



Ciberacoso y violencia de género en redes sociales

Análisis y herramientas de prevención

Coordinadora: María Ángeles Verdejo Espinosa

un
i Universidad
Internacional
de Andalucía
A

Ciberacoso y violencia de género en redes sociales: análisis y herramientas de prevención.

María Ángeles Verdejo Espinosa (Coordinadora).

Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 2015. ISBN: 978-84-7993-281-7. Enlace: <http://hdl.handle.net/10334/3528>

CAPÍTULO I

Redes sociales y ciberacoso. Análisis y prevención

María Ángeles Verdejo Espinosa
Universidad de Jaén

1. Introducción

Las Redes Sociales se están incrementando rápidamente en los últimos años, lo que proporciona una plataforma idónea para conectar a personas de todo el mundo y compartir sus intereses. Sin embargo, las Redes Sociales son un medio utilizado también para actividades de ciberacoso y debemos conocerlas y estar informados/as y prevenidos/as frente a esta lacra social.

España cuenta con una población *online* de 23 millones de personas. El 73% de esta población utiliza activamente las redes sociales. Un 73% dice que accede a las redes desde todos los dispositivos, el 68% únicamente desde ordenador (PC o portátil), el 46% desde *smartphone* y el 21% desde *tablet*. [1]

Por importancia, las tres redes más usadas en 2014/2015 por los/as internautas españoles son Facebook, Google+ y Twitter. El 88% de los/as españoles/as que utilizan Internet tiene cuenta en Facebook, el 59% en Google+ y el 56% en Twitter. La principal red profesional es LinkedIn, con un 32% de usuarios españoles sobre el total. Instagram y Pinterest son las redes que más crecen entre los/as usuarios/as españoles/as, con un 25% y 19% respectivamente. [1]

En este capítulo analizaremos las principales redes sociales existentes, su funcionamiento y estructura y las evaluaremos. Además estudiaremos los principales métodos de acoso en las redes sociales, *ciberbullying*, *sexting* y *grooming*, entre otros.

Según los últimos estudios, el segmento de edad que más accede a redes sociales vía teléfono móvil es el de edad comprendida entre 16 y 24 años. Este dato nos muestra que los/as jóvenes están conectados/as a redes sociales de forma permanente y que este puede ser un factor determinante para que se manifiesten las formas de acoso y control hacia las niñas y adolescentes.

2. Definición de redes sociales

El concepto de *red social* ha adquirido una importancia notable en los últimos años. Se ha convertido en una expresión del lenguaje común que asociamos a nombres como Facebook o Twitter. Pero su significado es mucho más amplio y complejo. Las redes sociales son, desde hace décadas, objeto de estudio de numerosas disciplinas. Alrededor de ellas se han generado teorías de diverso tipo que tratan de explicar su funcionamiento y han servido, además, de base para su desarrollo virtual. Con la llegada de la Web 2.0, las redes sociales en Internet ocupan un lugar relevante en el campo de las relaciones personales y son, asimismo, paradigma de las posibilidades que nos ofrece esta nueva forma de usar y entender Internet. Vamos a definir las redes sociales teniendo en cuenta todos estos matices con el fin de entenderlas mejor como fenómeno y herramienta. [3]

En sentido amplio, una red social es una estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe-Brown y

Jhon Barnes. Las redes sociales son parte de nuestra vida, son la forma en la que se estructuran las relaciones personales, estamos conectados mucho antes de tener conexión a Internet.

En antropología y sociología, las redes sociales han sido materia de estudio en diferentes campos, pero el análisis de las redes sociales también ha sido llevado a cabo por otras especialidades que no pertenecen a las ciencias sociales. Por ejemplo, en matemáticas y ciencias de la computación, la teoría de grafos representa las redes sociales mediante nodos conectados por aristas, donde los nodos serían los individuos y las aristas las relaciones que les unen. Todo ello conforma un grafo, una estructura de datos que permite describir las propiedades de una red social. A través de esta teoría, se pueden analizar las redes sociales existentes entre los/as empleados/as de una empresa y, de igual manera, entre los/as amigos/as de Facebook. [3]

Otras teorías sobre redes sociales han sido concebidas y analizadas por diferentes disciplinas, como la popular teoría de los Seis grados de separación, un hito de las redes sociales en Internet. Esta teoría sostiene que se puede acceder a cualquier persona del planeta en sólo seis "saltos", por medio de una cadena de conocidos las personas están relacionadas unas con otras a través de cinco intermediarios. Se basa en la idea de que el grupo de conocidos crece exponencialmente con los enlaces en cadena, y harían falta, únicamente, cinco de estos enlaces para cubrir la totalidad de la población mundial. Esta teoría ha sido muy estudiada y también cuestionada, pero con la aparición de Internet y el auge de las redes sociales *online* cada vez parece más fácil comunicarse con cualquier persona, exclusivamente, en seis pasos. [3]

Según la definición de la Real Academia Española de la Lengua, se define "Internet" como "*Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación*".

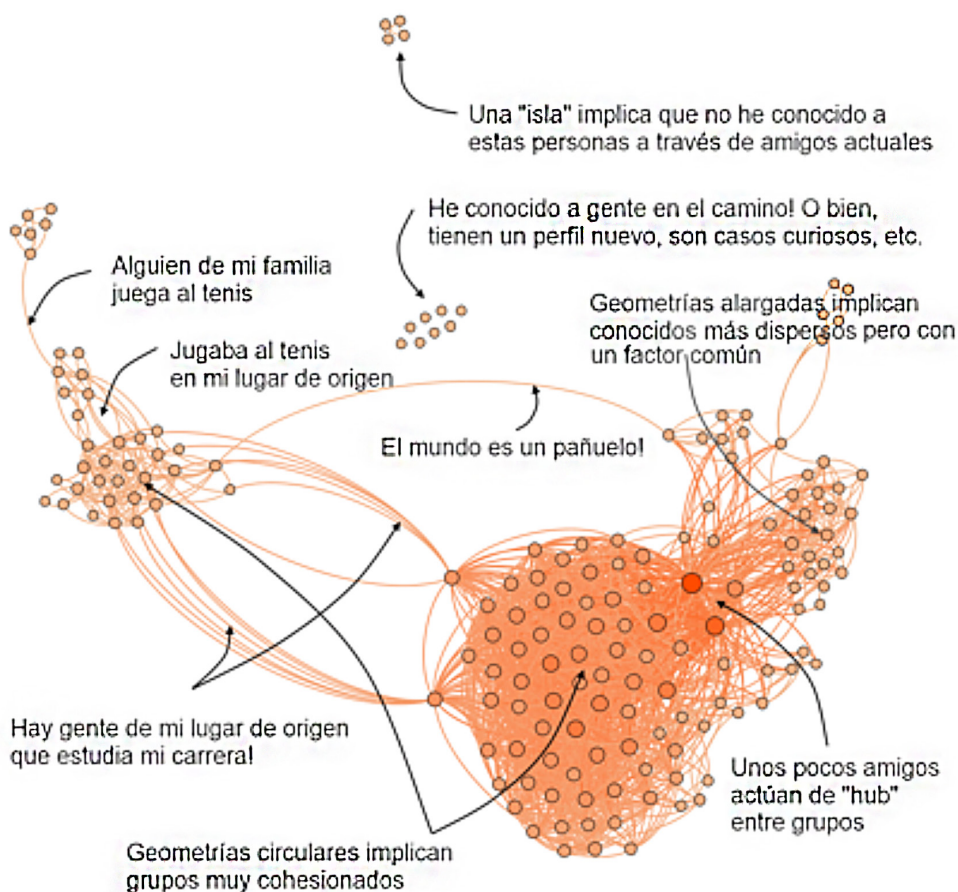


Fig. 1. Teoría de grafos y redes sociales. J. García, 2011.

La palabra "Web" se define como "red informática" y red se define como "conjunto de ordenadores o de equipos informáticos conectados entre sí que pueden intercambiar información". La llegada del concepto Web 2.0 revolucionó el concepto de red, las formas de comunicación y adoptó nuevas formas de colaboración y participación. La plataforma Web 1.0 era de sólo lectura y la Web 2.0 pasó a ser de lectura y escritura.

Los profesores de la Universidad de Indiana, Andreas M. Kaplan y Michel Haenlein, definen los medios sociales como "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenidos generados por el usuario". El cambio se da verdaderamente a nivel usuario, que pasa de ser consumidor de la Web a interactuar con ella y con el resto de usuarios de múltiples formas. El concepto de medios sociales hace referencia a un gran abanico de posibilidades de comunicación como blogs; juegos sociales; redes sociales; videojuegos multijugador masivos en línea (MMO); grupos de discusión y foros; microblogs; mundos virtuales; sitios para compartir vídeos, fotografías, música y presentaciones; marcadores sociales; etc. [3]



Fig. 2. Panorama de las Redes Sociales 2015. Fred Cavazza.

FredCavazza.net

Las herramientas 2.0 tienen en común la participación colectiva y la interacción con usuarios/as muy diversos. Esta nueva forma de comprender y utilizar Internet es una revolución imparable, las personas establecen relaciones, redes personales y los foros permiten crear perfiles, juegos sociales, espacios para compartir imágenes, música, vídeos, documentos o comunicación instantánea. Se pueden conformar redes sociales de trabajo, ocio, información, intereses comunes, juegos, ver vídeos en Youtube o seguir los comentarios del papa Francisco en Twitter.

Este mágico fenómeno social que se ha conformado en base a las redes sociales y a Internet es capaz de modificar nuestra interacción con el mundo, con nuestro entorno y también con otras culturas, otras gentes, otros espacios de nuestro Planeta. Hace unos años hacíamos una llamada de teléfono para comunicarnos, pero hoy, enviamos a través de las redes sociales nuestra situación geolocalizada para que nuestra familia o amistades sepan exactamente donde estamos. Incluso a través de imágenes, podemos mostrar lo que estamos haciendo en un determinado momento.

Las redes sociales se organizan en base a categorías, que pueden ser relacionadas con el trabajo, el ocio u otros intereses de los usuarios. Por ejemplo, Facebook nos muestra el número de amigos/as y LinkedIn categoriza los perfiles en función de su ocupación, lo que favorece el encuentro entre profesionales. [3]

Generalmente los/as usuarios de Redes Sociales están suscritos a varias cuentas o redes. Es difícil encontrar una persona que sólo use una red social, lo normal es que use varias de ellas e interactúe con una u otra en función de sus necesidades. Podemos trasladar nuestro estado de Twitter a Facebook, compartir un vídeo de Youtube y compartirlo en Facebook. Todo esto integra a los usuarios de un modo complejo, por lo que el concepto de servicio de red social se

diluye, y acaba siendo una combinación de posibilidades de comunicación.

Algunos/as especialistas teóricos en redes sociales definen los servicios de estas como herramientas informáticas que operan en tres ámbitos de forma cruzada, las denominadas "tres ces" (3C):

1. Comunicación, ayudan a poner en común conocimientos;
2. Comunidad, ayudan a encontrar e integrar comunidades;
3. Cooperación, ayudan a compartir y encontrar puntos de unión.

Podemos definir por tanto, según estas definiciones a las redes sociales *online* como estructuras sociales compuestas por un grupo de personas que comparten un interés común, relación o actividad a través de Internet, donde tienen lugar los encuentros sociales y se muestran las preferencias de consumo de información mediante la comunicación en tiempo real, aunque también puede darse la comunicación diferida en el tiempo, como en el caso de los foros. [3]

3. Historia de las redes sociales

No existe un consenso sobre cuál fue la primera red social. Como la mayoría de nosotros/as hemos experimentado en los últimos años, se han creado redes sociales que han desaparecido, se han modificado considerablemente o han sido absorbidas por otras tecnológicas y socialmente más avanzadas.

Se expone una cronología de la historia de las redes sociales o de hechos relevantes que conformaron estas en los últimos años.

1971. Se envía el primer *email* entre dos ordenadores situados uno al lado del otro.

1978. Ward Christensen y Randy Suess crean el **BBS** (Bulletin Board Systems) para informar a sus amigos sobre reuniones, publicar noticias y compartir información.

1994. Se lanza **GeoCities**, un servicio que permite a los usuarios crear sus propios sitios web y alojarlos en determinados lugares según su contenido.

1995. La Web alcanza el millón de sitios web, y **The Globe** ofrece a los usuarios la posibilidad de personalizar sus experiencias *online*, mediante la publicación de su propio contenido y conectando con otros individuos de intereses similares.

En este mismo año, Randy Conrads crea **Classmates**, una red social para contactar con antiguos compañeros de estudios. Classmates es para muchos el primer servicio de red social, principalmente, porque se ve en ella el germen de Facebook y otras redes sociales que nacieron, posteriormente, como punto de encuentro para alumnos y exalumnos.



Fig. 3. Imagen de Messenger. Microsoft.

1997. Lanzamiento de **AOL Instant Messenger**, que ofrece a los usuarios el chat, al tiempo que comienza el **blogging** y se lanza **Google**. También se inaugura **Sixdegrees**, red social que permite la creación de perfiles personales y listado de amigos, algunos establecen con ella el inicio de las redes sociales por reflejar mejor sus funciones características. Sólo durará hasta el año 2000.

1998. Nace **Friends Reunited**, una red social británica similar a Classmates. Asimismo, se realiza el lanzamiento de **Blogger**.

2000. En este año se llega a la cifra de setenta millones de ordenadores conectados a la red.

2002. Se lanza el portal **Friendster**, que alcanza los tres millones de usuarios en sólo tres meses.

2003. Nacen **MySpace**, **Linkedin** y **Facebook**, aunque la fecha de esta última no está clara puesto que llevaba gestándose varios años. Creada por el conocido Mark Zuckerberg, Facebook se concibe inicialmente como plataforma para conectar a los/as estudiantes de la Universidad de Harvard. A partir de este momento nacen muchas otras redes sociales como **Hi5** y **Netlog**, entre otras.

2004. Se lanzan **Digg**, como portal de noticias sociales; **Bebo**, con el acrónimo de "Blog Early, Blog Often"; y **Orkut**, gestionada por Google.

2005. **Youtube** comienza como servicio de alojamiento de vídeos, y **MySpace** se convierte en la red social más importante de Estados Unidos.

2006. Se inaugura la red social **Twitter**. **Google** cuenta con 400 millones de búsquedas por día, y **Facebook** sigue recibiendo ofertas multimillonarias para comprar su empresa. En España se lanza **Tuenti**, una red social enfocada al público más joven. Este mismo año, también comienza su actividad **Badoo**.

2008. **Facebook** se convierte en la red social más utilizada del mundo con más de 200 millones de usuarios/as, adelantando a **MySpace**. Nace **Tumblr** como red social de microblogging para competir con Twitter.

2009. **Facebook** alcanza los 400 millones de miembros, y **MySpace** retrocede hasta los 57 millones. El éxito de Facebook es imparable.

2010. Google lanza **Google Buzz**, su propia red social integrada con Gmail, en su primera semana sus usuarios publicaron nueve millones de entradas. También se inaugura otra nueva red social, **Pinterest**. Los usuarios de **Internet** en este año se estiman en 1,97 billones, casi el 30% de la población mundial.



Fig. 4. Logotipo de LinkedIn.

Las cifras son asombrosas: **Tumblr** cuenta con dos millones de publicaciones al día; **Facebook** crece hasta los 550 millones de usuarios; **Twitter** computa diariamente 65 millones de

tweets, mensajes o publicaciones de texto breve; **LinkedIn** llega a los 90 millones de usuarios profesionales, y **Youtube** recibe dos billones de visitas diarias.

2011. **MySpace** y **Bebo** se rediseñan para competir con Facebook y Twitter. **LinkedIn** se convierte en la segunda red social más popular en Estados Unidos con 33,9 millones de visitas al mes. En este año se lanza Google+, otra nueva apuesta de Google por las redes sociales. La recién creada **Pinterest** alcanza los diez millones de visitantes mensuales. Twitter multiplica sus cifras rápidamente y en sólo un año aumenta los tweets recibidos hasta los 33 billones.

2012. Actualmente, **Facebook** ha superado los 800 millones de usuarios, **Twitter** cuenta con 200 millones, y **Google+** registra 62 millones. La red española **Tuenti** alcanzó en febrero de este año los 13 millones de usuarios/as.

2014. Por importancia, las tres redes más usadas en 2014 por los internautas españoles son **Facebook, Google+ y Twitter.**

El 88% de los/as españoles/as que utilizan Internet tiene cuenta en **Facebook** (frente al 87% en 2013), el 59%



Fig. 5. VI Estudio de las RRSS iab Spain. Enero 2015.

en **Google+** (56% en 2013) y el 56% en **Twitter** (54% en 2013). La principal red profesional es **Linkedin**, con un 32% de usuarios/as españoles/as sobre el total. **Instagram y Pinterest** son las redes que más crecen, con un 25% y 19% de usuarios españoles de **redes sociales** respectivamente. [4]

4. Clasificación de las redes sociales

Se realizará una primera clasificación en función de las redes sociales en línea o conectadas a la red o fuera de línea, es decir, redes sociales *offline* o analógicas, en las que no se usa ningún dispositivo electrónico y redes sociales *online* o digitales, en las que se usan medios electrónicos. Pueden existir también las redes sociales mixtas, mezcla de los dos tipos anteriores. Por ejemplo, una red social *offline* podría ser

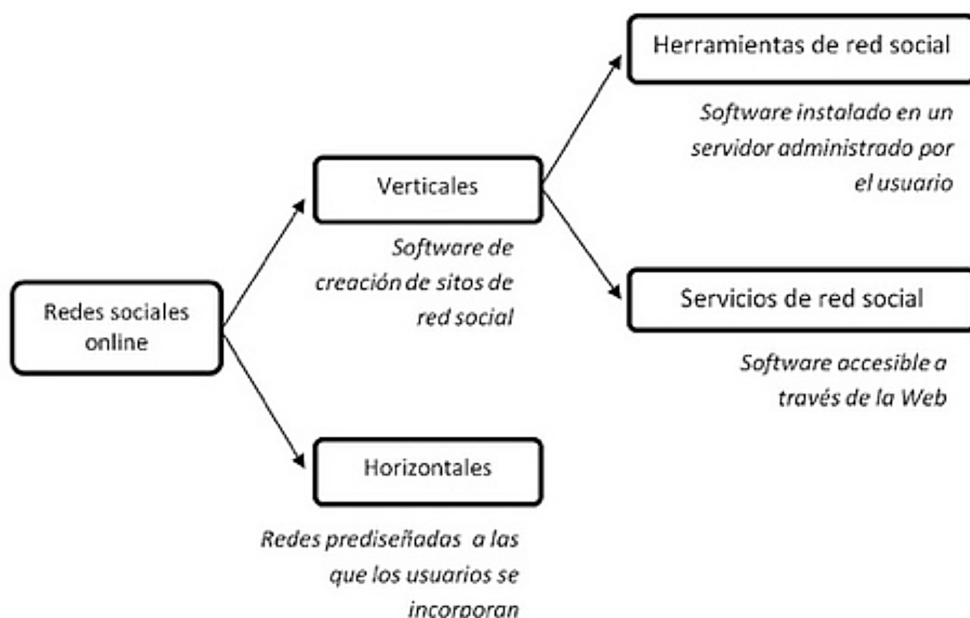


Fig. 6. Clasificación de redes sociales. Castañeda, Gonzalez y Serrano, 2011.

una asociación de mujeres interesadas en el arte ibero y una red social *online* podría ser un Facebook sobre el Seminario Interdisciplinar de Estudios de la Mujer de la Universidad de Jaén. Si la asociación de mujeres especializadas en arte ibero conforman un Facebook sobre esta temática, esta sería una red social mixta.

Dentro de las redes sociales *online* que son las que nos ocuparán en este capítulo, nos encontramos con las redes sociales horizontales o genéricas y las verticales, especializadas en alguna temática concreta.

4.1. Redes sociales horizontales

Las redes sociales horizontales no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico, y se centran en los contactos. La motivación de los usuarios al acceder a ellas es la interrelación general, sin un propósito concreto. Su función principal es la de relacionar personas a través de las herramientas que ofrecen, y todas comparten las mismas características: crear un perfil, compartir contenidos y generar listas de contactos [3]. Algunas de ellas son:

- **Facebook:** Red social gratuita creada por Mark Zuckerberg. Se desarrolló, inicialmente, como una red para estudiantes de la Universidad Harvard, pero desde hace unos años está abierta a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Permite crear grupos y páginas, enviar regalos, y participar en juegos sociales. Es una de las más populares en España, especialmente entre los mayores de 25 años.
- **Hi5:** Lanzada en 2003 y fundada por Ramu Yalaman-chi, está enfocada al público más joven por su evolución hacia desarrolladores de juegos sociales. La mayoría de sus usuarios son de América Latina.

- **MySpace:** Incluye blogs y espacios de interés social que permiten conocer el trabajo de otros usuarios, escuchar música y ver vídeos. Es muy utilizada por grupos musicales para compartir sus proyectos y crear grupos de seguidores.
- **Orkut:** Red social y comunidad virtual gestionada por Google, y lanzada en enero del 2004. Está diseñada para mantener relaciones, pero también para hacer nuevos amigos, contactos comerciales o relaciones más íntimas. Es una red muy popular en India y Brasil.
- **Sonico:** Orientada al público latinoamericano, y muy centrada en los juegos sociales con opciones de juegos multijugador.
- **Tuenti:** Red social española dirigida a la población joven. Se denomina a sí misma como una plataforma social de comunicación. Esta compañía española, inaugurada en noviembre de 2006, cuenta con más de 13 millones de usuarios. Aparte de las posibilidades comunes, dispone de Tuenti Sitios, Tuenti Páginas y Tuenti Juegos. Esta red es la más utilizada entre los menores de 25 años de nuestro país.
- **Bebo:** Esta red social, fundada en 2004, tiene por nombre el acrónimo de "Blog Early, Blog Often". Una de sus particularidades es que permite crear tres tipos de perfiles: públicos, privados y totalmente privados, lo que la convierte en una opción de alta privacidad.
- **Netlog:** Su público objetivo es la juventud europea y de América Latina. Es de origen belga y fue fundada en julio del 2003 por Lorenz Bogaert y Toon Coppens. Tiene más de 90 millones de



Fig. 7. Imagen de Google +.

usuarios registrados en 25 idiomas diferentes. Permite crear un espacio web propio y personalizarlo.

- **Google+:** La red social de Google tiene unas características comunes a las demás. Para registrarse es necesario disponer de una cuenta Gmail. Es una de las más importantes en España por número de usuarios. Una de sus ventajas son las videoconferencias, que permiten conversaciones con hasta nueve usuarios simultáneamente.
- **Badoo:** Fundada en 2006, ha tenido una enorme repercusión en los medios de comunicación por su crecimiento y perspectivas de futuro. Opera en 180 países con mayor actividad en América Latina, España, Italia y Francia. También ha sido criticada por su mala protección de la privacidad.

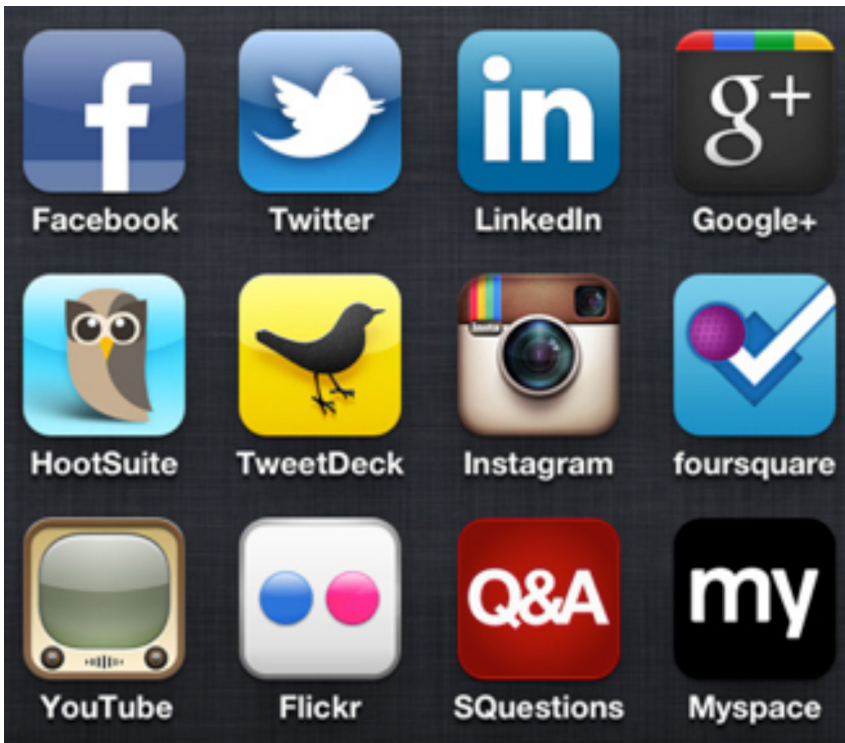


Fig. 8. Logotipos de algunas redes sociales.

4.2. Redes sociales verticales

En esta clasificación veremos las redes sociales especializadas por temática, intercambio de ideas o intereses comunes, actividades, etc. Cualquier red social, centrada en un tema concreto, daría lugar a una nueva categoría, por ello vamos a enumerar algunas de las temáticas más populares y prolíficas. Hablaremos de las redes sociales en relación a su actividad, referente a las funciones y posibilidades de interacción que ofrecen los servicios. Por último, exponemos una clasificación según el contenido compartido a través de ellas, puesto que éste es su cometido principal mediante el que se establecen las relaciones entre usuarios. [3]

4.2.1. Por temática

- **Profesionales.** Se presentan como redes profesionales enfocadas en los negocios y actividades comerciales. Los usuarios detallan en los perfiles su ocupación o el currículum académico. Las más importantes son: **Xing**, **Linkedin**, y **Viadeo**, que engloban todo tipo de profesiones, pero también existen otras específicas de un sector como **HR.com**, para los/as profesionales de recursos humanos, o **ResearchGate**, para investigadores científicos o **Womentalia**, para mujeres profesionales.
- **Identidad cultural.** En los últimos años, debido al poder de la globalización, se aprecia un incremento de referencia al origen por parte de muchos grupos que crean sus propias redes para mantener la identidad. Ejemplos de esto son: **Spaniards**, la comunidad de españoles en el mundo; y **Asianave**, red social para los asiático-americanos.
- **Aficiones.** Estas redes sociales están dirigidas a los/as amantes de alguna actividad de ocio y tiempo libre.

Por ejemplo: **Bloosee**, sobre actividades y deportes en los océanos; **Ravelry**, para aficionados al punto y el ganchillo; **Athlinks**, centrada en natación y atletismo; **Dogster**, para apasionados de los perros; o **Moterus**, relacionada con las actividades y el estilo de vida de motoristas.

- **Movimientos sociales**. Se desarrollan en torno a una preocupación social. Algunas son: **WiserEarth**, para la justicia social y la sostenibilidad; **SocialVibe**, conecta consumidores con organizaciones benéficas; o **Care2**, para personas interesadas en el estilo de vida ecológico y el activismo social o **Women**, red social para mujeres.
- **Viajes**. Las Redes Sociales de viajes han ganado terreno a las tradicionales a la hora de preparar una escapada. Conectan viajeros/as que comparten sus experiencias por todo el mundo. Podemos visitar: WAYN, TravBuddy, Travellerspoint, Minube o Exploroo.
- **Otras temáticas**. Encontramos, por ejemplo, redes sociales especializadas en el aprendizaje de idiomas, como Busuu; plataformas para talentos artísticos, como Taltopia; o sobre compras, como Shoomo. [3]

4.2.2. Por actividad

- **Microblogging**. Estas redes sociales ofrecen un servicio de envío y publicación de mensajes breves de texto. También permiten seguir a otros usuarios, aunque esto no establece necesariamente una relación recíproca, como los/as seguidores/as o *followers* de los famosos en Twitter. Dentro de esta categoría están: **Twitter**, Muugoo, Plurk, Identi.ca, Tumblr, Wooxie o Metaki
- **Juegos**. En estas plataformas se congregan usuarios para jugar y relacionarse con otras personas mediante

los servicios que ofrecen. A pesar de que muchos creen que son, simplemente, sitios web de juegos virtuales, las redes sociales que se crean en torno a ellos establecen interacciones tan potentes que, incluso, muchos/as expertos/as de las ciencias sociales han estudiado el comportamiento de los colectivos y usuarios dentro de ellos. Algunas son: **Friendster**, Foursquare, Second Life, Haboo, Wipley, Nosplay o World of **Warcraft**.

- **Geolocalización**. También llamadas de georreferencia, estas redes sociales permiten mostrar el posicionamiento con el que se define la localización de un objeto, ya sea una persona, un monumento o un restaurante. Ejemplos: Foursquare, Metaki, Ipoki y **Panoramio**.
- **Marcadores sociales**. La actividad principal de los usuarios de marcadores sociales es almacenar y clasificar enlaces para ser compartidos con otros y, así mismo, conocer sus listas de recursos. Estos servicios ofrecen la posibilidad de comentar y votar los contenidos de los miembros, enviar mensajes y crear grupos. Los más populares son: **Delicious**, Digg y Diigo.



Fig. 9. Imagen de Pinterest.

4.2.3. Por contenido compartido

- **Fotos**. Estos servicios ofrecen la posibilidad de almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías. Las más importantes en número de usuarios son: Flickr, Fotolog, **Pinterest** y Panoramio.
- **Música**. Especializadas en escuchar, clasificar y compartir música, permiten crear listas de contactos y conocer, en tiempo real, las preferencias musicales de

otros miembros. Ejemplos de estas redes sociales son: Last.fm, Blip.fm o Grooveshark.

- **Vídeos.** Los sitios web de almacenamiento de vídeos se han popularizado de tal manera que en los últimos años incorporan la creación de perfiles y listas de amigos para la participación colectiva mediante los recursos de los usuarios, y los gustos sobre los mismos. Algunos son: **Youtube, Vimeo**, Dailymotion, Pinterest y Flickr.
- **Documentos.** Por la red navegan documentos de todo tipo en formatos diversos, en estas redes sociales podemos encontrar, publicar y compartir los textos definidos por nuestras preferencias de una manera fácil y accesible. Su mayor exponente es **Scribd**, SlideShare y Slideboom.
- **Noticias.** Los servicios centrados en compartir noticias y actualizaciones, generalmente, son agregadores en tiempo real que permiten al/a la usuario/a ver en un único sitio la información que más le interesa, y mediante ella relacionarse estableciendo hilos de conversación con otros miembros. Algunos de ellos son: Me néame, Aupatu, Digg y Friendfeed
- **Lectura.** Estas redes sociales no sólo comparten opiniones sobre libros o lecturas, sino que además pueden clasificar sus preferencias literarias y crear una biblioteca virtual de referencias. Ejemplos de esta categoría son: Anobii, Librarything, Entrelectores, weRead y Wattpad



Fig. 10. Imagen de Youtube.

5. Servicios de las redes sociales

Los servicios de red social son plataformas de software que se presentan mediante una interfaz de usuario, para hacer el contenido accesible. La combinación tecnológica que se suele dar en ellas es LAMP, acrónimo de las iniciales de un conjunto de soluciones de software libre y código abierto, compuesto por: Linux, sistema operativo; Apache, servidor de páginas web; MySQL, sistema de gestión de bases de datos; y PHP, lenguaje de programación, aunque otras veces también usan Perl o Python. [3]

La tecnología de software marca la disponibilidad y el tiempo de respuesta en las redes sociales. La búsqueda de amigos o de fotografías, la inmediata publicación de las entradas en el muro, o la visualización de los contactos en un clic son posibles gracias a este software del que disponen los servicios de redes sociales.

Últimamente, algunas redes sociales han permitido que desarrolladores de software externos creen programas, aplicaciones web o complementos que incrementan la utilidad de sus servicios. Las aplicaciones web, propias de la Web 2.0, podemos usarlas accediendo a un servidor web mediante un navegador, al actualizarse y distribuirse dentro de él permiten una gran difusión y facilidad de uso, sin necesidad de instalación de software en nuestro ordenador, muchas de las redes sociales son aplicaciones web que, a su vez, integran otras externas.

Facebook nos permite compartir vídeos de Youtube, o la nueva aplicación Hootsuite gestionar simultáneamente varias redes sociales desde ella, entre otras acciones, permite publicar el mismo estado en todas las que hayamos añadido a esta aplicación. Los complementos, también llamados *plug-in*, son aplicaciones adicionales que se relacionan a una aplicación principal desde la que se ejecuta, e interaccionan-

do por medio de la API, interfaz de programación de aplicaciones, ofrecen una nueva función muy específica como, por ejemplo, los complementos que nos permiten ver la cuenta de Facebook en Google+, o nuestro estado de Tuenti en Twitter. [3]

5.1. Funcionamiento de los sitios web de redes sociales

El funcionamiento de las redes sociales se establece mediante las acciones de los/as usuarios/as, que interactúan de manera multidireccional a través de la misma. Con el registro y la creación de una cuenta, el usuario personaliza un perfil, y envía solicitudes a otros individuos de la red para establecer una conexión a través de ella. Los/as usuarios/as que aceptan la solicitud se convierten en miembros de la lista de contactos que conforma su red social, y viceversa. Una vez establecido el vínculo *online*, los usuarios pueden relacionarse compartiendo contenidos e información en general. [3]

Las prácticas sociales habituales son:

- Compartir contenido como fotografías, vídeos, páginas web, textos, música o noticias.
- Enviar mensajes privados a otros usuarios.
- Participar en juegos sociales que ofrece el servicio.
- Comentar el contenido compartido por otros/as usuarios/as.
- Publicar eventos para anunciar acontecimientos a su red de contactos.
- Hablar en tiempo real con uno o más usuarios mediante chat o sistemas de conversión grupal.
- Crear grupos exclusivos para determinados contactos.
- Publicar comentarios en el perfil o espacio personal de otros usuarios.

5.2. Sitios web para crear redes sociales

Estos sitios permiten al usuario crear sus propias redes sociales de forma rápida, y mediante unos pasos sencillos. Las opciones que existen actualmente ofrecen una alta funcionalidad sin necesidad de conocimientos expertos. Podemos compartir archivos a través de su servicio de almacenamiento en línea, y relacionarnos con las personas que consideremos en un entorno cerrado y a salvo de intromisiones o posibles fugas.

- **Ning:** Esta plataforma para crear un sitio web social se lanzó en 2005, y desde entonces no ha dejado de incrementar el número de usuarios/as. Su objetivo es proporcionar un servicio a quienes quieran disponer de una red especializada y adaptada a sus intereses sin muchas capacidades de programación, pero con un control medio de los códigos fuente. Ning ha sido muy utilizada por docentes para crear su propia red educativa. Aunque en sus inicios disponía de una opción de creación de red de manera libre, a partir de 2010 empezó a funcionar como un servicio de suscripción que ofrece tres formas de pago (en la página de inicio se pueden ver los planes de pago a través de la entrada *Pricing*). Se puede crear una prueba gratuita por 30 días. Las funciones que presenta son: foros de discusión, wikis, blogs, chat, compartir archivos, subir fotografías y vídeos, o crear grupos.
- **Grou.ps:** ofrece las mismas opciones que Ning excepto la de creación de grupos. También es un sitio de pago y sus precios son muy parecidos a los de Ning. Aparece en inglés pero es posible su configuración en castellano a lo largo del registro. Permite opciones de moderación de los contenidos y un eficaz panel de administrador para gestionar los grupos.

- **Shoutem:** ofrece un servicio para crear una red social de *microblogging*. Personalizable en cuanto a diseño y disposición de los contenidos, algunas de sus funciones y ventajas son: generación automática de suscripciones RSS, elección de límite de caracteres de los *post*, y dispone de una API de integración a Twitter. Esta plataforma permite configurar la red con acceso privado exclusivamente para sus miembros. Es un servicio gratuito y disponible en español.
- **SocialGo:** sitio británico para crear comunidades virtuales. Ofrece las posibilidades comunes de las redes sociales, parecidas al propio Facebook, como chat, mensajes, publicaciones o compartir archivos. No dispone de una versión gratuita, aunque permite probar sus servicios durante catorce días.
- **Wall.fm:** este sitio web para crear redes sociales ha ganado mucha popularidad últimamente por su sencillez de manejo y funcionalidad. Está parcialmente traducida al español y dispone de una versión gratuita, aunque, como otras plataformas, ofrece un espacio de almacenamiento limitado. La ventaja de este servicio es que nos permite trabajar con menores de edad, ideal para crear redes sociales educativas. También podemos incluir complementos de otras redes sociales y elementos como juegos.

6. Redes sociales educativas

La integración de la tecnología en la educación proporciona numerosos recursos a los/as docentes y, a su vez, familiariza a los/as estudiantes con un campo en el que van a tener que desenvolverse con soltura. La Web 2.0 nos ofrece herramientas interactivas y eficaces para la enseñanza y el aprendizaje,

que crean las características propias de los nuevos entornos educativos. El profesor 2.0 es un guía que conduce al alumnado enseñándoles a adquirir capacidades para que se valgan por sí mismos, y sigan aprendiendo en un mundo cambiante. [3]

El uso de las plataformas 2.0 no sólo permite la transmisión de un conocimiento concreto de forma rápida y la colaboración entre personas, sino que, además, desarrolla competencias tecnológicas imprescindibles para operar en contextos diversos y complejos. Aparte de estos conocimientos tecnológicos, hay que tener en cuenta las habilidades y aptitudes que los alumnos pueden adquirir a través de la educación 2.0. La socialización, el trabajo en equipo o la importancia de compartir son elementos que no se pueden enseñar directamente, hay que transmitirlos de manera que los aprendan intuitivamente mediante los recursos de los que disponemos. Algunas de estas plataformas o redes sociales educativas son:

- **Edmodo:** es una plataforma social educativa gratuita que proporciona un entorno cerrado y privado, a modo de microblogging, para padres, alumnos y profesores. Fundada en 2008 por Jeff O'Hara y Nic Borg, ha incrementado su número de usuarios hasta llegar a más de tres millones en la actualidad. Resulta un medio de comunicación seguro entre profesorado y alumnado, y entre los/as alumnos/as. Su sencillez de uso la convierte en un recurso accesible para conectar y colaborar. Ofrece las siguientes posibilidades: crear grupos, realizar publicaciones, enviar y recibir mensajes, compartir documentos y enlaces, poner calificaciones, enviar trabajos o tareas, y acceder a materiales, noticias y eventos. Pueden personalizarse los receptores de los mensajes y publicaciones, autorizando su visualización para el grupo o sólo para ciertas personas. Está traducida al inglés, español y portugués.

- **Redalumnos:** es una red social gratuita para mantener en contacto a profesorado, alumnado y familias. Es accesible a instituciones públicas y privadas, y permite impartir cursos a través de la web.
- **Educanetwork:** se basa en la consigna de aprender y enseñar en grupo. Pueden crearse grupos que permiten crear cursos; compartir contenidos, como materiales, documentos, vídeos o apuntes; chatear; incluir test multimedia; y organizar eventos. Está disponible en inglés y español, y se presenta como una empresa diferente e innovadora creado por y para personas interesadas en la nueva educación.
- **Diipo:** red social didáctica y colaborativa que permite la creación de blogs y proyectos. Ofrece la conexión con otros profesores/as y relacionar nuestras clases con otras que elijamos dentro de su red. Presentan su interfaz de usuario como accesible y familiar, con un modelo parecido al de Facebook. Está sólo disponible en inglés.
- **Edu 2.0:** entorno de *e-learning* gratuito, sencillo de manejar y disponible en español. Cada organización recibe un portal propio para personalizar. Incluye creación de grupos, registro de notas, *chat*, foros, noticias, wikis, blogs, mensajería, controles de asistencia, encuestas, portafolio, etc. Es una red muy completa y segura pensada para trabajar con niños/as y colegios.
- **Internet en el aula:** es la Red social docente creada por el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y Formación del Profesorado del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Se define como comunidades de docentes que comparten experiencias y recursos para el uso de Internet en el aula.

Internet en el aula ofrece una amplia gama de recursos y herramientas para el trabajo colaborativo. Dispo-

ne de blogs para exponer ideas y experiencias; multimedia para subir y compartir fotografías, vídeos y *podcast*; y eventos para mantener al día la agenda educativa. Los grupos de trabajo acogen temáticas diversas como Trabajar las ciencias sociales en la Web 2.0, Lenguas extranjeras o Matemáticas y TIC, entre otros; al igual que los foros de discusión, donde los docentes pueden proponer y conversar sobre asuntos diferentes, uno de ellos, centrado en Buenas Prácticas 2.0, cuya página, blog y wikididáctica podemos visitar desde la red. Internet en el aula es “un mundo dedicado a la educación” que facilita y enriquece la labor de aprender y enseñar en el entorno dinámico y versátil en el que nos encontramos. [3]

- **Eduredes:** Creada por el experto en redes sociales educativas Juan José de Haro Ollé, esta red social, que también utiliza la plataforma Ning, sirve de punto de encuentro y lugar de intercambio de experiencias a los docentes, profesionales de la educación y personas interesadas en el aprendizaje y enseñanza mediante las redes sociales. Es necesario registrarse y las posibilidades que ofrece son: crear un perfil; crear y participar en foros de discusión; y compartir eventos, imágenes, vídeos y documentos. Cuenta con más de 3000 miembros de todo el mundo. La información que contiene sobre el uso de las redes sociales aplicadas a la educación es muy útil y completa.



Fig. 11. Internet en el aula. Red social educativa.

- **Maestroteca:** es un directorio donde encontrar diferentes redes sociales creadas específicamente para tratar temas educativos. Están clasificadas por temas, y también disponen de contenidos para compartir como periódicos, vídeos y juegos educativos, entre otros.

Estas redes sociales son espacios de intercambio entre personas e instituciones de distintos lugares del mundo, con objetivos claros y comunes, como compartir recursos, materiales y experiencias sobre educación, y sobre las propias redes sociales aplicadas a ella. A través de estos entornos, los/as docentes colaboran y participan formando parte de una comunidad, que ofrece posibilidades tanto de enseñanza como de aprendizaje.

7. Ciberacoso en redes sociales

Según el análisis de 400 estudios realizados en el contexto europeo sobre los riesgos asociados al uso de las TIC, el 50 % de las y los adolescentes europeos ha dado información personal *online*, el 40 % ha visto pornografía online, el 30 % ha visto contenidos violentos y el 20 % ha sido víctima de *cyberbullying* (acoso virtual por parte de sus iguales). Sin embargo, el análisis general de las estadísticas sin ser desagregadas por género no permite conocer ni reconocer si los riesgos del uso y la exposición personal en las redes sociales afectan especialmente al colectivo femenino, o en qué medida. Así, un estudio realizado en 2010, preguntaba a las y los adolescentes si habían utilizado Internet para perjudicar a alguien (con el envío de fotos, vídeos o comentarios), o si habían sido perjudicadas o perjudicados por alguien, encontrando diferencias en cuanto a que las chicas se percibían más víctimas que los chicos y ellos reconocían en mayor proporción haber sido perpetradores de ese comportamiento. [7]

7.1. Definición de Acoso y Ciberacoso

El **acoso** es un comportamiento agresivo y no deseado entre niños/as en edad escolar que involucra un desequilibrio de poder real o percibido. El comportamiento se repite o tiende a repetirse con el tiempo. Tanto los/as niños/as que son acosados como los que acosan pueden padecer problemas graves y duraderos. Para que se lo considere acoso, el comportamiento debe ser agresivo e incluir:

- Un desequilibrio de poder: los/as niños/as que acosan usan su poder (como la fuerza física, el acceso a información desagradable o la popularidad) para controlar o dañar a otros. El desequilibrio de poder puede cambiar con el transcurso del tiempo y en diferentes situaciones, incluso si se involucra a las mismas personas.
- Repetición: los comportamientos acosadores suceden más de una vez, o bien tienen el potencial de producirse más de una vez.

El acoso incluye acciones como amenazas, rumores, ataques físicos y verbales, y la exclusión de alguien de un grupo de manera intencional. [6]

Según Bocij y McFarlane (2002), el **ciberacoso** es un conjunto de comportamientos mediante los cuales una persona, un conjunto de ellas o una organización usan las TIC para hostigar a una o más personas. Dichos comportamientos incluyen, aunque no de forma excluyente, amenazas y falsas acusaciones, suplantación de la identidad, usurpación de datos personales, daños al ordenador de la víctima, vigilancia de las actividades de la víctima, uso de información privada para chantajear a la víctima, etc.

Royakkers (2000), en otra de las definiciones más referidas, mantiene que el ciberacoso es una forma de invasión

en el mundo de la vida de la víctima de forma repetida, disruptiva y sin consentimiento utilizando las posibilidades que ofrece Internet. Estas actividades tienen lugar entre personas que tienen o han tenido alguna relación y se produce por motivos directa o indirectamente vinculados a la esfera afectiva. De esta forma, en alguna medida, el ciberacoso tiene un importante componente emotivo como los celos, la envidia o, nuestro objeto de estudio, la violencia de género. Una marca importante del ciberacoso, según Royakkers, es que los actos separados que componen la intrusión no tienen por qué significar, por sí mismos, abuso. Sin embargo, tomado en su conjunto (efecto acumulativo) sí constituyen un problema. [8]

Como vemos, existe una importante variedad de conceptos y nombres para referirse a actividades en las que unas personas ejercen algún tipo de poder sobre otras utilizando las plataformas tecnológicas de comunicación.

7.2. Tipos de acoso

Según el observatorio *Stopbullying* para la prevención de la violencia y el acoso escolar del gobierno de Estados Unidos, existen tres tipos de acoso:

- El acoso verbal. Consiste en decir o escribir cosas desagradables.
 - Burla.
 - Insultos.
 - Comentarios sexuales inapropiados.
 - Provocaciones.
 - Amenazas de producir algún daño.
- El acoso social. Consiste en dañar la reputación o las relaciones de una persona.
 - Dejar a una persona de lado a propósito.

- Decirle a otros/as niños/as que no deben ser amigos de una persona.
- Divulgar rumores acerca de una persona.
- Avergonzar a una persona en público.
- El acoso físico. Consiste en lastimar a una persona o dañar sus pertenencias.
 - Golpear/patear/pellizcar.
 - Escupir.
 - Hacer tropezar/empujar.
 - Tomar o romper las cosas de otra persona.
 - Hacer gestos desagradables o inadecuados con la mano.

Enumeraremos y explicaremos los distintos tipos de ciberacoso que actualmente están presentes entre los/as niños/as y adolescentes. Existen diversas fuentes para definirlos y abordaremos algunas de ellas.

7.2.1. *Cyberbullying*

El *cyberbullying* es el uso de los medios telemáticos (Internet, telefonía móvil y videojuegos *online* principalmente) para ejercer el acoso psicológico entre iguales. [9]

El *cyberbullying* que se produce a lo largo del periodo de escolarización de los/as niños/as y se refiere al uso de redes sociales, sitios Web o blogs para difamar o acosar a compañeros de escuela o, en general, a personas pertenecientes al grupo de iguales, sin que intervengan personas adultas.

Otras fuentes la definen como acoso entre iguales en el entorno TIC e incluye actuaciones de chantaje, vejaciones e insultos de niños/as a otros/as niños/as. En una definición más exhaustiva, se puede decir que el *cyberbullying* supone la difusión de información lesiva o difamatoria en formato electrónico a través de medios de comunicación, redes sociales,

mensajería de texto a través de teléfonos o dispositivos móviles o la publicación de vídeos y fotografías en plataformas electrónicas de difusión de contenidos. [10]

Habitualmente la actividad de *ciberbullying* comporta la comisión de varios delitos entre los que destacan las injurias, las calumnias, las amenazas y las coacciones. El *ciberbullying* o acoso entre menores es la traslación al mundo digital del acoso escolar, con el agravante de la ubicuidad, la viralidad, la mayor exposición temporal y, de forma preocupantemente creciente, el anonimato y la suplantación de identidad. Son cada vez más frecuentes los casos en los que menores de edad crean perfiles en redes sociales haciéndose pasar por compañeros de clase y publican contenido vejatorio o tratan de obtener insidiosamente datos personales e información sensible de éstos o sus allegados. Inconscientes de la gravedad de sus acciones o plenamente conscientes pero bajo la falsa seguridad que aporta el anonimato en la red y con sensación de impunidad, cometen faltas y delitos en cadena en la Red. [2]

En mayo de 2015 ocurrió un caso en España, la víctima, una niña de 16 años decidía poner fin a su vida, anunciándolo previamente mediante whatsapp a sus compañeros/as y amigos/as. Les decía que estaba cansada de vivir y posteriormente se suicidó. Esta niña padecía una discapacidad reconocida, tanto a nivel motor como intelectual, del 30% y el 40%, respectivamente, que se traducían en una manifiesta inmadurez que la hacía comportarse y sentir emocionalmente como una niña de 10 años, esto era motivo de burla entre algunos/as compañeros/as. Este triste caso se suma a otros, como el de la niña de 14 años que se suicidó en Gijón, porque se sentía acosada y vejada en el colegio.

El *ciberbullying* se caracteriza por los siguientes aspectos:

- Que el acoso se dilate en el tiempo.
- Que el acoso no sea de índole sexual.

- Que víctima y acosador/a sean de edades similares.
- Que el medio utilizado sea tecnológico, es decir, internet, redes sociales, teléfonos móviles, etc.

7.2.2. *Grooming*

El *grooming* es un acoso ejercicio por un adulto hacía un menor y se refiere a acciones realizadas deliberadamente para establecer una relación y control emocional sobre uno niño o niña o adolescente con el fin de concluir con un abuso sexual. Son situaciones de acoso con el objetivo de abuso sexual implícito o explícito. [10]

Como vimos anteriormente, el *ciberbullying* se refiere a acoso entre iguales, mientras que en el *grooming* el acosador es un adulto.

En ambos casos, los delitos ya existían en la normativa legal, pero se han adaptado al nuevo entorno tecnológico y a las redes sociales para cometer los delitos de forma más ágil, fácil y con suplantación de identidad o falsedad. Habitualmente estos casos acaban en tráfico de pornografía infantil, abusos físicos o psicológicos hacía los menores y encuentros reales entre acosadores y víctimas.

El *grooming* y el *ciberbullying* son dos de los principales riesgos de ciberacoso que se producen en Internet y en las plataformas de Redes Sociales, por lo que es fundamental la formación de padres, madres, educadores/as, profesorado y protocolos de prevención y actuación, para que se detecten estos casos y puedan solucionarse sin consecuencias para el menor.

En caso del *grooming*, se producen varias etapas claves para la consecución del delito:

- Fase de amistad: toma de contacto con el menor para conocer sus gustos, preferencias y entablar amistad.

- Fase de relación: se producen relaciones y contactos más íntimos entre víctima y acosador/a. Se consolida la confianza entre ambos y se recoge más información del menor para incrementar el acoso.
- Componente Sexual: frecuentemente se hacen alusiones a relaciones sexuales, a envío de imágenes con contenidos sexual y se incita al menor a estas acciones.

7.2.3. Sexting

El *sexting* consiste en el envío de contenidos de tipo sexual (principalmente fotografías y/o vídeos) producidos generalmente por el propio remitente, a otras personas por medio de teléfonos móviles u otro dispositivo tecnológico según nos indica la *Guía sobre sexting* elaborada por INTECO. [11]

Por ejemplo, si una menor envía fotografías con contenido erótico, a través de WhatsApp a un compañero o amigo del colegio o las publica en su perfil de una red social. Un contenido de carácter sexual, generado de manera voluntaria por su autora, pasa a manos de otra u otras personas. A partir de aquí, puede entrar en un proceso de reenvío masivo multiplicándose su difusión.

La intención de la joven era sólo que la viese una única persona, pero el remitente ha decidido publicarla en redes sociales, enviarla a amigos/as o a otros medios o plataformas digitales, por lo que en pocos días puede que la imagen haya sido vista por millones de personas.

Si tenemos en cuenta las cifras de los/as jóvenes que tienen dispositivos móviles, tabletas digitales y redes sociales, vemos que este fenómeno de acoso se puede convertir en un problema de grandes dimensiones. Según los datos de INTECO, en España, 2 de cada 3 menores de 10 a 16 años (un 64,7%) posee un terminal de telefonía móvil propio. Este

porcentaje aumenta con la edad y se generaliza entre los adolescentes (de 15 a 16 años): un 89,2% tiene teléfono móvil. El 88,6% de los menores españoles con móvil entre 10 y 16 años hace fotografías con su terminal, el 48,2% las envía a otras personas, y el 20,8% las publica en Internet. [11]

Sexting es una palabra tomada del inglés que une "Sex" (sexo) y "Texting" (envío de mensajes de texto vía SMS desde teléfonos móviles). Aunque el sentido original se limitase al envío de textos, el desarrollo de los teléfonos móviles ha llevado a que actualmente este término se aplique al envío, especialmente a través del teléfono móvil, de fotografías y vídeos con contenido de cierto nivel sexual, tomadas o grabados por el protagonista de los mismos. Relacionado con el Sexting se encuentra el llamado *sex-casting*. Con este término se identifica la grabación de contenidos sexuales a través de la webcam y difusión de los mismos por *e-mail*, redes sociales o cualquier canal que permitan las nuevas tecnologías. [11]

Los/as menores no tienen consciencia del problema que puede surgir al enviar fotografías comprometidas de su físico a través de plataformas digitales y redes sociales. No piensan en las consecuencias porque generalmente no se les ha informado adecuadamente, desde la familia o el colegio. Además en muchos hogares se visualiza a los/as menores como expertos en tecnologías y los padres y madres no se toman en serio las herramientas de control que deben ejercer sobre sus hijos/as y sobre todo la información que deben ofrecerles.

Por desgracia, en muchas ocasiones, existe una importante brecha digital entre educadores y jóvenes, tanto en la familia como en el ámbito educativo. Esta brecha hace que la información no fluya de forma correcta en ambas direcciones y que el/la menor se suponga de un poder de uso y de conocimiento de las redes sociales y de las tecnologías digitales que no corresponde realmente con su edad.

Es importante mencionar que, en la práctica, los riesgos son diversos y difícilmente se encuentran aislados. Normalmente, las situaciones de *sexting* derivan en diferentes amenazas que aparecen entrelazadas.

Los riesgos y consecuencias para el /la menor son múltiples y se interrelacionan varios aspectos:

- Privacidad: existe una pérdida de la privacidad del adolescente. Una vez que se envía algo, se pierde el control sobre su difusión. Algunas fotografías pueden llegar a manos de pedófilos.
- Psicología del menor: el/la menor pueden entrar en un profundo abatimiento psicológico debido a la humillación y sentimiento de culpabilidad de la difusión de sus imágenes privadas e íntimas.

El *sexting* puede derivar en *ciberbullying*, al sentirse el / la menor acosada por compañeros/as y amigos que han visualizado la imagen o el vídeo comprometido.

La/el menor puede recibir *sextorsión*, es decir, puede verse extorsionado/a por las personas que tienen las fotografías o vídeos privados y obligarse a realizar acciones en contra de su voluntad.

Como se recomienda en la guía del INTECO, es necesario hacer hincapié en la prevención, y ésta pasa principalmente por inculcar en los menores una cultura de la privacidad. Es decir, conseguir que los menores sean conscientes de los riesgos existentes al exponer datos personales públicamente y valoren la privacidad de sus datos. La medida esencial al respecto es hablar con ellos de forma razonada sobre estos temas, debatiendo los riesgos posibles y los casos de actualidad a la vez que se genera un ambiente de confianza que facilite que el menor exponga sus ideas y problemas y así reflexione sobre las posibles consecuencias. Es importante que

los padres, madres y educadores sean capaces de trasladar a los menores la confianza suficiente como para que, ante una incidencia en la Red, recurran a la opinión experta de un adulto. [11]

8. Conclusiones

En este capítulo hemos abordado en primer lugar la tipología, definiciones y características de las principales redes sociales existentes y las que gozan de un mayor uso por parte de los/as menores. En un segundo bloque se han analizado los principales tipos de ciberacoso existentes, definiciones, clasificación, etc. En posteriores capítulos de esta publicación se abordarán las Claves para la protección de la infancia y la adolescencia en las redes sociales, el papel de las redes sociales en la formación de los/as menores y la seguridad y privacidad de estos/as, además de las responsabilidades legales acaecidas por este fenómeno.

En capítulos posteriores se analiza la Violencia de Género en las redes sociales como una forma de ciberacoso tecnológicamente diferente a los tipos de violencia que se usan fuera de los medios digitales, pero muy similar en cuanto a las consecuencias y riesgos para las mujeres y adolescentes.

También se explicarán distintas fórmulas de protección y prevención de los/as menores frente a esta lacra, mediante la lectura y análisis de distintos estudios, programas y proyectos que se están desarrollando en España y otros países de la Unión Europea y América.

El desarrollo y definitiva consolidación de la sociedad de la información y del conocimiento está estableciendo la posibilidad de generar nuevos modos de relación social, modificar las identidades sociales y sentar las bases para la emergencia de nuevos riesgos, así como de redefinir los preexistentes.

Especialistas de todo el mundo han comenzado a interesarse por cómo estas nuevas formas de relación social *online* están afectando y modificando los comportamientos y prácticas habituales existentes previamente en la sociedad y, a la inversa, estudian cómo las estructuras de relación social propias de las relaciones offline de la vida cotidiana se están trasladando al ámbito digital de Internet y las redes sociales. [8]

La importancia del elemento afectivo en la definición del ciberacoso permite establecer un vínculo entre la violencia de género y este tipo de prácticas que, por otra parte, suponen el intento de dominación y sumisión de una persona por parte del acosador. Así, mediante el ciberacoso se ejerce la violencia de género en el mundo digital de Internet y las redes sociales en tanto que el acosador (hombre) y la acosada (mujer) mantienen o han mantenido una relación de pareja. [8]

Es necesario hacer hincapié en la prevención, y ésta pasa principalmente por inculcar en los menores una cultura de la privacidad. Es decir, conseguir que los menores sean conscientes de los riesgos existentes al exponer datos personales públicamente y valoren la privacidad de sus datos. La medida esencial al respecto es hablar con ellos de forma razonada sobre estos temas, debatiendo los riesgos posibles y los casos de actualidad a la vez que se genera un ambiente de confianza que facilite que el menor exponga sus ideas y problemas y así reflexione sobre las posibles consecuencias. Es importante que los padres, madres y educadores sean capaces de trasladar a los menores la confianza suficiente como para que, ante una incidencia en la Red, recurran a la opinión experta de un adulto. [11]

9. Bibliografía

- [1] OBS Social 2015. *Informe sobre Redes Sociales*, 2015.
- [2] Burgueño. *Clasificación de las Redes Sociales*, 2009.
- [3] *Redes Sociales. Internet 2.0*. Observatorio Tecnológico del Ministerio de Educación, cultura y deporte. 2014.
- [4] *OBS Social 2015. Análisis y tendencias de las redes sociales*.
- [5] *VI Estudio de las RRSS iab Spain*. Enero, 2015.
- [6] *Stopbullying*. EEUU, 2015.
- [7] *La tecnología en la preadolescencia y adolescencia: Usos, riesgos y propuestas desde los y las protagonistas*. Save The Children, 2010.
- [8] Torres, Alberó. 2012. *El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud*.
- [9] *Pantallas Amigas*. Cyberbulling.com
- [10] INTECO.2011. *Guía Legal sobre cyberbullying y grooming*.
- [11] INTECO.2011. *Guía sobre adolescencia y sexting, qué es y cómo prevenirlo*.
- [12] Bocij, P. (2010). "Victims of cyberstalking: An exploratory study of harassment perpetrated via the Internet". *First Monday*, 8, 12-28.
- [13] De Marco, S., Robles, J.M. y Antino, M. (2012). *The Internet skills as key factor for digital political participation in Spain*.
- [14] Martínez, A. y Ortigosa, R. (2010). "Una aproximación al Cyberbullying". En J. García González (Ed.), *Ciberacoso: la tutela penal de la intimidación, la integridad y la libertad sexual de Internet*. (15- 28) Barcelona: Editorial Tirant lo Blanch.
- [15] ONTSI (2011). *Redes Sociales en Internet*, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Red.es, diciembre 2011

- [16] Telefónica, Informe (2012). *La sociedad de la información en España 2011*, Barcelona: Colección Fundación Telefónica, Ariel.
- [17] Avilés, J.M., Irurtia, M.J., García-López, L.J. & Caballo, V. E. (2011). "El maltrato entre iguales: bullying". *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 19, 57-90.
- [18] Buelga, S., Cava, M.J. & Musitu, G. (2010). "Cyberbullying: Victimización entre adolescentes a través del teléfono móvil y de Internet". *Psicothema*, 22, 784-789.
- [19] Cabello, P. (2013). "A Qualitative Approach to the Use of ICTs and its Risks among Socially Disadvantaged Early Adolescents and Adolescents in Madrid, Spain. Communications". *The European Journal of Communication Research*, 38, 61-83. (DOI: <http://doi.org/vnx>).
- [20] Del-Río, J., Sábada, C.H. & Bringué, X. (2010). "Menores y redes ¿sociales?: de la amistad al cyberbullying". *Revista de estudios de juventud*, 88, 115-129.
- [21] Delegación del Gobierno para la violencia de género (2013). *El ciberacoso como forma de ejercer la violencia de género en la juventud: Un riesgo en la sociedad de la información y del conocimiento*. (<http://goo.gl/RmnBYM>) (05-02-2014).
- [22] Eurostat (2014). *Information Society Statistics*. (<http://goo.gl/XPq60r>) (10-09-2014).
- [23] Garaigordobil, M. (2011). *Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión*.
- [24] *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 11, 233-254.
- [25] Sticca, F., Ruggieri, S., Alsaker, F. & Perren, S. (2013). "Longitudinal Risk Factors for Cyberbullying in Adolescence". *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 23, 52-67.
- [26] Cyberbullying y Privacidad. 2011. *Guía para profesores. European Superkids Online*.

- [27] Programa KIVA contra el acoso escolar. *Guía para educadores*.
- [28] Garmendia, Martínez, y otros. 2014. "Los menores en internet. Usos y seguridad desde una perspectiva europea". *Quaderns del cat*. ISSN. 2014-2242.
- [29] *Educación para proteger. Guía para padres y madres de adolescentes*. Junta de Andalucía. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. 2012.
- [30] *Uso de las Nuevas Tecnologías por la Infancia y Adolescencia*. Informe 2010. Junta de Andalucía.

http://cert.inteco.es/Proteccion/Menores_protegidos/

<http://ciberdelitos.blogspot.com/>

<http://observatorio.inteco.es>

<http://www.cuidadoconlawebcam.com>

<http://www.cuidatuimagenonline.com/>

<http://www.e-legales.net/>

<http://www.osi.es>

<http://pantallasamigas.net>

<http://www.sexting.es/>

<http://www.sextorsion.es/>

<http://www.stop-sexting.info/>