

La violencia de género digital



Con el desarrollo de las tecnologías aparecen **nuevas formas de violencia que podemos llamar violencia de género digital**. Según el [estudio](#) realizado por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género afecta a colectivos vulnerables como el de la adolescencia.

Según publica el Ministerio algunos indicadores de que hay violencia serían los siguientes:

- **Acosar o controlar a tu pareja usando el móvil.**
- **Interferir en relaciones de tu pareja en Internet con otras personas.**
- **Espiar el móvil de tu pareja.**
- **Censurar fotos que tu pareja publica y comparte en redes sociales.**
- **Controlar lo que hace tu pareja en las redes sociales.**
- **Exigir a tu pareja que demuestre dónde está con su geolocalización.**
- **Obligar a tu pareja a que te envíe imágenes íntimas.**
- **Comprometer a tu pareja para que te facilite sus claves personales.**
- **Obligar a tu pareja a que te muestre un chat con otra persona.**
- **Mostrar enfado por no tener siempre una respuesta inmediata online.**



Como dinamizadores/as debemos promover un uso responsable de la tecnología y estar atentos a posibles señales de violencia de género en las diferentes actividades que organizamos. Algunas de las señales pueden ser:

[fuente: [guía de actuación contra la violencia de género en el ámbito educativo](#) de la comunidad autónoma de la región de Murcia.]

- **Su actitud ante el profesorado y sus compañeros y compañeras es diferente a la que solía tener.**
- **Se muestra irascible, nerviosa, con cambios de humor repentinos sin causa aparente...**
- **Aislamiento cada vez mayor, consecuencia del control y dominio que su pareja ejerce sobre ella. Se la ve alejada de su grupo de amistades, en clase, en los recreos, a la entrada y salida del centro...**
- **No quiere asistir a excursiones o a viajes de fin de curso.**
- **Abandona actividades extraescolares o de ocio que solía hacer, cambiando sus gustos y aficiones por las de él.**

- **Está continuamente en contacto con él a través del móvil o redes sociales.**

- **Cambia su forma de vestir o de arreglarse, porque él se lo impone.**

- **Disminuye su rendimiento escolar.**

- **Está triste o angustiada, no se concentra en clase.**

- **Falta injustificadamente o, en casos extremos, abandona los estudios.**

- **Expresa opiniones en las que justifica las desigualdades de género, comportamientos machistas, o incluso el maltrato que sufre, restándole importancia.**

Actividad

Visualiza con el grupo de chicos y chicas el vídeo [Doble check](#) y analiza si hay o no violencia de género digital.

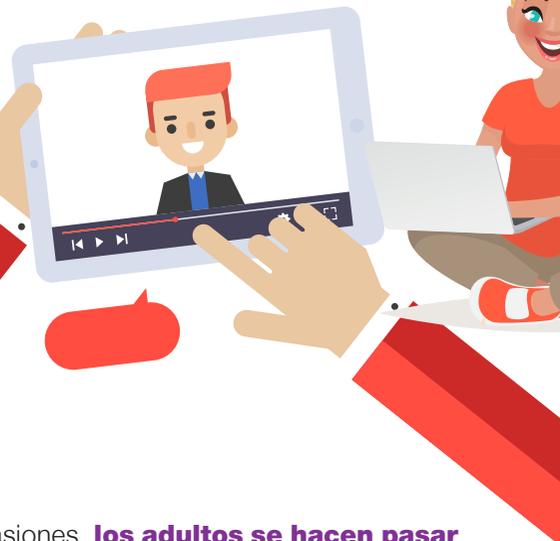
actividad 2

Grooming ¿De qué se trata?



En ocasiones, **los adultos se hacen pasar por menores en Internet o intentan establecer un contacto con niños y adolescentes que dé pie a una relación de confianza, pasando después al control emocional y, finalmente al chantaje con fines sexuales.** A esta práctica se la conoce como grooming, y tiene diversos objetivos:

- **Producción de imágenes y vídeos con connotación o actividad sexual, destinados al consumo propio de pederastas o a redes de abuso sexual a menores.**
- **Encuentros en persona con el menor y abuso sexual físico.**
- **Explotación sexual y prostitución infantil.**



¿Cómo ocurre?

Habitualmente el contacto entre ambas partes comienza a través de algún servicio de Internet, preferentemente redes sociales, plataformas de juego o comunidades online. Son servicios muy utilizados por los menores y todos ellos tienen funcionalidades de chat para conversar.

El atacante suele utilizar el engaño para facilitar ese primer contacto, creando perfiles falsos con edades y gustos similares a los del menor, de manera que le resulte atractivo e interesante, para que acepte su solicitud de amistad. Puede llegar a proponerle seguir conversando en privado por mensajería instantánea o videollamada, como por ejemplo WhatsApp o Skype.

Una vez iniciada esa relación de amistad, ganarán confianza. El objetivo es hacer que el menor se sienta cómodo y comprendido, incluso puede que le engatuse con algún regalo, físico o virtual (un móvil nuevo, dinero, saldo para hablar por teléfono o créditos para su videojuego favorito), o con la promesa de una relación perfecta.

De este modo, poco a poco podrán intimar, subir el tono de las conversaciones y conseguir que el menor baje la guardia, para que le confíe una imagen o vídeo comprometido, o algún secreto privado. Esto se utilizará como arma de chantaje: una vez que tiene en su poder material para manipular al menor, le exigirá más imágenes y vídeos, o incluso llegar a un encuentro en persona. Si no cumple con sus deseos, le amenazará con hacer públicos todos esos contenidos comprometidos.

¿Cómo podemos prevenirlos?

- **Establecer unos hábitos de navegación seguros**
- **Extremar la precaución al conversar online**
- **Evitar prácticas de riesgo como el sexting**
- **Ser conscientes del uso que hacemos de la cámara del móvil o WebCam**
- **Comunicación y sensibilización, hablar con naturalidad del amor y la sexualidad**
- **Acompañamiento y supervisión por parte de adultos del acceso a comunidades online**

Actividad

Opción 1. ¡Tengo tu número! Basado en el vídeo de la Fundación Alia2 recomendado en el artículo de Grooming de IS4K

<https://www.youtube.com/watch?v=byYqhyoo36Y>

La actividad tiene como objetivo hacer consciente a los jóvenes de lo fácil que es que alguien consiga nuestro móvil y lo pueda utilizar para acercarse a nosotros a través de una práctica de grooming. El vídeo de Alia2 nos tiene que servir como punto de partida para un debate sobre las distintas formas en las que una persona desconocida puede tener acceso a nuestro número o a nuestra información personal. Se pregunta a los jóvenes si alguna vez se han visto envueltos en este tipo de prácticas y qué acciones preventivas pueden desarrollar.

Opción 2. Homenaje a Amanda Todd (Dirigida a jóvenes). Basado en el caso de esta joven canadiense que se quitó la vida después de años de acoso a través de un caso de grooming y ciberacoso. Podéis encontrar esa y más actividades sobre este tema en la ficha "4.3.2. Actividad 02. Ciberacoso. Casos reales, como la vida misma del Ciberacoso escolar. De la Unidad Didáctica y contenidos de apoyo al docente editada por IS4K:

https://www.is4k.es/sites/default/files/contenidos/materiales/ciberacoso_ud.pdf

actividad 3

Normalización de consumo de sustancias a través de internet y/o RRSS



Youtube se ha convertido en el sitio web con más influencia en el mundo. Este espacio web proporciona entretenimiento, pero también es el lugar de trabajo de jóvenes conocidos como youtubers, gamers o bloggers. **Así, en este nuevo espacio en la red se está creando una cultura del mainstream con una influencia directa en los jóvenes.**

• **Publicidad interactiva:** A través de Facebook, Twitter, Instagram y Youtube se proponen concursos, eventos, encuestas, y múltiples formas de participación de los jóvenes en campañas de publicidad de bebidas alcohólicas. } Así conocen nuestros hobbies, hábitos de consumo, gustos musicales, etc., y lanzan campañas más personalizadas y eficaces que las del marketing tradicional.

• **Influencers:** Las empresas no introducen sus productos únicamente a través de perfiles propios en las redes, sino que utilizan también los perfiles de jóvenes referentes de la moda y la cultura juvenil haciendo lo que se conoce como “influencer marketing”.

En definitiva, lo que las redes sociales proporcionan a las grandes industrias es la posibilidad de reiterar sus mensajes a través de múltiples plataformas y en variedad de formatos y soportes. Esto es lo que se conoce como campañas de marketing multiplataforma y transmedia. En estas campañas se crea una historia y se le da vida a través de diferentes plataformas, sacando el máximo partido a lo que cada una puede ofrecer. Se crean hashtag, se realizan páginas web, perfiles en las diferentes redes sociales, concursos, etc.

• **La interactividad con los jóvenes:** ser parte de la experiencia es la estrategia principal del marketing en las redes sociales. Por ejemplo, la campaña “[Hunt or be Hunted: de la piel a la pantalla](#)”, en la que la marca Jägermeister seleccionó de entre sus fans a 1600 voluntarios que se ofrecieron a tatuar en su piel parte de lo que consistiría el primer corto de animación hecho con tatuajes reales. Esta campaña parece decirnos que si no bebes eres invisible y dejas pasar tu vida por tu lado.

Actividad

Haciendo uso de estas estrategias la organización francesa **Addict Aide** llevó a cabo una interesante campaña llamada “[Like my adiction](#)”. Se creó el perfil falso de Instagram Louise.delage, una joven parisina de 25 años. Las fotos de Delage retratan una vida con un toque de glamour. Muestran su casa, su oficina, su familia y amigos, de fiesta, en la playa, de relax, de viaje, de día, de noche, pero siempre con un elemento en común que pasó desapercibido: el alcohol. } En pocos meses se hizo con 46.500 seguidores, pero nadie se percató de que posaba siempre con una copa o una botella de alcohol. Como dice el vídeo, con más de 127.000 reproducciones en Instagram y más de 330.000 en YouTube, «**ES FÁCIL PASAR POR ALTO LA ADICCIÓN DE ALGUIEN CERCANO**»

¿**Qué es un consumo normal?** El alcohol tiene una particularidad respecto al resto de drogas y es que está por todas partes. Como ya hemos visto está legalizado y es muy común ver a nuestros padres, madres, familiares, adultos y adultas en general tomando un vaso de vino, una cañita... Los adultos suelen decir que ellos beben pero dentro de lo normal. ¿Qué es lo normal?

Instrucciones para la persona dinamizadora: Cada uno de los y las jóvenes debe generar una o dos afirmaciones (dependiendo del número de jóvenes en el grupo) indicando tipos de consumo que les parecen normales (por ejemplo: “beber un par de cubatas cuando sales de fiesta”). La persona dinamizadora puede añadir afirmaciones como por ejemplo: “no pasa nada por conducir con un par de cañas”. Cada una de estas afirmaciones se escribe en un folio. Cuando estén todos los folios escritos, se recogen y la persona dinamizadora empieza a leer uno por uno. En

una punta de la clase se deja un folio en el que ponga: **“NORMAL”** y en la otra punta otro folio en el que ponga **“NO NORMAL”**, ambos con un camino vacío en medio. Los y las jóvenes deben ir votando por cada una de las afirmaciones y situándolas en la esquina de lo normal o en la esquina de lo normal o en algún punto del camino que las une. El/la dinamizador/a debe ir haciendo preguntas y generando debate y reflexión sobre cada una de las afirmaciones, de tal forma que al terminar de analizar todos los folios se haya dibujado una línea que una los dos folios **“NORMAL”** y **“NO NORMAL”** porque estamos hablando de comportamientos que son difíciles de categorizar y que se encuentran en un continuo que cada uno evalúa de una forma distinta. Para una persona puede ser muy normal beber tres cervezas en un día y para otras eso se consideraría un problema. El/la dinamizador/a preguntará a los y las jóvenes qué piensan sobre el hecho de que haya habido tanto debate y que al final haya quedado una línea y no dos categorías y explicará que cada uno consideramos normal lo que hemos visto en casa, lo que la publicidad nos ha hecho pensar, lo que nuestro entorno considera normal...pero que es una cuestión compleja con la que cada uno tiene que hacer un análisis individual y valorar cuáles son sus límites para no perjudicar su propia salud.

A continuación, se les propone a los y las jóvenes hacer una foto al folio que más les haya llamado la atención y plantear una encuesta en una historia Instagram etiquetando a la fundación Esplai preguntando si eso es o no un consumo normal. El siguiente día se comentarán los resultados de las encuestas y los comentarios que hayan generado en las redes sociales de los y las jóvenes.

Organiza:



Financiado por:

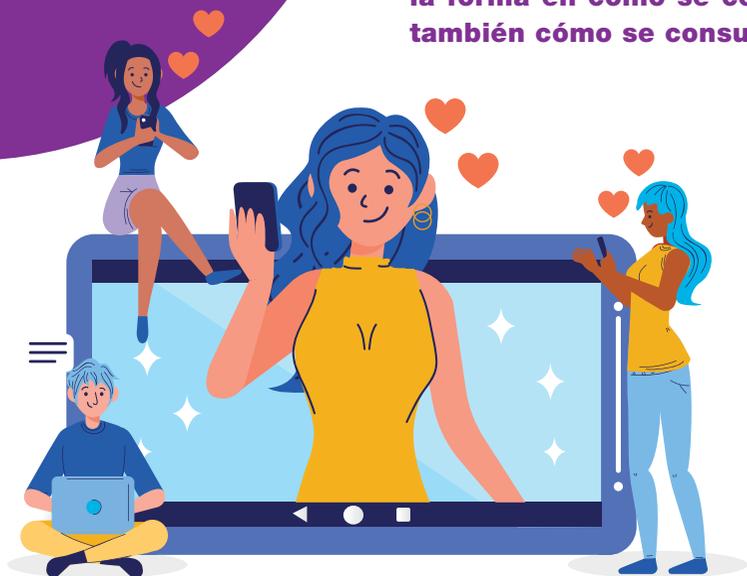


actividad 4

Analizando influencers

Los y las influencers se han convertido en referentes para muchas personas jóvenes que siguen sus publicaciones en Youtube o Instagram. Los hay de todo tipo y de todos los temas imaginables: ocio, videojuegos, cine, educación, moda, filosofía, música...

Gente como Elrubius o Dulceida son comunicadores en una sociedad digital donde la tecnología ha cambiado los contenidos, **la forma en cómo se comunican y también cómo se consumen.**



Sin embargo, como todo en Internet, no es oro todo lo que reluce y aunque hay influencers que te pueden ayudar a entender mejor las matemáticas como David Calle en su canal Unicoos o entender un poco más el mundo que nos rodea con el canal de El Cuellilargo, también los hay que se dedican a grabar y difundir el maltrato a otras personas como fue el caso de Reset, un joven que se dedicó a grabar a un mendigo al que ofrecía galletas Oreo rellenas de pasta de dientes, o Logan Paul que intentó hacer del suicidio de japoneses en un bosque de su país, algo con lo entretenerse.

Internet se nutre de nuestras decisiones y es la inteligencia colectiva la que deetermina si es un espacio para el respeto o algo que muestra las peores facetas del ser humano.

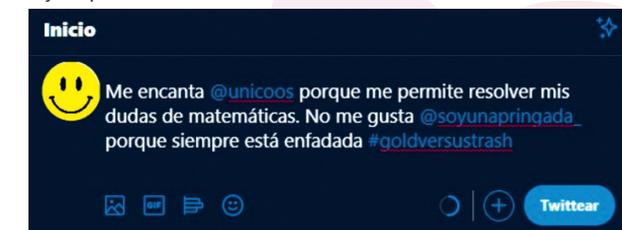
Los algoritmos que manejan Internet promueven aquello en lo que hacemos clic para indicar que nos gusta, y de nosotros depende dicha elección. Promover el **Trashtubing** (contenidos basura) o el **Goldtubing** (contenidos con valor) es una decisión personal y de uso crítico y reflexivo de Internet, y sobre esto os proponemos la siguiente actividad:

Actividad: tú decides que es Internet

Elige dos influencers que conozcas. Uno que recomiendes y otro que no, y comparte sus nombres de usuario, explicando en cada caso brevemente por qué te gusta uno y otro no.

Puedes publicarlo en tu canal de Twitter o Instagram usando el hashtag #goldversustrash el próximo 11 de febrero, día de Internet Segura.

Ejemplo:



actividad 5

¿Qué es el sexting?



Se trata del **envío de imágenes íntimas (tanto fotos como vídeos) de forma voluntaria por parte de la persona que aparece en ellas a otra(s) persona(s) a través de internet, especialmente a través del smartphone.**

Se distingue de otras prácticas debido a la voluntariedad (muchas veces las imágenes son creadas y enviadas por sus protagonistas), el contenido sexualmente explícito (no se trata de imágenes eróticas o sugerentes) y el uso de las tecnologías digitales.

El sexting no supone necesariamente un daño, dando por supuesto que ocurra dentro de los límites legales por cuestión de edad. Sin embargo, puede acarrear graves consecuencias para

las personas implicadas si las imágenes acaban en malas manos, así que debe tratarse como una práctica de riesgo.

Propuesta de actividad

A la hora de tratar el sexting con un grupo de jóvenes, es muy importante tener en cuenta la edad y la madurez de sus integrantes: ¿tienen la edad legal para consentir relaciones sexuales? ¿comprenden las posibles consecuencias asociadas a esta práctica de riesgo? Esto es necesario para poder tratar el tema de forma horizontal, no adultocéntrica y no paternalista. El grupo de jóvenes debe sentir que sus opiniones y decisiones son escuchadas y respetadas.

Teniendo en cuenta esto, proponemos dos actividades diferenciadas según la edad y madurez del grupo. Queda a discreción de la persona dinamizadora elegir el enfoque que considere más oportuno en base a las características del grupo.

Antes de realizar cualquiera de las dos actividades, recomendamos realizar una breve explicación sobre qué es el sexting. Se pueden usar los siguientes materiales de referencia:

- **Información sobre sexting, Internet Segura 4 Kids**
- **“Guía sobre adolescencia y sexting: qué es y cómo prevenirlo”, Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación.**
- **“PantallasAmigas y el sexting: informar, sensibilizar, empoderar”, PantallasAmigas.**

Actividad 1:

Decálogo de razones para no practicar sexting

Tras haber hablado en grupo sobre el sexting, las y los jóvenes deben pensar en 10 motivos por los cuales es preferible no realizar esta práctica. Si se trata de un grupo muy grande, se pueden dividir en grupos de 4-5 personas. En caso de que les cueste pensar en razones para no practicar sexting, la persona dinamizadora les puede orientar basándose en el recurso [“Pensar antes de sextear. 10 razones para no realizar sexting”](#), de PantallasAmigas.



Actividad 2:

Decálogo de recomendaciones para practicar sexting de forma segura

Si el grupo de jóvenes tienen la edad legal para consentir a relaciones sexuales y la madurez necesaria para entender las consecuencias de sus actos, mostrar una actitud moralista frente a las conductas sexuales puede ser contraproducente, además de paternalista. Por ello, en estos casos puede resultar interesante que las y los jóvenes piensen en formas de protegerse y mantenerse a salvo mientras practican sexting.

Igual que en el caso anterior, si no se les ocurren ideas, la persona dinamizadora les puede ayudar usando el recurso [“¿Has decidido sextear? Decálogo para el sexting seguro”](#), de PantallasAmigas.

En ambos casos, una vez elaborados los decálogos, estos pueden presentarse en forma de mural, pueden elaborarse posters, tarjetas... Así, las y los jóvenes pueden sensibilizar a otros grupos de jóvenes de su entorno.