudio que aquí se presenta busca identificar el significado del deporte en la construcción de la identidad de género adolescente en Instagram. Para ello, se toman dos casos de adolescentes de 15 años que se manifiestan como hombres cis de un estudio secuencial explicativo cuya segunda fase es un estudio de caso múltiple centrado en el seguimiento de perfiles en Instagram y entrevistas. Los resultados apuntan a que el deporte y las amistades median las prácticas digitales de estos adolescentes gallegos. Se representan a través de deportes tradicionalmente asociados a formas de expresión masculinas como el fútbol y el riesgo. Se concluye que Instagram opera como escenario en la expresión de manifestaciones de género ajustadas a moldes heteronormativos que condicionan su representación de sí y su identidad de género.

## Palabras clave

Adolescencia, deporte, Instagram, género.



## Introducción

En una sociedad inundada por plataformas digitales (Van Dijck et al., 2018), las redes sociales son construcciones sociales híbridas (Latour, 2008) inscritas en la realidad social. Se trata de un perfil mediático público o semipúblico en el que compartir información en distintos formatos, supervisar actuaciones y comunicarse (Boyd y Ellison, 2007). Las prácticas aquí desplegadas son visualizadas, conforme a la Teoría de la Práctica Social, como actividades mediatizadas estructuradas por el saber hacer, los significados inscritos y las materialidades con las que se producen (Schatzki et al., 2001).

Instagram, plataforma fundamentalmente visual, integra la cotidianeidad de adolescentes contemporáneos (Hernández-Serrano et al., 2021). Un espacio que favorece la negociación y la exploración de la propia identidad (Martínez Magdaleno et al., 2021) a través de una constelación de prácticas (selfis, vídeos, *reels*, etc.) que operan como recurso de subjetivación y condicionan la experiencia de género (Kerfa y Tortajada, 2022) al implicar prácticas de sí (Foucault, 1990) que inscriben nuevas formas de ser y de estar legitimadas por el deseado “me gusta”.

La juventud inunda sus perfiles mediáticos de experiencias e intereses sobre los que operan formas de poder-saber (Foucault, 1990) que condicionan la expresión del género (Kerfa y Tortajada, 2022). Este se comprende en relación con dispositivos de poder que conducen a representaciones de sí ajustadas al régimen de la verdad (Foucault, 1990) que regula lo socialmente mostrable, conforme a estándares hegemónicos, que generan diferencias en la expresión de la identidad (Martínez-Magdaleno et al., 2021). Una forma de poder pastoral (Foucault, 1990) que conduce a representaciones de género heteronormativas (Bell et al., 2018). En este contexto, este estudio busca identificar el significado del deporte en la construcción de la identidad de género adolescente en Instagram.

## Método

Este trabajo se enmarca en un estudio de caso múltiple que constituye la segunda fase del proyecto de I+D+i “Entornos digitales e identidades de género en la adolescencia (EDIGA)”; financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00). Una investigación que emplea un diseño mixto de tipo secuencial explicativo (Creswell y Plano, 2018) con una primera fase de carácter cuantitativo a través de un estudio de encuesta.

### *Estudio de caso*

Se realiza un estudio de caso múltiple centrado en el seguimiento de perfiles de adolescentes para explorar la construcción de su identidad de género en Instagram. Se seleccionaron 8 adolescentes de Galicia de entre 14 y 17 años. Los datos fueron recopilados mediante la observación, el registro de sus producciones en Instagram durante 15 días y entrevistas semiestructuradas. Éstas fueron grabadas con el consentimiento de las/os adolescentes,

transcritas íntegramente y, junto con el material de los perfiles de Instagram, analizadas inductivamente en ATLAS.ti 9. Este estudio se sustenta en las entrevistas de dos adolescentes que se identifican como hombres cis: Tomás y Samuel (nombres ficticios para garantizar el anonimato).

## Resultados

El estudio de caso se focaliza en dos jóvenes de 15 años residentes en Santiago de Compostela (Galicia) que se manifiestan como hombres cis. Su representación en Instagram es, principalmente, mediante dos flujos identificados: amistades y deporte. Los dos comparten contenido con sus amistades proyectando una vida socialmente activa. El fútbol y, con menor protagonismo, el fútbol sala, forman parte de la vida de Tomás desde hace 13 años. Samuel practica distintos deportes de riesgo, principalmente *mountain bike*; además, esquí en invierno y surf en verano.

En el caso de Tomás, el fútbol, categoría central del análisis, configura su representación de sí en Instagram (Figura 1); mientras que para Samuel es el deporte, flujo que nutre su identidad de género (Figura 2).

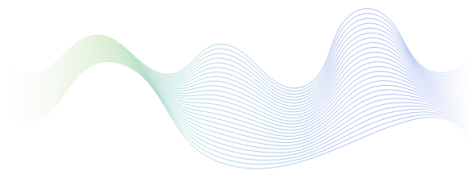


Figura 1. Red semántica del Caso Tomás

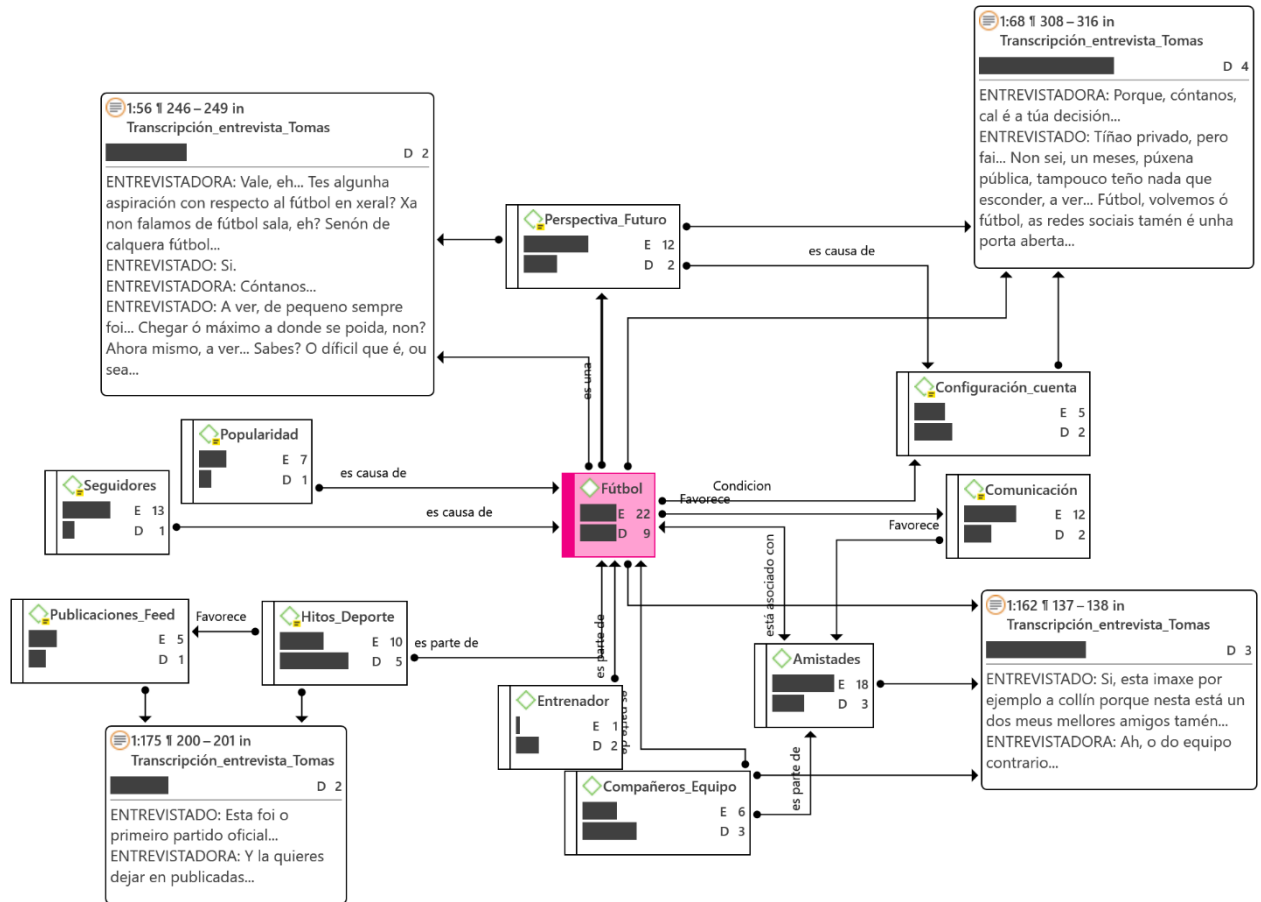
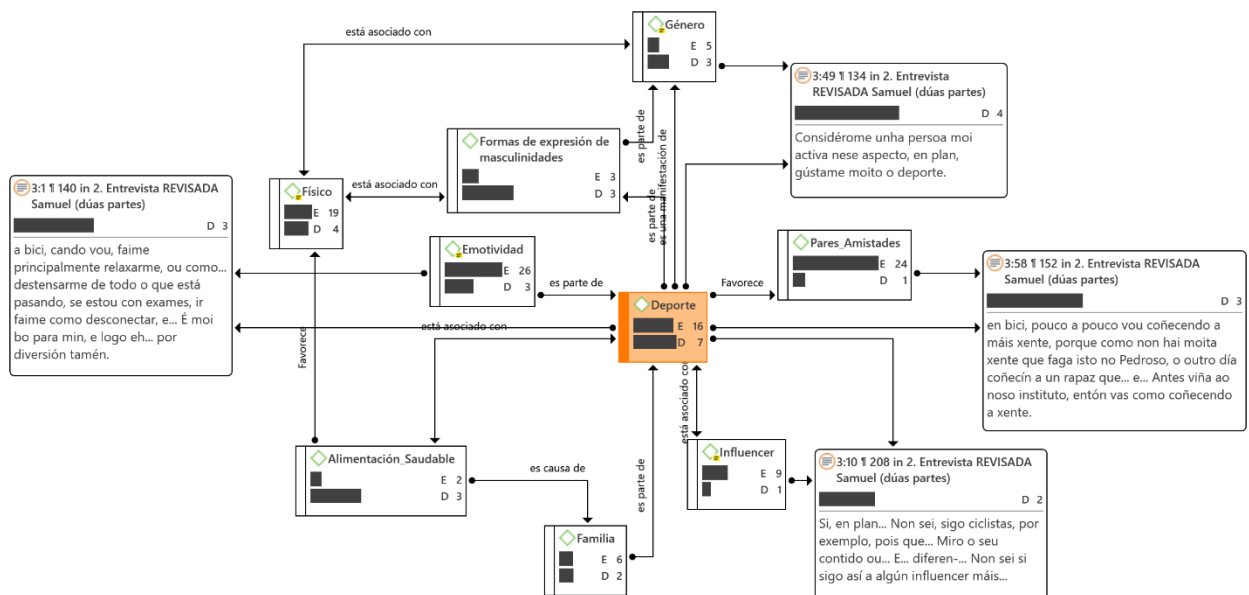


Figura 2. Red semántica del Caso Samuel



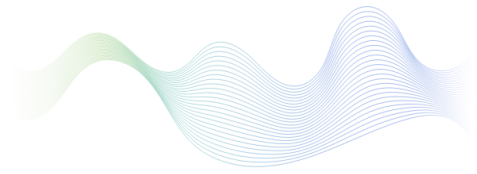
## Discusión y conclusiones

El deporte emerge como flujo principal en la representación de sí de estos adolescentes en Instagram. El fútbol media la interacción, configuración y representación de sí de Tomás en la búsqueda de popularidad en el marco de este deporte. Una realidad que nutre también el perfil de Samuel, inspirado en referentes mediáticos y contenido sobre alimentación y cuidado del cuerpo.

Estas realidades, asociadas tradicionalmente al género masculino, actúan como refuerzo de su sentimiento identitario e inscriben patrones heteronormativos (Bell et al., 2018) en su manifestación de género (Kerfa y Tortajada, 2022) en el ajuste a formas de poder-saber (Foucault, 1990) para el alcance del reconocimiento social que otorga la hegemonía. Una exposición que implica prácticas de sí (Foucault, 1990), configuradoras de sus identidades de género más allá de la mera pantalla.

## Referencias

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Bell, B.T., Cassarly, J.A., & Dunbar, L. (2018). Selfie-objectification: Self-objectification and positive feedback (“likes”) are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media. *Body image*, 26, 83-89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.06.005>
- Creswell, J.W., & Plano, V.L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3ª ed.). Sage.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Paidós.
- Hernández-Serrano, M.J., Renés-Arellano, P., Campos Ortuño, R.A., & González-Larrea, B. (2021). Privacy in social networks: analysis of the Spanish teenagers' digital self-representation risks. *Revista Latina de Comunicación Social*, (79), 133-154. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1528>
- Kerfa, S., & Tortajada, I. (Dirs.) (2022). Refuges identitaires numériques. *ILCEA*, 46. <https://doi.org/10.4000/ilcea.13727>
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- Martínez-Magdaleno, I., Galindo-Reyes, M.F., & De-la-Rosa-Franco, A.A. (2021). *¿Quién soy en las redes sociales? Influencia de las redes sociales en la construcción de la subjetividad en adolescentes* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma Metropolitana, México. <https://repositorio.xoc.uam.mx/jspui/handle/123456789/23310>



Schatzki, T., Knorr-Cetina, K., & Savigny, E. (2001). *The practice turns in contemporary theory*.  
Routledge. <https://bit.ly/3hdSfZ0>

Van-Dijck, J., Poell, T., & De-Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a  
connective world*. Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>

# Referentes mediáticos en la adolescencia. Una visión de género

Ángela González-Villa<sup>1</sup>, Almudena Alonso-Ferreiro<sup>2</sup>

(1) Universidade de Santiago de Compostela, [angela.villa@usc.es](mailto:angela.villa@usc.es)

(2) Universidade de Vigo, [almalonso@uvigo.gal](mailto:almalonso@uvigo.gal)

## Línea temática

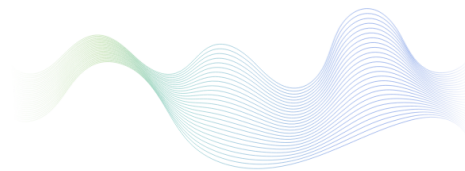
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

Las y los youtubers, instagramers, tiktokers y otros/as streamers se han posicionado como referentes en el consumo de contenido de adolescentes contemporáneos. Esta investigación pretende identificar los referentes de dos adolescentes identificados como hombres cis de 15 años y las marcas que implican en su identidad de género. Para ello se realiza un estudio de caso múltiple centrado en el seguimiento de los perfiles de Instagram de estos jóvenes y en entrevistas. Los resultados apuntan a la relevancia de los referentes en las pantallas de adolescentes contemporáneos en conexión con sus intereses y actividades cotidianas. Se identifica la proliferación de referentes propios de la manofera en el consumo de estos adolescentes. Se concluye la relevancia de los referentes de adolescentes en su identidad de género.

## Palabras clave

Instagram, adolescencia, referentes, género.



## Introducción

Las redes sociales han propiciado cambios profundos en la experiencia humana, especialmente en la adolescencia. Estas plataformas operan como canales para la experimentación de género y el autoconocimiento de sí al favorecer la expresión, y la actualización de sus experiencias vitales a través de diferentes producciones o estados; así como el consumo de contenido (Aran-Ramspott et al., 2022) en el que destaca el seguir a personalidades de su interés.

El estudio anual de Redes Sociales de IAB-Spain señala que Facebook, Instagram y YouTube lideran el ránking de redes en España (IAB, 2023). Amigos, familiares y conocidos son las cuentas más seguidas (96%), situándose a continuación las cuentas de influencers (51%). Es la juventud la que más sigue a estas personalidades en redes sociales, siendo Instagram el escenario preferido (70%).

Las y los *youtubers*, *instagramers*, *tiktokers* y otros/as *streamers*, se han posicionado como referentes para las y los jóvenes. El estudio de Aran-Ramspott et al. (2018) señala que estas figuras no se presentan como modelos o portadores de valores, ni se establecen como personas de influencia. Sin embargo, desempeñan un papel clave en la construcción de la identidad de género al implicar prácticas de sí en juegos de poder-saber (Foucault, 1990) respecto a categorizaciones externas y mercantilizadas que pueden derivar en procesos de territorialización o desterritorialización (Deleuze y Guattari, 2004) que marcan la construcción de la identidad de género. A este respecto, se apunta a diferencias en la elección de referentes conforme al género e investigaciones sobre el impacto de *influencers* deportivos (Gil-Quintana et al., 2022) indican que estas figuras contribuyen de manera positiva en la motivación por realizar actividad física, ligada a los intereses de adolescentes.

Ante esta realidad marcada por la omnipresencia de jóvenes en redes sociales y por la proliferación de celebridades en la red, este trabajo busca conocer y analizar los referentes mediáticos de dos adolescentes gallegos identificados como hombres cis. Se pretende responder a: ¿Quiénes son los referentes de estos jóvenes en las redes sociales y qué marcas trazan en su identidad de género?

## Método

El presente estudio se encuadra en el Proyecto de I+D+i “Entornos digitales e identidades de género en la adolescencia (EDIGA)”, que ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00). Se plantea un diseño mixto de tipo secuencial explicativo (Creswell y Plano, 2018), con una primera fase cuantitativa a través de un estudio de encuesta y una segunda cualitativa.

Este trabajo pone el foco en la fase cualitativa de estudio de caso múltiple desarrollado a través del seguimiento durante 15 días de perfiles de Instagram de adolescentes de Galicia

(España) y Puebla (México) de entre 14 y 17 años y en la realización de entrevistas semiestructuradas.

Este estudio se sustenta en las entrevistas de dos adolescentes gallegos de 15 años identificados como hombres cis y heteros: Tomás y Samuel (nombres ficticios). Se ha contado con el consentimiento informado explícito de las personas participantes.

El análisis de los datos se realizó con la ayuda del software de análisis cualitativo ATLAS.ti en su versión 9.

## Resultados

La fase de encuesta muestra que adolescentes gallegos están presentes en redes sociales (99,6%); siendo Instagram la más utilizada. Sus referentes se asocian principalmente con las amistades (31,7%) y personajes públicos como cantantes (25,1%), deportistas (23,9%) o *influencers* (21,8%).

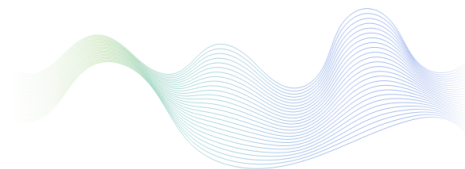
Samuel y Tomás siguen a personas de influencia en su entorno; el primero indica que “sigo ciclistas, por exemplo, pois que... miro o seu contido...” (Entr.1\_Sam); aunque al estar su participación centrada en la comunicación con sus amistades duda con respecto a los *influencers* “Non sei si sigo así a algún influencer máis...” (Entr.1\_Sam). Tomás también sigue a *influencers* vinculados al ámbito deportivo: “gómez nower, por exemplo... (...) que sube cousas de fútbol (...) retos de fútbol e cousas así” (Entr.1\_Tom). Retos que él realiza “en privado cos amigos... pero non os subo” (Entr.1\_Tom).

La observación en Instagram de Tomás muestra que sigue al *youtuber* Roma Gallardo, del que destaca “un home a verdade que..., non sei, entretéñome ben a verdade (...) fala así de sobre... bueno, asuntos... sobre leis, asuntos de... homofobia... bueno, cousas que... como poñer a transparencia nas cousas, non?” (Entr.1\_Tom).

## Discusión y conclusiones

Estos jóvenes siguen a través de sus pantallas a referentes que conectan con sus propios intereses en el deporte. Una realidad que fue dibujada en la investigación de Gil-Quintana et al. (2022) al mostrar que a los 16 años es tendencia seguir a *influencers* deportivos e identifica la imitación de estos referentes; tal y como realiza Tomás con los retos de @gomeznower.

Se visualiza la proliferación entre las pantallas de los más jóvenes de *influencers* con discursos propios de la manofera sustentados en la ridiculización del feminismo y la exaltación de la masculinidad como es Roma Gallardo (del Pino, 2023). Aran-Ramspott et al. (2018) apunta a que las y los *influencers* no operan como portadores de valores; aunque Gutierrez-Martín et al. (2019) sostienen que adolescentes no son usuarios críticos sobre el contenido que consumen siendo este favorecedor de procesos de territorialización (Deleuze y Guattari, 2004)



en juegos de saber-poder (Foucault, 1990) que marcan la experiencia de género más allá de las pantallas.

## Referencias

- Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A. (2018). Funciones sociales de los youtubers y su influencia en la preadolescencia. *Comunicar*, 57(XXVI), 71-80. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-07>
- Aran-Ramspott, S., Moro-Inchaurtieta, Á., & Botella, LI. (2022). ¿De qué me sirven los YouTubers e Instagramers? Preferencias de los adolescentes en España. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1875>
- Creswell, J.W. & Plano Clark, V.L. (2018) *Designing and Conducting Mixed Methods Research (3ª ed.)*. Sage Publications.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2004). *Mil mesetas: Capitalismo y esquizofrenia*. Pretextos.
- del-Pino-Díaz, D. (2023). Expresiones antifeministas en YouTube. Un análisis discursivo del youtuber Roma Gallardo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 28, 159-177. <https://doi.org/10.5209/ciyc.85407>
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Paidós Ibérica Ediciones SA.
- Gil-Quintana, J., Ruiz, F.R., & Moreno-Muro, M.A. (2022). Influencers deportivos y su repercusión en el consumo, la actividad física y su proyección en redes sociales por los adolescentes andaluces (España). *Retos*, 43, 591-602.
- Gutiérrez-Martín, A., Torrego-González, A., & Vicente-Mariño, M. (2019). Educación mediática frente a la monetización en YouTube. La pérdida de la verdad como valor de cambio. *Culture and Education*, 31(2), 281-295.
- IAB. (2023). *Estudio de Redes Sociales 2023* (Epsilon Tehcnologies & WUOLAH). Elogia. <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2023/>

# Comunidades, anime y cosplay y construcción de la identidad de género en la adolescencia

Inés Ramos Trasar<sup>1</sup>, Adriana Gewerc Barujel<sup>2</sup>, Abraham Bernárdez-Gómez<sup>3</sup>

(<sup>1</sup>) Universidade de Santiago de Compostela, [inesramos.trasar@usc.es](mailto:inesramos.trasar@usc.es)

(<sup>2</sup>) Universidade de Santiago de Compostela, [adriana.gewerc@usc.es](mailto:adriana.gewerc@usc.es)

(<sup>3</sup>) Universidad de Vigo, [abraham.bernardez@uvigo.gal](mailto:abraham.bernardez@uvigo.gal)

## Línea temática

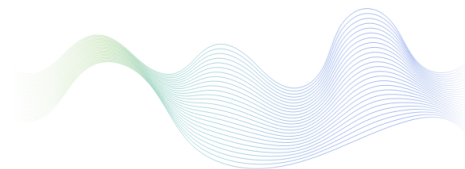
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

Se presenta el caso de Malena, que parte de una investigación que pretende analizar el papel de los entornos digitales en el proceso de construcción de la identidad de género de adolescentes. Desde una perspectiva cualitativa de estudio de caso, se realizó observación etnográfica de su cuenta de Instagram y entrevista semiestructurada. Los resultados muestran que Malena se involucra con cada vez mayor profundidad en comunidades Anime y Cosplay. Allí pone en juego identidades que deben ser mostradas a los demás mediante actos performativos en los que operan condiciones y estrategias de producción y difusión específicas (vestimenta, maquillaje, interpretación...). Por otro lado, las redes sociales le han posibilitado la búsqueda de alternativas en las que canalizar sus aficiones, además de la posibilidad de alejarse de la norma. Estas prácticas tienen suficiente fuerza para apoyar modos de ser y estar de la juventud sin tener conciencia del proceso de mercantilización al que también está sometido.

## Palabras clave

Identidad de género, comunidades virtuales, anime, cosplay, adolescentes.



## Introducción

El trabajo que aquí se presenta se enmarca el proyecto I+D+I “EDIGA. Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia” financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00) que se propone analizar y comprender el papel de los entornos digitales en el proceso de construcción de las identidades de género en la adolescencia, en diferentes contextos socioculturales. Se ha seleccionado el estudio de un caso concreto de una adolescente de 16 años, con nombre ficticio Malena. En el proceso de analizar y conocer las relaciones y prácticas de género emergentes de su participación en diversos entornos digitales, se desprende que Malena se involucra con cada vez mayor profundidad en comunidades Anime y Cosplay.

El *cosplay* emerge como una de estas prácticas de recreación e interpretación de un personaje como *performatividad* (Butler, 2007) en una concatenación de acciones que implican prácticas de “vestir y actuar”. Estas prácticas no se entienden de forma solitaria (Torti-Frugone, 2018), sino como un juego de identidades que debe ser mostrado a los demás (Goffman, 2009) mediante *actos performativos* en los que operan condiciones y estrategias de producción y difusión específicas (vestimenta, maquillaje, interpretación...). Esto es lo que ocurre en los eventos y convenciones de anime y manga, donde los sujetos comparten el deseo de exhibir nuevas posibilidades identitarias, generadas y sostenidas en comunidades de fans. Estas han alcanzado una creciente popularidad enmarcadas en un proceso de mercantilización, aunque con la intención de ruptura de lo establecido como norma. En lo que Deleuze y Guattari (1994) denominan “puntos de fuga”, como fuera de lo normativo y situado en los *márgenes* (Haraway, 1995). Las líneas de investigación actuales en torno al *cosplay* realizan sus estudios acerca de esta práctica como *performatividad* (Butler, 2007), las implicaciones del género y el juego operante en el agenciamiento de nuevas identidades.

## Metodología

El estudio se desarrolló a través de un diseño mixto de tipo secuencial explicativo (Creswell y Plano, 2007) con una primera fase cuantitativa y una segunda fase cualitativa. En este trabajo se difunden algunos resultados de la fase cualitativa, en la que se emplearon:

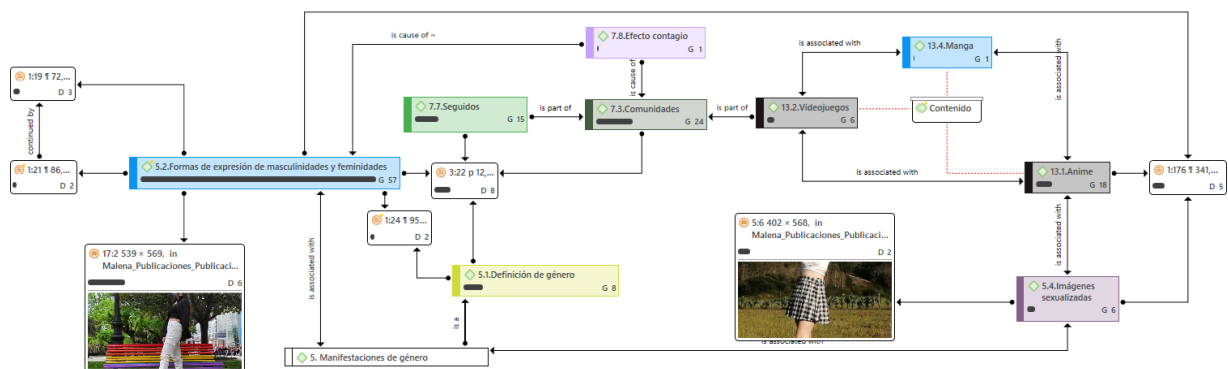
- 1) Observación etnográfica de documentos y productos de la cuenta de Instagram del caso.
- 2) Entrevista semiestructurada.

Los datos recogidos fueron analizados temáticamente (Braun y Clarke, 2006), empleando el *software* especializado ATLAS.ti, versión 23.

## Resultados

El estudio de caso ha revelado que Malena es una adolescente que se manifiesta CIS mujer. Es aficionada al Anime y se involucra, con un compromiso cada vez mayor en actividades de Cosplay. Recientemente ha abierto una cuenta específica en Instagram con diferentes actividades en este ámbito, en una participación que se alinea hacia la profesionalidad. En este trabajo nos centraremos en analizar este aspecto del caso (Véase Figura 1).

**Figura 1.** Red semántica de relación entre códigos.



Las redes sociales le han posibilitado la búsqueda de alternativas en las que canalizar sus reflexiones. A través de ellas muestra y/o expresa su condición sexual, cómo se identifica, y plantea diferentes consideraciones sobre la identidad de género:

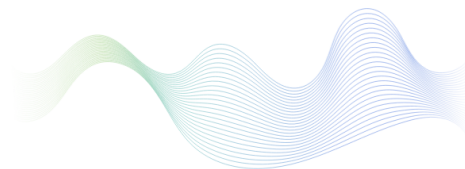
“pero sí que es verdad que muchas veces por redes sociales y todo esto y publicaciones y tal, he llegado a considerar bastante, no tanto el sí me identifico como mujer o no, sino que, si de verdad me importa que me traten como mujer o no, y la verdad es que me da bastante igual los pronombres que utilicen.” D1:95

En ese proceso se va comprometiendo con el anime y el cosplay que tiene una influencia notable en la transformación que sufre cuando se convierte en diferentes personajes. Tanto las redes sociales como los eventos presenciales posibilitan el encuentro y el sentimiento de pertenencia a una comunidad:

“Sí, y claro, ella me vino también la chica que estaba haciendo el cosplay, y me dijo mira, que he ido a convenciones, pero es que nunca, nunca he visto a nadie haciendo cosplay de winry, que es el personaje del que iba yo que es como, momento feliz” D1: 322-323.

## Discusión y conclusiones

Las manifestaciones de género emergentes del análisis muestran la fuerte influencia de las redes sociales (en este caso Instagram) en la construcción de identidades de género. En este caso, la intención de huir de lo hegemónico encuentra en estos espacios contenidos y



comunidades que le permiten ir acompañada en sus puntos de fuga (Deleuze y Guattari, 1994). Las prácticas de cosplay posibilitan el juego performativo adecuado con quien identificarse (Goffman, 2009), huyendo de lo normativo, en una puesta en escena concreta (Butler, 2007) que, al mismo tiempo permite experimentar con identidades diferentes, con suficiente fuerza para apoyar modos de ser y estar de la juventud sin tener conciencia del proceso de mercantilización al que también está sometido.

## Referencias

- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Ediciones Paidós.
- Creswell, J. & Plano-Clark, V. (2007). *Designing and conducting Mixed Method Research*. Sage.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1994). *Mil Mesetas*. Editorial Pre-Textos.
- Goffman, E. (2009). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres: La reinención de la naturaleza*. Ediciones Cátedra.
- Torti-Frugone, Y.M. (2018). Cosplay: Origen y comunidades virtuales. *Revista Luciérnaga-Comunicación*, 10(20), 4-13. <https://doi.org/10.33571/revistaluciernaga>

# Prácticas de auto presentación sexualizadas en Instagram. El lugar de los pares en el caso de Mercedes

Inés Ramos Trasar<sup>1</sup>, Adriana Gewerc Barujel<sup>2</sup>, Abraham Bernárdez Gómez<sup>3</sup>

(1) Universidade de Santiago de Compostela, [inesramos.trasar@usc.es](mailto:inesramos.trasar@usc.es)

(2) Universidade de Santiago de Compostela, [adriana.gewerc@usc.es](mailto:adriana.gewerc@usc.es)

(3) Universidad de Vigo, [abraham.bernardez@uvigo.gal](mailto:abraham.bernardez@uvigo.gal)

## Línea temática

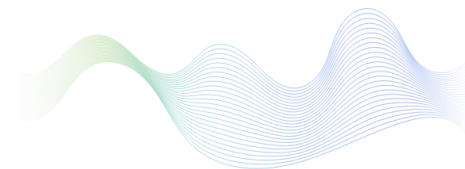
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

Se presenta un estudio de caso en el que se evidencian prácticas de producción de contenido (en forma de imágenes) condicionadas por una estética cuidada en la que emergen aspectos visibles de la femineidad hegemónica; en coherencia con el uso de las funcionalidades que posibilita la plataforma (filtros, efectos, etc.). Para el estudio de caso se empleó la observación etnográfica de la cuenta de Instagram de una adolescente de 16 años y la entrevista semiestructurada. Los resultados muestran un rol activo del grupo de iguales en el mantenimiento de prácticas de producción enmarcadas en cánones e ideales de belleza acorde a la femineidad hegemónica, con implicaciones en el proceso de construcción de las identidades de género en la adolescencia.

## Palabras clave

Femineidad, estereotipos de género, Instagram, amistades, identidades de género.



## Introducción

En el marco del proyecto Entornos digitales e identidades de género en la adolescencia (EDIGA) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00), se presenta un estudio de caso en el que se visualizan prácticas de estilización online guiadas por normas y reglas que son valorizadas positivamente siguiendo códigos hegemónicos (Moreno-Barreneche, 2019). En ese contexto, la autosexualización se convierte en una práctica normalizada bajo la creencia de que la sensualidad es un componente constitutivo de lo que implica “ser mujer”. Se refiere a un tipo específico de práctica de autorrepresentación que se realiza a partir de ciertos parámetros sensuales, sugestivos y provocadores (una pose, un gesto, la corporeidad, vestimenta, etc.) (Moreno-Barreneche, 2021). Todo esto se produce en el marco de una contribución interpersonal, con familiares, maestros y pares (APA, 2007). Con un creciente impacto en la vida de los jóvenes que puede verse afectado por el efecto de comparación y mantenimiento de una autoimagen, con influencia del grupo de iguales (Camacho-Vidal et al., 2023). En este contexto, se visibiliza una participación de los y las adolescentes en Instagram condicionada por relaciones de poder y saber de género que son reproducidas como ejes de diferenciación (Braidotti, 2004).

Todo esto en un escenario donde las plataformas virtuales son artefactos reproductores de relaciones de poder y saber (Van-Dijck et al., 2018), que influyen en el fenómeno de la socialidad conectada (Van-Dijck, 2016).

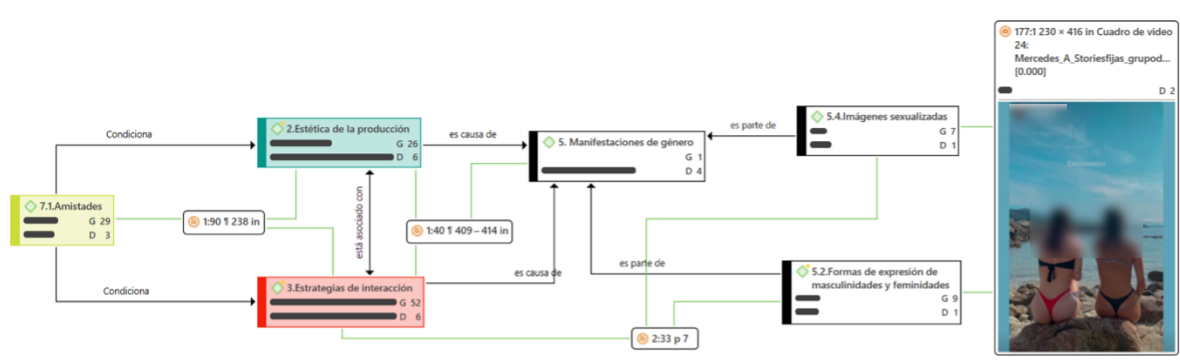
## Método

La investigación se ha llevado a cabo mediante un diseño mixto secuencial (cuantitativo y cualitativo). Dentro de esta tipología de diseños se ha escogido un enfoque explicativo (Creswell y Plano-Clark, 2007). Para el presente trabajo, se ha optado por exponer una parte de los resultados obtenidos en la fase cualitativa, consistente en un estudio de caso. En concreto, se realizó una observación etnográfica digital de documentos y producciones de la cuenta de Instagram de un sujeto para, posteriormente, realizar una entrevista semiestructurada. El análisis temático de los datos recogidos ha seguido las pautas establecidas por Braun y Clarke (2006), apoyado por el software ATLAS.ti, versión 23.

## Resultados

Los primeros resultados obtenidos muestran que Mercedes es una joven que se identifica como CIS mujer. En Instagram muestra a su familia y a su red de amistades en quien se apoya para la producción de contenido (imágenes, vídeo), muchas de las cuales irán vinculadas a diferentes manifestaciones de género (Figura 1).

Figura 1. Red semántica de relación entre categorías



Para Mercedes, Instagram se ha convertido en una vía de comunicación y acercamiento a sus amistades tan relevante como cualquier otra. Esto va a influir en las diferentes estrategias de producción de sus publicaciones, así como en la estética de estas:

Si no estoy muy convencida, también le digo, bueno, niñas tal os gusta y me dicen si a mí me gusta más esta, pero igualmente si a mí me gusta más la otra subo esa. Pero, por ejemplo, una amiga mía, de mis mejores amigas también, o sea, es la que me habla para los *TikToks*, siempre y nos pide opinión de cuál le gusta más, esas cosas y si le sale barriga, o no. (D1:90)

A su vez, las diferentes producciones en las que existe una mediación de los pares, se visibilizan diferentes manifestaciones de género, con imágenes sexualizadas o formas de expresión de la femineidad.

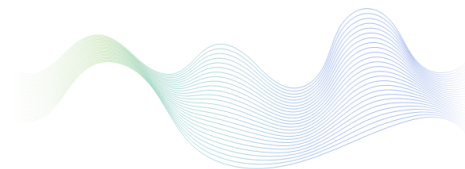
MARTES 28 DE JUNIO: Sube una imagen en bikini con el banner de pregunta: “Escribe algo...” por lo que la emisión de una opinión o establecimiento de cierta interacción es importante para ella, en este caso, siendo objeto de reclamo. (D2:33)

## Discusión y conclusiones

La performance de género es un proceso continuo, apoyado en un imperativo social que fomenta que los individuos actúen de manera acorde a su género, abarcando desde la conducta, actitudes y el comportamiento, hasta los hábitos de consumo, las interacciones y las decisiones cotidianas (Moreno-Barreneche, 2021).

Los resultados del estudio evidencian que la autopresentación pone al cuerpo sexualizado en un lugar central. En una dinámica de producción de contenido marcado por estereotipos de género, que son reproducidos y compartidos con el grupo de iguales. Lo que enfatiza el rol central de las amistades en el proceso de construcción de las identidades de género, en especial en la adolescencia.

En este contexto emerge de forma sutil pero explícita una demanda social de “verse bonita” y sensual como sinónimo de ideales normativos de femineidad, que conduce al aprendizaje de la sexualización como norma social según unos códigos estéticos y éticos. Con



implicaciones subyacentes en la obtención de un determinado reconocimiento y capital social. Allí la mirada de los pares es fundamental (APA, 2007).

## Referencias

- APA. (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. American Psychological Association. <https://bit.ly/2PBkHDz>
- Braidotti, R. (2004). *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*. Editorial Gedisa.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Camacho-Vidal, P., Díaz-López, A., & Sabariego-García, J.A. (2023). Relación entre el uso de Instagram y la imagen corporal de los adolescentes. *Apuntes de psicología*, 41(2). <https://doi.org/10.55414/ap.v41i2.1537>
- Creswell, J., & Plano-Clark, V. (2007). *Designing and conducting Mixed Method Research*. Sage.
- Moreno-Barreneche, S. (2019). La estilización del yo en redes sociales. La proyección online de la identidad personal como artificio semiótico. *DeSignis*, 30, 77-89. <https://doi.org/10.35659/designis.i30p77-89>
- Moreno-Barreneche, S. (2021). Autosexualización de niñas y adolescentes en redes sociales digitales: una aproximación teórico-conceptual desde la semiótica social. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 26, 89-105. [https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO\\_REP/3978](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec//handle/CONSEJO_REP/3978)
- Van-Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.
- Van-Dijck, J., Poell, T., & De-Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>

# Prácticas visuales digitales en Instagram de adolescentes mexicanas

Blanca Flor Trujillo Reyes<sup>1</sup>, Lorena Yazmín García Mendoza<sup>2</sup>, Inés Dussel<sup>3</sup>

(1) Universidad Pedagógica Nacional, [bflortrujilloreyes@gmail.com](mailto:bflortrujilloreyes@gmail.com)

(2) Universidad Iberoamericana Puebla, [lorenayazmin.garcia@iberopuebla.mx](mailto:lorenayazmin.garcia@iberopuebla.mx)

(3) DIE- CINVESTAV, [inesdussel@gmail.com](mailto:inesdussel@gmail.com)

## Línea temática

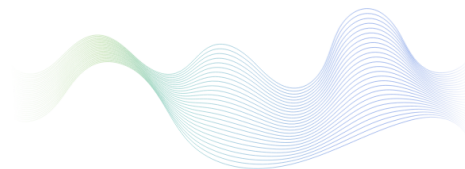
El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

Este trabajo es parte de una investigación que tiene como propósito analizar el papel de los entornos digitales en la configuración de la identidad de género de adolescentes. Desde una perspectiva cualitativa de estudio de caso se realizó un seguimiento por 15 días de las cuentas de Instagram de dos chicas adolescentes y entrevistas en profundidad a cada una de ellas. En esta presentación ponemos el foco en las posibilidades que otorga el análisis de las imágenes como prácticas visuales digitales que implican usos, discursos y materialidades, y se plantean algunas hipótesis sobre las mediaciones en las que se está desarrollando la subjetividad de los adolescentes en lo que ha sido denominado “tiempos de transición significativa de la vida”.

## Palabras clave

Adolescentes, prácticas visuales digitales, redes sociales.



## Introducción

El análisis de las imágenes como prácticas visuales puede dar cuenta del medio en el que se están configurando las subjetividades adolescentes en nuestro tiempo, así como de algunos de sus efectos. El entorno sociocultural y los estereotipos, pero también una forma en que la arquitectura de la plataforma, cómo se comprende el artefacto -el móvil, la pantalla-, la asunción y expresión de cierta identidad son de hecho, requerimientos para acceder a esos sitios; la forma en que puede expresarse está prefigurada por la arquitectura digital y las tecnologías de codificación que los sostienen.

Las formas en las que se presenta la identidad de género en sitios de redes sociales obedecen a la arquitectura de las plataformas que permite entre otras acciones: comentarios, actualizaciones de estado, imágenes, video, estructura narrativa. La arquitectura de los sitios de redes sociales no es inocua, “disciplina inteligentemente a su usuario para que combine la autoexpresión... la memoria y la emoción, con la autopromoción en un formato uniforme” (van Dijck, 2014, p. 204).

Concebimos las prácticas desde el punto de vista de Schatzki (2012), para quien son conjuntos de actividades organizadas que forman “lugares” de lo social. Asumimos que los sitios de redes sociales se han configurado como uno de esos lugares en donde algo ocurre, en este caso, un fenómeno amplio que implica ubicación espacial, acciones en un momento histórico dado y contextos específicos en los que se llevan a cabo. La categoría de prácticas visuales digitales (Gorea, 2021) nos parece útil porque permite reflexionar el arreglo y ajuste de una serie de componentes materiales, no materiales, discursivos, tecnológicos y sociales.

De acuerdo con Gorea (2021) analizar lo que hacen los adolescentes en las redes sociales como prácticas visuales digitales implica mirar a los dispositivos que poseen, los usos característicos, cuáles son las visualizaciones cotidianas (imágenes vistas, capturadas, enviadas, publicadas) y sentido de sí mismos (su posición como espectadores de las imágenes y qué experiencias tienen en línea).

En esta comunicación nos interesa movilizar la hipótesis de que las imágenes analizadas como prácticas visuales configuradas por usos, discursos, materialidad, pueden darnos pistas para pensar sobre el papel y los efectos de las prácticas visuales en Instagram de dos adolescentes mexicanas.

## Método

Este trabajo es parte del Proyecto Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia (EDIGA), que ha sido financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00), en su segunda fase de carácter cualitativo, centrada en un estudio de casos múltiple; retoma resultados parciales de dos casos en la Ciudad de Puebla, México.

Las adolescentes que participaron en la investigación tienen entre 15 y 17 años. Los datos se recogieron empleando dos técnicas: a) observación etnográfica de la actividad de las cuentas de Instagram de estos adolescentes por 15 días y b) entrevistas semiestructuradas con cada uno de ellos.

**Tabla 1.** Informante(s) del caso

	Género	Edad	N perfiles en IG.
Nicole	Mujer cisgénero	16	2
Victoria	Mujer cisgénero	16	1

## Resultados

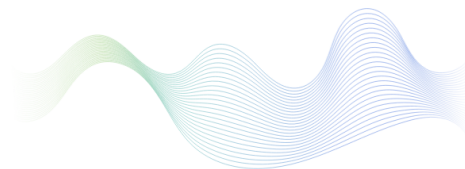
Durante el periodo de seguimiento de 15 días, las participantes rara vez publicaron imágenes o videos accesibles al público, incluyendo a quien hacía el seguimiento. Las dos adolescentes se autodefinen como cis mujer y en la entrevista afirmaron que entran de vez en cuando a la red. Nicole afirmó: “entro cada vez que me acuerdo”. Por su parte, Victoria señaló que “no me meto mucho en Instagram. Sólo para publicar, no sé, una foto”. Esto podría considerarse como una limitación para el estudio, sin embargo, al mismo tiempo, las dos adolescentes declararon que pasan al menos dos horas cada día en las redes sociales, aunque Victoria aclaró que ella lo hace más en Facebook. ¿Qué observan, cómo disponen el cuerpo, la plataforma y el dispositivo para observar, qué seleccionan para fijar su atención, qué desechan? Esta es una línea en la que profundizaremos en posteriores trabajos.

Las publicaciones que hacen -en su mayoría fotografías de ellas mismas y de ellas con sus amigos o novios- están atravesadas por decisiones que tienen que ver con lo que relacionan como lo femenino: “verse bonita y con estilo”, sin ser necesario “ponerles filtro o editarlas” (Victoria), o focalizar alguna parte del cuerpo, como los ojos en el caso de Nicole, “porque me representa más” (Nicole). Estos señalamientos forman parte de lo que, en un estudio previo sobre selfis entre adolescentes (García, 2020), se consideró parte de “lo femenino”.

Otro aspecto que hace parte de los discursos sobre las redes sociales y el género es el riesgo de ser vistas por sujetos varones que consideran sospechosos. Estas adolescentes toman precauciones para identificar quiénes son esos sujetos a través de la exploración de sus perfiles y actividad en la red. Victoria señaló que “es incómodo. Que [las mujeres] tengan el cuidado de no confiar, de no seguir personas que no conozcan, que las hostiguen”.

## Discusión y conclusiones

Los discursos que vinculan belleza con lo femenino, así como la celebración de la amistad y el amor, están ligados en las imágenes de estas adolescentes, a una forma de posar para las



selfis, pero también a modelos visuales que permanecen. Como señala Manovich (2020), la regla de creadores de imágenes en Instagram puede leerse como: “Si ves una imagen que se vea como muchas otras que hayas visto, captúrala”. Mirar y tomar fotografías son prácticas cotidianas y sus consecuencias son relevantes para pensar cómo se modela la relación de los adolescentes con los dispositivos, su posición como observadores, la conceptualización de lo público, lo privado; se trata de retratar vidas "ordinarias" (Manovich, 2020) que puede variar sus interpretaciones con los lugares, el extracto demográfico, de los discursos heteronormativos y del riesgo a las que están expuestas las mujeres, tanto como del “amor romántico”. Las prácticas visuales son más que representaciones; están ligadas a maneras de mirar, a convenciones sociales, tanto como a una puesta en práctica de lo visual por las plataformas.

## Referencias

- García, L. (2020). *¿Qué sabe la selfie? Prácticas juveniles con autofotos en la educación media*. [Tesis de Doctorado] Departamento de Investigaciones Educativas del CINVESTAV, México.
- Gorea, M. (2021) Becoming your “authentic” self: How social media influences youth’s visual transitions. *Social Media + Society*, 27, 1–12. <https://doi.org/10.1177/205630512111047875>
- Manovich, M. (2020). *Instagram y la imagen contemporánea*. UAM Cuajimalpa: México.
- Schatzki, T. R. (2012). A primer on practices. En J. Higgs (Ed.). *Practice-based education* (pp. 13-26). Sense Publishers.
- Van Dijck, j. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.

# ¿Incógnitos y atractivos? El diseño del perfil personal

Lorena Yazmín García Mendoza<sup>1</sup>, Inés Dussel<sup>2</sup>, Blanca Flor Trujillo Reyes<sup>3</sup>

(1) Universidad Iberoamericana Puebla, [lorenayazmin.garcia@iberopuebla.mx](mailto:lorenayazmin.garcia@iberopuebla.mx)

(2) DIE- CINEVESTAV, [inesdussel@gmail.com](mailto:inesdussel@gmail.com)

(3) Universidad Pedagógica Nacional, [bflortrujilloreyes@gmail.com](mailto:bflortrujilloreyes@gmail.com)

## Línea temática

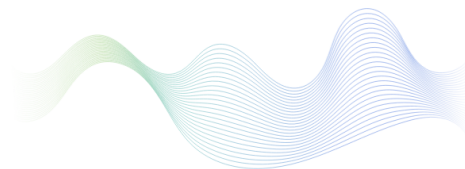
El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

El uso de redes sociales es una de las prácticas más extendidas entre las adolescencias. Plataformas como Instagram y TikTok se han convertido en espacios importantes de construcción identitaria y socialización de este grupo poblacional. Con la finalidad de analizar las prácticas de construcción de identidad de género en Instagram, este trabajo se propone indagar sobre los modos y saberes existentes en la configuración del perfil de un grupo de adolescentes mexicanos. Se realizó un estudio empírico a través de la aplicación de un cuestionario diseñado ad hoc, a un total de 5.634 adolescentes de dos ciudades de México de entre 14 y 17 años. Los resultados revelan la importancia que tiene para ese grupo la selección de la información que exponen en sus perfiles. Se observa que la elección de la información que exhiben está mediada, por un lado, por la privacidad y el anonimato, expresado en el ocultamiento o no publicación de: ubicación en tiempo real, datos familiares, una configuración privada y el uso de datos ficticios; por otro, responde a una estética lúdica que favorezca la socialización, la popularidad materializada, principalmente, mediante la actualización de la foto del perfil y el nombre de usuario.

## Palabras clave

Redes sociales, adolescentes, plataformas, privacidad, perfil personal.



## Introducción

En las redes sociales, el perfil personal constituye el espacio donde los sujetos realizan una presentación de sí a través de la selección de imágenes, fotos personales, emojis y frases que den cuenta de sus intereses, gustos y preferencias. La forma en que las adolescencias deciden administrar su perfil puede ser reveladora en cuestión de las decisiones que toman, las jerarquías que establecen y los saberes que ponen en juego en la construcción de la imagen de sí mismos que quieren presentar a los demás.

La identidad digital puede llegar a ser tan importante como la analógica, ya que se ha ido consolidando como una extensión del sujeto dentro del mundo digital. En este sentido, el perfil personal se constituye como un espacio de tensión en tanto la información que en él se comparte debe ser suficiente y atractiva para llamar la atención, pero al mismo tiempo, al ser información personal, debe considerar los riesgos que impone trascender los límites espacio-temporales de la presencia física y de una audiencia que puede llegar a desconocerse (boyd, 2014).

Al estudiar el perfil personal en las redes sociales, las nociones de privacidad y veracidad se van transformando debido a la experiencia y madurez de los adolescentes, pero también por las lógicas imperantes en las plataformas digitales, entre ellas la popularidad (van Dijck, 2016).

Esta ponencia se propone indagar sobre los modos que toma la privacidad y veracidad en la configuración del perfil personal, con la finalidad de analizar el lugar que pueden llegar a jugar en la construcción de identidades de género en la adolescencia.

## Método

Esta investigación forma parte de una más amplia denominada EDIGA (PID2019-108221RB-I00), cuyo propósito es analizar y comprender el papel de los entornos digitales en la construcción de las identidades de género en la adolescencia en diferentes entornos socioculturales. La investigación de corte mixto secuencial explicativo contó con dos etapas, una cuantitativa y otra cualitativa. En la primera, se realizó un estudio de encuesta mediante la aplicación de un cuestionario diseñado ad hoc entre adolescentes de México y Galicia. En la segunda, de corte cualitativo, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas y seguimiento de la actividad de un grupo de adolescentes en una red social. Esta comunicación se enmarca en la primera etapa referida a la aplicación del cuestionario a 5.634 adolescentes mexicanos de entre 14 y 17 años.

## Resultados

Al momento de estudiar las redes sociales uno de los aspectos que se hace presente, sobre todo en el caso de menores de edad, es la privacidad. Para el caso de las adolescencias participantes en el estudio, esta preocupación parece ser relevante para la mayoría, siendo

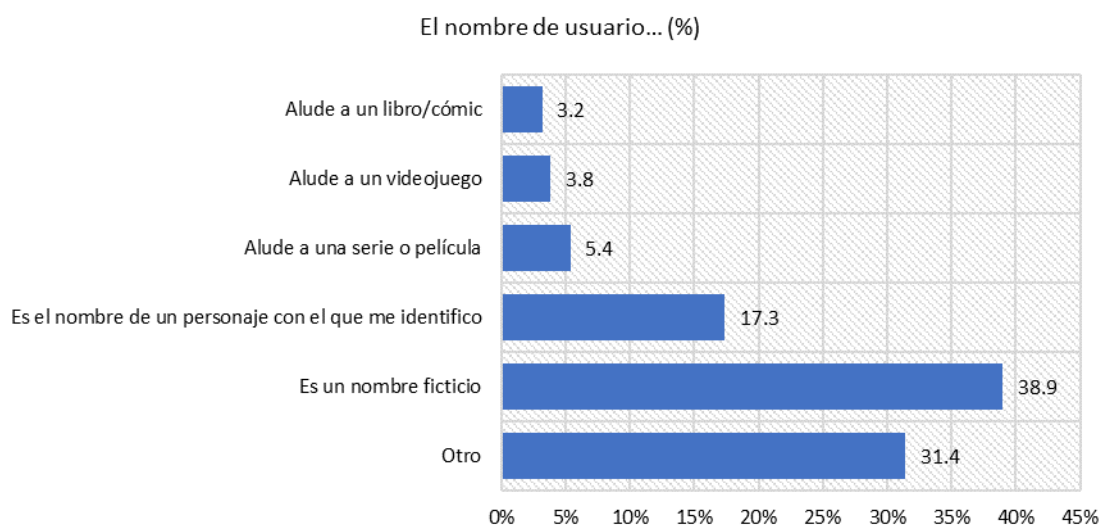
un 61% las personas que declaran configurar su perfil personal como privado y un 25% dice tenerlo público. La privacidad también se expresa en la decisión de diferenciar a un grupo de “mejores amigos” independientemente de si la configuración general es pública o privada.

En términos de género, el grupo femenino es el que presenta mayor preocupación por la privacidad, siendo un 75% de las mujeres que configura su perfil como privado, frente al 63% de los hombres.

La información que las adolescencias comparten en su perfil principal y que se registran con mayor frecuencia, son el nombre y los apellidos. No obstante, ante la pregunta sobre si el nombre que utiliza como usuario es su nombre real, hasta un 83% responde que sí.

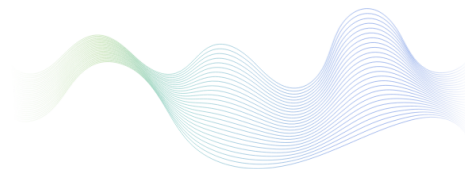
Entre los que responden que utilizan un nombre de perfil que no corresponde con el real, la respuesta más recurrente es la de usar un nombre ficticio (38,9%).

**Figura 1.** Nombre de usuario

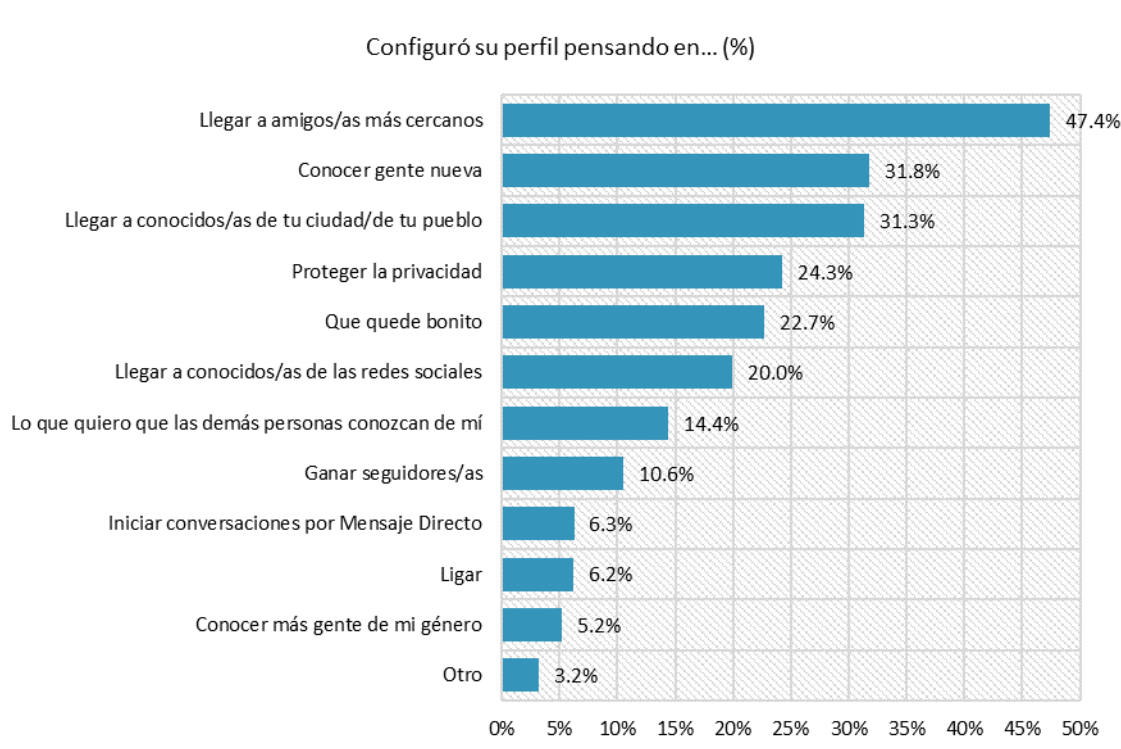


En cuanto a la veracidad del nombre, el 72% de las mujeres señala que es real en comparación con el 69% de los varones. Al profundizar sobre la base de los nombres ficticios se identifica que una mayoría (52,7%) recurre a los apodos, inventa el nombre o emplea referencias a personajes de películas, series, libros o cómics relacionados con el manga o el anime.

En cuanto a las decisiones que sustentan cómo configuran y le dan forma a su perfil personal, sobresalen las vinculadas a la socialización, tal como se muestra en las proporciones de los ítems Llegar a amigos/as más cercanos (47,4%), Conocer gente nueva (31,8%), Llegar a conocidos/as de tu ciudad/de tu pueblo (31,3%). Todas están por encima de elementos más asociados a la red, como Llegar a conocidos de las RRSS (20%) o Ganar seguidores (10,6%).



**Figura 2.** Motivos presentes en la configuración de su perfil



Entre las posibilidades que ofrecen las redes sociales está el actualizar la información que se comparte. Esta acción realizada en el perfil personal puede revelar cambios importantes en las preferencias de los adolescentes. De la población encuestada el 63% ha cambiado alguno de los elementos de su perfil. El elemento del perfil que más veces se ha cambiado es la foto del perfil, que el 22% de la muestra ha cambiado más de seis veces.

De los motivos que declaran para realizar este cambio sobresale que ha sido por cambio en los gustos o preferencias (35%) como, por ejemplo, poner una foto que gusta más o quitar una que guste menos, seguido por el cambio por evitar la rutina o la repetición. Las preocupaciones por la privacidad se ven reflejadas en esta pregunta, ya que hasta un 16,3% de los casos decide cambiar su perfil para mostrar menos información sobre sí mismos/as.

## Discusión y conclusiones

Los resultados de esta investigación muestran que el perfil personal constituye un espacio que integra una constelación de decisiones que oscilan entre la privacidad y el deseo de mostrarse actual y atractivo.

La configuración del perfil se realiza dentro de una lógica lúdica del camuflaje, del uso de ciertas máscaras que inviten al desciframiento en una máquina super panóptica (Lovink, 2021), pero que no se deslizan hacia nuevas formas de imaginar otros modos de presentación.

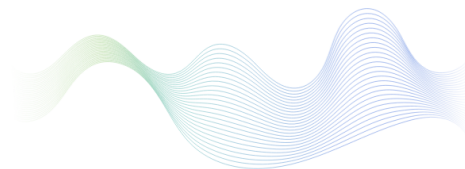
Las redes sociales expanden la vida social de las adolescencias, quienes las emplean, más para socializar con gente cercana que para la reivindicación o la resistencia. En la construcción del perfil prevalece un deseo de creación y exposición que se expresa en la posibilidad de crear un nombre, y elegir una imagen que dé cuenta de las preferencias y gustos temporales. Las decisiones sobre la imagen del perfil van y vienen entre la fuerza para atraer y la necesidad del ocultamiento. Estas prácticas, de acuerdo con el género, pueden configurar su identidad.

## Referencias

boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

Lovink, G. (2021). *Tristes por diseño. Las redes sociales como ideología*. Consonni.

van Dijck, j. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.



## CONCLUSIONES | MESA DE COMUNICACIONES 1

# El género en las plataformas y en las prácticas digitales en la adolescencia

Blanca Flor Trujillo Reyes<sup>1</sup>, Almudena Alonso Ferreiro<sup>2</sup>

(<sup>1</sup>) Universidad Pedagógica Nacional, [bflortrujilloreyes@gmail.com](mailto:bflortrujilloreyes@gmail.com)

(<sup>2</sup>) Universidade de Vigo, [almalonso@uvigo.gal](mailto:almalonso@uvigo.gal)

### Introducción

La mesa de comunicaciones 1 reunió trabajos inscritos en la Línea de “Efectos sociales y educativos de la construcción de identidad de género en las plataformas digitales” y en la Línea “El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria del Congreso EDIGA”. Ambas líneas ponen el foco en la construcción de identidades, especialmente en la identidad de género, en la esfera digital y las prácticas que las y los jóvenes realizan en dichos espacios.

El espacio de comunicaciones, establecido a modo de “ágora” donde congregarnos para compartir y conocer otras experiencias y realidades, se ha constituido como un espacio abierto al intercambio. Las comunicaciones presentadas en esta mesa se abordaron temas diversos como el aprendizaje con videojuegos, la violencia de género a través de los estereotipos, la búsqueda de la construcción de ciudadanía al cuestionar tales estereotipos, y la construcción de la identidad de género de adolescentes a través de Instagram y otras plataformas. Los proyectos en los que se inscriben estas comunicaciones, como evidenció el diálogo emergido, congregaron a académicos de distintas instituciones de España y América Latina.

Las preguntas para la discusión de la mesa, tras una breve puesta en común de las comunicaciones, cuestionaron sobre:

- ¿Qué está haciendo que miremos a los estereotipos de género? ¿Cómo superar que la crítica se quede en los estereotipos?
- ¿Por qué seguimos con un enfoque binario en los resultados en el trabajo sobre el género?

### Discusión y conclusiones

Los sitios de redes sociales han servido para socializar y difundir roles de género considerados tradicionales y no tradicionales, así como una arena de expresión de igualdad y diferencia; sin

embargo, en los hallazgos de las investigaciones presentadas predominó la reproducción del binarismo y los estereotipos. Los enfoques teórico-metodológicos parecen estar reafirmando el binarismo masculino/femenino y los estereotipos de género al intentar desarmarlos cuando también se proponen intervenir pedagógicamente. ¿Cómo se produce esta situación en la investigación? ¿A qué obedece? ¿Qué otro lugar podemos darles a las imágenes en estas investigaciones que no sea solamente el de representación?

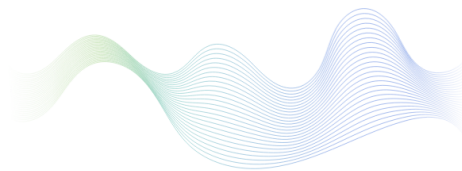
El enfoque que privilegia el binarismo y los estereotipos de género opera también en la orientación de las intervenciones pedagógicas: la crítica a los estereotipos de género, ¿es efectivamente reflexión de los estudiantes? o ¿asumen la perspectiva de un discurso predominante que se les presenta como aquello que es debido pensar críticamente en relación con los estereotipos de género? ¿Cómo conducir a los estudiantes a construir otras posiciones en las discusiones sobre el género?

Respecto a la primera cuestión se argumentó que algunas de las dificultades para experimentar otros enfoques y posiciones radican en los lineamientos propios de las convocatorias de investigación financiada. Ejemplo de ello es la convocatoria de ayudas a “Proyectos de Generación de Conocimiento” en la que se incluye como obligatorio en el informe de justificación una dimensión de género, tanto un análisis de la integración de género en la investigación desarrollada, como actuaciones para promover la igualdad de género en la ejecución del proyecto.

Por otro lado, al menos para el caso del proyecto EDIGA, los adolescentes guardan con reserva su privacidad y no dieron acceso a sus cuentas en las que tienen mayor actividad, por lo que adentrarse en el estudio de casos que no están en la heteronorma tendría que asumir otras posibilidades investigativas en donde se anime a tomar la palabra a los adolescentes, y asumir la discusión de las reglas éticas y legales que necesariamente impondría. Los consentimientos informados generalmente no alcanzan a cubrir aquellas situaciones en las que podría profundizarse de acuerdo con los progresivos hallazgos. Esta es una discusión pendiente en nuestros países e instituciones académicas.

Otra de las cuestiones que se puso a consideración fue que tal vez seguimos pensando la investigación en este tema (como en tantos más), desde un enfoque que busca confirmar hechos (Decuyper y Simons, 2016; Latour, 2004), cuyas características “se mantienen constantes en el tiempo y constituyen el conjunto de lo que puede ser conocido, o más bien, representado” (Decuyper y Simons, 2016, p. 29), en lugar de producir cuestiones de interés, es decir, poner en relación condiciones y dimensiones de carácter heterogéneo que muestren cómo llegan a reproducirse los estereotipos de género, y no solamente qué son estos, o confirmar que están presentes en las prácticas de los adolescentes.

En este sentido en el diálogo emergieron diversas expresiones de violencia de género, tanto en TikTok, a través de la sobre-exposición de cuerpos normativos, como en la publicidad a través de la reproducción de estereotipos, o en las producciones propias a través de



representaciones de femineidad hegemónica, que reproducen los roles de género, donde identifican la belleza con lo femenino, así como la celebración de la amistad y el amor. También, aquellas adolescentes que salen de la norma y experimentan con identidades diferentes, se encuentran bajo otras expresiones de control, pues no toman conciencia del proceso de mercantilización al que están sujetas sus prácticas “alternativas”.

Otra consideración que emergió en la mesa de comunicaciones fue sobre el papel de las plataformas. Las comunicaciones muestran que la expansión de las redes sociales y la plataformización ha expandido también la forma en que los adolescentes se relacionan y expresan modos ser. El anonimato, la notoriedad, la velocidad de respuesta, o la invitación a la reflexión, el juego y la conexión directa con los influencers, atraviesan los modos de estar de los adolescentes en redes sociales. Una de las conclusiones en este sentido es que las plataformas ponen en práctica una forma de mirar y una concepción sobre lo que es mirar en las redes sociales. ¿Qué miran y qué guardan? La arquitectura de las plataformas interviene en las prácticas de mirar para promover la conexión y la creación de comunidades, e integra autoexpresión, promoción, conectividad, algoritmos y bases de datos (van Dijck, 2016).

Con respecto a estos modos de ser, entre el anonimato, el juego y el ser vista y reconocida, se abordó en una de las comunicaciones la construcción del perfil de las y los jóvenes en las redes sociales. A este respecto se observa que se realiza dentro de una lógica lúdica del camuflaje, del uso de ciertas máscaras que inviten al desciframiento pero que no se deslizan hacia nuevas formas de imaginar otros modos de presentación. En la construcción del perfil prevalece un deseo de creación y exposición que se expresa en la posibilidad de crear un nombre, y elegir una imagen que dé cuenta de las preferencias y gustos temporales. Las decisiones sobre la imagen del perfil van y vienen entre la fuerza para atraer y la necesidad del ocultamiento.

Además de considerar las motivaciones de los adolescentes y el espacio educativo orientado a posibilitarles que reflexionen en torno a sus prácticas digitales, habría que considerar cómo enfrentan la interacción con lógicas de mercado y transgredirlas. La participación como ciudadanos dependerá también de las condiciones de acceso a internet, con qué dispositivos cuentan, qué sitios frecuentan, qué conocimientos tienen y cuáles ponen en juego para acercarse a una lectura crítica de las plataformas y sus prácticas en éstas. En este sentido la educación mediática desde una perspectiva crítica (Buckingham, 2019) y feminista contribuirá a deconstruir la violencia simbólica que observan en la publicidad, cada vez más, dirigida, en las plataformas como TikTok, en los referentes que se disfrazan de modelos de justicia social e igualdad o en las propias publicaciones que hacen de sí mismas las y los jóvenes en las redes sociales.

El intercambio realizado ha revelado que queda todavía mucho trabajo en torno a la investigación sobre la construcción de las identidades de género, reclamando proyectos que vayan más allá de un enfoque binario de los resultados y que supere la crítica centrada en los estereotipos (¿qué quiere decir que se repitan?), atendiendo otras cuestiones de análisis

como las relaciones de poder (y sus tránsitos), así como un análisis más profundo socio y geopolítico que nos permita ir más allá.

## Referencias

Buckingham, D. (2019). *The Media Education Manifesto*. Wiley.

Decuyper, M., & Simons, M. (2016). Sobre el potencial crítico de los enfoques sociomateriales en educación. *Teoría De La Educación. Revista Interuniversitaria*, 28(1), 25-44. <https://doi.org/10.14201/teoredu20162812544>

Latour, B., (2004). ¿Por Qué se ha Quedado la Crítica sin Energía? De los Asuntos de Hecho a las Cuestiones de Preocupación. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 11(35), 17-49. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10503502>

Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo Veintiuno Editores.



# **MESA DE COMUNICACIONES**

**Integrando experiencias: las plataformas  
digitales y los retos para la educación**

# Construcción, expresión y representación de la identidad de género de varones trans uruguayos en redes socio-digitales

Paula Baccino<sup>1</sup>, Victoria Castillo<sup>2</sup>, Tamara Diaz<sup>3</sup>, Agustina Mallada<sup>4</sup>

(1) Universidad de la República, [mpaulabaccino@outlook.com](mailto:mpaulabaccino@outlook.com)

(2) Universidad de la República, [victoriacastilloramirez16@gmail.com](mailto:victoriacastilloramirez16@gmail.com)

(3) Universidad de la República, [tamaradiazd99@gmail.com](mailto:tamaradiazd99@gmail.com)

(4) Universidad de la República, [agumallada197@gmail.com](mailto:agumallada197@gmail.com)

## Línea temática

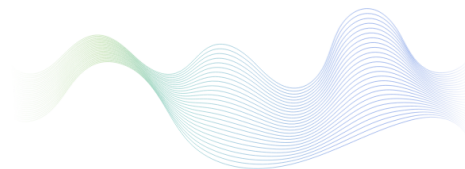
El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

Las plataformas socio-digitales ofrecen un espacio de identificación en el que las personas pueden reconocerse a sí mismas (Rueda, 2014). Utilizarlas como medio de expresión, permite al usuario experimentar con la forma en que se presenta para generar comunidad. Este trabajo de grado analizó cómo los miembros de un grupo social históricamente marginado, como son los varones transgénero, se ven representados en dichas plataformas, cómo experimentan la construcción y expresión de su identidad en y a través de estas, y en qué forma atraviesan sus vidas. Por medio de entrevistas en profundidad a sujetos miembros de la comunidad transgénero del Uruguay, se generan categorías de análisis con foco en la construcción, expresión y representación de la identidad de género que permiten comparar las experiencias de los entrevistados, con apoyo del marco teórico y antecedentes, para entender la relación entre sus respectivos procesos de transición y las redes socio-digitales.

## Palabras clave

Trabajo de investigación, género, medios sociales.



## Introducción

El objetivo de este trabajo de grado en comunicación fue observar y analizar cómo los varones trans uruguayos de 19 a 29 años construyen y expresan su identidad de género en las redes socio-digitales y cómo interviene sobre ésta la representación de identidades trans en dicho entorno.

En el marco de la Ley integral para personas trans en Uruguay, se define a las personas trans como aquellas que se autoperciben o expresan un género diferente al sexo que se les fue asignado al nacer, o “un género no encuadrado en la clasificación binaria masculino-femenino, independientemente de su edad y de acuerdo a su desarrollo evolutivo psicosexual” (Ley N° 19.684, 2018).

Encontrar (o crear) espacios privados dentro de las redes socio-digitales es fundamental para un desarrollo exitoso de la identidad, dado que estas permiten la exploración y expresión de aspectos que suelen ser restringidos en contextos offline, gracias a características propias de la red como la incorporeidad o el anonimato (Wängqvist y Frisén, 2016).

A su vez, en lo que refiere a la expresión de la identidad, se plantean las ideas de autoconcepto y autoestima (Valkenburg y Peter, 2011). El primero refiere a la claridad que una persona tiene sobre sus propias opiniones y creencias; un bajo nivel de autoconcepto lleva a la fragmentación de la identidad. Por otro lado, la autoestima es la autopercepción de comportamientos y pensamientos, en busca de la aprobación de nuestros pares.

Por otra parte, en relación con la representación de la identidad, se toma el concepto de injusticia cultural (Fraser, 1997), la cual refiere a la falta de reconocimiento hacia grupos sociales que escapan del sistema hegemónico y viven en opresión, con consecuencias en sus condiciones de vida. Esto puede infligir daño a las personas, desencadenando el autodesprecio y perjudicando su “comprensión adecuada de sí mismas” (Honneth en Fraser, 1997).

## Método

Esta investigación fue de tipo cualitativo, con un muestreo teórico que no busca ser representativo.

El universo de observación son varones transgénero, de entre 19 y 29 años, uruguayos y que utilizan las redes socio-digitales. Todos se identifican como personas blancas de la clase media socioeconómica. Nos referiremos a ellos con números del 1 al 5.

Los sujetos seleccionados surgieron a modo de bola de nieve, con cuatro de cinco sujetos siendo parte del grupo de WhatsApp de la comunidad Trans Boys Uruguay, mediante el cual compartieron información para acceder a la entrevista.

Con relación a las técnicas, se utilizó la entrevista en profundidad semiestructurada. Asimismo, se realizó una observación en redes de los entrevistados para corroborar los datos relevados.

## **Resultados**

### ***Construcción de la identidad***

Se percibe que existe una concordancia en cambiar de cuenta en redes socio-digitales al mismo tiempo que se realiza la transición de identidad. La identidad 'online' está íntimamente relacionada con la 'offline' (Yus, 2019), por lo que el cambio se ve reflejado en ambos espacios. Es el caso de la persona 2, quien se presenta nuevamente a través de una publicación de Instagram, evidenciando una alta autoestima y autoconcepto. En contraste, la persona 4 filtra a personas que no aceptan su transición, dándose la fragmentación de su identidad ya que, para las personas que quedan por fuera, su identidad anterior permanece.

### ***Representación de la identidad***

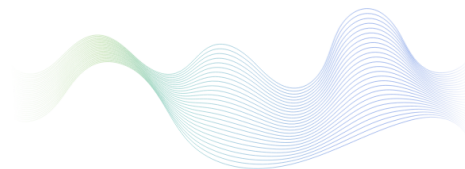
Todos expusieron haber recurrido a plataformas en busca de representación. Por un lado, la persona 3 contó que TikTok es un "espacio seguro" por las similitudes entre sus vivencias y los testimonios de usuarios. Mientras que la persona 4 comentó lo importante que fue Instagram como fuente de información ya que, anteriormente, no había recibido educación sexual. Contrariamente, los medios tradicionales jugaron un papel negativo durante la niñez y preadolescencia ya que representaban a las personas trans como objeto de burla.

### ***Expresión de la identidad***

La mayoría expresó utilizar Facebook previamente, plataforma que abandonaron. Facebook se caracteriza por reunir al núcleo familiar, laboral y amistades, sin realizar distinción (Carrasco y Kerne, 2018). Debido a esto, las personas transmigran a plataformas como Instagram, donde la audiencia es joven y encuentran mayor comprensión.

Sobre Instagram, presentaron disparidad a la hora de expresar su género. La persona 2 expresa su identidad como reivindicación; normalizando que las personas trans pueden vivir con plenitud. En contraste, la persona 5 y la persona 3 eligen expresarse a través de una segmentación.

Asimismo, los entrevistados expresan utilizar varios mecanismos de expresión propios de las redes. Primero, mencionan la herramienta de 'mejores amigos' en Instagram, integrada por personas del círculo íntimo. Todas las publicaciones cuentan, implícita o explícitamente, con una audiencia en mente (Yus, 2019), y segmentar en 'mejores amigos' permite a los entrevistados mostrar otras facetas de su identidad.



En segundo lugar, se manifiesta la creación de múltiples cuentas. Por ejemplo, la persona 5 percibe que, en su antigua cuenta, los seguidores son familia y allegados mientras que, en la nueva, son sus pares.

En tercer lugar, aparece el bloqueo de usuarios. Así, la persona 4 manifestó haber recibido violencia por parte de perfiles anónimos y, al no saber quién está detrás, los bloquea. El desarrollo de la violencia provocó que Instagram generara estos mecanismos (González, 2017).

Por último, el anonimato. Este brinda la posibilidad de experimentar con la identidad (Del Prete y Redon Pantoja, 2020). Así, la persona 3, se manifiesta a través de un muñeco y un avatar con características ‘masculinas’.

En base a las entrevistas, se percibe que los más jóvenes expresan facilidad para expresarse en redes socio-digitales. Por un lado, la persona 5, de 19 años, habla de cómo decide expresarse en su perfil, donde sus seguidores son pares fuera de línea. Mientras que la persona 3, de 29 años, indica que fue un desafío expresarse en las redes ya que, al mantener una cuenta pública, no es posible saber quién lo observa.

## Discusión y conclusiones

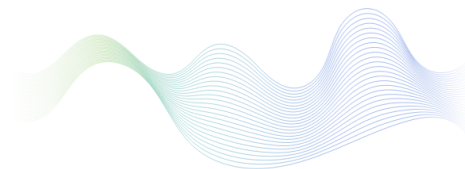
A modo de conclusión se desprende que el contenido transfemenino logra mayor alcance, debido a que lo heteropatriarcal pone foco en lo femenino. Sin embargo, en redes, el contenido algorítmico se vuelve específico y los varones trans encuentran representación.

Por otra parte, se reconoce al grupo de “*Trans Boys Uruguay*” como red de apoyo. Esto es gracias a que WhatsApp representa un canal de comunicación privado, lo que favorece conversaciones con contenido emocional (Waterloo, 2017).

## Referencias

- Carrasco, M., & Kerne, A. (2018). Queer visibility: Supporting LGBT+ selective visibility on social media. En Association for Computing Machinery, *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-12). [http://acm.mementodepot.org/pubs/proceedings/acmconferences\\_3173574/3173574/3173574.3173824/3173574.3173824.pdf](http://acm.mementodepot.org/pubs/proceedings/acmconferences_3173574/3173574/3173574.3173824/3173574.3173824.pdf)
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-69242020000100086&lang=es](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-69242020000100086&lang=es)
- Fraser, N., & Butler, J. (1997) *¿Redistribución o reconocimiento? Un debate entre marxismo y feminismo*. Traficantes de sueños.

- González, S. (2017). *La propagación de la violencia a través de las redes sociales. El cyberbullying en Instagram y Snapchat*. En A. M. Ortega Pérez y V. García Prieto (coords.) *Voces alternativas: investigación multidisciplinar en comunicación y cultura* (pp. 55-56). CulturaPublisher: Egregius Ediciones.
- Ley N° 19.684 de 2018. Ley integral para personas trans. 7 de noviembre de 2018. Diario Oficial 30064. <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19684-2018>
- Rueda Ortiz, R. (2014). (Trans)formación sociotécnica, subjetividad y política. *Pedagogía y Saberes*, (40), 11-22. <https://doi.org/10.17227/01212494.40pys11.22>
- Valkenburg, P.M., y Peter, J. (2011) Online Communication among Adolescents: An Integrated Model of Its Attraction, Opportunities, and Risks. *Journal of Adolescent Health*, 48, 121-127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- Wängqvist, M., & Frisé, A. (2016). Who am I Online? Understanding the Meaning of Online Contexts for Identity Development. *Adolescent Research Review*, 1, 139–151. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40894-016-0025-0>
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New Media & Society*, 20(5), 1813–1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349>
- Yus, F. (2019). La construcción de la identidad en las redes sociales. En M.E. Placencia y X. A. Padilla (Eds.). *Guía práctica de pragmática del español* (pp. 219-229). Routledge.



# EDUSEXTECA: Plataforma interactiva de Educación Sexual y Coeducación

Davinia Heras Sevilla<sup>1</sup>, Vanesa Ausín Villaverde<sup>2</sup>, Mariano Rubia Avi<sup>3</sup>, Laura Alonso Martínez<sup>4</sup>

(1) Universidad de Burgos, [dheras@ubu.es](mailto:dheras@ubu.es)

(2) Universidad de Burgos, [vausin@ubu.es](mailto:vausin@ubu.es)

(3) Universidad de Valladolid, [mariano.rubia@uva.es](mailto:mariano.rubia@uva.es)

(4) Universidad de Burgos, [lamartinez@ubu.es](mailto:lamartinez@ubu.es)

## Línea temática

El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

Esta comunicación tiene como objetivo mostrar la necesidad de trabajar los contenidos de la educación sexual, la diversidad sexual y la igualdad de género en el ámbito educativo. Para ello, se presenta EDUSEXTECA que es un espacio interactivo que pretende dar respuesta a las problemáticas descritas derivadas de la actual situación de la educación sexual y la coeducación, dirigida a estudiantes, profesores y familias. Se puede concluir que la EDUSEXTECA se postula como una herramienta innovadora en nuestro contexto, dado que no existe un espacio virtual formativo con estas características.

## Palabras clave

Educación sexual, diversidad sexual, tecnología educativa, adolescencia.

## Introducción

La presente comunicación está vinculada a la necesidad de materializar de forma efectiva la Educación Sexual, principalmente en el ámbito educativo. En la actualidad, existe un consenso generalizado sobre la importancia de educar sobre el hecho sexual humano, el respeto a la diversidad sexual y la igualdad de género. La Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, de Educación (LOMLOE) reconoce la importancia de trabajar la educación afectivo-sexual de manera transversal en todas las etapas educativas, como puede apreciarse en su articulado y la regulación posterior de enseñanzas mínimas.

Pese a ello, la realidad en las aulas se torna distinta, siendo anecdótica e incluso inexistente la Educación Sexual (Barriuso-Ortega et al., 2022). La falta de formación y de recursos concretos son los principales motivos que esgrime el profesorado sobre su escasa incidencia en el ámbito educativo (Calvo-González, 2021), a pesar de que consideran imprescindible la Educación Sexual y la Coeducación (Heras-Sevilla y Ortega-Sánchez, 2020). El reto, por tanto, tiene que ver con la facilitación de herramientas, recursos y estrategias que propicien la generalización de la Educación Sexual tanto en nuestro país, como en el contexto internacional, a los actores de la educación (alumnado, profesorado y familias)

Numerosas investigaciones evidencian el impacto positivo de la Educación Sexual Comprensiva e Integral en relación con los conocimientos y las actitudes hacia el uso del preservativo o hacia el hecho sexual humano en general (Carrera-Fernández et al., 2007); y los trabajos centrados en las conductas y comportamientos de adolescentes y jóvenes después de las intervenciones educativas descubren importantes mejoras (Bourke et al., 2014).

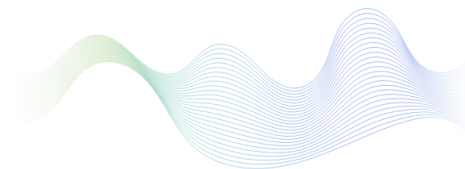
## Descripción de la experiencia

Para dar respuesta a las inquietudes anteriores, en esta comunicación se presenta EDUSEXTECA que es un espacio interactivo que pretende dar respuesta a las problemáticas descritas derivadas de la actual situación de la educación sexual y la coeducación.

Esta aplicación es compatible con móviles, tabletas y navegación Web, destinado a los diferentes agentes educativos (profesorado, familias, educadores sociales, etc.) y a estudiantes.

Este espacio interactivo tiene como fin último que el alumnado construya un conocimiento global e integrado de la sexualidad humana; ofreciendo para ello una información científica, veraz y libre de prejuicios, y promoviendo el análisis crítico de los mensajes sociales existentes sobre la sexualidad. En definitiva, capacitar al alumnado en la toma de decisiones responsables que le permitan la vivencia positiva de su sexualidad.

EDUSEXTECA servirá como herramienta para la formación y capacitación del profesorado en el ejercicio de su profesión docente, en particular, para trabajar temáticas a la educación



sexual, coeducación y tratamiento didáctico de la diversidad sexual, ajustándose a las necesidades reales diagnosticadas. De esta manera, la formación permanente del profesorado en este ámbito alcanzará un mayor y riguroso impacto, que revertirá en el alumnado.

Además, EDUSEXTECA también está concebida como un espacio de aprendizaje para estudiantes y familias, dando respuesta a esta necesidad social claramente identificada.

Como valor añadido, este espacio interactivo, suponen una alternativa educadora a otros espacios digitales que trasladan representaciones imprecisas y estereotipadas de la sexualidad humana.

EDUSEXTECA se postula como una herramienta innovadora en nuestro contexto, dado que no existe un espacio virtual formativo con estas características. Además, responde a la necesidad emergente de ofrecer una Educación Sexual mediática, dada la potencial influencia de los mass media en la vivencia y conformación de la sexualidad de niños/as, adolescentes y jóvenes. Se convierte en pionera en este tipo de formación, ya que, en nuestro país, estos contenidos solo han sido integrados en SEXUMUXU de Gómez-Zapiain y Pinedo (2010) y en el programa “Ni ogros, ni princesas” de Lena et al. (2007).

## **Discusión y conclusiones**

Existe una notable escasez de productos de Educación Sexual que aborden las diferentes etapas educativas, siendo prácticamente inexistentes las soluciones de carácter digital. EDUSEXTECA posee, por tanto, una doble diferenciación respecto a otros existentes.

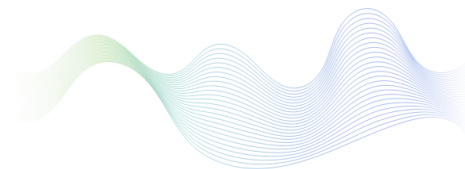
Por un lado, presenta recursos para todas las etapas educativas no universitarias, desde Educación Infantil hasta Educación Secundaria, incluyendo las enseñanzas no obligatorias. Por otro lado, es una solución innovadora, para implementar la educación sexual, basada en las herramientas digitales. Esto permitirá que sea un recurso versátil (aplicación transversal, parcial y/o global), en donde los elementos interactivos permitan el trabajo autónomo del alumnado.

En este sentido, consideramos que nos encontramos en un momento clave, puesto que Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual incide en la obligatoriedad de la educación integral sexual en todos los niveles educativos y subraya la importancia de incorporar en todas las etapas educativas no universitarias:

- Contenidos de coeducación y educación sexual adaptados a las edades, niveles y capacidades del alumnado.
- Contenidos sobre el uso adecuado y crítico de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, a fin de sensibilizar y prevenir problemáticas como las violencias

## Referencias

- Barriuso-Ortega, S., Heras-Sevilla, D., & Fernández-Hawrylak, M. (2022). Análisis de programas de educación sexual para adolescentes en España y otros países. *Revista Electrónica Educare*, 26(2), 329-349.
- Bourke, A., Boduszek, D., Kelleher, C., McBride, O., & Morgan, K. (2014). Sex education, first sex and sexual health outcomes in adulthood: Findings from a nationally representative sexual health survey. *Sex Education*, 14(3), 299-309.
- Calvo-González, S., & Saavedra-Álvarez, C. S. (2021). Capítulo 6 “Por Trece Razones”: Trabajando educación sexual mediática con perspectiva de género a partir de una teen serie en Lizbeth Habib-Mireles (Ed.), *Tecnología, diversidad e inclusión: repensando el modelo educativo* (pp. 54-63). Adaya Press.
- Carrera-Fernández, M. V., Lameiras-Fernández, M., Foltz, M. L., Núñez-Mangana, A. M., & Rodríguez-Castro, Y. (2007). Evaluación de un programa de educación sexual con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 7(3), 739-751.
- Gómez-Zapiain, J., & Pinedo, J. (2010). *Proyecto de integración de la Educación afectivo-sexual en el sistema educativo*. San Sebastián: Universidad del País Vasco.
- Heras-Sevilla, D., & Ortega-Sánchez, D. (2020). Evaluation of sexist and prejudiced attitudes toward homosexuality in Spanish future teachers: Analysis of related variables. *Frontiers in psychology*, 11, 572553.
- Ley Orgánica 10/2022, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual. *Boletín Oficial del Estado*, 215, de 7 de septiembre de 2022. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2022/09/06/10/con>
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 304, de 30 de diciembre de 2020. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2022/09/06/10/con>
- Lena Ordoñez, A., González Suárez, A., Fernández, A. B., Blanco Orviz, A. G., Fernández García, A. I., Suárez Suárez, A. M., Silva Hermida, E., Rubio Fernández, M. D. & Mier Corteguera, M. (2007). *Ni ogros ni princesas. Guía para la educación afectivo-sexual en la ESO*. Consejería de Salud y Servicios Sanitarios.



# Estudio de conectividad por género en el uso de foro MOODLE en alumnado de pedagogía

José María del Castillo-Olivares Barberán<sup>1</sup>, Paula del Castillo-Olivares Jiménez<sup>2</sup>

(<sup>1</sup>) Universidad de La Laguna, [jmcastil@ull.edu.es](mailto:jmcastil@ull.edu.es)

(<sup>2</sup>) Universidad de La Laguna, [alu0101322858@ull.edu.es](mailto:alu0101322858@ull.edu.es)

## Línea temática

El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

En la Universidad de La Laguna, la metodología llamada “continua” basada en el uso de Moodle es obligatoria como modelo institucional oficial. Por tanto, el entorno digital es un espacio relacional, social y discursivo en casi todas las asignaturas. El alumnado de nuevo ingreso en la universidad con 18 años viene con sus propias competencias tecnológicas y con diferentes culturas de uso. Los foros de Moodle son una de las herramientas de trabajo en entornos digitales institucionales donde trabajamos la cooperación, el trabajo en equipo y otros hábitos socio tecnológicos y esta actividad se registra cuantitativamente en forma de conectividad. En este estudio nos preguntamos sobre las diferencias asociadas al género que podemos encontrar en la conectividad del uso de foros en la asignatura de Didáctica General en el grado de Pedagogía. Esto nos lleva a analizar cuantitativamente, construyendo un marco de descripción objetivable, basado en las dimensiones de presencia telemática de según número de concesiones y estabilidad de seguimiento. Observaremos que los resultados ilustran una diferencia visible de estilo de continuidad según el género destacando el uso más estable de las jóvenes estudiantes que los chicos.

## Palabras clave

Competencia digital, diferencia de género, participación, liderazgo.

## Introducción

En el curso de Innovación Educativa del grupo de tarde del grado de Pedagogía, desarrollamos una formación basada en trabajo en equipo en metodología ABP donde cada grupo habrá de realizar un video documental donde cada miembro del grupo debe aportar en el foro sus ideas, los borradores, y partes de su diario de clase para configurar la propuesta final dotada de los aportes de todos y todas.

Desde hace tiempo tenemos la impresión (Castillo-Olivares, 2008) que dentro de cada grupo es especialmente relevante el papel de liderazgo que asumen las chicas, frente a un papel más pasivo de los chicos. Por tanto, nos preguntamos: ¿hay diferencias de estilos de conectividad asociadas al género?; ¿Quién es más estable en la participación de los foros, los chicos o las chicas? Para responder es necesario desarrollar una evaluación de monitorización de la conectividad (Cabero, 2018).

## Método

Vamos a desarrollar un análisis cuantitativo de frecuencias, fundamentalmente de análisis de medidas centrales. Vamos a recoger los datos registrados por el sistema MOODLE, pasarlos a tablas de registro individual y después a la matriz de variables. Allí pasaremos a analizar los ritmos de conexión, frecuencia semanal, máximos de conexión semanal y registros totales y máximos con atención a la distribución de cuartiles y para poder realizar una relación entre género y frecuencias de estilo en conectividad. Así las variables son las siguientes:

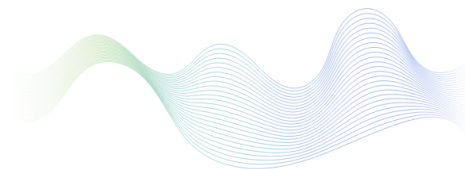
- Género: Hombre, Mujer o NP (No Polar)
- Total registros: Número de registros realizados por un alumno en las 6 semanas
- Total conexiones: Número de Días en que ha conectado
- Sesiones pico: Días con más de 13 registros
- Registro máximo número de días con conexión de la semana de mayor conectividad

## Resultados

En la tabla siguiente se recogen los datos del colectivo. Se han ordenado de mayor a menor número total de registros (2<sup>o</sup> columna). La tercera columna indica el número de días que ha visitado el sistema en total durante el tiempo del módulo en acción.

**Tabla 1.** Distribución de frecuencias de registros y sesiones

Id	Total registros	Total conexiones	Sesiones pico	Género	Registros Máx.	Tipo
10MCC	260	16	8	M	37	Estable
8JMC	236	21	7	M	29	Estable
12MIFO	234	22	6	H	36	Estable
20PGE	209	14	6	M	37	Estable
4AADL	201	7	6	M	49	Inestable/Compen sador
22PTE	200	14	6	M	34	Estable



13RPM	176	8	5	NB	50	Inestable/Compensador
3MCRH	150	17	3	M	23	Estable
2SMO	141	13	3	H	28	Muy estable
23AHR	120	11	4	H	22	Compensador
1MARR	123	13	3	M	22	Compensador
7MIG	123	12	3	H	24	Estable
5EM	107	7	2	H	45	Compensador
16RVV	107	11	2	M	34	Compensador
21RRPM	102	11	3	H	26	Compensador
11NDA	99	6	4	M	23	Inestable
9ACL	94	12	1	H	32	Inestable
17JMLS	72	11	1	H	13	Inestable
15CNAP	71	6	4	M	21	Inestable
6JNCS	50	5	1	H	39	Inestable
18FJCB	40	6	1	M	14	Inestable
23DUJ	40	5	2	H	20	Inestable
14MYRU	33	$\frac{1}{6}$	1	H	33	Inestable
19MAGP	31	$\frac{6}{6}$	0	H	12	Inestable
<b>Total H</b>	<b>1147</b>	<b>116</b>	<b>27</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>1Estable 3Compensa 6Inestable</b>
<b>Total M</b>	<b>1696</b>	<b>125</b>	<b>54</b>	<b>11</b>	<b>-</b>	<b>5Estable 2Compensa 3Inestable</b>
<b>Total NP</b>	<b>176</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>Compensado</b>

El Moodle ofrece la posibilidad de observar un seguimiento total del número de sesiones que se conectan y su intensidad por el número de clics o reacciones en el foro.

- Se observa una distribución de género en el grupo homogénea: 11 mujeres, 12 hombres y 1 no polar.
- La cantidad de registros máximos en un día logrado es de 50. Y la media de los promedios es 13 '8. Por tanto, los días con conexiones de producción superior a 13, hasta 50, indican sesiones de trabajo largas (1h o más). Son los picos (SESPICO). Este dato nos hace una referencia a la intensidad y grado de permanencia de concentración en la tarea, puede estar muy relacionado con la habituación mediática.
- Se observa que casi todos los sujetos del primer cuartil en conectividad pico son mujeres, 5 de 6. También se observa que la media de conexiones es 11.
- La mayoría de las mujeres están por encima de la media en la conectividad (80%)
- 2844 conexiones en total durante 72 días, de los cuales son casi 1700 de las chicas y 1150 de los chicos.
- Todos tienen varias semanas con 2 y 3 conexiones. Muchos máximos semanales son superiores a 3. Esto indica que la conectividad general ha sido muy buena. Prácticamente en todas las semanas, casi todos los alumnos han visitado el entorno al menos una vez.
- El percentil 50 es 123. La mitad de la muestra no alcanza la media
- El alumnado por debajo de 123 registros tiene un seguimiento más lento, van más despacio. No tienen una frecuencia acoplada a la frecuencia del curso.

- Todo el alumnado señalado en el primer cuartil tiene 6 o más picos. Este es un indicador claro de que al menos es necesario un día por semana de trabajo con dedicación de horario.

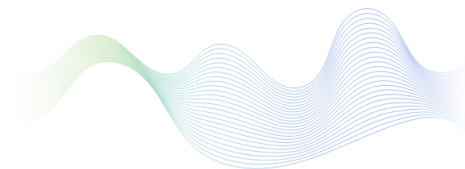
## Discusión y conclusiones

El estilo de conectividad se describe muy bien en las categorías de “estable”, “compensador” o “inestable”. La estabilidad se refleja como un ritmo de conexión frecuente. El estilo Compensador aparece con periodos de inactividad seguido de picos y aumento de frecuencia. Y el inestable con varias semanas dispersas sin actividad.

El papel estable en la conectividad de los foros es superior en las mujeres, es decir se constata que se conecta más con más frecuencia y con sesiones de trabajo superiores. Estos valores deben compararse en estudios posteriores con los roles asignados y papeles de gestión del trabajo en equipo.

## Referencias

- Castillo-Olivares, J. M., Area, M., & Gobantes, J. M. (2008). Evaluación de Programas de Educación a Distancia Basada e Redes: Estudio de Caso. Tesis Doctoral ULL Ed. Riull <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/2130?show=full>
- Cabero J., Llorente M<sup>a</sup> C., & Morales J. (2018). Evaluación del desempeño docente en la formación virtual: ideas para la configuración de un modelo. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 21(1), 261-279. <https://doi.org/10.5944/ried.21.1.17206>



# *Influencers* y representación de la sexualidad para el alumnado de Educación Primaria

Aquilina Fueyo Gutiérrez<sup>1</sup>, Patricia Borge Fernández<sup>2</sup>

(1) Universidad de Oviedo, [mafueyo@uniovi.es](mailto:mafueyo@uniovi.es)

(2) Universidad de Oviedo, [UO251914@uniovi.es](mailto:UO251914@uniovi.es)

## Línea temática

El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en la juventud.

## Resumen

Se analizan las representaciones que sobre la sexualidad transmiten los contenidos difundidos por *influencers* seguidos por el alumnado de Educación Primaria. Se utiliza una aproximación cualitativa a través del cuestionario y el análisis de contenido. Los principales resultados apuntan a unos contenidos plagados de sexismo, humor misógino y a una difusión de la pornografía a través de una serie de *pasarelas* que buscan su difusión y normalización.

## Palabras clave

Sexualidad, *influencers*, pornografía, sexismo, ciberviolencia.

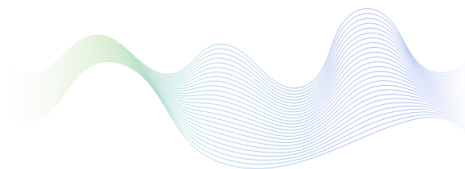
## Introducción

Instagram, Twitter, YouTube, TikTok o Twitch forman parte de la vida diaria de millones de jóvenes y se han convertido en el escenario de sus interacciones y de la construcción de sus identidades. Autoras como Estibaliz Linares (2019) en *El iceberg digital machista* constatan que la exposición en las redes por parte de las chicas está asociada con actos de ciberviolencia, cibercontrol y cibervigilancia contra ellas que suponen un ejercicio de control y de mantenimiento del orden social de género. La tercera brecha digital de género abarca esos códigos, estereotipos, patrones y roles de género que se reproducen en la Red y que generan desigualdad. El aumento en la libertad sexual ha ido acompañado de un "doble estándar" para juzgar socialmente las conductas de autorrepresentación de las mujeres en la red. Las más jóvenes, al negociar su nueva libertad sexual en sus interacciones en las redes, son objeto del *Slut-shaming* —tildar de prostitutas a las mujeres como forma de juzgar despectivamente sus comportamientos o actuaciones tales como la forma de vestirse, hablar abiertamente sobre sexualidad, haber tenido muchas parejas sexuales, etc. —. El epíteto "puta" sigue siendo en redes un término vivo y activo para juzgar su conducta y hacer caer sobre ellas el peso de estereotipos como el de "zorra" o "mala mujer" (Aruña et al., 2018; Díaz Altozano, et al., 2021). En la reproducción de esos roles y desigualdades tienen un papel fundamental los contenidos que distribuyen los y las *influencers* con alto número de seguidores. Se ha estudiado cómo en estas esferas virtuales se recurre a un humor sexista y misógino asociado a una normalización del consumo de pornografía. La pornificación o *pornographication* (Fueyo, 2020; Fueyo y De Andrés, 2017; Tortajada y Vera, 2021; Tyler y Quek, 2016) supone una normalización del ideario pornográfico exponente del *verdadero* sexo o como el sexo debería ser (Quek y Tyler, 2016) con alta incidencia en generaciones que acceden primero a la pornografía que a sus propias relaciones sexuales. Nuestro estudio profundiza en el origen de estos fenómenos analizando como los y las *influencers* —*youtubers*, *streamers*, *instagramers* y *tiktokers*— más famosos entre el alumnado de Primaria contribuyen a difundir identidades marcadamente sexistas, promoviendo formas de relaciones sexuales pornificadas y normalizando la pornografía a través de pasarelas que facilitan sus contenidos a los y las escolares para llegar a espacios pornográficos que sin duda financian sus "negocios".

## Método

Se aplica un cuestionario a un total de 159 niños y niñas de los cursos 5º y 6º de Primaria de dos colegios de Asturias con los objetivos de:

1. Identificar sus preferencias de consumo en las redes sociales YouTube, TikTok, Twitch e Instagram.
2. Detectar sus perfiles de *influencers* y contenidos preferidos.
3. Detectar y analizar, desde una perspectiva de género, el material publicado por los y las *influencers* relacionado con la sexualidad y la pornografía. Para ello se realiza una



búsqueda de contenido en las redes sociales de dichos *influencers* y se realiza un análisis de contenido de diferentes posts y vídeos de los perfiles identificados usando un guion de observación.

4. Llevar a cabo un mapeo de contenido para evidenciar las diferentes formas en las que las plataformas digitales fomentan el acceso a contenidos pornográficos, vínculos que denominamos pasarelas.

## Resultados

### ***Influencers populares entre el alumnado de primaria***

Los dos perfiles o *influencers* más populares son: AuronPlay e Ibai para YouTube y Twitch; Charli D'Amelio y Monismurf para TikTok; y Marta Díaz y Ángela Mármol para Instagram. Tras detectarlos se realiza un análisis de contenido de sus perfiles en relación con la información que estos muestran sobre la sexualidad y la pornografía. Tras el análisis se concluye que todas las cuentas analizadas contienen o muestran expresiones o comentarios de índole sexual (Borge, 2022).

### ***Sexismo y violencia machista en las interacciones de las y los influencers***

Las cuentas de *influencers* que más abordan cuestiones relativas a la sexualidad son los entrevistados en el canal de Youtube Mostopapi: Ángela Mármol e Ibai. Los contenidos tratados por Mostopapi tienen una visión hegemónicamente masculina, machista y heteropatriarcal del sexo, centrada en la penetración tanto vaginal o anal y en la masturbación y eyaculación masculina.

Los comentarios sexuales y violentos —que normalizan y erotizan las violaciones— que reciben las *influencers* femeninas, junto con la visión del sexo y la sexualidad que se promueve en las cuentas estudiadas y, específicamente, en el canal de Mostopapi, refuerzan los valores patriarcales propios del guion pornográfico en el que el foco del placer se sitúa en los varones y su ejercicio de dominación, violencia y sumisión sobre las mujeres. Las *pasarelas* que conectan a estos *influencers* con la pornografía, en sus diferentes formatos, son la cuenta de Mostopapi en *YouTube*, mencionada por Ibai, Ángela Mármol y Marta Díaz; la plataforma OnlyFans, de la cual hablan Ibai, Ángela Mármol y Marta Díaz y, concretamente, el canal de Monismurf; la sección *Hot Tubs and Beaches* de Twitch, mencionada por AuronPlay; y, finalmente, los *links* a páginas eróticas del estilo OnlyFans, presentes en los comentarios de *influencers* como Ibai o Charli D'Amelio en Instagram (Borge, 2022).

## Discusión y conclusiones

La información sobre la sexualidad manejada por los y las *influencers* representa una sexualidad focalizada en el placer masculino olvidando e ignorando, la sexualidad y el disfrute de las mujeres. Mientras que los varones utilizan un humor sexista que utiliza el porno para captar visualizaciones, las *influencers* femeninas reciben comentarios violentos y sexuales que

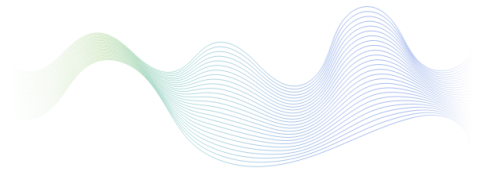
coinciden con el imaginario pornográfico de sumisión, violencia y plena disposición de sus cuerpos. La promoción que los y las *influencers* hacen sobre páginas eróticas como OnlyFans, la sección Pools, Hot Tubs and Beaches o la publicidad hacia canales como el de Mostopapi, aunque parece casual, está encaminada a despertar el interés de los y las menores hacia el porno, a la par que lo normalizan y promueven su acceso a él.

## Agradecimientos

Comunicación situada en el Proyecto "La construcción de la ciudadanía global con personas jóvenes: investigando prácticas transformadoras con metodologías participativas e inclusivas" Proyecto I+D+i en el marco del Programa estatal de Generación del Conocimiento (Convocatoria 2020). PID2020-114478RB-C22.

## Referencias

- Araüna, N., Tortajada, I., & Willem, C., (2019). Chonis and pijas: Slut-shaming and double standards in online performances among Spanish teens. *Sexualities*, 22(4), 532–548. <https://doi.org/10.1177/1363460717748620>
- Borge, P. (2022). *Adolescencia y Sexualidad ¿Qué hay detrás de las redes sociales?* (Tesis de Maestría). <http://hdl.handle.net/10651/62697>
- Díaz-Altozano P., Padilla, G., & Requeijo, P. (2021). Sexualización de niñas en redes sociales: la necesidad de inteligencia semántica en Instagram. *Investigaciones Feministas, Monográfico: Feminismo, misoginia y redes sociales*, 12(1), 31-45. <https://doi.org/10.5209/infe.69559>
- Fueyo, A., & De Andrés, S. (2017). Educación mediática: un enfoque feminista para deconstruir la violencia simbólica de los medios. *Revista Fuentes*, 19 (2), 81-93. <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/4473>
- Fueyo, A. (2020). No without us. A feminist pedagogy for media education 2.0. En M., Carr, P., M. Hoehsman, y G. Thésée (Eds.), *Education for Democracy 2.0: Changing Frames of Media Literacy* (pp.181-197). Sense Publishers. [https://doi.org/10.1163/9789004448490\\_011](https://doi.org/10.1163/9789004448490_011)
- Linares, E. (2019). *El iceberg digital Machista: Análisis, prevención e intervención de las realidades machistas digitales que se reproducen entre la adolescencia de la CAE*. Instituto Vasco de la Mujer.
- Quek, K., & Tyler, M. (2016). Conceptualizing Pornographication: a lack of Clarity and Problems for Feminist Analysis. *Sexualization, Media, y Society*. April-June, 2(2), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2374623816643281>



Tortajada, I., & Vera, T. (2021). Feminismo, misoginia y redes sociales. *Investigaciones feministas*, 12(1), 1-5. <https://doi.org/10.5209/infe.74446>.

# Contribución de un proyecto educativo a las competencias de igualdad de género

Rosa Isusi-Fagoaga<sup>1</sup>, Adela García-Aracil<sup>2</sup>

(<sup>1</sup>) Universitat de València e INGENIO (CSIC-Universitat Politècnica de València), [rosa.isusi@uv.es](mailto:rosa.isusi@uv.es)

(<sup>2</sup>) INGENIO (CSIC-Universitat Politècnica de València), [agarcia@ingenio.upv.es](mailto:agarcia@ingenio.upv.es)

## Línea temática

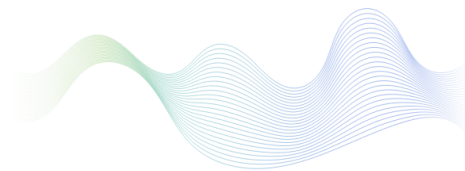
Retos de las instituciones educativas ante las cuestiones de género.

## Resumen

En este artículo abordamos el análisis del desarrollo de competencias asociadas a la igualdad de género en el ámbito universitario. Para ello, nos hemos basado en la teoría sociocultural propuesta por Mimbbrero et al. (2017) considerando competencias asociadas al plano sociocultural, al plano relacional y al plano personal. Esta clasificación nos sirve de base para detectar la transversalidad de género en la implementación de un proyecto educativo en una asignatura del Máster en Profesor/a de Educación Secundaria impartido en la Universitat de València. La información se recabó a través de un cuestionario on-line a los estudiantes matriculados en dicha asignatura. Los resultados nos permiten demostrar cuáles son las aportaciones del proyecto educativo al desarrollo de competencias, observar si hay diferencias entre las y los futuros docentes de los adolescentes y proponer una clasificación de las competencias de igualdad de género que puede ayudar a diseñar estrategias curriculares orientadas a la transversalidad de género.

## Palabras clave

Competencias de igualdad de género, proyecto educativo, adolescentes, formación del profesorado, Educación Secundaria.



## Introducción

La educación es un motor potente del desarrollo del capital humano, del crecimiento económico, de la cohesión social, de la transformación cultural, de la sostenibilidad medioambiental y de la coexistencia pacífica. Es la base para poder aprender durante toda la vida en un mundo complejo y en rápida mutación. Pero para que la educación repercuta en el empoderamiento de las personas, se debe cuestionar y cambiar las relaciones desiguales de poder, y abordar las prácticas, normas y expectativas que impiden que niños y niñas, adolescentes, mujeres y hombres, realicen plenamente su potencial. Es decir, se debe velar por que todas las personas puedan tener las competencias necesarias en el presente y en el futuro, no solamente ligadas a la vida profesional, sino también a la personal. Se trata de competencias que van más allá de la mera lectura, escritura y aritmética y que incluyen una gama de competencias cognitivas, socioemocionales y conductuales que promueven la capacidad de actuar, la reflexión crítica, la gestión de conflictos, la aceptación de la diversidad, la creatividad, el liderazgo, la cooperación, la adaptabilidad y la ciudadanía mundial (García-Aracil y Van der Velden, 2008; Gonzci y Athanasou, 1996).

Este artículo se apoya en el enfoque sociocultural para abordar el análisis de las desigualdades de género desde una perspectiva de competencias vinculadas a la transformación o mantenimiento de las culturas de género. Partiremos de la clasificación realizada por el modelo de Mimbrero et al. (2017), para posteriormente realizar una aportación de cómo los proyectos educativos pueden contribuir al desarrollo de las competencias asociadas a la igualdad de género.

## Método

El estudio se ha centrado en una selección de estudiantes universitarios del Máster en Profesor/a de Educación Secundaria de la Universitat de València en el curso 2022-2023. De entre las asignaturas del máster, se seleccionó la de Innovación Docente e Introducción a la Investigación Educativa en Educación Musical (IDIEM) por ser una materia cuyo alumnado procede en su mayoría de Enseñanzas de Régimen Especial, en concreto de conservatorios superiores de música. Los estudiantes matriculados en IDIEM, para el segundo trimestre del curso 2022-2023 fueron 17, siendo los participantes el 100% de la muestra. A través de un cuestionario on-line, se les preguntó, en una escala de Likert de 1 (muy poco) a 5 (mucho), en qué medida la formación recibida en el proyecto educativo de innovación sobre igualdad de género contribuyó a la adquisición de 16 competencias asociadas a la igualdad de género, siguiendo el modelo de competencias de Mimbrero et al. (2017).

## Resultados

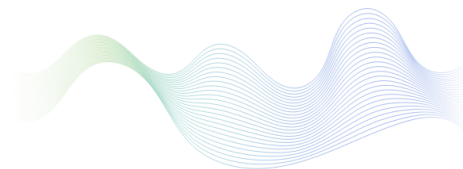
En general, los resultados indicaron que el curso de formación, asignatura IDIEM, promovió todas las competencias asociadas a la igualdad de género de forma positiva, dado que todos los valores están por encima de 3 (valor intermedio de la escala de Likert de 1 a 5). Asimismo, se encontró diferencias estadísticamente significativas entre la valoración realizada por los adolescentes de sus pares los adolescentes, tal como se observa en la Tabla 1.

**Tabla 1.** Contribución del proyecto educativo al desarrollo de competencias de igualdad de género.

Ítems	Total General	Mujeres (M)	Hombres (H)	Diferencia (M-H)
1. Adquisición de conocimientos sobre igualdad de género.	4.00	4.11	3.87	0.24
2. Saber utilizar herramientas para la aplicación del enfoque de género de forma transversal.	3.53	3.78	3.25	0.53*
3. Identificar las situaciones que viven mujeres y hombres en diferentes escenarios socio-culturales.	4.23	4.33	4.12	0.21
4. Valorar las propuestas orientadas a paliar los desequilibrios existentes entre mujeres y hombres.	3.94	4.22	3.62	0.60*
5. Contextualizar el uso de conocimientos adquiridos a situaciones reales en las que interactúan hombres y mujeres de la institución educativa.	4.18	4.44	3.87	0.57**
6. Proponer medidas orientadas a eliminar los modelos tradicionales de género (femeninos y masculinos) que puedan observarse en la institución educativa.	4.06	4.33	3.75	0.58*
7. Plantear situaciones para superar desequilibrios de género existentes en la institución educativa.	3.82	4.11	3.50	0.61*
8. Extrapolar actitudes que favorecen la igualdad de género fuera de la institución educativa.	4.18	4.00	4.37	-0.37*
9. Superar resistencias y estereotipos que pueden aparecer cuando se accede al conocimiento desde una perspectiva feminista.	4.00	4.22	3.75	0.47*
10. Asumir modelos de género construidos en contextos determinados (organización laboral, sistema familiar...) para comprender, adaptarse, enfrentarse o resolver situaciones de desigualdad entre hombres y mujeres en distintos escenarios sociales.	3.76	3.89	3.62	0.27*
11. Intervenir, de forma empática, en la institución para corregir las desigualdades de género.	3.53	3.67	3.37	0.30
12. Buscar soluciones conjuntas (interrelacionando con otras personas) con objeto de resolver los desequilibrios de género en la institución.	3.41	3.56	3.25	0.31
13. Aportar e impulsar propuestas a favor de la igualdad de género a otras áreas de la institución y/o a otros escenarios educativos y socio-culturales.	3.94	4.44	3.37	1.07***
14. Participar como agente activo en iniciativas para la igualdad de género que emergen en los distintos sistemas en los que interactúan las personas.	3.82	3.89	3.75	0.14
15. Reconocer un cambio actitudinal y profesional propio vinculado a la integración del enfoque de género en la vida diaria.	4.23	4.33	4.12	0.21*
16. Observar cambios en el reconocimiento de la propia imagen personal alejado de esencialismo de género.	3.94	4.11	3.75	0.36*

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta IDIEM. Niveles de significatividad: \*  $p \leq 0.10$ ; \*\*  $p \leq 0.05$ ; \*\*\*  $p \leq 0.01$ .

A raíz de estos resultados, el equipo de investigación se planteó aplicar un análisis factorial al conjunto de las 16 competencias. Esto permitiría observar si se obtenía otra agrupación diferente o similar a la propuesta en el modelo de Mimbrero et al. (2017). La aplicación del análisis factorial arrojó cinco grupos de competencias (F) tal como se observa en la Tabla 2. Estos cinco factores representan un total del 83.74% de la varianza y todos ellos con un alfa de Cronbach superior a 0.70, considerándose la coherencia de estos aceptable (Raykov y Marcoulides, 2011).



**Tabla 2. Matriz del análisis factorial**

Ítems	F1	F2	F3	F4	F5
1. Adquisición de conocimientos sobre igualdad de género.	0.41	0.07	0.62	0.45	-0.26
2. Saber utilizar herramientas para la aplicación del enfoque de género de forma transversal.	0.25	0.31	0.08	0.85	-0.06
3. Identificar las situaciones que viven mujeres y hombres en diferentes escenarios socio-culturales.	0.18	0.72	0.36	0.08	0.08
4. Valorar las propuestas orientadas a paliar los desequilibrios existentes entre mujeres y hombres.	0.24	0.36	0.31	0.34	-0.71
5. Contextualizar el uso de conocimientos adquiridos a situaciones reales en las que interactúan hombres y mujeres de la institución educativa.	0.03	0.02	0.07	0.90	0.14
6. Proponer medidas orientadas a eliminar los modelos tradicionales de género (femeninos y masculinos) que puedan observarse en la institución educativa.	0.81	0.42	0.19	0.10	-0.15
7. Plantear situaciones para superar desequilibrios de género existentes en la institución educativa.	0.74	0.28	0.34	0.27	-0.10
8. Extrapolar actitudes que favorecen la igualdad de género fuera de la institución educativa.	0.01	0.59	0.66	-0.07	0.16
9. Superar resistencias y estereotipos que pueden aparecer cuando se accede al conocimiento desde una perspectiva feminista.	0.44	0.15	0.62	0.32	0.21
10. Asumir modelos de género construidos en contextos determinados (organización laboral, sistema familiar...) para comprender, adaptarse, enfrentarse o resolver situaciones de desigualdad entre hombres y mujeres en distintos escenarios sociales.	0.02	0.33	0.17	0.22	0.87
11. Intervenir, de forma empática, en la institución para corregir las desigualdades de género.	0.24	0.82	-0.06	0.13	0.21
12. Buscar soluciones conjuntas (interrelacionando con otras personas) con objeto de resolver los desequilibrios de género en la institución.	0.27	0.78	0.34	0.25	-0.11
13. Aportar e impulsar propuestas a favor de la igualdad de género a otras áreas de la institución y/o a otros escenarios educativos y socio-culturales.	0.91	0.07	0.14	0.29	-0.02
14. Participar como agente activo en iniciativas para la igualdad de género que emergen en los distintos sistemas en los que interactúan las personas.	0.70	0.04	0.06	-0.50	0.15
15. Reconocer un cambio actitudinal y profesional propio vinculado a la integración del enfoque de género en la vida diaria.	0.72	0.16	0.50	-0.07	-0.05
16. Observar cambios en el reconocimiento de la propia imagen personal alejado de esencialismo de género.	0.37	0.18	0.81	0.04	-0.03

*Nota.* Elaboración propia a partir de la encuesta IDIEM.

Por lo tanto, nuestra propuesta es la siguiente:

**Competencias emprendedoras (F1)**, relacionadas con proponer medidas orientadas a aportar e impulsar propuestas a favor de la igualdad de género a otros escenarios y participar como agente activo en iniciativas para la igualdad de género.

**Competencias conciliadoras (F2)**, asociadas a identificar las situaciones que viven mujeres y hombres en diferentes escenarios socio-culturales, intervenir, de forma empática, para corregir las desigualdades de género, y buscar soluciones conjuntas.

**Competencias de conocimiento en materia de género (F3)**, asociadas a la adquisición de conocimiento sobre igualdad de género y a la extrapolación de actitudes que permiten superar resistencias y estereotipos.

**Competencias metodológicas (F4)**, asociadas a saber utilizar herramientas para la aplicación del enfoque de género de forma transversal, y contextualizar el uso de conocimientos a situaciones reales en las que interactúan mujeres y hombres.

**Competencias asociadas a la toma de decisiones (F5)**, relacionadas con valorar las propuestas orientadas a paliar los desequilibrios existentes entre mujeres y hombres.

## Discusión y conclusiones

Nuestra propuesta arroja una clasificación de las competencias asociadas a la igualdad de género que permitirá en estudios posteriores crear un mapa de indicadores para reconocer

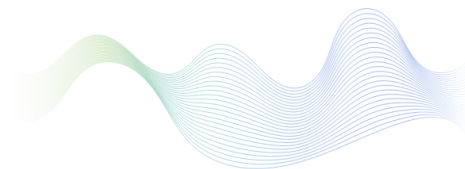
actitudes y aptitudes de quienes participan en las organizaciones y diseñar estrategias orientadas a la transversalidad de género y llevar a cabo acciones orientadas a reconocer y reducir los desequilibrios entre mujeres y hombres. Esta propuesta debería reforzarse con una muestra más amplia y en otros ámbitos educativos.

## **Agradecimientos**

Esta investigación ha sido financiada por la Generalitat Valenciana - AICO/2021/133 - Indicadores para monitorizar y promover la visibilidad de las mujeres en la Ciencia (INVISIBLES). Las opiniones expresadas en este documento no son necesariamente las de dicha organización.

## **Referencias**

- García-Aracil, A. & Van der Velden, R. (2008). Competencies for young European higher education graduates: labor market mismatches and their payoffs. *Higher Education*, 55(2), 219-239. <https://doi.org/10.1007/s10734-006-9050-4>
- Gonczy, A. & Athanasou, J. (1996). Instrumentación de la Educación Básica en Competencias. Perspectivas de la teoría y práctica en Australia. En Argüelles, A. (Ed.) *Competencia Laboral y Educación Basada en Normas de Competencia* (pp. 272-273). Limusa.
- Mimbrero, C., Pallarés, S. & Cantera, L.M. (2017). Competencias de igualdad de género: capacitación para la equidad entre mujeres y hombres en las organizaciones. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 17(2), 265-286. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1609>
- Raykov, T. & Marcoulides, G.A. (2011). *Introduction to Psychometric Theory*. Routledge, Taylor and Francis Group.



# Percepción del profesorado sobre la influencia de las redes en la socialización y los roles de género en la adolescencia

Isabel Pascual Gómez

(1) Universidad de Alcalá, [isabel.pascualg@uah.es](mailto:isabel.pascualg@uah.es)

## Línea temática

Retos de las instituciones educativas ante las cuestiones de género en las prácticas digitales de adolescentes.

## Resumen

Esta comunicación muestra parcialmente los resultados de un proyecto en el cual se pretende analizar el papel que las redes sociales tienen en el proceso de socialización y en los roles de género, en la adolescencia. Para profundizar en este proceso se utilizó una metodología de carácter cualitativo, utilizando como técnica de obtención de datos la entrevista en profundidad. Para ello se entrevistó a 11 docentes de Enseñanza Secundaria en Castilla-La Mancha. Los resultados muestran que los y las profesoras opinan que los y las adolescentes priorizan el contacto virtual para establecer relaciones sociales y exhiben su imagen para obtener reconocimiento social, con formas excesivamente estereotipadas. En cuanto a los modelos de relación socioafectiva en la cultura digital, lamentablemente, todavía perciben roles estereotipados, la presencia de celos, un excesivo control y cosificación femenina. Concluyen afirmando que es necesario fomentar actitudes más críticas y reflexivas ante los estereotipos de género en los entornos virtuales, trabajando familias y centros educativos de manera coordinada.

## Palabras clave

Redes sociales, socialización, estereotipos de género.

## Introducción

Las redes sociales ofrecen numerosas posibilidades y son capaces de generar oportunidades beneficiosas para las y los adolescentes, sin embargo, no están exentas de riesgos.

La construcción de la identidad ha sido abordada desde distintas disciplinas como la psicología, la sociología, la antropología o la filosofía. Moshman (2005) entiende la identidad como una teoría explícita y un concepto sofisticado de uno mismo como persona. Se trata de un proceso paralelo a los procesos de socialización, y entra durante la adolescencia en una etapa decisiva, a través de la exploración y de las relaciones que se establecen con los otros, especialmente con los iguales, elementos clave para el desarrollo de una identidad saludable (Subrahmanyam y Šmahel, 2011). Por la influencia que estos procesos tienen en desarrollo de la identidad este trabajo se planteó como objetivos conocer la percepción que las y las profesoras tienen sobre cómo se están produciendo estas relaciones en las redes sociales.

## Método

### *Objetivos*

- Conocer la percepción que tienen las y los profesores sobre las prácticas comunicativas adolescentes en redes sociales
- Conocer la percepción que tienen las y los profesores sobre si estas formas de comunicación tienen una influencia positiva en la erradicación de estereotipos

### *Metodología*

Para responder a estas preguntas se utilizó metodología de carácter cualitativo y como técnica de recogida de datos 11 entrevistas en profundidad a profesorado de secundaria.

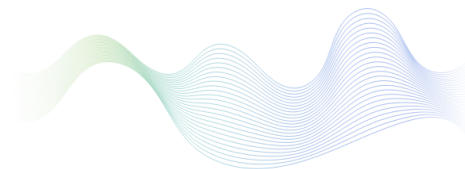
Las citas que se ofrecen reproducen con absoluta fidelidad la fuente original anonimizada (verbatim). Se seleccionan algunos de los más representativos.

## Resultados

Las y los profesores creen que los estudiantes priorizan para su comunicación el contacto virtual al presencial. En ocasiones creen que este puede ser excesivo:

“Los chicos socializan tanto que hay veces que han socializado en la red social y en la realidad no se han dicho ni una palabra. Y eso, yo creo que los adultos tenemos que ser también conscientes de que está ocurriendo, y tenemos que abordarlo” (Profesora\_EP9).

El uso de la red social cubre la necesidad social de esta población de compartir experiencias y establecer nuevas relaciones sociales. Sin embargo, opinan que las relaciones virtuales no pueden sustituir a las relaciones presenciales, deberían de ser complementarias.



“Creo que sí, sin ellas no se explican determinados eventos sociales de los últimos años, pero evidentemente no pueden suplir a las redes sociales presenciales o humanas. (Profesora\_EP1)

La seducción que siente esta población por las redes sociales virtuales puede atribuirse a que satisfacen sus necesidades de comunicación, de contacto de manera inmediata, sin esfuerzo y de forma divertida. En atención a las entrevistas al profesorado, se podría afirmar que la población adolescente siente la necesidad de mostrar, exhibir y obtener reconocimiento de su imagen y de su actividad ante los demás.

“Chaval guaperas, musculitos, que tienen un montón de comentarios y likes de niñas, ese es el que tiene todas a sus pies. Y el modelo de feminidad una niña guapa, con las uñas hechas, con tipazo, sabes, prácticamente es el mismo modelo” (Profesora\_EP5).

Los testimonios de los profesores corroboran que en la cultura digital las situaciones de control y celos se mantienen, adoptando nuevas formas de expresión, pero, lamentablemente, estando muy presentes en las relaciones socioafectivas, de los más jóvenes: “Sí. Mucho control ¿por qué le has comentado esto a Fulanito? o ¿te ha dado un like? Todo eso se lleva muy en cuenta, es una tontería, pero en esas edades es como que lo llevan todo al límite. Para ellos, ¡un like es ...!(Profesora\_EP5).

El profesorado comparte la opinión de que esa exhibición les hace más vulnerables a ciertos riesgos, como la presión por el culto a la imagen o la confusión de la realidad con el mundo virtual, entre otros. Califican estas prácticas como hándicaps para conseguir la formación en valores de igualdad, al mismo tiempo que prevén conflictos si alguien se sale de esa norma.

“Sí, en el momento en el que alguien no cumple con esos estereotipos, o con lo que se supone que tiene que ser en la sociedad, pues ya tenemos ahí el conflicto” (Profesora\_EP5).

Las redes sociales podrían haberse convertido en un espacio idóneo para realizar reflexiones y cuestionamientos acerca de estos roles estereotipados, dando pie a una necesaria transformación de estos, pero solo observan pequeños avances, que no son suficientes todavía. Cuando se pregunta a las y los docentes sobre las oportunidades que el uso de las redes sociales puede suponer para la erradicación del sexismo surgen dudas:

“Yo creo que la igualdad, es teórica. Hemos progresado mucho. Pero siempre me he cuestionado hasta qué punto ha sido una progresión adecuada o no. No ha sido una igualdad equilibrada, sino que hemos cargado más peso sobre nosotras [...] Y creo que muchas de las posturas machistas que vemos ahora en adolescentes es por la educación que les hemos dado las madres y los padres en este sentido, partiendo del ejemplo [...] Se nota una evolución, pero nos queda mucho por recorrer” (Profesora\_EP11).

En relación a qué puede hacerse para erradicar este tipo de conductas tanto en la red como en general, los y las docentes opinan que quedan pendientes desafíos tan trascendentales como guiar a las nuevas generaciones hacia posturas críticas ante los estereotipos de género. En este sentido, cuando el profesorado valora la capacidad de reflexión de estas y estos

jóvenes ante avances sociales, como por ejemplo la nueva ley de igualdad, creen necesario hacer “pedagogía” y trabajarlo más en las aulas.

“A veces entienden que se les mete a todos en el mismo saco, y no quieren, y yo lo entiendo también. Ellas les defienden, porque se unen un montón, se defienden, mi amigo no me trata mal, profe. Pasan cosas bonitas. Estas cosas se deberían contar más” (Profesora\_EP1).

“Lo que hace falta es más explicación, más profundidad, no ignorar las dudas que tengan ellos, eso me parece importante. [...] (Profesor\_EP6).

## **Discusión y conclusiones**

Se podría afirmar que los profesores y profesoras perciben que las y los adolescentes castellanomanchegos, en numerosas ocasiones, priorizan el contacto virtual para compartir experiencias y establecer relaciones sociales. En estas interacciones en la red, exhiben modelos sexualizados y muy estereotipados en cuanto al aspecto físico.

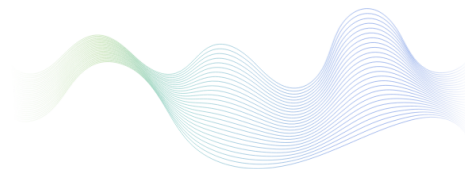
En cuanto a los modelos de relación socioafectiva en la cultura digital, lamentablemente todavía perciben roles estereotipados, la presencia de celos, un excesivo control y la cosificación de las mujeres.

Por último, el profesorado valora la capacidad de reflexión de los y las jóvenes y los avances sociales logrados ante la igualdad, pero creen necesario hacer más pedagogía en las aulas, tanto en este ámbito como en el de la educación afectivo-sexual, muy distorsionada por el acceso a contenidos de tipo sexual y pornográfico a través de las tecnologías

## **Referencias**

Moshman, D. (2005). *Adolescent psychological development rationality, morality, and identity* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Subrahmanyam, K. & Šmahel, D. (2011). *Digital Youth. The Role of Media in Development*. Springer.



# TikTok y violencia de género. Figuras de apoyo y ayuda en la adolescencia

Isaac Calduch<sup>1</sup>, Beatriz Jarauta<sup>2</sup>, Ares Cruz-Hernández<sup>3</sup>, Judith Muñoz-Saavedra<sup>4</sup>

(1) Universidad de Barcelona, [icalduch@ub.edu](mailto:icalduch@ub.edu)

(2) Universidad de Barcelona, [bjarauta@ub.edu](mailto:bjarauta@ub.edu)

(3) Universidad de Barcelona, [ares.cruz@ub.edu](mailto:ares.cruz@ub.edu)

(4) Universidad de Barcelona, [judithmunoz@ub.edu](mailto:judithmunoz@ub.edu)

## Línea temática

Retos de las instituciones educativas ante las cuestiones de género en las prácticas digitales de adolescentes.

## Resumen

En TikTok existen múltiples formas de violencia de género, aunque la mayoría se encuentran invisibilizadas o se dan de forma implícita. Para su prevención, detección y abordaje es imprescindible conocer las figuras de apoyo a quien los y las adolescentes acudirían al experimentar dichas situaciones. Esta comunicación presenta los resultados de una encuesta distribuida en institutos catalanes, con una muestra de 710 adolescentes, orientada a identificar y describir las formas que adopta la violencia de género en TikTok. Los resultados relativos a las figuras de apoyo y ayuda señalan la figura materna y las amistades como las principales figuras a las que recurrirían. Solo el 4.55 % de los y las adolescentes consideran al profesorado como una figura de soporte y ayuda en estas situaciones. Asimismo, el 14.8 % no pediría ayuda a nadie si experimentara una situación de violencia de género en TikTok. En definitiva, los resultados que se presentan son una invitación a reflexionar sobre cómo los y las adolescentes construyen las relaciones de confianza y la necesidad de resituar el profesorado como una figura de apoyo y ayuda ante dichas situaciones.

## Palabras clave

Violencia de género, redes sociales, TikTok, formación del profesorado.

## Introducción

Las redes sociales son un espacio con gran influencia en la socialización y la construcción de las identidades de género en la adolescencia y la juventud (Del Prete y Redon, 2020). Del mismo modo que en otras redes sociales, en TikTok existen múltiples formas de violencia de género, aunque la mayor parte de ellas se encuentran invisibilizadas o se dan de forma implícita (Muñoz-Saavedra et al., 2023). Esto conlleva una normalización de dicha violencia y que, en ocasiones, los y las adolescentes no sean consciente de estar experimentándolas. Para su prevención, detección y abordaje, las figuras de apoyo son fundamentales. Por este motivo, es necesario conocer cuáles son las personas a quien pedirían ayuda ante dichas situaciones.

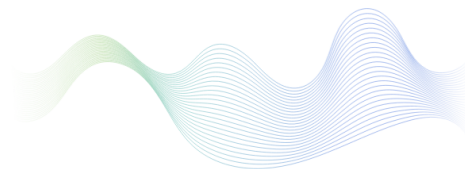
Esta comunicación presenta los resultados parciales del proyecto “#ChallengingTikTok. Una experiencia de innovación en materia de violencia de género en la formación inicial de profesorado (2021INDOV00009)”, realizado con el apoyo del Consell Interuniversitari de Catalunya y financiada a cargo de los créditos recibidos del Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, a través de la Secretaría de Estado de Igualdad. El objetivo de la fase empírica de este proyecto es identificar y describir las formas que adopta la violencia de género en TikTok. Solo se presentan los datos obtenidos de la dimensión relativa a las figuras de apoyo y ayuda de los y las adolescentes.

## Método

La investigación se ha realizado mediante un método de encuesta, a partir de un cuestionario ad-hoc. Este cuestionario se distribuyó durante diciembre de 2022 y abril de 2023, en institutos de la provincia de Barcelona (Cataluña), con una franja de edad entre los 13 y 18 años. La muestra obtenida fue de 710 adolescentes, con las características que se recogen en la Tabla 1. Los datos obtenidos se han analizado mediante pruebas estadísticas descriptivas y correlaciones no paramétricas, con el programa informático SPSS v27.

**Tabla 1.** Caracterización de la muestra

	Ítems	n	%
<b>Género</b>	Masculino	352	49.6 %
	Femenino	345	48.6 %
	No binario	13	1.8 %
<b>Orientación sexual</b>	Heterosexual	613	86.3 %
	Bisexual	63	8.9 %
	Homosexual	23	3.2 %
	Otros	11	1.5 %
<b>Titularidad del centro</b>	Pública	365	51.4 %
	Concertada	336	47.3 %
	Privada	9	1.3 %



## Resultados

El 89.2 % de los y las adolescentes catalanes utilizan la red social TikTok. Entre aquellas personas que lo usan, el 62.4 % lo hace más de tres veces al día, el 27.6 % entre 1 y 3 veces al día, el 6.3 % lo hace alguna vez cada semana y el 3.6 % alguna vez al mes. En función del género, encontramos diferencias significativas en su uso ( $X^2(2, n = 710) = 13.859, p = .001$ ). El 93.6 % de las participantes de género femenino utiliza TikTok, frente al 84.9 % del género masculino y el 84.6 % del género no binario. Además, también lo usan con mayor frecuencia, ya que un 66.3 % lo utiliza más de 3 veces al día, un dato que se sitúa en el 57.5 % en el caso del género masculino.

Ahondado en la temática concreta de la comunicación, las personas a las que los y las adolescente pedirían ayuda al experimentar situaciones de violencia de género en TikTok, cabe destacar que la familia y las amistades son las principales figuras de apoyo y ayuda, tal y como recoge la Tabla 2. Entre los datos generales, la figura materna presenta un porcentaje mucho mayor a la paterna, en cuanto a los y las adolescentes que acudirían a dichas figuras ante situaciones de violencia de género en TikTok. Incluso las amistades se sitúan por encima de la figura paterna. No obstante, hay dos datos que nos parecen muy importantes señalar por sus implicaciones. Solo el 4.55 % de los y las adolescentes consideran al profesorado como una figura de soporte y ayuda en estas situaciones. Asimismo, el 14.8% no pediría ayuda a nadie si experimentara una situación de violencia de género en TikTok.

Como también recoge la Tabla 2, existen diferencias en función del género. Es interesante destacar que las adolescentes de género femenino recurrirían más a la figura materna que el resto de los adolescentes. Por otro lado, encontramos que los adolescentes de género binario muestran menor predisposición por pedir ayuda en general, y especialmente a la familia y a la policía, convirtiéndose sus amistades y el profesorado en sus figuras de apoyo y ayuda principales. En relación con el profesorado, se observa que son las adolescentes de género femenino quienes muestran menor predisposición a pedir su ayuda.

**Tabla 2.** Figuras de apoyo y ayuda ante situaciones de violencia de género en TikTok

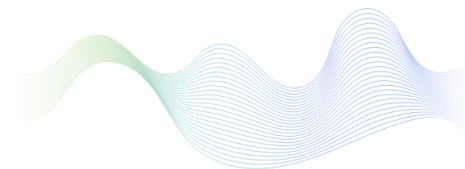
	Masculino	Femenino	No binario	Total
<b>Figura materna</b>	57.1 %	68.0 %	45.5 %	55.2 %
<b>Figura paterna</b>	48.6 %	49.4 %	36.4 %	43.1 %
<b>Amistades</b>	45.6 %	62.4 %	62.4 %	47.7 %
<b>Policía o autoridades</b>	25.2 %	28.3 %	9.1 %	23.4 %
<b>Profesorado</b>	7.1 %	2.2 %	36.4 %	4.55 %
<b>Nadie</b>	23.5 %	10.2 %	27.3 %	14.8 %

## Discusión y conclusiones

Las figuras de apoyo y ayuda son fundamentales para poder brindar soporte a los y las adolescentes ante las posibles situaciones de violencia de género que pueden experimentar en las redes sociales y, concretamente, en TikTok. Vemos que hay un número importante que no pedirían ayuda a nadie en estas situaciones, especialmente aquellas personas que se consideran no binarias. Asimismo, el profesorado se presenta como una figura poco considerada para pedir ayuda ante estas situaciones, especialmente entre las adolescentes de género femenino. Esto nos debe llevar a reflexionar sobre cómo los y las adolescentes construyen las relaciones de confianza y la necesidad de resituar el profesorado como una figura de apoyo y ayuda ante dichas situaciones. No obstante, estos resultados se deberían complementar con estudios cualitativos que nos ayuden a comprender los motivos subyacentes.

## Referencias

- Del Prete, A., & Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96. <http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Muñoz-Saavedra, J., Cruz-Hernández, A., Jarauta, B. & Calduch, I. (2023). *Dinámicas y expresiones de la violencia de género en TikTok. Viejos roles, nuevos lenguajes* [Paper Presentation]. I Congreso Internacional Infancia, Adolescencia, y Juventud: Inclusión socio-educativa, Participación Autonomía, Buen Trato y Bienestar en el escenario Post-pandémico. Bilbao, España.



# Las 4 pes en la adolescencia: plataformas, privacidad, público y privado

Ana Rodríguez-Groba<sup>1</sup>, Uxía Regueira<sup>2</sup>, Esther Vila-Couñago<sup>3</sup>, Fernando Fraga-Varela<sup>4</sup>

(1) Universidade de Santiago de Compostela, [ana.groba@usc.es](mailto:ana.groba@usc.es)

(2) Universidade de Santiago de Compostela, [uxiafernandez.regueira@usc.es](mailto:uxiafernandez.regueira@usc.es)

(3) Universidade de Santiago de Compostela, [esther.vila@usc.es](mailto:esther.vila@usc.es)

(4) Universidade de Santiago de Compostela, [fernando.fraga@usc.es](mailto:fernando.fraga@usc.es)

## Línea temática

El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

Las plataformas se han instaurado en nuestras vidas y cada vez lo hacen a mayor ritmo. Los adolescentes nacidos en una sociedad posdigital comienzan su experiencia en estos espacios de forma muy temprana. En esta etapa clave en la que configuran su identidad, dan forma a la misma desvinculándose de su núcleo familiar y acercándose al grupo de iguales que adquiere un peso fundamental. Este trabajo busca profundizar en cómo los/as adolescentes configuran sus perfiles y producen en estos espacios, atendiendo a lo privado y lo público y desarrollando estrategias de privacidad atravesadas por el género y la edad. Para ello, se lleva a cabo un estudio de casos múltiple, con dos chicas y dos chicos cisgénero de entre 14 y 17 años. Los resultados muestran cómo las trayectorias tienden hacia una diversificación de perfiles con distintas audiencias y a instaurar varias estrategias que buscan preservar su privacidad. Se muestra cómo lo considerado íntimo entra en cuestionamiento en los casos de mayor edad, donde la sexualidad adquiere un peso clave. Así mismo los resultados muestran pequeñas diferencias entre géneros.

## Palabras clave

Público, privado, privacidad, plataformas, género.

## Introducción

La adolescencia, marcada por la diferenciación del núcleo familiar, la importancia del grupo de iguales y por forjar una parte clave de nuestra personalidad, tiene en el espacio virtual un escenario clave, cada vez con mayor peso. Así configuran perfiles -en las diferentes plataformas- que pretenden seguir los patrones habituales entre sus iguales, atendiendo al imaginario colectivo, pero que a su vez buscan elementos de diferenciación (Gómez-Urrutia y Jiménez Figueroa, 2022). Estas configuraciones y producciones en las redes sociales siguen con frecuencia los patrones de la industria publicitaria. Los adolescentes se mueven así, con frecuencia, entre varias cuentas para adaptarse a la audiencia que define cada una de ellas, estableciendo estrategias para evitar el colapso de contextos (Rutledge et al., 2019) y evitando el control de los adultos, que suele ser más fuerte en el caso de las chicas.

Esta investigación busca conocer, partiendo del análisis del perfil de cuatro jóvenes en Instagram, cómo configurar su privacidad, el juego entre lo privado y público y las diferentes estrategias que ponen en marcha en las distintas plataformas, atendiendo a cómo el género se cruza en las prácticas en estos escenarios.

## Método

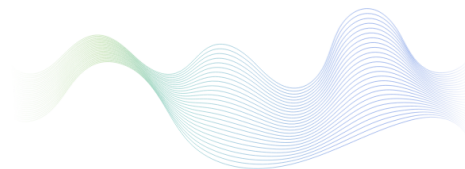
Esta comunicación se enmarca en el Proyecto Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia (EDIGA), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00), y que se ha desarrollado siguiendo un diseño mixto explicativo en dos fases. Este trabajo se circunscribe en la segunda, de naturaleza cualitativa, que se articula a través de un estudio de casos múltiple; y se exploran las prácticas en Instagram de cuatro casos de Galicia atendiendo a criterios de edad y género.

Los datos fueron recogidos empleando dos técnicas de carácter cualitativo:

1. Observación y recopilación de productos de Instagram durante 15 días y elaboración de un diario de campo.
2. Entrevistas semiestructuradas a cada sujeto tras el periodo de observación. A excepción de un caso que no participó de esta técnica.

## Resultados

Para poder mostrar algunas de las diferencias y rasgos comunes que se encuentran en los cuatro casos, en relación con la gestión de lo privado y lo público y las estrategias de privacidad que ponen en marcha, se realiza la tabla 1.



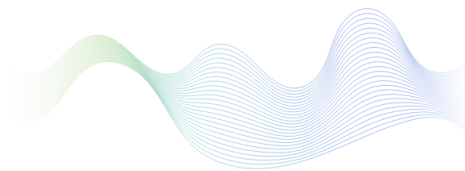
**Tabla 1.** Caracterización de las/os informantes del caso

	<b>LUCÍA</b> Mujer cisgénero	<b>CAROLINA</b> Mujer cisgénero	<b>XOEL</b> Hombre cisgénero	<b>ISMAEL</b> Hombre cisgénero		
<b>AÑOS</b>	14	15	16	17		
<b>CUENTAS</b>	1	2	1	2		
<b>ESTRATEGIAS</b>	ÚNICA CUENTA	CUENTA 1	CUENTA 2	ÚNICA CUENTA	CUENTA 1	CUENTA 2
<b>TIPO DE CUENTA</b>	Cuenta privada	Cuenta privada	Cuenta privada	Cuenta privada	Cuenta privada	Cuenta privada
<b>DATOS DEL PERFIL</b>	Datos reales. Apenas facilita información: facilita el nombre y la fotografía de su ojo como imagen de perfil.	Datos reales: nombre e imagen de perfil de sí misma en un escenario idílico	Datos reales anonimizados: juego de palabras con su nombre real e imagen de su espalda y cintura, sin rostro	Datos reales. Se destacan los méritos personales. Foto real de él mismo.	Datos reales (no ficticios) Perfil serio. Nombre apellidos y población. Foto real de él mismo.	Datos ficticios (perfil anónimo y con tono de “humor”) Datos falsos.
<b>NARRATIVAS TEXTO –IMAGEN</b>	Fotografías de menor exposición: paisajes, fragmentos del cuerpo no sexualizados (pies, manos...) y <i>selfies</i> en grupo con filtros humorísticos que modifican y ocultan el rostro. Las imágenes con una ubicación explícita o implícita no se comparten en tiempo real.	Fotografías de menor exposición: paisajes con un carácter artístico, posados con amigas en eventos especiales y <i>selfies</i> (menor número) donde no se ve su cara. Las imágenes con una ubicación explícita o implícita no se comparten en tiempo real.	Fotografías de mayor exposición y menor planificación: <i>selfies</i> espontáneos con amigas, <i>reels</i> bailando con la cara descubierta y <i>selfies</i> donde se puede ver parcialmente el rostro. Imágenes en tiempo real. Poses y gestos sensuales.	Fotografías no “íntimas” en un inicio. No aparecen espacios “privados” como escenario, aparecen hacia el final. Publicación de interacciones anónimas (halagos físicos y deportivos).	Fotografías del <i>feed</i> muy estudiadas – modelos publicitarios-. Escasas <i>stories</i> que se centren en la amistad/amor o él mismo. Valor de la persona sobre el escenario.	Fotografías centradas en mayor exposición del cuerpo, torso desnudo, poses más estudiadas, espacios/escenas pensados. Tono de humor y bromas sobre política, violencia, prostitución, acompañan fotografías en escenas comprometidas.
<b>FAMILIA Y CONTROL PARENTAL</b>	La familia la sigue en la plataforma. <i>Softwares</i> de control parental.	Familia y profesores agregados	La familia no tiene acceso	Familia agregada. No muestra control por parte de la familia. Entrevista señala nueva cuenta recién	Familia agregada	Familia no agregada.

					creada sin familia.	
<b>X NÚMERO DE SEGUIDORES Y TIPO</b>	Número de seguidores muy inferior al de seguidos (última observación 234, frente a 507). Acepta a personas conocidas con las que tiene (o le gustaría tener) un vínculo	Más seguidores (última observación. 998). Acepta a personas con seguidores en común.	Menos seguidores (última observación. 208). Apenas varía el número de seguidores/seguidos, generando contenido constante. Acepta a personas conocidas con las que tiene (o le gustaría tener) un vínculo	Seguidores (469). Búsqueda de la autenticidad de algunos seguidores ( <i>Google lens</i> ). Acepta a personas con poca relación. Un número de seguidos mucho mayor (718)	Más seguidores (última observación 1020)	Menos seguidores. (última observación. 187) Más producción.
<b>APLICACIONES Y ELEMENTOS DE LA PLATAFORMA UTILIZADOS.</b>	Sólo <i>stories</i> (sólo algunas se destacan en carpetas).	Una única fotografía fija en el <i>feed</i> . La actividad diaria se realiza a través de <i>stories</i> (la mayoría se destacan en carpetas).	Sólo <i>stories</i> (la mayoría se destacan en carpetas).	Numerosas fotografías en el <i>feed</i> . También compartidas por otras. Muchas fotos en <i>stories</i> . Edición de las carpetas.	Sin movimiento. Pocas <i>stories</i> y un <i>feed</i> .	Un <i>feed</i> . Varias carpetas de <i>stories</i> en transformación. Más peso de las <i>stories</i> . No hay publicaciones diarias.
<b>FORMAS DE APROPIACIÓN DE LAS ARQUITECTURAS.</b>						

## Discusión y conclusiones

De los cuatro casos analizados, dos (y otro adolescente al final de la observación) establecen diferentes configuraciones de privacidad, autovigilancia y cuentas seudónimas, lo que algunos autores han denominado "Finastas" (falso + Instagram) (Duffy y Chan, 2018), mostrando el esfuerzo que realizan para controlar las audiencias, el contenido y las conexiones de identidad. Los elementos de la arquitectura que se presentan como efímeros (*stories*) son los más usados, aumentando la sexualización de los mismos a mayor edad, empezando antes en los casos de género femenino. El número de contenido que suben es menor a medida que asciende la edad, pero hay un mayor procesamiento del mismo y estudio de la producción. Los adolescentes establecen una diferenciación entre lo que consideran público, privado e íntimo en relación con la configuración de las arquitecturas de la plataforma y las audiencias que consideran tener en cada perfil, manteniendo al margen al entorno familiar o adulto que pueda establecer pautas de control. No muestran consciencia de otros usos que sus seguidores/as puedan realizar y que extienden la permanencia del contenido y la posibilidad de que llegue a una audiencia infinita.



## Referencias

- Duffy, B. E., & Chan, N. K. (2018). "You never really know who's looking": Imagined surveillance across social media platforms. *New Media y Society*, 21(1), 119–138. <https://doi.org/10.1177/1461444818791318>
- Gómez-Urrutia, V., & Jiménez Figueroa, V. (2022). Identidad en la era digital: construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia*, 29, <https://doi.org/10.29101/crcs.v29i0.17430>
- Rutledge, S. A., Dennen, V. P., & Bagdy, L. M. (2019). Exploring Adolescent Social Media Use in a High School: Tweeting Teens in a Bell Schedule World. *Teachers College Record*, 121(14), 1–30. <https://doi.org/10.1177/016146811912101407>

# Rutas de negociación del imaginario colectivo sobre la disposición del cuerpo y el género en la imagen durante la adolescencia

Uxía Regueira<sup>1</sup>, Ana Rodríguez-Groba<sup>2</sup>

(<sub>1</sub>) Universidade de Santiago de Compostela, [uxiafernandez.regueira@usc.es](mailto:uxiafernandez.regueira@usc.es)

(<sub>2</sub>) Universidade de Santiago de Compostela, [ana.groba@usc.es](mailto:ana.groba@usc.es)

## Línea temática

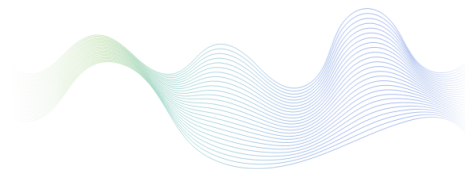
El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

La performatividad de formas de feminidad o masculinidad sucede ahora en espacios amplificados e interconectados, donde se negocia de forma colectiva tomando nuevas formas y generando otros dilemas y necesidades educativas. Este estudio se propone conocer los procesos de negociación del imaginario colectivo de jóvenes adolescentes sobre la disposición del cuerpo como materialización del dispositivo de género en Instagram. Para ello, se lleva a cabo un estudio de casos múltiple, con dos chicas y dos chicos cisgénero de entre 14 y 17 años. Los resultados revelan las formas en que los cuatro casos participan en la configuración y consolidación de un ideal normativo de feminidad y masculinidad; en las chicas, la exposición del cuerpo toma un lugar secundario para dar lugar a experiencias vitales estilizadas, mientras que en los chicos se torna central; y emerge la vergüenza como afecto que media la representación y como consecuencia del seguimiento de una norma que tensiona con sus gustos o lo considerado correcto.

## Palabras clave

Imaginario colectivo, adolescencia, cuerpo, género.



## Introducción

Las plataformas y la imagen desempeñan un papel fundamental en la configuración de imaginarios en los que las personas negocian y resignifican sus subjetividades; especialmente en lo que respecta a la construcción de arreglos colectivos sobre la feminidad, la masculinidad u otras experiencias y expresiones de género.

En estos espacios y producciones discursivas, el cuerpo y su disposición ocupan un lugar central en la *performance* y materialización del discurso encarnado. Así mismo, la adolescencia se presenta como una etapa clave, tanto por la necesidad de autoidentificación y exploración del yo, como por el reciente acceso y mayor exposición a redes sociales.

En la literatura de los últimos 10 años, se apunta: una tendencia mayor de las chicas a la exposición del cuerpo, estimulada por discursos neoliberales del empoderamiento y visibilidad (Banet, 2018); y un incremento por parte de los chicos que tiende a la autocosificación, sin revelar diferencias sustanciales en las formas de erotización entre géneros o la transformación de la masculinidad hegemónica (Torjada et al., 2013).

En cambio, no se exploran estas prácticas del cuerpo como formas de negociación relacional y construcción de significados colectivos, donde las instituciones de feminidad y masculinidad se sostienen, tensionan y resignifican en la red de interacciones en la que se circunscriben.

Este estudio se propone conocer los procesos de negociación del imaginario colectivo sobre la disposición del cuerpo, como materialización del dispositivo de género en los flujos de representación en las imágenes de Instagram de jóvenes adolescentes.

## Método

Esta comunicación se enmarca en el Proyecto Entornos Digitales e Identidades de Género en la Adolescencia (EDIGA), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00), y que ha sido desarrollado a través de un diseño mixto explicativo (Creswell y Plano Clark, 2007) en dos fases. Este trabajo se circunscribe en la segunda, de naturaleza cualitativa, que se articula a través de un estudio de casos múltiple; y se exploran las prácticas en Instagram de cuatro casos de Galicia (Tabla 1).

Se emplearon como criterios de selección: la edad, entre 14 y 17 años; y el género, con la intención de responder a la diversidad de perfiles, a pesar de que no se logró la participación de ningún sujeto que no respondiese al binomio cisnormativo.

Los datos fueron recogidos empleando dos técnicas de carácter cualitativo:

- 1) Observación y recopilación de productos de Instagram durante 15 días. Se elaboró un diario de campo con impresiones acerca de la actividad del sujeto, reflexiones e hipótesis.

- 2) Entrevistas semiestructuradas a cada sujeto tras el periodo de observación. A excepción del caso de Ismael, quien no aceptó continuar con la recogida de datos.

**Tabla 1.** Caracterización de las/os informantes del caso

	Género	Edad	Nº perfiles en IG
<b>Carolina</b>	Mujer cisgénero	15	2
<b>Lucía</b>	Mujer cisgénero	14	1
<b>Ismael</b>	Hombre cisgénero	17	2
<b>Xoel</b>	Hombre cisgénero	16	1

Se llevó a cabo un análisis temático, tomando como referencia las etapas establecidas por Braun y Clarke (2006). Para ello, se empleó el software Atlas ti 9(23).

## Resultados

Como se puede apreciar en las figuras 1, 2, 3 y 4, cada caso construye una ruta de representación del cuerpo diferenciada, en las que se pueden ver resonancias en función de la edad y el género.

La exhibición del cuerpo y erotismo se acentúan en la chica y el chico de mayor edad (Carolina e Ismael). Formas de representación estrechamente vinculadas a un imaginario sobre la representación de la feminidad o la masculinidad compartida por los cuatro casos: la cara cortada y el cuerpo desplazado hacia un lado, exaltando cintura y caderas, es *“outra foto que se puxo de moda”* (Ca\_1) [...] *“en chicas”* (Ca\_1); así como *“os chicos teñen como... outras fotos, por exemplo hai xente que se pon así coa cabeza hacia abaixo... (Ca\_1) [...] “ou de... de espaldas”* (Ca\_1), *“sempre suben as mesmas fotos”* (Lu\_1).

Incluso confiesan no implicar una reflexión *“Eu vina i a fixen, non sei, porque está de moda, o sea... eu a verdade é que... me deixei levar polo que vin, e non polo que realmente me gustaría facer”* (Ca\_1) y revela un sentimiento de vergüenza ante la visualización de estas imágenes fuera de su contexto social, tensionando aquello considerado correcto con las prácticas normativas en el grupo.

Aquellas/os que presentan menos fotos de su cuerpo argumentan el no cumplimiento con los cánones de belleza, como Lucía: *“A xente [...] compárase con quen fixo a foto orixinalmente [...] que por exemplo seguro que tiveron ciruxía plástica [...] e claro, ves a foto, ti facendo a mesma pose...”* (Lu\_1), o Xoel, *“a xente que... o mellor... non sei como dicilo... ten algo máis de peso, cousas así, xa non suele publicar nada [...] un que está flaco, un que está mui fuerte, un que é moi guapo, unha que está moi guapa... e ti, eh... tes inseguridades, xa non a vas a poñer porque...de feito eu penso que estou delgado, que teño que engordar...”* (Xo\_1).

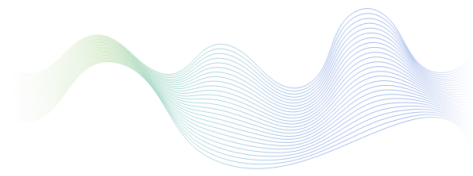


Figura 1. Ruta de representación del cuerpo de Carolina

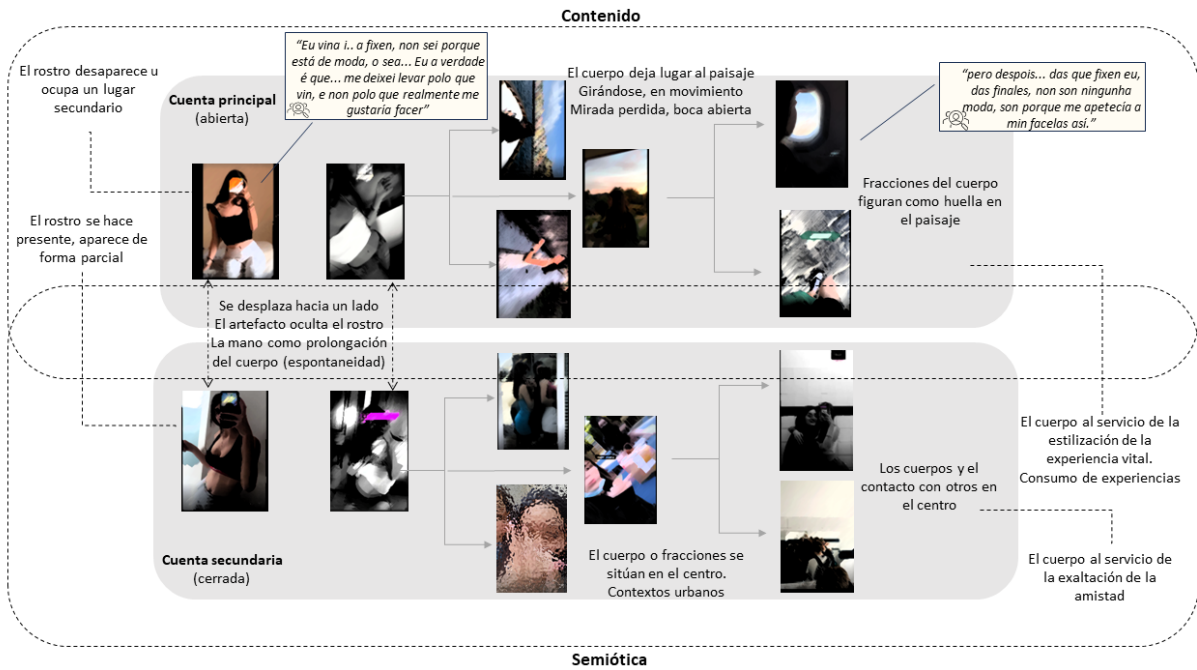


Figura 2. Ruta de representación del cuerpo de Ismael

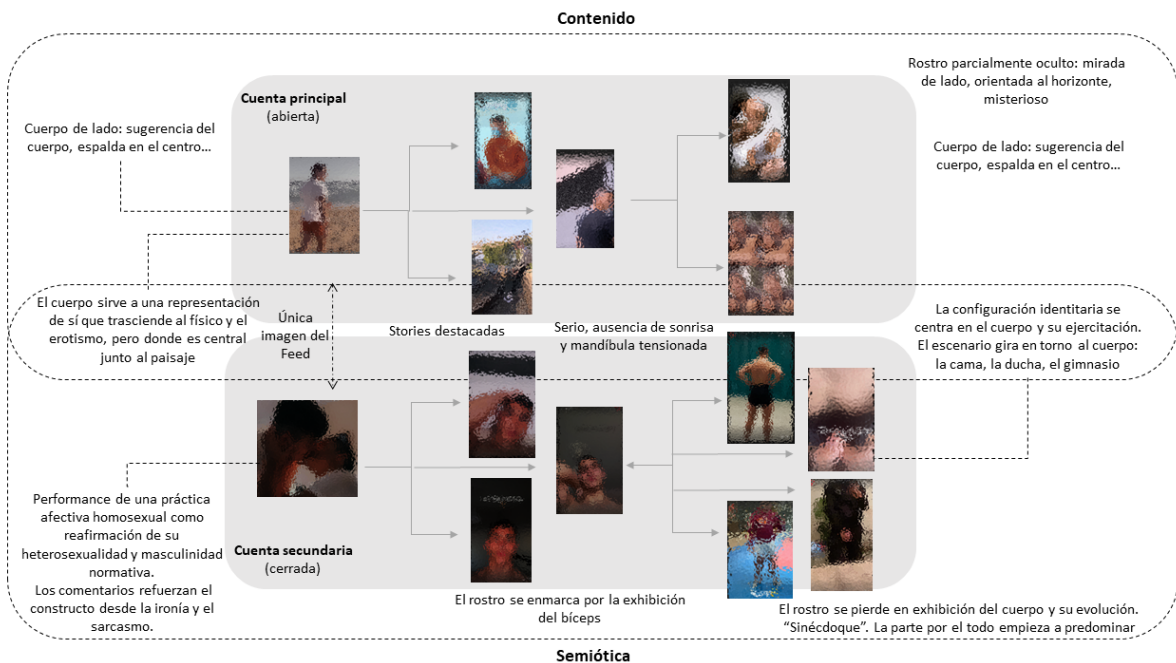


Figura 3. Ruta de representación del cuerpo de Lucía

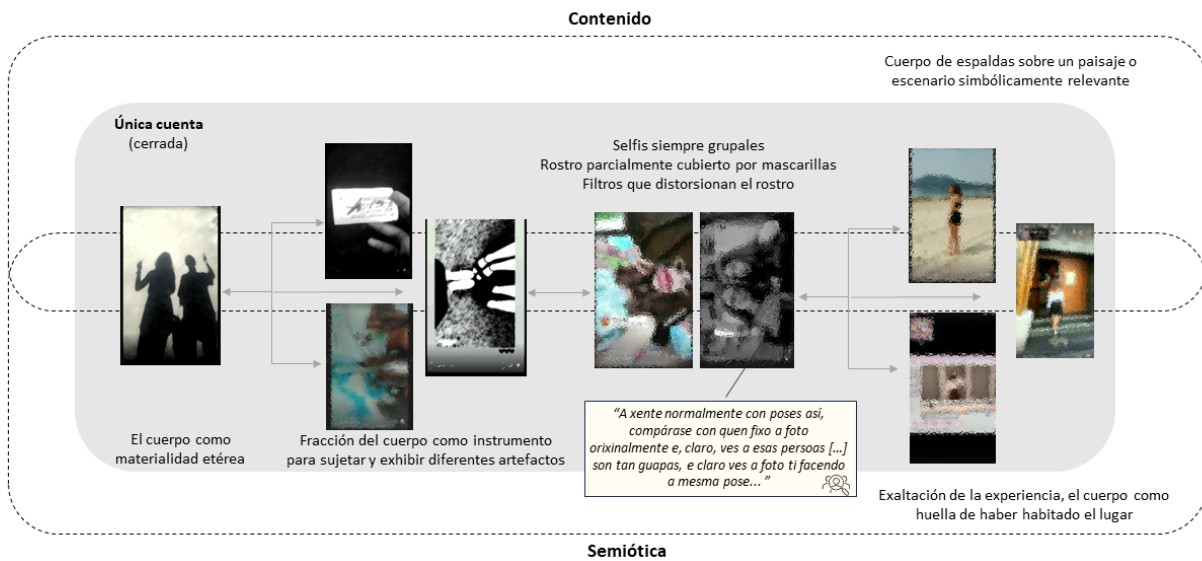
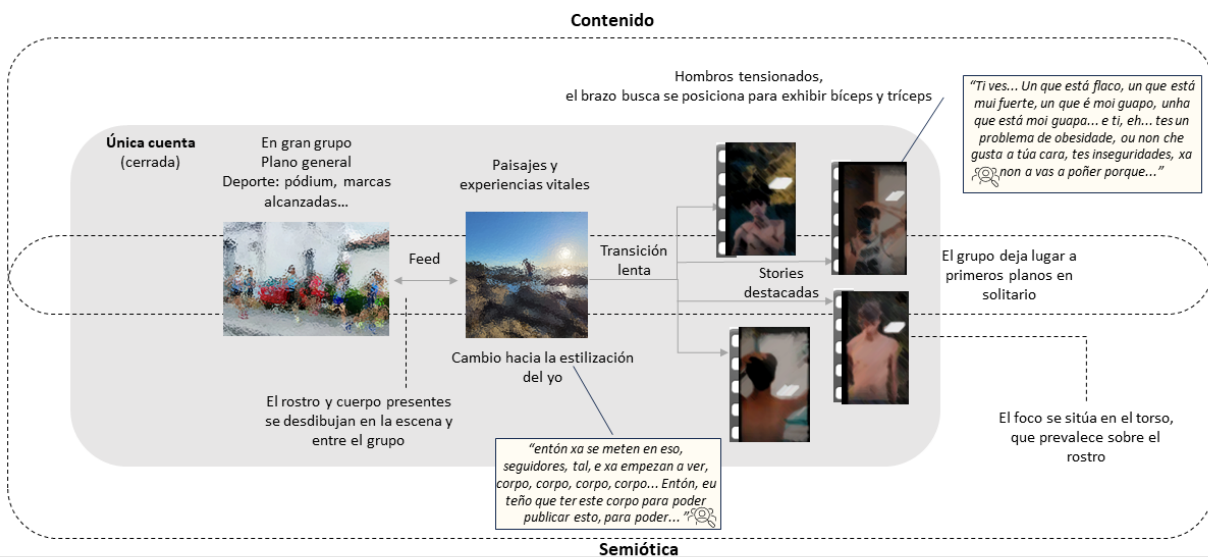


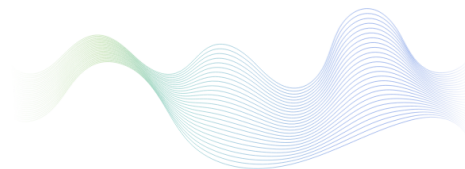
Figura 4. Ruta de representación del cuerpo de Xoel



En el transcurso del tiempo, los casos de Carolina y Lucía tienden a otorgar una menor centralidad del cuerpo en la fotografía. Si bien ocupa un lugar siempre protagónico, lo hace como huella en un escenario estilizado que capta el consumo de experiencias vitales como los viajes, eventos vinculados a un *fandom*, etc. En cambio, los chicos minimizan el contexto y priorizan el espejo, la cama o el gimnasio, escenarios orientados a la captura, disposición y transformación del cuerpo.

## Discusión y conclusiones

Este estudio revela como el imaginario compartido sobre la disposición del cuerpo femenino y masculino en la imagen se resignifica, tomando nuevas formas que consolidan la norma sexo genérica. Quienes no escenifican en estos espacios las formas de feminidad y masculinidad, sí



las comparten en la entrevista, sin un aparente discurso subversivo, revelándose también como actores de la producción y distribución de estos discursos. En esta contingencia, emerge la vergüenza: ante la tensión de lo que percibe como una práctica inadecuada y la práctica que responde a la demanda del grupo; o ante un cuerpo no canónico que moviliza el ocultamiento y conductas relacionadas con el deporte y la alimentación (Figuras 2 y 4), supuestamente saludables que se tornan potencialmente peligrosas ante las motivaciones que las movilizan.

A su vez, emergen representaciones que podrían ser relacionadas con mayores oportunidades de repensar la norma, como la performatividad de sexualidades no heteronormativas (Figura 2) o las oportunidades de viajar (Figuras 1 y 3); en cambio, la disposición del cuerpo y el lugar que ocupa en la narrativa multimodal construida se revelan como nuevas expresiones de la norma sexo genérica y socioeconómica: la reafirmación de la masculinidad normativa que no puede ser quebrantada (como apuntaban autoras como Torjada et al. (2013), el arquetipo de mujer contemplativa y la visibilización de la acumulación de bienes (Banet, 2018), ahora experiencias vitales.

## Referencias

- Banet, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J.W., & Plano Clark, V.L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage Publications.
- Torjada, I., Aräuma, N., & Martínez, I.J. (2013). Estereotipos publicitarios y representaciones de género en las redes sociales. *Revista Comunicar*, XXI(41), 177-186. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-17>

# Cuando no es lo que parece: la producción de selfis por adolescentes desde una perspectiva de género

Fernando Fraga-Varela<sup>1</sup>, Esther Martínez-Piñeiro<sup>2</sup>

(1) Universidade de Santiago de Compostela, [fernando.fraga@usc.es](mailto:fernando.fraga@usc.es)

(2) Universidade de Santiago de Compostela, [esther.martinez@usc.es](mailto:esther.martinez@usc.es)

## Línea temática

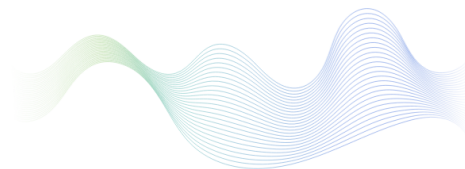
El papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en los adolescentes.

## Resumen

En el marco de una investigación más amplia que tiene por objetivo el estudio de la influencia de los entornos digitales en la construcción de la identidad de género, en esta comunicación se explora, a partir de los datos recogidos en la fase de encuesta, el perfil de los adolescentes que no realizan selfis, práctica con fuerte presencia entre este grupo etario pero que no es de uso generalizado. Los resultados muestran que el 37% de los adolescentes no se hacen selfis a los 14 años. Sin embargo, a medida que crecen, el uso del selfi aumenta, por lo que sólo un 21% no hace uso de esta práctica a los 17 años. Los resultados apuntan a una influencia de las plataformas favoreciendo el uso de esta práctica mostrando una mayor presencia en la categoría mujer cisgénero.

## Palabras clave

Selfi, identidad de género, redes sociales, entornos digitales, adolescencia.



## Introducción

Este trabajo es parte de un estudio que pretende analizar cómo influye el entorno digital en la construcción de la identidad de género en la adolescencia (PID2019-108221RB-100), en el marco del Programa Nacional de Ciencia y Tecnología para la Creación de Conocimiento y el Fortalecimiento de los Sistemas de Investigación y Desarrollo y está orientada hacia para los retos sociales Programa Nacional de Investigación y Desarrollo financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación del Gobierno de España.

Durante la recolección de datos para un estudio piloto (Fraga-Varela et al., 2023) se encontró que no todos los jóvenes practican selfis. Esto nos llevó a poner el foco en este asunto. Estudios previos han demostrado que es un contenido muy influyente en las redes sociales, representando el 30% de todas las imágenes subidas a la plataforma (Dhir et al., 2016). Sin duda, las redes sociales analizadas (el estudio se centró en Instagram como red social preferida) también contribuyen en este sentido al preferir productos de estas características (Laestadius, 2017). Sin embargo, existe una tendencia a relativizar dicho contenido. Trabajos como el de Anderson y Jiang (2018) identifican un importante grupo de jóvenes que no se hacen selfis. Otros trabajos incluso llegan a sugerir ciertas correlaciones entre su uso y el nivel socioeconómico (Korkmazer et al., 2022).

Se muestran los resultados iniciales que emergen después de un primer análisis de cómo los adolescentes encaran la producción de selfis y su uso en la red social Instagram.

## Método

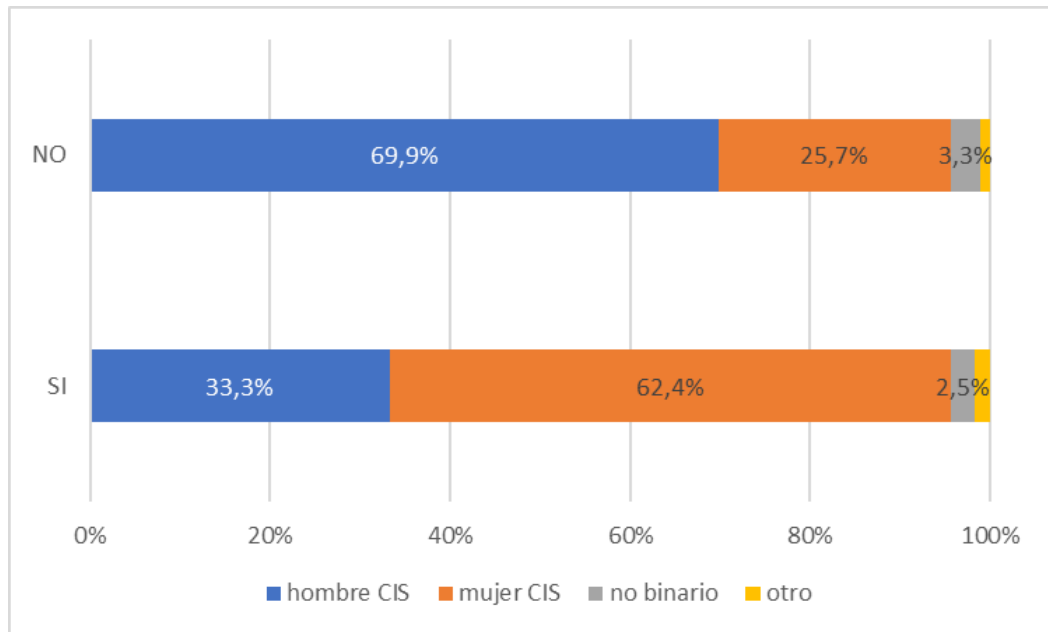
Se llevó a cabo un estudio de encuesta, empleando un cuestionario en línea dirigido a adolescentes, como primera fase de un estudio mixto secuencial explicativo. El instrumento fue revisado por expertos y el procedimiento fue aprobado por el Comité de Bioética de la Universidad de Santiago de Compostela (identificación USC-24/2021). Participaron un total de 1020 sujetos de la comunidad autónoma de Galicia, mayores de 14 años de centros públicos de educación secundaria. Se realizaron análisis descriptivos univariados y bivariados, así como la prueba de  $\chi^2$  (nivel de significación de 0,05) para conocer si hay relación significativa entre la realización o no de selfis y variables de carácter nominal. El tamaño del efecto se calculó aplicando la V de Cramer, y la prueba U de Mann-Whitney para determinar la existencia de diferencias significativas ( $p \leq 0,05$ ) entre los grupos de adolescentes que hacen/no hacen selfis y la edad.

## Resultados

El 30,7% de los estudiantes no hacen selfis, de ellos como se observa en la figura 1, casi un 70% son hombres frente a un 26% de mujeres. Los resultados ponen de manifiesto que existe asociación entre esta práctica y el género de los sujetos, con un tamaño del efecto moderado

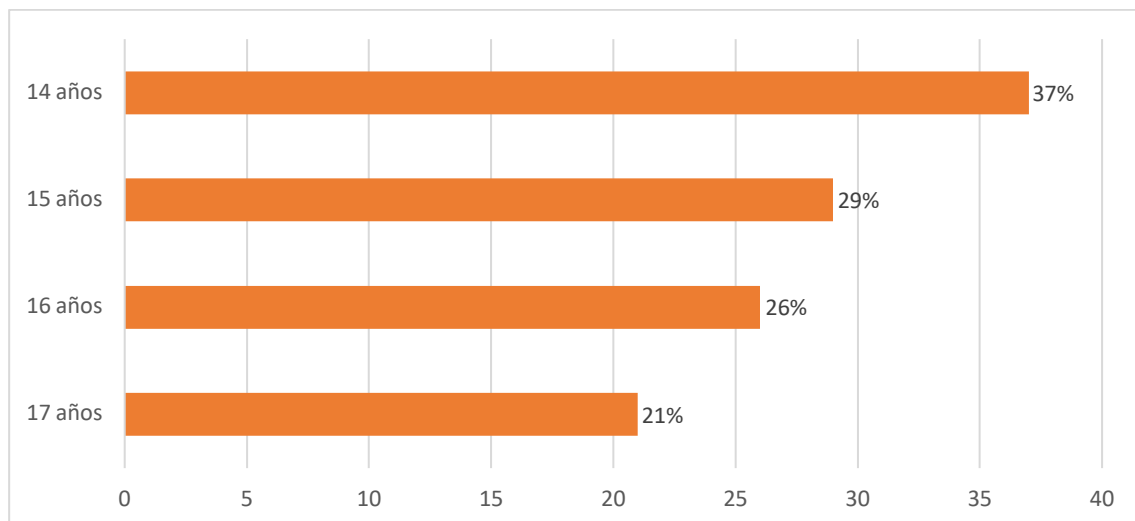
$(\chi^2(2)=107,5 \text{ p}<0,001, V=0,345)$ .

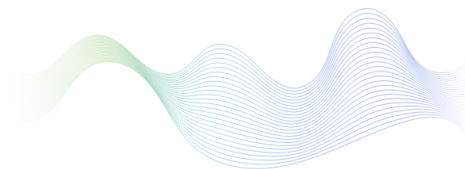
**Figura 1.** Porcentaje de estudiantes que realizan o no selfis en función del género.



Por otro lado, el porcentaje de estudiantes que no realizan según su edad no es uniforme. La proporción de personas que no hacen selfis a los 14 años es del 37 %, frente al 21 % a los 17 años, por lo que vemos que esta práctica es más habitual a medida que aumenta la edad de los sujetos, como se muestra en la Figura 2, estas diferencias son significativas, pero con un tamaño de efecto bajo ( $U=94375$ ;  $p=0,003$ ;  $r=0,094$ ).

**Figura 2.** Porcentaje de estudiantes que no realizan selfis en función de la edad.





## Discusión y conclusiones

Este trabajo muestra que, a pesar de su relevancia entre las imágenes mediáticas recientes, los selfis están perdiendo relevancia. Trabajo como los de Dhir et al. (2016) que señalan la práctica como un ritual que existe y se representa en las redes sociales, sin embargo, podemos constatar una alta proporción de jóvenes que no se toman selfis. El comportamiento de los jóvenes respecto a esta práctica en las redes sociales está asociada al género y edad. Las mujeres cisgénero mostraron un mayor uso en los selfis, posiblemente debido a los estereotipos corporales y de belleza; una situación que choca con un uso claramente menor por parte de hombres cisgénero. Su producción también aumenta con la edad. Este estudio preliminar apunta a la necesidad de comprender mejor las razones de estos cambios en los elementos que caracterizan las redes sociales durante la adolescencia.

## Referencias

- Anderson, M. & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center. [https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2018/05/PI\\_2018.05.31\\_TeensTech\\_FINAL.pdf](https://www.pewresearch.org/internet/wp-content/uploads/sites/9/2018/05/PI_2018.05.31_TeensTech_FINAL.pdf)
- Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T. & Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? *Computers in Human Behavior*, 63, 549-555. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.053>
- Fraga-Varela, F., Rodríguez-Groba, A., & Vila-Couñago, E. (2023). Selfies en la adolescencia: Su uso desde un estudio piloto. En Á. San Martín Alonso, I. M.ª Gallardo Fernández y J. Peirats Chacón (Coords.), *Aprender entre imágenes y pantallas* (pp. 693-698). Nau Llibres.
- Korkmazer, B., De Ridder, S. & Van Bauwel, S. (2022). Gender, culture and morality: A case study of young people's negotiations of sexual intimacy online. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 14(1), 3-21. [https://doi.org/10.1386/cjcs\\_00057\\_1](https://doi.org/10.1386/cjcs_00057_1)
- Laestadius, L. (2017). Instagram. En A. Q. Luke Sloan (Ed.), *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 573-592). SAGE Publications Ltd.

# Estereotipos de xénero na preferencia de memes

Esther Vila-Couñago<sup>1</sup>, Esther Martínez-Piñeiro<sup>2</sup>

(1) Universidade de Santiago de Compostela, [esther.vila@usc.es](mailto:esther.vila@usc.es)

(2) Universidade de Santiago de Compostela, [esther.martinez@usc.es](mailto:esther.martinez@usc.es)

## Liña temática

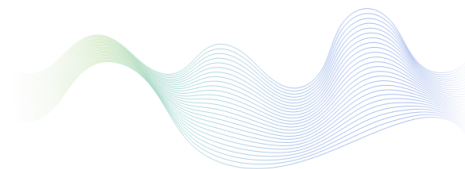
O xénero nas prácticas dixitais na adolescencia: representación e construción identitaria.

## Resumo

Este traballo céntrase en analizar a presenza de estereotipos de xénero na preferencia de memes que manifestan adolescentes galegos. A través dun cuestionario elaborado ad hoc, no que se lle mostra ao alumnado tres imaxes, analízase a súa preferencia en función da súa identidade de xénero e estúdanse os motivos de elección para cada meme presentado. Os resultados poñen de manifesto a reafirmación de determinados estereotipos de xénero nas preferencias do alumnado, a pesar de escudarse no humor como motivo principal da súa escolla: “Paréceme máis graciosa”. As conclusións sinalan a necesidade de seguir afondando en como a xuventude mobiliza coñecementos, significados e estratexias que conducen á reprodución de estereotipos de xénero nas súas prácticas dixitais e como isto afecta á construción da súa identidade de xénero.

## Palabras clave

Memes, estereotipos de xénero, adolescencia.



## Introdución

Os memes son pezas visuais que reúnen significados compartidos que van pasando por diversos procesos de reinterpretación e modificación (Pérez-Sálazar et al., 2014), e que non están exentos de normalizar estereotipos sociais que perpetúan comportamentos patriarcais (Gewerc, 2023). A través dos memes, estanse construíndo –consciente e inconscientemente– representacións sociais sobre o xénero, non só de maneira xeneralizada, senón tamén viral e constante (Ballesteros-Doncel, 2016).

O presente traballo, derivado do proxecto de I+D+i “Entornos digitales e identidades de género en la adolescencia (EDIGA)” e financiado polo Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00), pretende analizar a presenza de estereotipos de xénero nas preferencias do alumnado galego sobre os memes.

## Método

### *Instrumento*

Aplicouse un cuestionario elaborado *ad hoc*, que foi sometido previamente a xuízo de expertos e a un estudo piloto. Para este traballo téñense en conta dúas preguntas sobre memes e unha pregunta sobre o xénero do alumnado:

- Pregunta 21 “Se compartises algún destes memes, cal sería?”, na que se presentan tres imaxes e hai que escoller só unha (Figura 1). Trátase dun meme que se fixo moi coñecido e xerou infinidade de variacións. A Imaxe 1 presenta a tres persoas na que se ve a un home, presumiblemente heterosexual, ter un desaire cara á súa compañeira a favor doutra muller. Na segunda imaxe, a situación é a mesma, pero invertendo os xéneros das persoas implicadas. A terceira, en cambio, non permite extraer ningún tipo de lectura sobre a orientación sexual, e non aborda ningún tipo de polémica relacionada: as identidades de xénero das persoas que aparecen son independentes da mensaxe do meme.
- Pregunta 22 “Por que escolliches esta opción e non calquera outra?”, acompañada por unha lista de motivos, entre os que se debe escoller un.
- Pregunta 59 “Cal é o xénero co que máis te identificas?”, coas categorías de resposta: muller cisxénero, home cisxénero, muller transxénero, home transxénero, non binario, outros.

**Figura 1.** Imaxes de memes presentadas ao alumnado, entre as que tiña que escoller unha



Imaxe 1

Imaxe 2

Imaxe 3

### ***Participantes***

Seleccionáronse centros educativos públicos galegos nos que se impartía Educación Secundaria Obligatoria (ESO), Bacharelato e Formación Profesional Básica (FPB), atendendo á densidade poboacional do concello no que se sitúa cada un deles (alta, media ou baixa), a través dunha mostraxe estratificada proporcional por conglomerados.

A mostra resultante componse de 1020 estudantes de centros públicos de Galicia que cursaban 3º e 4º de ESO, 1º de Bacharelato ou FPB, durante o curso 2021-2022.

En canto ao xénero, 919 respostas foron válidas, 64 en branco e 37 nulas. As mulleres cixénero conformaron o 51,4% da mostra (n=472); os homes cixénero, o 44,3% (n=407); e o 4,4% restante (agrupado baixo a categoría doutros xéneros, n=40) abarcou a aqueles que indicaron non binario, homes e mulleres transxénero, xénero fluído, queer e alumnado que aínda non sabía con que xénero se identificaba.

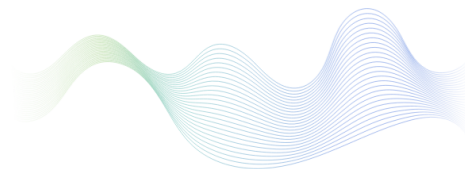
### ***Análise de datos***

Empregando o *software* estatístico SPSS (versión 28), realizáronse análises descritivas (porcentaxes), aplicouse a proba Chi cadrado ( $\chi^2$ ), tomando como referencia  $p \leq 0,05$ , e calculouse o coeficiente V de Cramer como medida de tamaño do efecto.

## **Resultados**

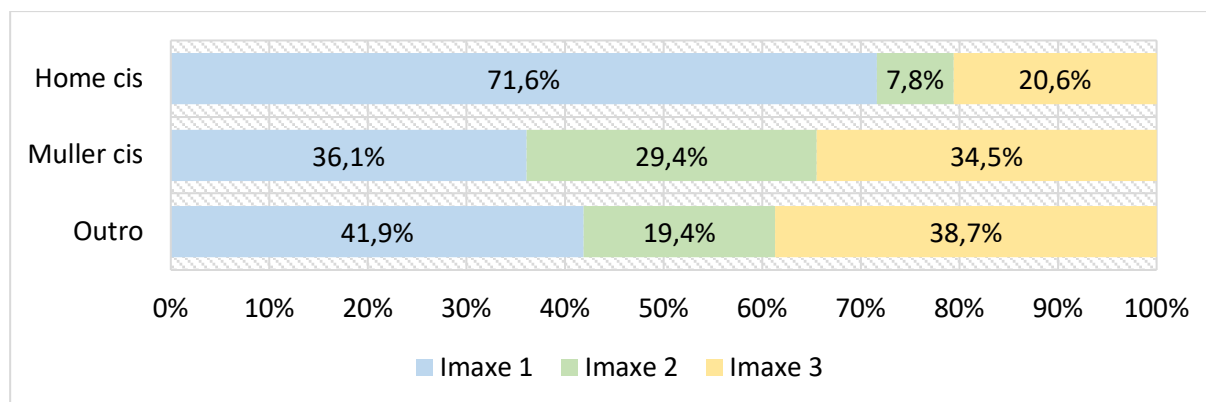
### ***Elección do meme segundo o xénero do alumnado***

A maior parte dos homes cixénero optan pola imaxe 1, sendo moito menos escollidas a imaxe 3 e, sobre todo, a 2, que non supera un 10% (Figura 2). As mulleres cixénero son as que máis escollen a imaxe 2, que outorga maior protagonismo ao xénero feminino, pero son maiores as porcentaxes de mulleres que se decantan polos outros dous memes. As eleccións do alumnado que se identifica con outros xéneros quedan repartidas fundamentalmente entre as imaxes 1 e 3. Este é o colectivo que máis escolle a imaxe 3, que é o meme que mostra unha maior neutralidade en asuntos de xénero e sexualidade. Apréciase unha relación estatisticamente significativa entre o xénero e a elección do meme, cun tamaño do efecto



grande ( $\chi^2(4)=102,927$ ,  $p<0,001$ ,  $V=0,259$ ).

**Figura 2.** Elección do meme segundo o xénero do alumnado



### Motivos de elección

A imaxe 1 foi escollida en maior medida por parecer máis graciosa (Táboa 3), mentres que as persoas que seleccionaron a imaxe 2 sinalan nunha proporción maior que se senten máis identificadas con ela. Na imaxe 3 aumentan as persoas que a escollen por razóns de reivindicación do xénero, así como de oposición a narrativas sexistas e de perpetuación de estereotipos de xénero, malia que o motivo principal segue sendo “páreceme máis graciosa”. Existe unha relación estatisticamente significativa entre os motivos de elección e o meme escollido.

**Táboa 3.** Motivos de elección segundo o meme escollido

	Imaxe 1	Imaxe 2	Imaxe 3	$\chi^2(14)$	p	V
Estou de acordo co que di	13,8%	17,7%	12,4%	194,383	<0,001	0,356
Páreceme máis graciosa	42%	23,8%	33,8%			
Síntome máis identificado/a, represéntame	18,2%	40,1%	11,4%			
As outras son sexistas	1,5%	6,8%	17,6%			
As outras perpetúan estereotipos de xénero	0,7%	3,4%	13,8%			
Páreceme que tería máis seguidores	1,5%	0,7%	0%			
É máis real	10,2%	7,5%	10%			
Outro	12,1%	0%	1%			

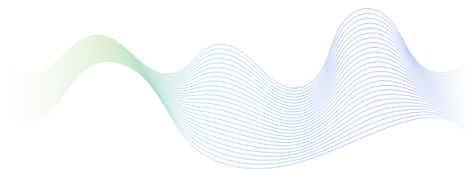
## Discusión e conclusións

Os resultados amosan a presenza de estereotipos de xénero nas preferencias sobre os memes e deixan entrever a forma na que seguen reproducíndose, a través do humor (Ballesteros-Doncel, 2016), onde polo xeral non hai reflexión sobre o significado das imaxes compartidas (Gewerc, 2023). É o alumnado que se identifica con outros xéneros o que máis consciente é do sexismo e dos estereotipos de xénero existentes nos memes.

Faise necesario seguir afondando nas formas en que a xuventude mobiliza coñecementos, significados e estratexias que conducen a reafirmar estereotipos de xénero nas súas prácticas dixitais e na repercusión que isto ten para a construción da súa identidade de xénero.

## Referencias

- Ballesteros-Doncel, E. (2016). Circulación de memes en Whatsapp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 35, 21-45. <https://doi.org/10.5944/empiria.35.2016.17167>
- Gewerc, A. (2023). Memes and gender stereotypes. A study on social networking practices among adolescents in Mexico and Spain. En I. C. Santos Díaz et al. (eds.), *Current Trends on Digital Technologies and Gaming for Teaching and Linguistics* (pp. 11-26). Peter Lang.
- Pérez-Salazar, G., Aguilar-Edwards, A., & Guillermo-Archilla, M. E. (2014). El meme en internet: usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79-100. <https://www.redalyc.org/pdf/595/59533233004.pdf>



# Las *selfies* como expresión de la identidad en redes socio-digitales de adolescentes en Uruguay

Irene Bajo Pérez<sup>1</sup>, Manuel Podetti<sup>2</sup>, Carla Margenat<sup>3</sup>, Virginia Rodés Paragarino<sup>4</sup>

(1) Universidad de Salamanca, [ybajo@usal.es](mailto:ybajo@usal.es)

(2) Universidad de la República, [manuel.podetti@cse.udelar.edu.uy](mailto:manuel.podetti@cse.udelar.edu.uy)

(3) Universidad de la República, [carla.margenat@cse.udelar.edu.uy](mailto:carla.margenat@cse.udelar.edu.uy)

(4) Tecnológico de Monterrey, [virginia.rodes@tec.mx](mailto:virginia.rodes@tec.mx)

## Línea temática

El género en las prácticas digitales en la adolescencia: representación y construcción identitaria.

## Resumen

Este estudio examina el papel de las redes sociales, especialmente las *selfies*, en la construcción de la identidad de adolescentes. Utilizando un enfoque cuantitativo, se encuestó a 357 adolescentes de 12 a 17 años en Uruguay. Los resultados muestran la presencia generalizada de las redes sociales en la vida de las adolescencias, con las *selfies* desempeñando un papel relevante en la formación de la identidad. Se observan diferencias de género, con las mujeres cis enfatizando presentaciones formales, *sexys* y femeninas, mientras que los hombres cis se centran en la atracción, amabilidad y formalidad. Ambos géneros editan y comparten *selfies* por igual, pero con motivaciones diferentes. El estudio también explora los entornos y las motivaciones detrás de las *selfies*. Estos hallazgos contribuyen a comprender cómo las personas adolescentes utilizan las redes sociales y las *selfies* para moldear su identidad, destacando la influencia del género y la reafirmación de las normas de género en línea. En resumen, esta investigación ilumina la compleja relación entre redes sociales, identidad y autoexpresión en la era digital.

## Palabras clave

Social media, identidad digital, autopresentación, roles de género, Interacción.

## Introducción

La identidad no es intrínseca o estática, sino que emerge construyéndose y transformándose constantemente a través de nuestras interacciones sociales (Goffman, 1959), actuando de forma que permita cumplir con las expectativas sociales y lograr determinados objetivos en la era digital se ha desarrollado un nuevo tipo de sociabilidad basado en la inmediatez, la digitalización, la voluntariedad y la constante conexión (Benedicto et al, 2022). Las redes socio-digitales (Winocur y Martínez, 2016) son omnipresentes en la vida de las personas adolescentes (Webster et al, 2021). Desempeñan un papel fundamental en la construcción de sus identidades (Morduchowicz, 2022), y las *selfies* son elementos clave en esta construcción (Gioia et al., 2023).

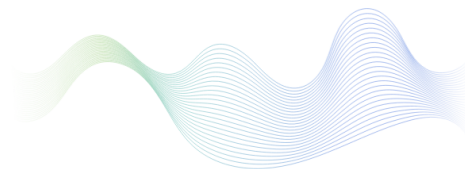
El proyecto EDIGA analiza el papel de los entornos digitales en la construcción de identidades de género en la adolescencia en diferentes contextos socioculturales en España, México y Uruguay. El objetivo de esta comunicación es presentar los resultados de un estudio en Uruguay, enmarcado dentro del proyecto EDIGA, orientado a conocer el papel de las *selfies* en la construcción de la identidad, focalizando en las *selfies* realizadas por adolescentes según su género, evaluando la frecuencia con la que los realizan, cómo se muestran y qué motivaciones les conducen a compartirlas en el marco de prácticas de expresión de su identidad.

## Método

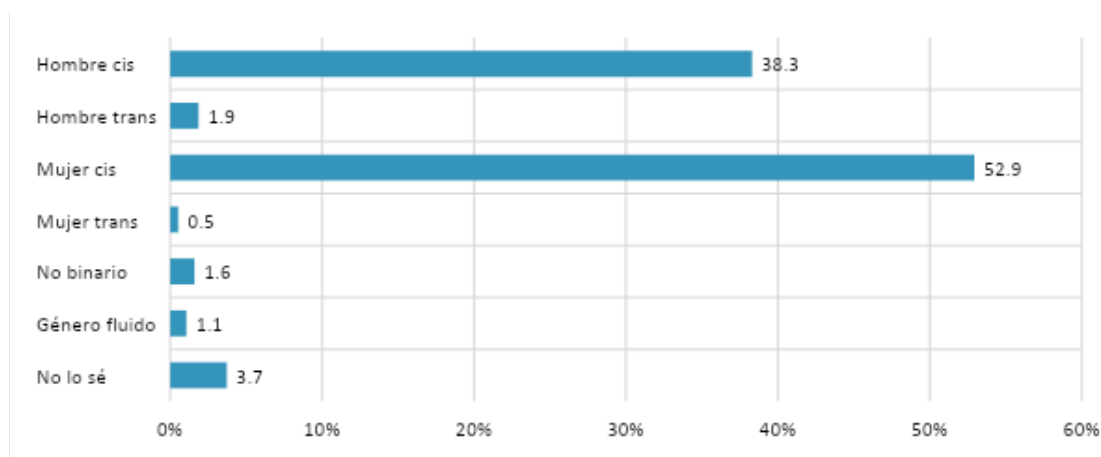
Se llevó adelante una investigación cuantitativa, utilizando como herramienta el cuestionario. La muestra estuvo compuesta por 357 adolescentes con edades comprendidas entre los 12 y los 17 años en Uruguay. El cuestionario fue aplicado de octubre a noviembre de 2022 a estudiantes provenientes de 22 liceos públicos y escuelas técnicas; y de 3 liceos privados, ubicados en la capital Montevideo y siete departamentos del interior del país. Fue aplicada por el profesorado de forma voluntaria y consentida por los estudiantes, con el apoyo de la Administración Nacional de Educación Pública (ANEP).

## Resultados

La mayoría de las personas encuestadas tienen 15 años, representando estos el 40,6% de la muestra, y el 45% se encuentra cursando cuarto año de Liceo. El 52% se identifica como mujer cis, el 38% como hombre cis. Se diferenció entre las categorías de género cis y trans, además de incluir la categoría No binario y Género fluido. En total, estas categorías han supuesto un 4,1% de las respuestas, con una distribución muy similar entre ellas. La baja representación de estos colectivos no permite estimar si las diferencias en sus frecuencias son estadísticamente significativas. Además, un 3,7% respondió que no sabe con qué género se identifica.



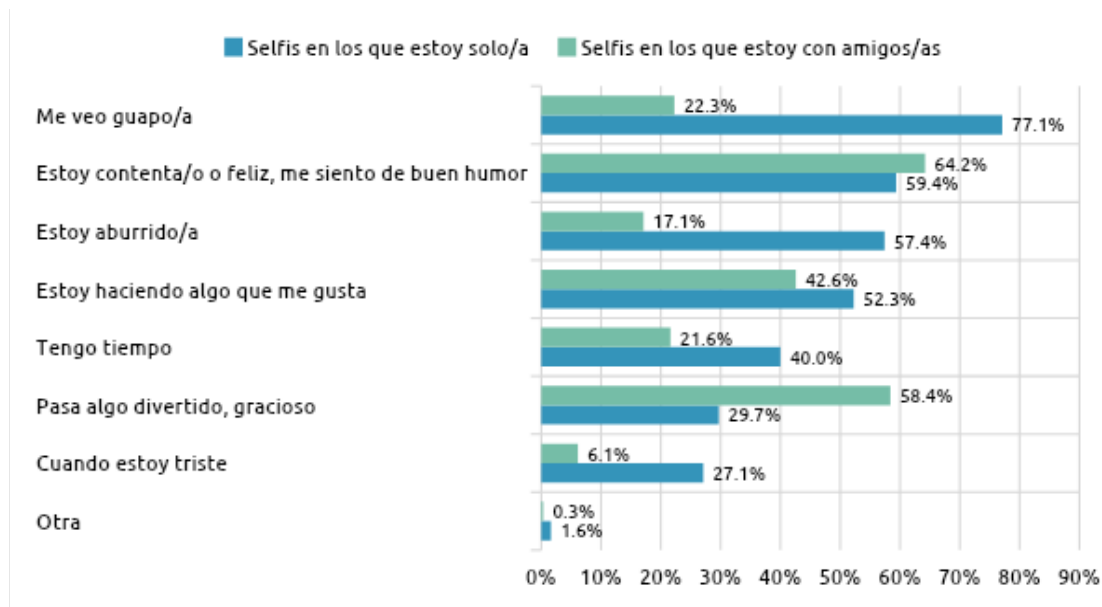
**Figura 1.** Distribución por identidad de género (%)



Las aplicaciones que más se utilizan en primer lugar son Instagram (53,4%), WhatsApp (40,4%) y TikTok (37,8%), siendo aquellas enfocadas en relacionarse con otras personas y consumir/compartir vídeos o fotografías. La mitad de las personas adolescentes que tienen Instagram tienen (52,7%), al menos, dos cuentas, un porcentaje notablemente más alto que en el caso de TikTok (22,7%).

Los resultados muestran que 3 de cada 4 jóvenes se hace *selfies*, siendo más del 32% quienes lo hacen diariamente y casi un 65% de manera semanal. Estos se sitúan mayoritariamente en la habitación de las/los adolescentes, al aire libre y en el baño. Las personas que los hacen cuidan de manera especial el peinado con el que aparecen en las fotografías, probando también diversos ángulos, poses y filtros para conseguir, según ellas/os, una mejor versión de esta. Sin embargo, llama la atención que tan solo un 7,26% edita sus fotos, siendo más del 75% de la muestra quienes las editan pocas veces, o incluso nunca.

Según si el *selfie* es sacado en soledad o con amigos/as (Figura 2), se encuentran patrones distintos de uso, por ejemplo, el 77,1% declaran que se hacen *selfies* mientras están solos cuando se ven guapos/as, mientras que esta condición solo supone un 22,3% en grupo de amigos/as, que se realiza más con fines recreativos.

**Figura 1.** Momentos y motivaciones en los que suelen hacerse *selfies* (%)


La motivación principal es verse guapas/os en los *selfies*. Asimismo, también buscan parecer simpáticas/os y formales para cuando los compartan en las redes sociales, puesto que 8 de cada 10 así lo hacen, siendo sus principales motivaciones mostrarse a sí mismas/os, obtener *likes* y entretenerse y pasarlo bien.

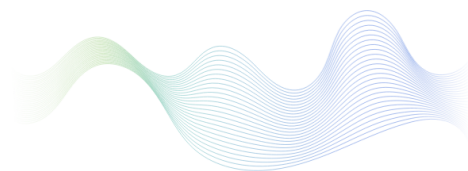
Si se focalizan los resultados diferenciando por género cis, se observa que las mujeres se hacen más *selfies* que los hombres (84,1% frente al 84% respectivamente), haciéndolo un 42,3% de ellas de manera diaria frente a un 11,5% de ellos. La localización más frecuente es similar entre los géneros, siendo en ambos casos la primera opción sus habitaciones y la segunda, al aire libre.

Se hallan diferencias en cómo quieren mostrarse al mundo en las redes a través de los *selfies*: mientras que los hombres quieren parecer guapos, simpáticos y formales; las mujeres, por el contrario, quieren mostrarse formales, sexis y femeninas.

Tanto hombres como mujeres editan y comparten las *selfies* por igual, no obstante, existen diferencias en sus motivaciones para compartirlas en redes sociales. Los hombres cis prefieren ganar seguidores/as y conocer gente nueva; y las mujeres cis quieren mostrarse como son ligar, enviar indirectas y compartir gustos en comunidad. En común tienen intereses como obtener *likes*, comunicarse con sus seguidores/as y entretenerse.

## Discusión y conclusiones

El estudio revela que las *selfies* desempeñan un papel importante en la comunicación diaria y la expresividad de las personas encuestadas, así como en la construcción de su imagen personal. Se han identificado patrones de intercambio y representación en las prácticas de creación y compartición de *selfies*, y se han encontrado indicadores de género en estas



prácticas (Regueira et al., 2023). Se observa que la identidad mostrada en las *selfies* está relacionada con la reproducción de los roles y estereotipos de género existentes en la sociedad (Gioia et al., 2023).

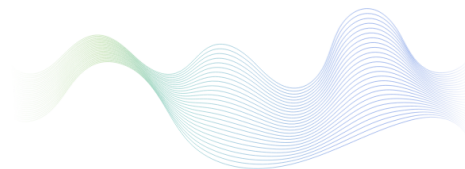
Siguiendo la metáfora teatral propuesta por Goffman (1959), donde las personas son actores y actrices y las interacciones ocurren en un escenario, se pueden observar prácticas en las cuales los participantes interpretan roles para proyectar una imagen deseada, creando así una representación. En la producción y compartición de *selfies*, las adolescencias se presentan y se comportan de acuerdo a los objetivos que desean alcanzar con sus diversas audiencias, construyendo su identidad a través de la interacción en las redes sociales.

Esta actividad presenta, además, una dimensión creativa y recreativa (Scolari, 2018), al mismo tiempo que se busca compartir las vivencias diarias, proyectando una determinada imagen propia. Se tiende a utilizar los selfis para capturar emociones concretas o percepciones de la propia imagen, mostrando usos diferentes según si la persona adolescente se encuentra en solitario o en grupo con amistades, dando cuenta del papel de las redes socio-digitales (Winocur Martínez, 2016) en el bienestar subjetivo en adolescentes (Webster et al., 2021).

## Referencias

- Benedicto, J., Urteaga, M., & Rocca, D. (2022). *Young People in Complex and Unequal Societies: Doing Youth Studies in Spain and Latin America*. BRILL. <https://doi.org/10.1163/9789004507456>
- Gioia, F., McLean, S., Griffiths, M. D., & Boursier, V. (2023). Adolescents' selfie-taking and selfie-editing: A revision of the photo manipulation scale and a moderated mediation model. *Current Psychology*, 42(5), 3460-3476. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-01702-x>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Selections.
- Morduchowicz, R. (2022). *Los adolescentes y las redes sociales: La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Fondo de Cultura Económica Argentina.
- Regueira, U., González-Villa, Á., & Martínez-Piñeiro, E. (2023). Selfies and videos of teenagers: The role of gender, territory, and sociocultural level. *Comunicar*, 31(75), 61-73. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-05>
- Scolari, C. A. (2018). *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula*. Universitat Pompeu Fabra.
- Webster, D., Dunne, L., & Hunter, R. (2021). Association Between Social Networks and Subjective Well-Being in Adolescents: A Systematic Review. *Youth & Society*, 53(2), 175-210. <https://doi.org/10.1177/0044118X20919589>

Winocur, R., & Martínez, J. A. S. (2016). *Redes sociodigitales en México*. Fondo de Cultura Económica.



## CONCLUSIONES | MESA DE COMUNICACIONES 2

# Integrando experiencias: las plataformas digitales y los retos para la educación desde el enfoque de género

Lorena Yazmín García Mendoza<sup>1</sup>, Uxía Regueira<sup>2</sup>

(1) Universidad Iberoamericana Puebla, [lorenayazmin.garcia@iberopuebla.mx](mailto:lorenayazmin.garcia@iberopuebla.mx)

(2) Universidad de Santiago de Compostela, [uxiafernandez.regueira@usc.es](mailto:uxiafernandez.regueira@usc.es)

### Introducción

En la segunda mesa de comunicaciones, sobre las que versa este epígrafe, se integraron las líneas temáticas relativas a: el papel de las plataformas digitales en la construcción de la identidad de género en las/os/es adolescentes (línea 1); y los retos de las instituciones educativas ante las prácticas articuladas en estos espacios (línea 4).

La finalidad de vincular ambas líneas responde principalmente al afán de mostrar la complejidad que tienen, en la actualidad, las prácticas digitales en estas plataformas y los modos en que las instituciones educativas vienen haciendo frente a sus efectos en la construcción de identidades de género en las adolescencias.

Este encuentro entre líneas de acción se pensó como un espacio para poner en común, por una parte, las formas en que estos entornos de representación proponen y estimulan ciertas formas de ser y estar (Van-Dijck et al., 2018), en la hibridación entre un modelo de negocio basado en la datificación (Van Dijck et al., 2018; Srnicek, 2018; Zuboff, 2020) y las formas culturales emergentes en estos contextos, que resignifican y transforman imaginarios relativos a los cuerpos, las identidades, las sensibilidades, el lugar donde se sitúan las mujeres y disidentes del binomio sexo genérico, el movimiento feminista y las formas de normalización y violencia. Por otra parte, sitúa esta cuestión en el marco de la alfabetización digital crítica (Bukhingham, 2020) y sus retos, atendiendo a los diferentes niveles de concreción curricular y, especialmente, el diseño de propuestas educativas para la construcción de relaciones que trasciendan la mirada heteropatriarcal, más responsables, cuidadosas y desde un enfoque de igualdad de género.

Con ello, se pretendía situar un diálogo multidisciplinar en el ámbito educativo y en vínculo con los ámbitos familiar, comunitario, tecnológico y social; así como superar la reproducción

autómata de los diferentes trabajos efectuados en pro de un debate crítico y dialógico. De la misma manera, se buscó identificar sinergias, construir conocimiento de forma conjunta y detectar posibles líneas de investigación y acción emergentes en materia de igualdad de género en el ámbito de la tecnología educativa.

Al mismo tiempo, este abordaje permite enfrentar de forma colectiva inquietudes surgidas desde el proceso investigador del Proyecto EDIGA, en el cual se enmarcan las jornadas, a cuenta de reflexionar conjuntamente alrededor de las subjetividades adolescentes, las tecnologías digitales y los problemas educativos. Este abordaje se alinea, por una parte, con la propuesta del conocimiento situado desde un enfoque feminista (Haraway, 1988), en tanto que permite repensar la subjetividad investigadora, las formas de pensar, hacer e indagar en la construcción académica; y, por otra, con la propuesta de la ciencia abierta, que se inicia en el proceso creativo (Abadal-Falgueras y Anglada-Ferrer, 2020).

En este sentido, las moderadoras de la mesa propusieron a las/os/es asistentes dos interrogantes a modo de provocación para el diálogo. Les pidieron exponer sus trabajos a partir de la reflexión situada en cada pregunta. Al mismo tiempo, instaron a la interrupción respetuosa, dirigida a profundizar en determinados aspectos, alimentar la fundamentación y encontrar problemáticas y puntos en común.

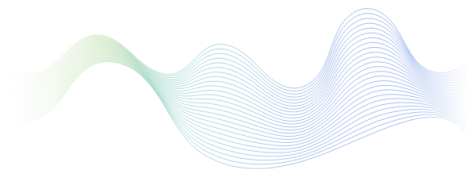
Las preguntas detonadoras del diálogo fueron:

- A partir de las preguntas de investigación de sus estudios, ¿en qué medida se desplazó o desmontó la mirada hetero patriarcal y hetero normada?
- ¿Qué consideran que tocaría hacer para trabajar de forma conjunta entre escuela, familia y sociedad en general para atender las problemáticas que orientan sus investigaciones?

De las respuestas alcanzadas deviene este texto, con el que se pretende sintetizar los nodos del diálogo que derivaron del esfuerzo investigador efectuado en cada una de las comunicaciones, pero que también pretende plasmar la riqueza del intercambio y la exploración desde un foco común y la inteligencia colectiva (Lévy, 2004).

## **Diálogos e intercambios en la mesa de comunicaciones**

Entre los debates que se abrieron se observó la necesidad de exponer los mecanismos con que opera la lógica heteropatriarcal vista como parte de una matriz moderna de dominación que a su vez conecta con el adultocentrismo. En particular, se dialogó sobre la urgente necesidad de analizar las condiciones que contribuyen a ampliar las asimetrías; entre ellas, se destacó la dificultad de llegar a las/os/es participantes adolescentes y jóvenes que se sitúan fuera de la norma. Se encontró que era difícil contactar o entrar en diálogo con este grupo de adolescentes para conocer directamente sus impresiones y experiencias, debido a que se



resistían a ser vistos o tratados como “objetos de estudio”, en resonancia con lo apuntado por investigadoras/es como Moncayo y Arizabaleta (2023).

En el intercambio se puso en cuestión la mirada adultocéntrica con la que se perciben las producciones adolescentes. Por un lado, hay desconocimiento de padres, madres y docentes de lo que sucede en las redes sociales. Por otro, hay una distancia enorme, una cima, que no permite a las/os/es adultas/os/es ver con claridad lo que está pasando en las plataformas y los efectos que éstas están produciendo en las subjetividades adolescentes.

Como parte de las investigaciones realizadas se reveló que hay una conexión directa entre los contenidos que publican en sus perfiles, las/os/es principales referentes *-influencers-* que siguen las adolescencias y las prácticas de reproducción de desigualdad de género. Se destacó que las adolescencias están reproduciendo estéticas del mundo de la publicidad que se caracterizan por la cosificación de las mujeres, la promoción de la pornografía y por la naturalización de los sesgos de género. Estos sesgos proliferan en los contenidos de las/os/es *influencers*, quienes fomentan la sexualidad machista y el placer masculino y, denigran a la mujer a través de mensajes misóginos. Sesgos de género que en su mayoría se traducen en lenguaje y comentarios de violencia hacia las mujeres y de admiración y reconocimiento para los varones, así como la ausencia y exclusión de las personas disidentes del binomio.

Otro nudo problemático que se expuso fue el relacionado con las capacidades de las/los/es adolescentes frente a las lógicas y mecanismos promovidos desde las plataformas. Se reconoció la centralidad de lo virtual en las interacciones de las adolescencias con sus pares y su entorno. Esta predominancia de lo virtual frente a lo presencial resulta problemática porque en su mayoría no está mediada ni acompañada por las figuras adultas. Se comentó que la mediación adulta es vivida por algunas/os/es adolescentes como un exceso de control y limitación, situación que no es percibida de forma semejante cuando son las plataformas las que condicionan o imponen límites.

Entre las estrategias que las plataformas emplean para mantener la presencia adolescente están los desafíos típicamente llamados “*challenges*”, los contenidos con humor misógeno y la imagen como medio para transmitir modelos estereotipados y de hipersexualización: “niños musculitos”, “niñas uñas largas”, etc.

En esta mesa de comunicaciones también se comentó que las adolescencias están empleando una serie de estrategias articuladas para enfrentar la privacidad en un contexto de plataformas altamente sofisticado que se construye y se va afinando conforme obtiene datos que las/os/es usuarios ofrecen voluntariamente. Se mencionó que las estrategias usadas por las/os/es adolescentes van desde la apertura de varias cuentas, la generación de espacios íntimos no visibles *a priori* que funcionan como una suerte de espacios seguros, pero que en realidad dan cuenta de cuidados y precauciones que toman las adolescencias por miedo a que su familia los vea. De estas experiencias se desprendió la reflexión sobre en qué medida estas estrategias dan cuenta de una excesiva confianza de las adolescencias respecto a lo efímero y

al poco conocimiento que tienen de los complejos mecanismos empleados por las plataformas para captar su atención e información.

En este sentido, se destacó que es necesario generar estrategias que trasciendan el aula e incluyan la colaboración de la escuela, la sociedad y las políticas educativas. Se habló de la importancia de los referentes adultos para apoyar a las adolescencias que han sufrido algún tipo de violencia, pero también de ir más allá de la sensibilización dado que está llegando tarde. El acompañamiento de docentes se requiere antes, en primaria, pues la edad promedio en la que se dispone de un dispositivo propio con acceso a internet, se crea un perfil en alguna red social o se comienza con el consumo de pornografía, sucede en estas edades.

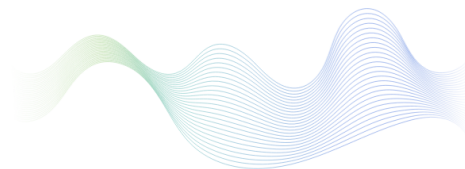
Entre las acciones que se pueden ir realizando se ve como prioritario la formación docente en cuanto a la competencia digital, pues es necesario conocer qué hacen las adolescencias para saber cómo mediar, en especial en un contexto en el que se está perdiendo la conexión con las/os/es adolescentes. Se coincidió en que las actuaciones de las/os/es docentes sean distintas a las que se realizan actualmente, pues además de la desafección de las adolescencias con los institutos, el profesorado y las familias, los efectos de lo que experimentan en las redes supera lo que puede hacer de forma individual o independiente cada uno de estos agentes.

También se comentó que los planes de estudio, los diseños formativos y las competencias docentes necesitan ser reformulados de manera interdisciplinar y sumando esfuerzos de las familias, escuelas, expertos, sociedad y administración escolar. Asimismo, se reconoció que hay vacíos en la regulación por parte de la cambiante administración escolar y esto va generando discontinuidad en los acuerdos y compromisos en materia de formación docente en educación sexual y equidad.

En la mesa de diálogo se propuso trabajar sobre los problemas emergentes de una brecha de género que se transforma, resignifica y toma otras formas dando lugar a las violencias de género y a prácticas sexuales de riesgo a edades más tempranas. De igual forma se advirtió la urgencia de analizar las condiciones de posibilidad y de realización ante la intervención con las adolescencias teniendo en cuenta no idealizarlas, pero tampoco disminuyéndolas en su capacidad de discernimiento y agencia.

En cuanto a los procesos metodológicos se reconoció que la mirada heteropatriarcal y heteronormada condiciona los modos de hacer investigación, particularmente cuando se demanda una postura neutra, objetiva, ajena, distante de las/os/es investigadoras/es.

Entre las líneas a futuro se enfatizó la realización de un análisis más crítico del sistema, de nuestros relacionamientos adultos para apoyar a las adolescencias a discernir y cuestionar por qué toleran que las plataformas los vigilen y controlen, pero no están de acuerdo cuando lo hacen las familias o el profesorado. Se habló que la competencia digital de las/os/es docentes también supone saber mediar y acompañar al estudiantado en los consumos y prácticas que realizan en las redes sociales.



En el intercambio se resaltó la importancia de una ecología de medios, pues las redes sociales a su vez se van construyendo con relaciones y redes que se tienen en lo presencial. Se instó a no subestimar las capacidades de las adolescencias, que en sus prácticas cotidianas van encontrando intersticios y formas de hacer y conducirse conforme a lo que quieren o esperan que pase.

Finalmente, el diálogo coincidió en la urgencia de deconstruir el sistema que nos atraviesa profundamente en nuestros relacionamientos y modos de *sentipensar*, a tal grado que se han naturalizado las identidades binarias, invisibilizando otras identidades sexogenéricas y se han normalizado sesgos de género basados en la violencia, la desigualdad y el ejercicio de poder que privilegia a los hombres.

### **A modo de nuevas aperturas**

La conversación en este espacio de diálogo dio cuenta de la riqueza del campo de conocimiento y de la puesta en común para repensar la investigación e identificar situaciones que urgen ser reflexionadas. En esta línea, se recuperan cuatro ideas fundamentales que derivaron del intercambio en la mesa de comunicaciones y que se presentan como nuevas aperturas:

- El valor de profundizar, desde el ámbito educativo, en el cuestionamiento de la vigilancia y el control que ejercen las plataformas en las subjetividades adolescentes, a través de modelos de negocio y referentes economicistas. Empezar un análisis crítico del sistema que sea indisoluble del enfoque feminista, la ética de los cuidados y que se refleje en la formulación de las competencias digitales; cuya enseñanza, desde el enfoque de la ciudadanía, se sustenta en los cuidados, la mediación y el acompañamiento de las infancias y adolescencias.
- Asimismo, se destaca la urgencia de situar estas plataformas en una ecología de medios, donde las redes sociales se presentan como redes reales que transitan entre lo online y lo offline, configurando una vivencia híbrida (Latour, 2008) que expone a las arquitecturas de estos entornos y los algoritmos como dispositivos con agencia en contextos a priori no digitales.
- Se reafirma la importancia de valorar las capacidades de las/os/es adolescentes dejando de lado situaciones que los subestimen, y buscando formas de acompañamiento y desarrollo competencial crítico que les permitan encontrar, discernir y negociar las formas de hacer, expresar y conducirse en función de lo que quieren.
- Y, en último lugar, se reclama el papel de las administraciones: la asunción de un compromiso con continuidad en el tiempo y en conversación con las voces críticas del ámbito académico; así como la urgencia de abandonar posiciones tecnocráticas de la competencia digital, focalizadas en intereses económicos, o aquellas otras dirigidas a la mera sensibilización en materia de género.

Este diálogo ha permitido superar el objetivo primordial de difundir los resultados de investigación, para cuestionar, repensar de manera conjunta, reconstruir sentidos, identificar otras preguntas y generar sinergias de trabajo futuro.

## Referencias

- Abadal-Falgueras, E., & Anglada-Ferrer, L.M. (2020). Ciencia abierta: Cómo han evolucionado la denominación y el concepto. *Anales de Documentación*, 23 (1), 1-11. <http://dx.doi.org/10.6018/analesdoc.378171>
- Bukhingham, D. (2020). Epilogue: Rethinking digital literacy: Media education in the age of digital capitalism. *Digital Education Review*, (37), 230-239. <https://doi.org/10.1344/der.2020.37.230-239>
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14 (3), 575-599. <https://doi.org/10.2307/3178066>
- Latour, B. (2008). *Reensamblar lo social: Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Organización Panamericana de la Salud.
- Moncayo, J., & Arizabaleta, M. (2023). Investigando en clave Trans: Recomendaciones para investigar con población Trans. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 57, 1-23. <https://doi.org/10.30849/ripijp.v57i2.1886>
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- Van-Dijck, J., Poell, T., & De-Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Zuboff, S. (2020). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs.



**OTRAS  
APORTACIONES**

# El desarrollo de herramientas para el apoyo a la investigación híbrida en el marco del proyecto EDIGA: Diario de campo para investigaciones en redes sociales

Sofía Alberti<sup>1</sup>, Martina Font<sup>2</sup>, Lucía Nocetti<sup>3</sup>, Cecilia Toledo<sup>4</sup>, Regina Motz<sup>5</sup> y

Libertad Tansini<sup>6</sup>

(1) Instituto de Computación, Universidad de la República, [sofialberti2409@gmail.com](mailto:sofialberti2409@gmail.com)

(2) Instituto de Computación, Universidad de la República, [marti.font.ocampos@gmail.com](mailto:marti.font.ocampos@gmail.com)

(3) Instituto de Computación, Universidad de la República, [lu.nocetti1995@gmail.com](mailto:lu.nocetti1995@gmail.com)

(4) Instituto de Computación, Universidad de la República, [cecitoledo97@gmail.com](mailto:cecitoledo97@gmail.com)

(5) Instituto de Computación, Universidad de la República, [rmotz@fing.edu.uy](mailto:rmotz@fing.edu.uy)

(6) Instituto de Computación, Universidad de la República, [libertad@fing.edu.uy](mailto:libertad@fing.edu.uy)

## Resumen

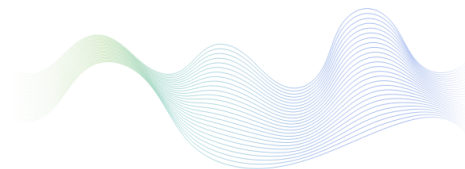
Este trabajo presenta el desarrollo de un ambiente de trabajo para el proyecto de investigación cualitativa EDIGA (Entornos Digitales e Identidades de Género en Adolescencia) brindando una solución integral para la recolección, organización, gestión y análisis de datos durante el ciclo de vida del proyecto.

El ambiente ofrecido gestiona datos recolectados tanto manualmente como por medio de una aplicación móvil y permite tener acceso a través de un portal web, ofreciendo también un *dashboard* para visualizaciones de análisis de datos. En particular, la herramienta se especializa en la etapa de recolección de datos dentro del proceso de investigación, con un esquema ajustado a las necesidades del equipo de EDIGA, pero fácilmente adaptable a otros proyectos.

Además, la plataforma ofrece facilidades para el análisis cooperativo de los datos, lo que permite a los investigadores trabajar juntos en la interpretación de los resultados y en la generación de nuevas hipótesis de investigación. También se incluye una función para exportar los documentos generados a otras plataformas de trabajo, lo que permite a los investigadores compartir datos con los criterios de ciencia abierta.

## Palabras clave

Investigación híbrida, diario de campo, redes sociales, recolección de datos, EDIGA.



## Introducción

El proyecto “Entornos digitales e identidades de género en la adolescencia (EDIGA)”;

financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (PID2019-108221RB-I00) propone analizar y comprender el papel que tienen los entornos digitales en el proceso de construcción de las identidades de género en la adolescencia. Involucra investigadores de España, México y Uruguay que se enfocan en la recolección de datos, de distintas fuentes, para su posterior análisis.

El proceso de recolección y análisis no contaba con una plataforma específica para el almacenamiento de la información, sino que se realizaba a través de archivos guardados en carpetas dentro de la plataforma de Microsoft Teams. Esto puede ocasionar entre otros problemas, dificultades para encontrar con facilidad los datos, ya que resultaba difícil mantener la homogeneidad de nombres de archivos y ubicación dentro de la cantidad de carpetas que se generaban en la plataforma. Por otra parte, se observaba la dificultad de tener que usar diferentes herramientas para las distintas tareas: un editor de texto para registrar las observaciones, una plataforma de análisis y otra para la visualización de datos.

## Recolección de datos del proyecto EDIGA

En etapas previas al desarrollo de este trabajo, los investigadores definieron una serie de encuestas para la recolección de datos cuantitativos y cualitativos. Estas encuestas se pensaron para adolescentes comprendidos entre 13 y 17 años e incluyeron una cláusula de consentimiento informado donde, en caso de desearlo, los participantes acordaban el seguimiento de sus cuentas de Instagram por algún investigador asignado. La investigación fue aprobada por el Comité de Bioética de la Universidad de Santiago de Compostela (identificación USC-24/2021).

Instagram es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicarles efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios, mensajes y emoticones del estilo me gusta o no me gusta. Analizando la naturaleza de la recolección de datos, se implementó la aplicación móvil *ediga-app* desarrollada en el año 2021 (Luongo, 2021). Su principal funcionalidad es automatizar el proceso de recolección de datos de los participantes del estudio a través de formularios diseñados para ser contestados en distintos momentos de la investigación. Las etapas para los formularios se distinguen como: formulario de ingreso, intermedio y final. Además, se da la opción de subir contenido voluntariamente a la aplicación. Este contenido está conformado principalmente por imágenes, a las cuales se asocia un juego de preguntas sobre ellas. También, mediante el uso de la aplicación en segundo plano se captura información referente al tiempo de uso de Instagram. Estos datos se cargan de forma directa en una base de datos relacional.

La aplicación fue utilizada por los equipos de investigación de México y España, en conjunto se lograron alrededor de 450 registros, de los cuales 400 fueron provenientes de México y los restantes de España. Además, se obtuvieron 50 envíos de imágenes de forma voluntaria. La no obligatoriedad de los formularios posteriores hizo que la cantidad de respuestas disminuyera, siendo poco más de 100 para el formulario intermedio y 33 para el final.

La mayoría de los datos ingresados provienen de México debido a que los investigadores realizaron una instancia presencial donde se les explicó a los sujetos el proceso de instalación de la aplicación y se respondieron las dudas más comunes.

Adicionalmente, los investigadores de España destacaron como posible inconveniente la falta de una versión para iOS, dado que la mayoría de los sujetos en ese país disponía de dispositivos Apple.

## **Relevamiento de requerimientos para el portal EDIGA**

La investigación comienza con el trabajo de campo, en el cual se observan las producciones y el comportamiento de un grupo de sujetos en redes sociales. En esta etapa se generan datos cualitativos para la investigación creando observaciones y entradas de un diario de campo sobre cada sujeto. Para esta etapa, el equipo de investigación EDIGA utilizaba Microsoft Teams para la administración de carpetas con archivos compartidos y Atlas.ti para su posterior procesamiento. En estos archivos se adjuntaban imágenes que luego se etiquetan para categorizar su contenido y eran creados por cada investigador, lo que podía generar conflictos al no tener un estándar de nomenclatura y organización bien definida.

En lo que respecta a la aplicación móvil, no se había planificado cómo se consumirían los datos de los sujetos una vez puesta en producción ni cómo se vincularían con las observaciones generadas por los investigadores. Consumir los datos de la aplicación móvil y obtener datos cuantitativos, requeriría interacción con la base de datos, ya que estos registros no estaban disponibles en ningún otro lado de fácil acceso para el equipo EDIGA.

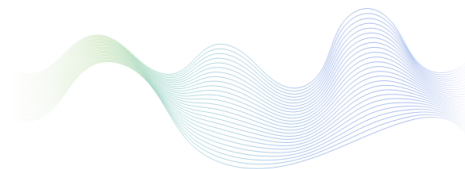
A partir de esta información se planteó la implementación del *portal-ediga*, con el fin de proveer una herramienta específica para este proyecto que permita la recolección de datos, análisis cualitativo y obtención de datos cuantitativos. Para presentar la propuesta se realizó una 

maqueta	( <a href="https://drive.google.com/file/d/1tAcQ1I-MIkC_QhrGQ87biO6LGk0XzVcw/view">https://drive.google.com/file/d/1tAcQ1I-MIkC_QhrGQ87biO6LGk0XzVcw/view</a> ).
---------	--

### ***Requerimientos funcionales***

En esta sección se describen las cinco categorías de requerimientos funcionales que se relevaron y que posteriormente guiaron la implementación del *portal-ediga*.

- Administración de usuarios



- RF1.1: Como administrador quiero crear nuevos usuarios investigadores y asignar roles (administrador/investigador).
- RF1.2: Como administrador quiero editar los roles de los usuarios investigadores.
- RF1.3: Como administrador quiero ver una lista de todos los usuarios investigadores registrados.
- Sesión
  - RF2.1: Como investigador quiero iniciar sesión con mi usuario y contraseña.
  - RF2.2: Como investigador quiero cerrar sesión.
- Sujetos
  - RF3.1: Como investigador quiero ver una lista de los sujetos y sus alias, usuario de Instagram, edad, género y país.
  - RF3.2: Como investigador quiero buscar un sujeto por usuario de Instagram o alias.
  - RF3.3: Como investigador quiero filtrar a los sujetos por edad, género y país.
  - RF3.4: Como investigador quiero crear un sujeto nuevo con un alias, edad, país, género y usuario de Instagram.
  - RF3.5: Como investigador quiero editar todos los datos de un sujeto.
  - RF3.6: Como investigador quiero eliminar un sujeto.
- Perfil de un sujeto
  - RF4.1: Como investigador quiero visualizar el perfil de un sujeto con toda su actividad en la *ediga-app*.
  - RF4.2: Como investigador quiero ver la galería con todas las fotos que el sujeto subió a través de la aplicación.
  - RF4.3: Como investigador quiero agregar una observación a una imagen subida por el sujeto.
  - RF4.4: Como investigador quiero visualizar una lista con todas las observaciones hechas sobre el sujeto junto con su fecha de creación y el usuario que la realizó.
  - RF4.5: Como investigador quiero crear una observación para un sujeto, adjuntar foto e indicar título, tipo de publicación, cantidad de *likes*, cantidad de comentarios, fecha y hora de publicación, si contiene música y cuál, el texto de la observación.
  - RF4.6: Como investigador quiero eliminar una observación.
  - RF4.7: Como investigador quiero ver una lista de las entradas de diario de campo para el sujeto.
  - RF4.8: Como investigador quiero crear una nueva entrada de diario de campo, referenciar fotos cargadas en el portal y guardar la fecha de creación.
  - RF4.9: Como investigador quiero eliminar una entrada de diario de campo.

- RF4.10: Como investigador quiero descargar una entrada de diario de campo en formato docx (formato y extensión de archivo de documentos, propiedad de Microsoft para su paquete de programas de oficina Office. Este formato es creado por la aplicación Microsoft Word desde su versión 2007).
- RF4.11: Como investigador quiero editar una entrada de diario de campo y guardar la fecha de edición.
- RF4.12: Como investigador quiero agregar etiquetas para todas las imágenes del portal. Al agregar una nueva etiqueta, esta debe guardarse para usar posteriormente.
- RF4.13: Como investigador quiero recibir sugerencias al etiquetar una imagen.
- RF4.14: Como investigador quiero exportar las imágenes *difuminando* sectores de modo que los sujetos y lugares no sean reconocibles.

### **Requerimientos no funcionales**

En esta sección se describen los requerimientos no funcionales definidos en conjunto con los investigadores.

- **Software libre de código abierto**

A lo largo del desarrollo se priorizó la utilización de software libre y gratuito. Entre sus ventajas se destaca la libertad de personalización, facilidad de integración, acceso al código fuente y que no genera costos adicionales al proyecto.

- **Infraestructura económica**

El equipo EDIGA planteó interés en que los costos se mantuvieran bajos sin afectar el rendimiento y funcionamiento del sistema.

- **Idioma español**

Dado que todos los investigadores de EDIGA son de países de habla hispana (Uruguay, México y España), el idioma del portal debe ser español.

- **Adaptabilidad de la web**

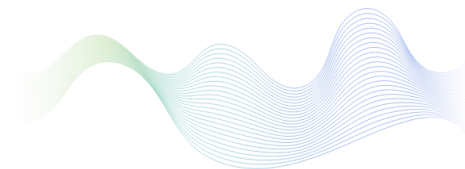
Implementar el portal web de manera *responsive* (capacidad de un código HTML de adaptarse a los distintos tamaños de pantalla de los dispositivos). Esto es, asegurar su correcto funcionamiento en dispositivos móviles y de escritorio.

- **Seguridad y privacidad**

En la investigación se manejan datos sensibles y se tiene un acuerdo de confidencialidad con los sujetos.

En virtud de respetar este acuerdo, manejar los datos de forma segura es un requerimiento primordial.

- **Concurrencia**



Procurar el correcto funcionamiento con múltiples usuarios usando el sistema en paralelo sin afectar su rendimiento.

- **Usabilidad**

Es de interés garantizar la usabilidad del sistema, a través de una interfaz de usuario amigable e intuitiva que se pueda manejar sin necesidad de una capacitación o soporte.

### **Cumplimiento de requerimientos**

Se cumplió la mayoría de los requerimientos detallados en las secciones anteriores, exceptuando los requerimientos funcionales [RF4.12] y [RF4.13], que se consideraron fuera del alcance del proyecto, y es el foco de investigación de otro equipo del proyecto MENTOR. Por último, el requerimiento funcional [RF4.14] fue implementado, pero no integrado al portal, debido a una incompatibilidad entre versiones de las tecnologías utilizadas.

## **Arquitectura, herramientas e implementación**

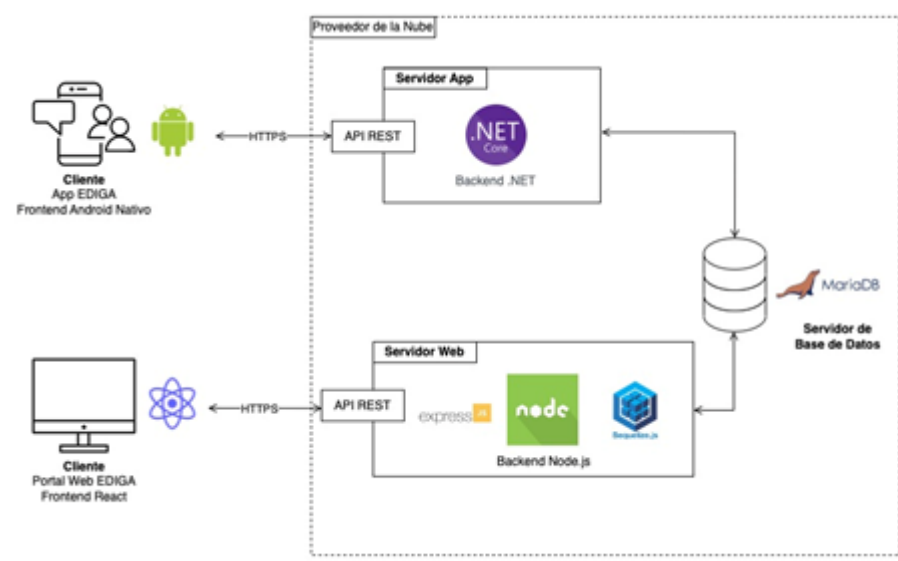
La arquitectura del portal se dividió en cinco módulos principales: la aplicación móvil, la aplicación web, el servidor móvil, el servidor web y la base de datos. Estos se muestran en la Figura 1.

Esta arquitectura es una variación de la clásica arquitectura Cliente/Servidor (IBM, 2023) en tres capas, que se compone de dos servidores, uno para cada tipo de cliente, móvil y web, y una base de datos compartida. Este tipo de arquitectura involucra tres tipos de componentes principales: servidores, clientes que usan los servicios ofrecidos por los servidores y servidores de base de datos que almacenan los datos.

### **Herramientas**

Para la implementación del *frontend* (parte de un programa a la que un usuario puede acceder directamente) del portal web, se decidió utilizar la librería React. Esta es una librería de código abierto que se utiliza al momento de construir interfaces. Mediante el uso de JavaScript ofrece un entorno de trabajo robusto para programar y facilidades para generar interfaces de usuario dinámicas.

Figura 1. Arquitectura del sistema.

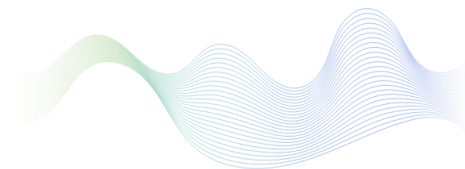


Para la implementación de la interfaz, se utilizó Material UI (MUI, 2023), biblioteca de componentes de interfaz de usuario de React, que proporciona una serie de elementos preconstruidos con un estilo moderno y consistente. Su uso hizo que el desarrollo del portal sea más rápido ya que no hubo que crear componentes desde cero, sino que fueron compuestos o modificados.

Para algunas funcionalidades fue necesario añadir un editor de texto. Se decidió utilizar ReactQuill (ReactQuill, 2023) por ser de uso libre, gratuita y tener una apariencia familiar. Además, la posibilidad de añadirle al texto estilos, imágenes, links, entre otros, hace que su uso pueda tener una riqueza mayor. Los valores ingresados son guardados en texto plano con etiquetas HTML y las imágenes en Base64 (esquema que representa datos en bytes de 8-bits en secuencias de 24 bits que puede ser representado en cuatro dígitos de 6 bits), al igual que se almacenan las imágenes que provienen de la aplicación móvil.

Para los requerimientos relacionados a la exportación de la lista de sujeto y diario de campo, fue necesario buscar librerías que permitieran descargar esa información en formato docx y xls/csv (formato de archivo basado en XML y habilitado para macros de Excel 2007 a 2013 y CSV (Comma Separated Values) es un tipo de documento en formato abierto sencillo para representar datos en forma de tabla, en las que las columnas se separan por comas y las filas por saltos de línea). Para esto se utilizó html-docx-js (html-docx-js, 2023) para la descarga de archivos con extensión docx y xlsx (xlsx, 2023) para aquellos compatibles con Excel, ya sean xlsx o csv.

El *backend* (capa de acceso a datos de un software o cualquier dispositivo, que no es directamente accesible por los usuarios, contiene la lógica de la aplicación que maneja los datos) se implementó como una API REST (REST, 2023) (interfaz de programación de aplicaciones permiten a los componentes de software comunicarse entre sí mediante un conjunto de definiciones y protocolos), lo que implicó seguir los principios que establece esta

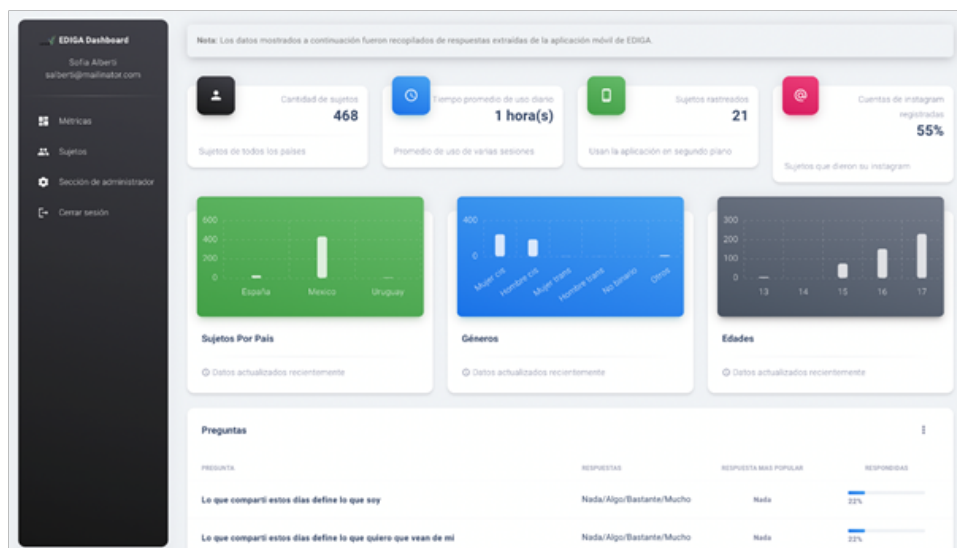


arquitectura. Como se mencionó anteriormente, se decidió usar Node.js por las ventajas descriptas y porque algunos miembros del equipo ya tenían experiencia previa utilizándolo.

## Resultados

La estructura del portal web sigue la disposición de un panel de control. Existe un menú vertical a la izquierda de la pantalla donde se encuentran las opciones: Métricas, Sujetos, Sección administrador y Cerrar sesión. Se distinguen dos tipos de usuarios que pueden acceder al portal web, aquellos con rol administrador, quienes tienen acceso a todas las opciones del menú, y los usuarios con rol investigador, que pueden acceder a todas las opciones menos a la Sección administrador, ver Figura 2.

**Figura 2.** Disposición del panel



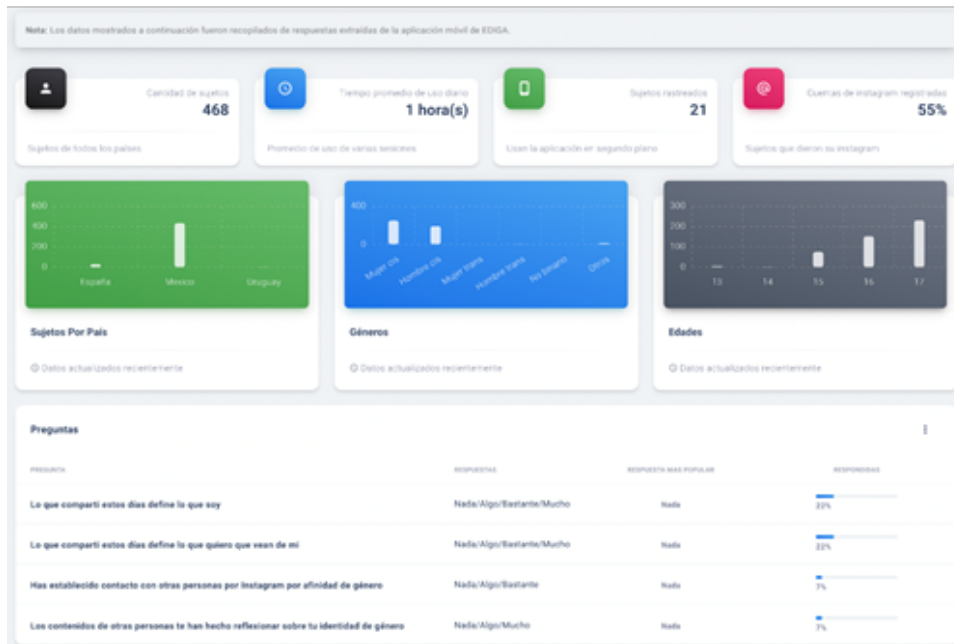
A continuación, se detallan las secciones del portal web y las funcionalidades implementadas. Se asocia cada funcionalidad con el requerimiento correspondiente, mediante la referencia RF (requisito funcional) seguida del número de requisito correspondiente.

Al acceder al portal web por primera vez, se observa la pantalla de inicio de sesión [RF2.1]. Para iniciar sesión el usuario debe ingresar su correo electrónico y contraseña. Se creó en la base de datos un usuario de tipo administrador para que luego, a través de él se creen los diferentes usuarios investigadores. Esta decisión se tomó para mantener la privacidad de los datos y evitar registros innecesarios. Los investigadores son persistidos en la tabla EdigaUser y se encripta cada contraseña mediante la librería *bcrypt* (bcrypt, 2023), la cual implementa el algoritmo de cifrado en bloques de Blowfish (Blowfish, 2023). Este algoritmo tiene un buen nivel de protección contra ataques y ha sido usado por distribuciones de Linux como SUSE Linux y OpenBSD. Con estas referencias se consideró aplicable al proyecto.

### Métricas

La página de inicio es la de métricas. En ella se observan datos correspondientes a aquellos sujetos que utilizan la aplicación móvil como por ejemplo cantidad de sujeto por país, por género y por edades, así como también respuestas más comunes a las diferentes preguntas que se les plantean. Como datos cuantitativos se toman todos los recabados a través de la aplicación móvil. La interfaz de dicha pantalla se puede observar en la Figura 3 [RF5.1, RF5.2, RF5.3].

**Figura 3.** Métricas



### Sujetos

En la sección Sujetos se listan todos los participantes; aquellos que se crearon mediante el uso de la aplicación móvil y los que fueron creados por los investigadores en el portal [RF3.1]. La lista de sujetos se puede filtrar por los datos de registro (edad, género y país) y permite realizar una búsqueda por alias o cuenta de Instagram [RF3.2, RF3.3], Figura 4.

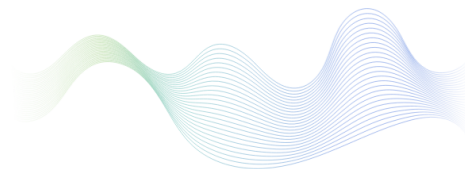


Figura 4. Lista de sujetos

SUJETO	EDAD	GENERO	PAIS	ACCIONES
- Sujeto sin alias -	15	MUJER CIS	España	
Maria maria	16	NO BINARIO	Uruguay	
- Sujeto sin alias -	16	MUJER TRANS	España	
mirko mirko.perez	16	HOMBRE CIS	España	
- Sujeto sin alias - asd	13	MUJER CIS	Uruguay	
- Sujeto sin alias -	17	HOMBRE TRANS	España	
- Sujeto sin alias -	15	MUJER CIS	España	
- Sujeto sin alias -	16	HOMBRE CIS	España	
Salvador salvador.lopez	16	HOMBRE CIS	España	
Alex alex	17	NO BINARIO	Uruguay	

Se ofrece la descarga de un archivo en formato xlsx o csv con los datos mostrados en la lista, ya sea con o sin filtros aplicados. Este archivo incluye la información de registro y respuestas intermedias y finales que los sujetos de investigación ingresaron en la aplicación móvil. Para implementar esta funcionalidad se utilizó la librería xlsx, mencionada anteriormente.

Figura 5. Formulario para la creación de sujetos

Formulario de ingreso para un sujeto  
Todos los campos son obligatorios

El sujeto que está siendo ingresado no debe formar parte de los usuarios registrados a través de la aplicación móvil.

**Nombre ficticio**  
Nombre ficticio

**Edad**  
Edad

**País**  
País

**Género con el que se identifica**  
 Mujer cis  
 Hombre cis  
 Mujer trans  
 Hombre trans  
 No binario  
 Otro

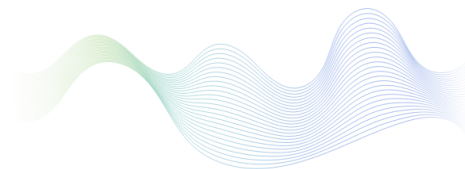
**Usuario de Instagram**  
@

Debido a que no todos los participantes aceptan utilizar la aplicación móvil o no tienen un celular con sistema operativo Android para instalarla, se adicionaron las funcionalidades de creación y edición de sujeto al panel [RF3.4, RF3.5], Figura 5. Los campos solicitados son iguales a los solicitados por la aplicación móvil, agregando el campo alias. Al momento de crear o editar un sujeto, los controles que se realizan son: unicidad del usuario de Instagram (en caso de ser proporcionado) y que los datos básicos no sean vacíos. De no cumplirse estas condiciones el alta o la edición no se podrá concretar. Además, es posible eliminar un sujeto desde la pantalla de edición [RF3.6].

**Figura 6.** Perfil del sujeto



Al seleccionar uno de los sujetos se puede acceder a su perfil, el cual se divide en tres pestañas Figura 6. La primera es la *Ediga-app*, en la cual se observan las respuestas iniciales, intermedias y finales que han sido ingresadas en la aplicación móvil, junto con una galería de imágenes que voluntariamente fueron cargadas por los sujetos también mediante la aplicación [RF4.1, RF4.2].



**Figura 7.** Imagen subida por el sujeto.



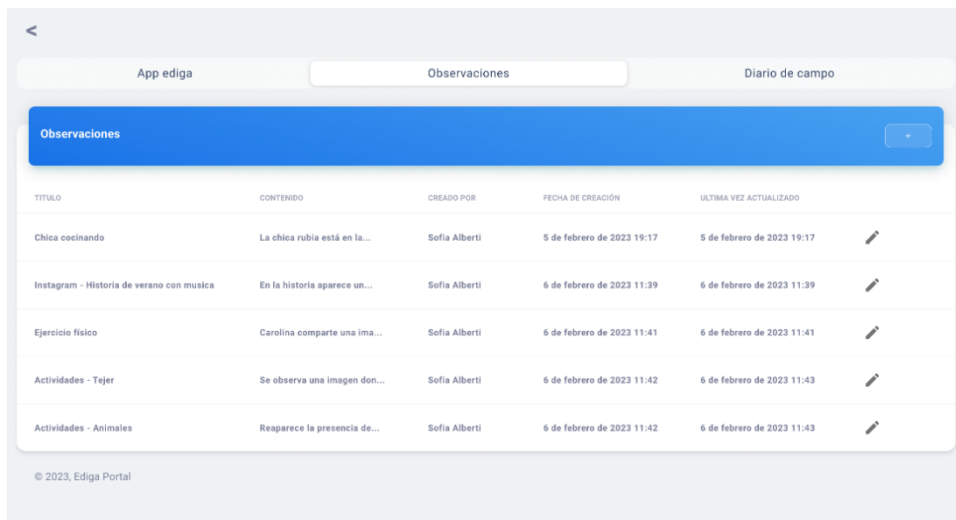
Las imágenes pueden ser visualizadas individualmente, en la Figura 7 se observan las respuestas a las preguntas que acompañan a esa imagen. En esta vista existe la posibilidad de crear una observación relacionada a la imagen como muestra la Figura 8, permitiendo al investigador escribir un título y una observación en el editor de texto [RF4.3]. El editor se obtiene de la librería ReactQuill, mencionada anteriormente. La observación creada se encontrará en la lista de observaciones realizadas al sujeto (funcionalidad que se explica más adelante).

**Figura 8.** Imagen del sujeto y creación de observación.



Al retornar al perfil se puede seleccionar la pestaña de Observaciones, aquí se listan todas las observaciones realizadas sobre imágenes u observaciones puntuales que el investigador realizó sobre el sujeto de investigación, Figura 9, [RF4.4].

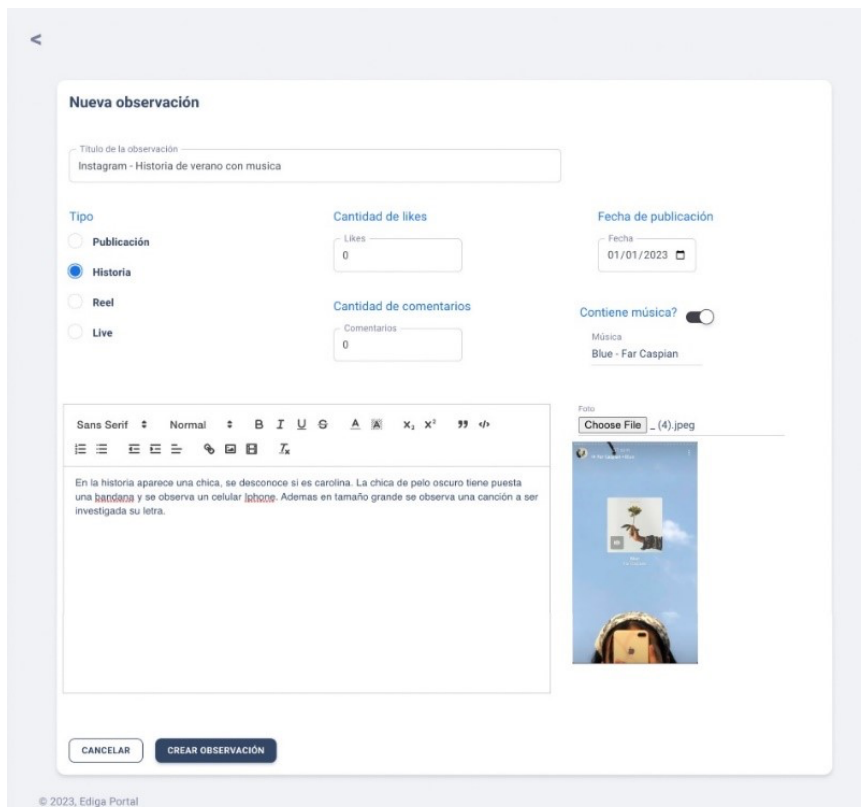
**Figura 9.** Lista de observaciones creadas para un sujeto.



TÍTULO	CONTENIDO	CREADO POR	FECHA DE CREACIÓN	ULTIMA VEZ ACTUALIZADO
Chica cocinando	La chica rubia está en la...	Sofia Alberti	5 de febrero de 2023 19:17	5 de febrero de 2023 19:17
Instagram - Historia de verano con musica	En la historia aparece un...	Sofia Alberti	6 de febrero de 2023 11:39	6 de febrero de 2023 11:39
Ejercicio físico	Carolina comparte una ima...	Sofia Alberti	6 de febrero de 2023 11:41	6 de febrero de 2023 11:41
Actividades - Tejer	Se observa una imagen don...	Sofia Alberti	6 de febrero de 2023 11:42	6 de febrero de 2023 11:43
Actividades - Animales	Reaparece la presencia de...	Sofia Alberti	6 de febrero de 2023 11:42	6 de febrero de 2023 11:43

Se implementaron las funcionalidades de visualización, alta, baja y edición de observaciones. Para las observaciones puntuales (Figura 10), en conjunto con los investigadores, se consideró de importancia poder registrar el tipo de publicación sobre la cual se realizaba la observación, la cantidad de likes y comentarios, la fecha en la que fue publicada y en caso de contener música, registrar ciertos datos sobre la misma, como autor y letra [RF4.5]. También se permite la carga de una imagen asociada a la observación que será guardada en formato Base64 en la base de datos. Mediante la edición de una observación, el investigador tiene la posibilidad de eliminarla [RF4.6].

**Figura 10.** Formulario para la creación de una observación puntual



**Nueva observación**

Título de la observación  
Instagram - Historia de verano con musica

Tipo  
 Publicación  
 Historia  
 Reel  
 Live

Cantidad de likes  
Likes: 0

Cantidad de comentarios  
Comentarios: 0

Fecha de publicación  
Fecha: 01/01/2023

Contiene música?

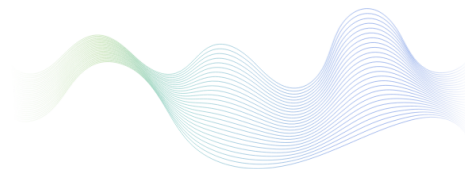
Música  
Blue - Far Caspian

Foto  
Choose File (4).jpeg

Sans Serif Normal B I U G A X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> ¶ ↵

En la historia aparece una chica, se desconoce si es carolina. La chica de pelo oscuro tiene puesta una [bandana](#) y se observa un celular [ip1000](#). Ademas en tamaño grande se observa una canción a ser investigada su letra.

CANCELAR CREAM OBSERVACIÓN



Como última pestaña del perfil del sujeto se encuentra el diario de campo, con todas las entradas que se hayan hecho, ver Figura 11 [RF4.7]. En esta vista existe la posibilidad de crear, visualizar, editar y eliminar una entrada de diario de campo [RF4.8, RF4.9, RF4.11]. Al momento de crear una entrada, como en la Figura 12, el investigador se encuentra con un campo de texto libre. Esta funcionalidad se creó con la intención de que los investigadores expresen las conclusiones a las que llegan a partir de sus observaciones. Nuevamente se utiliza ReactQuill como editor y tiene como mayor ventaja la posibilidad de realizar referencias cruzadas a otras observaciones o cualquier página dentro o fuera del portal que se quiera apuntar. De esta forma, en caso de arribar a una conclusión que está basada en cierta observación, esta última puede ser referenciada fácilmente y al acceder, es abierta en una nueva pestaña. También permite subir imágenes y vídeos que enriquecen la investigación.

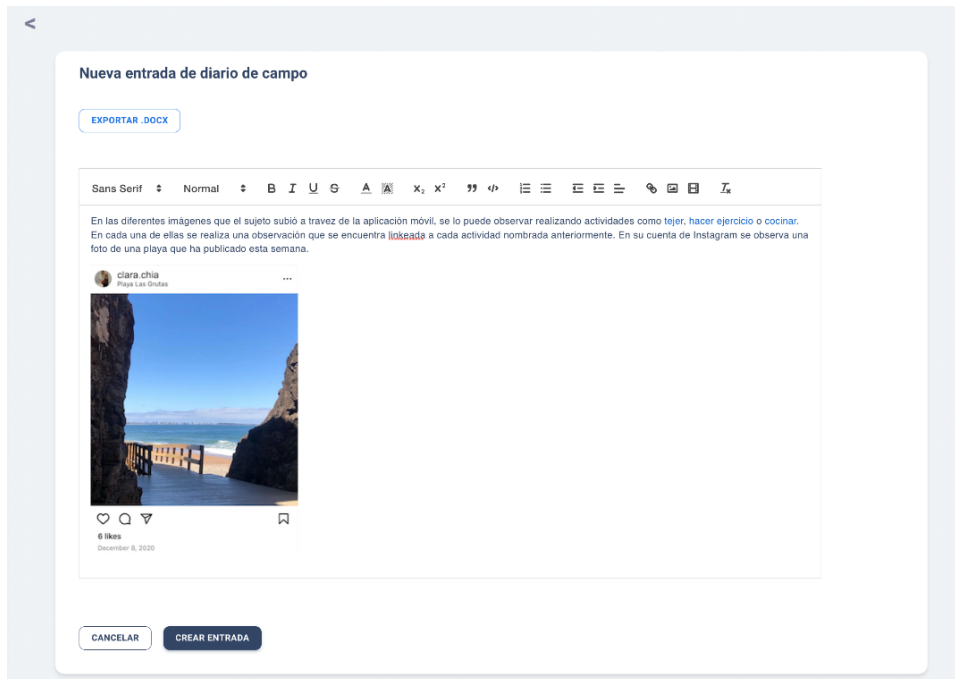
**Figura 11.** Lista de diarios de campo.

ENTRADA	CREADO POR	FECHA DE CREACIÓN	ULTIMA VEZ ACTUALIZADO	
Resumen de las observacio...	Sofia Alberti	6 de enero de 2023 12:01	6 de enero de 2023 12:01	
Publicaciones de Instagra...	Sofia Alberti	10 de enero de 2023 15:00	10 de enero de 2023 15:00	
Notas sobre situaciones ...	Sofia Alberti	25 de enero de 2023 15:00	25 de enero de 2023 15:00	
En el último mes el sujet...	Sofia Alberti	30 de enero de 2023 15:05	30 de enero de 2023 15:05	
Twitter como medio para e...	Sofia Alberti	2 de febrero de 2023 15:05	2 de febrero de 2023 15:05	
Musica como reflejo de se...	Sofia Alberti	6 de febrero de 2023 15:06	6 de febrero de 2023 15:06	

© 2023, Ediga Portal

La vista, alta y modificación también ofrece la descarga del texto de la entrada de campo junto con todos sus componentes en un formato docx [RF4.10]. Para esto se utiliza la librería mencionada previamente en la descripción de tecnologías, html-docx-js que transforma el contenido a Word Processing ML (*markup language*). Esto brinda al investigador la posibilidad de migrar las entradas a su dispositivo personal o continuar el análisis desde AtlasTI.

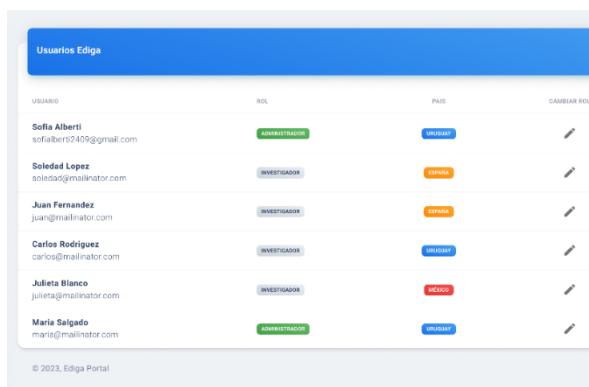
**Figura 12.** Ejemplo de un diario de campo



### **Administración de investigadores**

Como se detalló antes, sólo aquellos investigadores con rol administrador tienen acceso a la sección de administrador. En ella se listan los diferentes investigadores con su rol y país, ver Figura 13 [RF1.3]. En esta vista se puede eliminar a un investigador presionando la papeleara. Para una doble confirmación, ese icono se transformará en un botón con la palabra eliminar y una vez que se presione, el investigador quedará eliminado.

**Figura 13.** Lista de investigadores

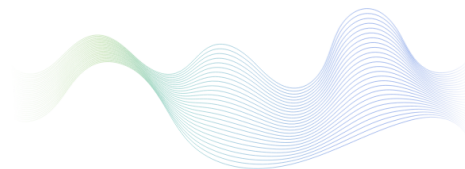


USUARIO	ROL	PAIS	CAMBIAR ROL
Sofia Alberti sofiaalberti2405@gmail.com	ADMINISTRADOR	ESPANIA	[Icono de papeleara]
Soledad Lopez soledad@mailinator.com	INVESTIGADOR	ESPANIA	[Icono de papeleara]
Juan Fernandez juan@mailinator.com	INVESTIGADOR	ESPANIA	[Icono de papeleara]
Carlos Rodriguez carlos@mailinator.com	INVESTIGADOR	URUGUAY	[Icono de papeleara]
Julieta Blanco julieta@mailinator.com	INVESTIGADOR	MEXICO	[Icono de papeleara]
Maria Salgado maria@mailinator.com	ADMINISTRADOR	URUGUAY	[Icono de papeleara]

© 2023, Ediga Portal

En esta vista se implementó el registro y edición de un investigador el cual consta de un formulario que incluye el ingreso de un nombre, mail, contraseña, selección del país al cual pertenece y rol que se le quiere asignar, ya sea investigador o administrador (Figura 14) [RF1.1, RF1.2].

Una vez que el investigador inicia sesión por primera vez, el portal le solicita que cambie la contraseña que se le asignó, de manera que la cuenta sea personal y privada. Para



implementar este comportamiento se utilizó el atributo de la tabla EdigaUser *firstLogin* para determinar si el investigador ha realizado el primer inicio de sesión.

**Figura 14.** Registro por parte del administrador para un investigador.

Registra un nuevo investigador

Nombre

Email

Contraseña

País

Asigna un rol

El usuario deberá cambiar la contraseña al iniciar sesión

REGISTRAR

CANCELAR

## Difuminado de imágenes

En el marco de la investigación EDIGA se trabaja con imágenes subidas por los sujetos a través de la aplicación móvil o importadas por el equipo de investigadores/as. Éstos tienen acceso a las cuentas de Instagram de aquellos sujetos que hayan dado el consentimiento para ser seguidos. Allí observan el comportamiento de los sujetos en las redes, pudiendo sacar capturas de pantalla de sus publicaciones a la pantalla de inicio, historias vivas y comentarios. Estas capturas pueden ser importadas al portal web, con el fin de registrar observaciones sobre ellas. Dichas imágenes suelen contener el rostro del sujeto, rostros de otras personas, partes de sus cuerpos, así como lugares físicos identificables, como carteles de calles o edificios reconocibles. Al final de la investigación, el equipo de EDIGA deberá publicar los resultados del trabajo realizado, presentando la evidencia del proceso y un conjunto de las imágenes estudiadas con sus correspondientes observaciones. Al momento de presentarla, será necesario editar estas imágenes con el fin de proteger la privacidad de los sujetos logrando que estos no sean identificables, pero sin perder la esencia de la imagen.

A raíz de esto, surgió la posibilidad de integrar una nueva funcionalidad que permitiera automatizar la anonimización de imágenes. Esta funcionalidad le permitiría al investigador descargar las imágenes manejadas en el portal, pudiendo elegir la descarga directa con las imágenes originales o la descarga de imágenes difuminado por sectores.

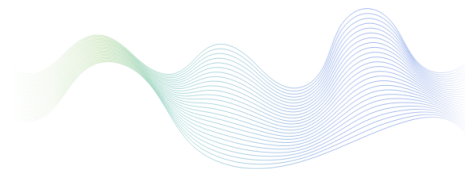
Para esto se utilizó la biblioteca de código abierto OpenCV (Opencv, 2023), en particular la librería para node.js *opencv4nodejs*.

Esta funcionalidad se limitó al difuminado de rostros en imágenes de personas, tanto grupales como individuales, logrando: detectar rostros, extraer la Región de Interés (del inglés Region of Interest - ROI) y difuminar la ROI dentro de la imagen.

**Figura 15.** Blurring facial en foto grupal.



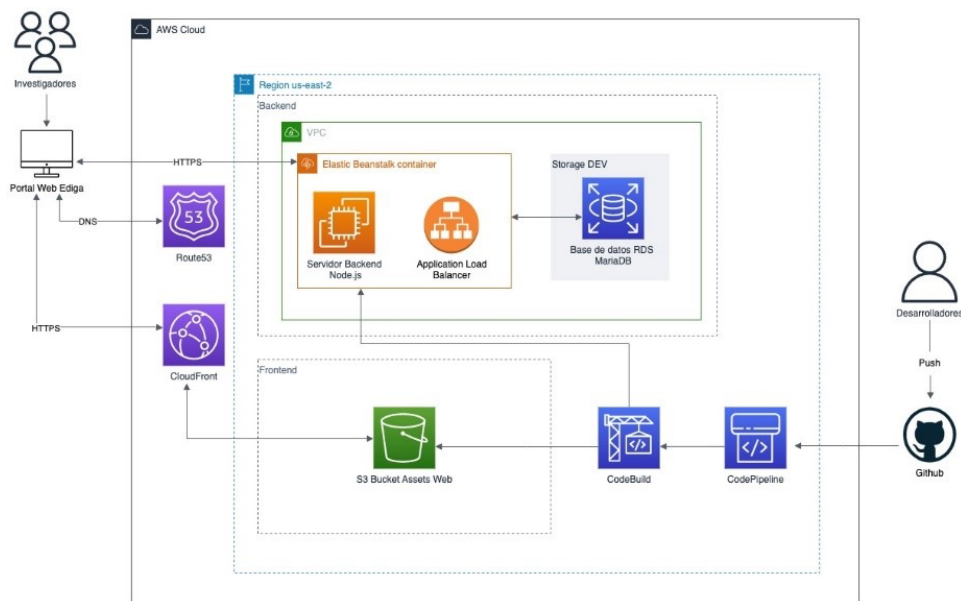
Al momento de comenzar la implementación de esta funcionalidad, el desarrollo del portal estaba muy avanzado utilizando la versión 18.11.0 de Node.js. Durante la instalación de OpenCV surgieron problemas de compatibilidad con la versión de Node.js. A fines de presentar avances al equipo de investigación sobre esta área del desarrollo, se decidió hacer un módulo separado con una versión de Node.js anterior (10.24.1) y luego hacer disponible esta funcionalidad a través de una API. Luego de desarrollada la funcionalidad, se estimó que publicar la API llevaría más tiempo del disponible para culminar el proyecto y agregaría nuevos componentes pagos a AWS (AWS, 2023). En ese momento se debía priorizar el desarrollo de otras funcionalidades que seguían en construcción y escribir la documentación. Es por esto que el difuminado de imágenes no está integrado al portal y se sugiere integrarlo como trabajos futuros.



## Despliegue de la plataforma

Para el despliegue del portal web, se trabajó en la automatización del proceso de compilado, actualización de la base de datos, descargas y actualizaciones de dependencias, creación de paquetes desplegable y puesta a disposición del servidor, con la intención de orientar el proyecto hacia la integración y entrega continua (CI/CD). Se puede observar una representación del despliegue del portal en la Figura 16.

**Figura 16.** Despliegue Portal Web.



## Conclusiones y trabajos futuros

El desarrollo del portal web requirió de comunicación y organización de todas las partes integrantes del proyecto. Debido a que las distancias físicas impidieron en gran medida los encuentros presenciales, las herramientas para el seguimiento y gestión de proyecto facilitaron las instancias de coordinación y discusión.

El desarrollo iterativo incremental permitió espacios de retroalimentación en distintos momentos del desarrollo por parte de los usuarios a través de demostraciones, presentaciones guiadas o pruebas de usabilidad. Estas últimas se hicieron con un número reducido de investigadores para obtener una noción inicial de la conformidad con el producto. Para una correcta validación se necesitaría ampliar el número de usuarios que prueben el portal en producción, y así obtener sugerencias para siguientes iteraciones.

Las tecnologías utilizadas cumplieron con el requerimiento de ser libres y gratuitas planteado inicialmente. Se ajustaron a las necesidades de desarrollo y resultaron de fácil adopción para el equipo. La arquitectura planeada durante el diseño de la solución pudo ser implementada haciendo uso de servicios como CodePipeline para cumplir con el método de CI/CD. Además,

estas tecnologías son ampliamente utilizadas en el mercado actual por lo que el tiempo de aprendizaje invertido se consideró enriquecedor para la formación profesional del equipo.

Se cumplió con la mayoría de los requerimientos funcionales planteados y se logró generar una guía paso a paso del despliegue, que puede ser de utilidad para futuros proyectos y se estudiaron alternativas para los que no se implementaron para facilitar trabajos futuros.

La plataforma se considera adaptable a proyectos de distintas temáticas que compartan características como el ingreso y análisis de datos cualitativos y el manejo de información ingresada por medios externos, como la aplicación móvil.

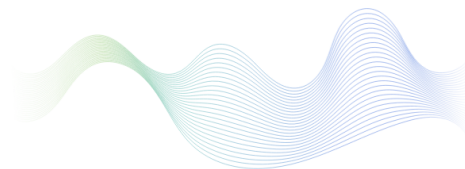
Como resultado lateral a la implementación, se destacan los logros a nivel de trabajo interdisciplinario entre el equipo técnico de desarrollo y los investigadores de EDIGA. Se vio un claro contraste entre el comienzo y el final del proyecto. Gracias a la colaboración de los dos equipos se logró generar un interés mayor en el desarrollo del portal y los investigadores comenzaron a participar más activamente en el planteo de nuevas funcionalidades. Acercar a los investigadores a este tipo de tecnologías es un resultado valioso y abre las puertas al desarrollo de nuevas herramientas.

Los módulos complementarios de etiquetado, limpieza de datos y anonimización de imágenes se consideran fundamentales para un desarrollo futuro de la plataforma, en virtud de complementar la solución desarrollada en este proyecto.

En este sentido, se recomienda integrar la funcionalidad de difuminado de imágenes al portal. Para evitar problemas de versiones, el servicio de difuminado desarrollado podría estar disponible mediante una API y ser consumido desde el portal. Además, continuar el entrenamiento de los algoritmos de detección facial utilizando imágenes reales del estudio de EDIGA. Esto ayudaría a tener resultados más precisos evitando errores. Finalmente, como trabajo futuro en esta área de investigación, la funcionalidad podría extenderse a otro tipo de imágenes, donde es necesario ocultar partes del cuerpo, nombres de calles, o lugares físicos identificables.

Como resultado de las pruebas realizadas se obtuvieron una serie de sugerencias, algunas de las cuales no pudieron ser desarrolladas como: permitir dar de alta varios investigadores a la vez sin tener que repetir el mismo proceso para cada uno y exportar los diarios de campo en formato odt, ya que actualmente solo se pueden exportar en formato docx. Además, implementar una asignación de sujeto a investigadores podría ayudar en la organización del equipo EDIGA.

Otro aspecto relevante para el equipo de investigadores EDIGA, es la migración de datos desde Microsoft Teams hacia el portal web. Para ello se definió una estructura jerárquica de carpetas y archivos dentro de Teams que luego pudiera ser consumible y fácilmente integrable al portal. Para la migración total al portal se debe implementar una funcionalidad de importación que permita consumir estos archivos.



En paralelo a este proyecto, otro equipo de MENTOR desarrolló una plataforma para la gestión de proyectos de investigación que permite etiquetar secciones de datos, relacionarlas entre ellas y enlazar bibliografía y referencias. Se propone ofrecer una funcionalidad que permita exportar los datos cualitativos creados en el *portal-ediga* hacia el sistema de análisis y etiquetado.

## Observaciones

Este trabajo forma parte del proceso y de los resultados del Proyecto EDIGA. Se enmarca en la creación de herramientas para la recolección, organización, gestión y análisis de datos y fue desarrollado por miembros del equipo EDIGA del Instituto de Computación de la Universidad de la República (Uruguay). Si bien no fue presentado dentro de las mesas de comunicaciones de las Jornadas, por su carácter eminentemente técnico, se considera importante mostrar los resultados del desarrollo de herramientas y software que permiten avanzar en los procesos de investigación con este tipo de datos.

## Referencias

- Aws elastic beanstalk. (2023, Febrero). <https://aws.amazon.com/es/elasticbeanstalk/>
- Blowfish. (2023, Febrero). <https://www.ccn-cert.cni.es/publico/seriesCCN-STIC/series/400-GuiasGenerales/401-glosario-abreviaturas/index.html?n=138.html>
- Bycrypt. (2023, Febrero). NPM. <https://www.npmjs.com/package/bcrypt>
- Figma. (2022, Marzo). <https://www.figma.com>
- Freepik. (2023, Febrero). <https://www.freepik.com/free-photo/smiley-girl-holding-camera5248018.htm#&position=12&fromview=collections>
- Freepik (2023, Febrero). <https://www.freepik.com/free-photo/smiling-students-with-backpacks-858421.htm>
- html-docx-js, (2023, Febrero). NPM. <https://www.npmjs.com/package/html-docx-js>
- Luongo V. & Colombo L. (2021). *Aplicación para proyecto EDIGA* [Tesis de grado, Universidad de la República (Uruguay)]. Repositorio Colobrí. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/handle/20.500.12008/30878>
- IBM cloud learn hub. (2023, Enero). *Arquitectura de tres niveles*. <https://www.ibm.com/mx-es/cloud/learn/three-tier-architecture>.
- Microsoft. (2023, Enero). *Best practices for restful api design* <https://learn.microsoft.com/es-es/azure/architecture/best-practices/api-design#what-is-rest/>
- Mui. (2023, Febrero). *Move faster with intuitive React UI tools*. <https://mui.com/>

Opencv. (2023, Febrero). <https://opencv.org/>

Reactquill. (2023, Febrero). *Zenomaro: react-quill*. <https://github.com/zenoamaro/react-quill>

Teams. (2023, Febrero). <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-teams/group-chat-software>.

Xlsx. (2023, Febrero). *NPM*. <https://www.npmjs.com/package/xlsx>

