

Universidad de Valladolid

FACULTAD DE EDUCACIÓN DE SEGOVIA

GRADO EN EDUCACIÓN PRIMARIA

TRABAJO FIN DE GRADO

**“Claro que tengo redes sociales”: Uso de las
redes sociales y medios en alumnado de
Educación Primaria**

Autor: Abdellah Essalhi

Tutora académica: Ruth Pinedo González

Curso académico: 2020/21

Agradecimientos

Este trabajo fin de grado ha sido realizado en el marco del proyecto de investigación “Verdad y ética en las redes sociales. Percepciones e influencias educativas en jóvenes usuarios de Twitter, Instagram y YouTube (Internética)”, financiado por la convocatoria de proyectos de I+D+i del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de 2019

(PID2019-104689RB-I00)

RESUMEN

Este Trabajo Fin de Grado plantea un estudio relacionado con la presencia de la ética y el pensamiento crítico en la educación y especialmente sobre las redes sociales. Dado que estas últimas son una realidad muy cercana al alumnado de Educación Primaria (en adelante EP), cabe mencionar que, aunque su edad legal no lo permite, la presencia del alumnado en ellas es obvio, por lo que se hace necesario observar y analizar el comportamiento y los riesgos a los que están expuestos los niños y niñas de esta etapa educativa. Por ello, partiendo de la idea de que no existen estudios de campo que analicen de forma concreta como interactúa el alumnado de la etapa de primaria en las redes sociales (en adelante RRSS), este proyecto de investigación se plantea un enfoque totalmente innovador y único en su ámbito, y por lo que se debe tener en cuenta la importancia que tiene dentro de una sociedad que está viviendo cambios en todas las facetas a una velocidad indescriptible. Este estudio sigue una metodología cualitativa con alcance descriptivo. Se han utilizado dos instrumentos ad hoc para la recogida de datos y un muestreo no probabilístico. Como resultados principales se ha encontrado un uso muy generalizado de las RRSS en alumnado de Educación Primaria por lo que están expuestos a numerosos riesgos sin ser plenamente conscientes de los mismos. Se puede concluir que se hace necesaria una mayor educación mediática en los centros escolares por lo que el profesorado necesitará una mayor formación en este sentido.

Palabras clave: Redes sociales; educación primaria; pensamiento crítico; consumismo.

ABSTRACT

This Final Degree Project presents a study related to the presence of ethics and critical thinking in education and especially on social networks. Given the fact that those are reality close to Primary Education students (hereinafter EP). We should also mention that, although they aren't allowed to use social media, the presence in it is obvious, so it is necessary to observe and analyze the behavior and risks to which the boys and girls at this educational stage are exposed to. Therefore, starting from the idea that there are no field studies on this topic we are specifically analyzing how primary school students interact with social networks (ad hoc RRSS).

This research project proposes a totally innovative and unique approach in its field considering at the same time the importance that has in our constantly evolving society so we can take it into account. This study follows a qualitative methodology with a descriptive scope. Two ad hoc instruments have been used for data collection and a non-probability sampling. As the main results, we found that the generalized use of social networks in Primary Education students is very common, so they are exposed to numerous risks without being fully aware of them. So, we conclude that more media education is necessary in schools giving teachers more training in this regard to approach this topic with better hands.

Key words: social networks; primary education; critical thinking; consumerism.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	8
OBJETIVOS.....	10
Objetivo General:.....	10
Objetivos Específicos:.....	10
JUSTIFICACIÓN.....	11
1. MARCO TEÓRICO.....	12
1.1. Pensamiento crítico y educación.....	12
1.1.1. ¿Qué es el pensamiento crítico?.....	12
1.2 Ética y educación.....	15
1.2.1 ¿Qué es la ética?.....	15
1.3 Redes sociales.....	17
1.3.1 ¿Qué son las redes sociales?.....	17
1.3.2 ¿Cómo es el uso de las redes sociales? La desinformación y el consumismo.....	18
1.4 Pensamiento crítico, ética y uso de redes sociales en niños y niñas de Educación Primaria.....	21
2. MÉTODO.....	22
2.1 Diseño de la investigación.....	22
2.2 Instrumentos de recogida de datos.....	22
2.2.1 Instrumento 1: entrevista semiestructurada.....	22
Tabla 1.....	23
2.2.2 Instrumento 2: análisis del contenido que consumen y de los perfiles de las redes sociales y de lo que comparten.....	25
Tabla 2.....	26
3. MUESTREO, MUESTRA Y PROCEDIMIENTO.....	28
3.1 Muestreo.....	28
3.2 Muestra.....	29
3.2.1 Muestra para la encuesta semiestructurada.....	29
3.2.2 Muestra para el análisis del contenido que consumen en RR. SS.....	29
3.2.3 Muestra para el análisis de los perfiles personales y contenido que comparten en RRSS.....	30
Tabla 3.....	30
3.3 Procedimiento.....	31
3.3.1 Procedimiento para la encuesta semiestructurada.....	31
3.3.2 Procedimiento para el análisis de contenidos.....	31
4.RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32

4.1 Resultados sobre el segundo objetivo del TFG: “Describir el uso que realiza el alumnado de Educación Primaria de internet y las Redes Sociales”	32
<i>Figura 1: Usos de internet</i>	33
Tabla 4:.....	34
4.2 Resultados sobre el tercer objetivo del TFG: “Analizar la huella digital que deja el alumnado de Educación Primaria” (véase anexo 1)	36
4.3 Resultados sobre el cuarto objetivo del TFG: “Analizar el contenido que consume el alumnado de Educación Primaria a través del uso internet y las RRSS” (véase anexo 2)	38
5 CONCLUSIONES	42
5.1. Análisis del alcance del trabajo	42
5.1. Conclusiones y limitaciones del estudio	43
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS	49
ANEXO 1	49
ANEXO 2	64

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Tabla 1: Preguntas de la entrevista semiestructurada.....	23
Tabla 2: Tabla de categorías a priori para el análisis de contenido	26
Tabla 3: Descripción y codificación de los perfiles.....	31
Figura 1: Uso de internet.....	34
Tabla 4: Tipos de redes sociales que usa el alumnado de 6º de EP.....	36

INTRODUCCIÓN

El debate sobre el papel de las redes sociales en la sociedad de la información, así como el papel de la educación frente a ellas, ha cobrado una gran importancia en los últimos años, especialmente este año ya que la pandemia provocada por la Covid-19 ha supuesto un gran impacto en el uso de los medios y las RR. SS en el ámbito educativo.

En tiempo de incertidumbre como ha sido este último año, y como sigue siendo en la actualidad, en donde se busca acceder a la información veraz, novedosa y exclusiva de forma instantánea, hechos como las *fake news* o bulos están perjudicando gravemente el derecho a acceder a información verdadera y de calidad. De esta forma, el patrón de acceder a los medios de comunicación como herramienta de información también ha dejado de ser tendencia, y es por ello por lo que las redes sociales son las que sustentan esa capacidad de poder mover la información a miles o millones de habitantes en unos instantes.

Ante esta situación, la comunidad educativa se plantea la necesidad de enseñar a pensar al alumnado de las diferentes etapas educativas, con el objetivo de que adquieran el denominado pensamiento crítico que les permite observar, analizar y reflexionar sobre la cantidad de información que encuentran en internet. Es obvio que existe una sobreinformación, y no sólo eso, sino que el debate sobre lo que ampara la libertad de expresión, da a entender que todos tenemos derecho a decir cualquier cosa sobre cualquier tema, algo que probablemente ofrece más contenido al problema de los bulos en internet.

Otro aspecto que le da valor innovador a este estudio es su carácter innovador, ya que no se han encontrado estudios concretos sobre el uso que realizan alumnos de educación primaria, que legalmente no están en edad para desarrollarlo. Por ello, este Trabajo Fin de Grado andará sobre un camino que no está abierto aún, por lo que podría suponer la recopilación de una serie de datos totalmente nuevos en relación a la temática que trata.

En definitiva, este proyecto de investigación busca analizar alguno de los aspectos variados pero que realmente integrados entre sí, que suponen uno de los mayores retos a los que se enfrenta la educación hoy en día, en la que se hace necesario promover una cultura del pensamiento dentro de las aulas para lograr sujetos sociales críticos en general y en uso de los medios y las RR. SS en particular. Además, teniendo en cuenta que las

redes sociales suponen uno de los mayores fenómenos sociales, presente en todas las esferas de la vida, así como su gran impacto en los niños, es necesario educar en ello en los espacios educativos.

OBJETIVOS

A continuación, se plantean una serie de objetivos, por un lado, general que contribuirá su logro el TFG entendido como un todo, y por otro, una serie de objetivos específicos que se lograrán cada uno de ellos mediante diferentes vías concretas y que forman todas ellas este proyecto de investigación.

Objetivo General:

Profundizar en el conocimiento sobre el uso que realizan niños y niñas de Educación Primaria de las Redes Sociales y los medios.

Objetivos Específicos:

1º (Teórico) Revisar la bibliografía existente sobre el uso de internet y RRSS del alumnado de Educación Primaria

2º (Investigación) Describir el uso que realiza el alumnado de Educación Primaria de internet y las Redes Sociales

3º (Investigación) Analizar la huella digital que deja el alumnado de Educación Primaria

4º (Investigación) Analizar el contenido que consume el alumnado de Educación Primaria a través del uso internet y las RRSS

5º (Intervención) Detectar las necesidades educativas en relación al uso de Tic y medios del alumnado de educación primaria.

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de investigación se plantea como objetivo general el profundizar en todo lo relacionado con el alumnado de Educación Primaria y el uso que realiza de las redes sociales y el papel de la ética y pensamiento crítico. Respecto a todos estos conceptos es necesario ver el papel de la educación, así como cuál es la función que tiene o debe de tener ante estas situaciones de gran complejidad social.

Las redes sociales y los medios de comunicación son una pieza clave en esta crisis de valores, ya que son los máximos exponentes de esta crisis de la verdad, en donde existe un cuestionamiento absoluto de todo lo que nos rodea, ante la cantidad de desinformación a la que estamos expuesto diariamente.

¿Qué competencias del grado en educación primaria se promueven con la realización de este TFG?

En relación a las competencias generales de grado en educación primaria que se establecen, es necesario mencionar que el TFG promueve la realización de todas ellas, aunque con un énfasis mayor en la segunda y tercera de las seis competencias generales que se exponen.

Una de ellas, menciona la necesidad de que alumno sea capaz de aplicar su conocimiento a su trabajo, en concreto sobre la capacidad de poder integrar la información y conocimiento que se tiene para resolver retos educativos. De esta forma se logra que mediante el conocimiento que se adquiriera mediante este TFG acerca de la ética y pensamiento crítico en las redes sociales, para así poder fomentar la conciencia sobre ello mediante el ámbito educativo.

La segunda competencia que promueve con gran énfasis es la que hace referencia a que los estudiantes graduados adquieran la capacidad de recoger e interpretar datos esenciales que logren una serie de conclusiones sobre temas que tiene una gran importancia a nivel ético, social o científico. Sin duda, esta competencia posee una gran importancia dentro de la realización de este TFG, ya que entre los objetivos es realmente el desarrollo de conclusiones que sean útiles y que promuevan una reflexión desde un punto de vista ético.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Pensamiento crítico y educación

1.1.1. ¿Qué es el pensamiento crítico?

Dentro de este eje de nuestro marco teórico, se va a desarrollar un acercamiento y aclaración conceptual sobre lo que es el pensamiento crítico. Para ello se presentarán las definiciones más actuales y relevantes que existen sobre nuestro eje; pensamiento crítico. Además, se procederá a un análisis en profundidad en las dimensiones que componen tal concepto.

Para Halpern (1998), el pensamiento crítico son una serie de habilidades cognitivas racionales que permiten obtener unos resultados satisfactorios para las metas que se ha planteado el sujeto. En esta línea, también encontramos la concepción de Paul (2001), ya que ambos coinciden en el hecho de que es un pensamiento intencional, así como este añade que este razonamiento permite a la persona poder darle un mayor componente intelectual al introducir criterios obtenidos desde diferentes concepciones o puntos de vista

Según Ennis (1985), el cual será nuestro pensador referente en este concepto, el pensamiento crítico hace referencia a todo aquel entendimiento racional y reflexivo, que se desarrolle previamente antes de decidir qué vamos a hacer o creer. Así, vemos esencial que exista dicha habilidad dentro de la sociedad en general, y de forma destacada en la formación integral del alumnado de educación primaria.

Profundizando aún más en el pensamiento crítico que nos plantea Ennis (1985), cabe destacar que este mismo establece dualidad en él, las dos dimensiones de su pensamiento crítico, en donde tenemos un modelo disposicional o moral, y por otro el cognitivo.

La primera vertiente(disposicional) hace referencia a lo que podemos denominar la actitud hacia el pensamiento, como puede ser tener la sensibilidad de escuchar y entender el conocimiento ajeno, sus sentimientos, así como tener una mente abierta a observar más allá de su propio proceso mental (López 2013).

La segunda parte o vertiente (cognitiva), se centra en el desarrollo de las habilidades de pensamiento necesarias para adquirir esa capacidad crítica (López, 2013). Hablamos de la capacidad observar, analizar y juzgar una información desde un punto de vista objetivo,

es decir, que requiere un laborioso proceso mental que ha de desarrollarse, y que no es un aspecto espontáneo.

En resumen, y de una forma general sobre el modelo de pensamiento crítico de Ennis (1985), lo que se busca lograr en el ser humano es que logre desarrollar esa habilidad cognitiva para identificar aquello lo que es verdadero y lo que es justo. Además, propone que la ejecución de este pensamiento depende de dos dimensiones, las disposiciones para pensar y las habilidades (destrezas cognitivas) para pensar.

1.1.1.1 Disposición para pensar.

Como hemos mencionado anteriormente, una de las vertientes del pensamiento crítico de Ennis (1985), hace referencia a las disposiciones para pensar, como elemento fundamental para la ejecución de este pensamiento. Por ello, dentro de este subapartado, se va a elaborar un repaso sobre las diferentes disposiciones para pensar, que favorecen a la adquisición del pensamiento crítico, las cuales son la lógica, la criterial, y pragmática.

Basándonos en las palabras de Bezanilla, Poblete. Fernández, Arranz y Campo (2018), la disposición lógica es la que logra juzgar la información que se nos presenta, es decir, se relaciona las palabras con los enunciados. A continuación, tenemos la disposición criterial, en donde mediante una serie de ideas que pueden ser opiniones, se produce un proceso basado en juzgar la información o datos de los que disponemos.

Por último, nos encontramos con la parte pragmática, ya más avanzada, y que en donde mentalmente se establece una comprensión del juicio, así como la propia decisión para entender, crear y transformar el entorno.

En definitiva, todas estas disposiciones para pensar se centran en el proceso de la persona para poder desarrollar decisiones propias, creer en algo, o elaborar un hecho de una forma reflexiva y razonable. Como hemos visto en las diferentes disposiciones, éstas buscan que el sujeto pueda llegar a una información de una forma crítica, mediante evidencias y un previo juicio de valores.

1.1.1.4. Habilidad para pensar

En este apartado mencionamos las habilidades para pensar que menciona Ennis, los movimientos del pensamiento de Perkins, Ron Richard y las estrategias cognitivas de Robert Swartz.

Estas habilidades para pensar representan el aspecto cognitivo del pensamiento crítico, ya que se centran en el saber hacer, es decir, en las diferentes acciones cognitivas que se realizan de forma siempre críticas. Las habilidades ofrecen una variación entre los diferentes autores que se han mencionado anteriormente, ya que por ejemplo Ennis (1987), establece un total de 11 habilidades; centrarse en la cuestión, analizar argumentos, plantear y responder a cuestiones de clarificación y/o desafío, juzgar la credibilidad de las fuentes, observar y juzgar observaciones, deducción, inducción, juicios de valor, definir términos, identificar suposiciones, decisión e interacción con los otros

Sin embargo, Perkins y Swart (1990), establecen un modelo similar, con categorías mucho más generales que las que establece el propio Ennis (1987), ya que se puede observar algunas como pensamiento creativo, crítico, toma de decisiones, resolución de conflictos cotidianos, y la resolución de problemas matemáticos. Por lo tanto, se puede entender que es un modelo más global, pero que realmente las propias habilidades de Ennis se encuentran relacionadas con cada uno de los apartados de este modelo.

Por último, se presentan lo que se denominan los movimientos del pensamiento de Ritchart (2000), desarrollados en el conocido Project Zero de la Universidad de Harvard, en donde se presentan las siguientes habilidades: cuestionar los procesos, considerar distintas perspectivas, razonar con evidencia, hacer conexiones con conocimientos previos, describir, hacer conclusiones, construir explicaciones, interpretaciones y teorías y descubrir complejidad.

Además, el propio Ritchart (2000), insiste en que el espacio o contexto es esencial para desarrollar el pensamiento crítico, donde es necesario crear lo que denomina el “cultura del pensamiento” en la cual se valore tanto las ideas individuales como colectivas. De esta forma apuesta porque todos los niveles sociales tengan interiorizadas este modelo como una identidad propia de la sociedad.

1.2 Ética y educación.

En este apartado se establece una aclaración conceptual sobre un elemento tan complejo como es la ética, y en donde no sólo se expone una serie de definiciones que acercan a una mayor comprensión, sino que también la conexión con la educación y la perspectiva con la que aborda dentro de la educación primaria.

1.2.1 ¿Qué es la ética?

En primer lugar, y como se ha mencionado anteriormente es necesario hablar primero sobre que es la ética. Bajo las palabras de Buendía y Berrocal (2001), desde un punto de vista filosófico, la ética es ese ámbito en donde se estudia el comportamiento moral del humano. Además, añaden otra definición basada en concepción de Hidalgo (1994), donde se considera la ética como todas aquellas normas y actitudes morales que se han desarrollado a lo largo de la historia desde tiempos históricos.

En consecuencia, podemos afirmar que en todas las sociedades ha habido moral como tal, y que por lo tanto ésta ha ido regulando de alguna manera la convivencia de los individuos entre sí, siendo interesante realizar un breve análisis sobre este concepto dentro de los momentos actuales en los que nos encontramos.

Vivimos momentos en los que se desarrolla una fuerte crisis de valores, donde todos los consensos que parecían incuestionables se han logrado romper, y se ha implantado una especie de nihilismo moral, en donde se niega la existencia de una creencia ética sobre la que una sociedad pueda convivir. En consecuencia, se ha dejado de identificar y estudiar el bien del mal desde un punto de vista moral.

1.2.1.1 ¿Cuál es el papel de la ética en la educación primaria? ¿Educación en valores?

En las palabras de Ruiz (2018), encontramos ese enfoque sobre la importancia de adoptar una serie de valores basados en la ética, ya que le dan una coherencia a nuestra vida cotidiana, llegando a mantener que realmente como humanos vivimos de ello, aunque a veces no seamos capaces de reflexionar sobre ello. De esta manera sigue manteniendo que el modelo escolar basado en la competitividad va dando paso de forma muy lenta a un formato educativo que se centra más en el desarrollo de una serie de valores éticos.

Esta tendencia la observamos realmente dentro de los centros de formación del profesorado, donde se insiste en que el desarrollo integral del alumno no sólo es comprender y conocer una serie de conocimientos, sino que también es iniciarles en el

papel de ciudadanos que son dentro de la sociedad a la que pertenecen. Por lo tanto, podríamos afirmar que la ética y la educación van ligadas entre, ya que la enseñanza es un proceso ético.

El propio Ruiz (2018), menciona una importante idea de Mèlich (2002), en donde establece la diferencia que existe entre un modelo de adoctrinamiento de una educación real. Destaca que el componente ético es lo que separa ambos, es decir, que la educación en sí es la ética, y por ello mismo podríamos establecer la idea de que no existe educación sin una enseñanza de la ética, así como moral.

Por lo tanto, la moralidad tiene mucho que ver con el propio pensamiento crítico, ya que ambos buscan plantear un proceso de enseñanza que permita a los alumnos adquirir las herramientas necesarias para desarrollar una actitud ética y crítica dentro de la sociedad a la que pertenecen.

Una vez que ya hemos planteado este “paradigma”, la pregunta que nos haríamos es que cual ha de ser el tipo de ética que oriente nuestra acción educativa, ya que encontramos diversos modelos que proponen diferentes enfoques. En respuesta a ello, (Ruiz, 2018), establece un planteamiento basado en Ortega y Mínguez (1999), y en los filósofos de la Escuela de Frankfurt (Horkheimer y Adorno, 1937).

Se propone así un modelo de acción educativa que se basa sobre todo en la justicia, resistencia al mal, y la libertad, que como criterios para la presencia de una educación real en las aulas. Además, se establece una idea esencial que se basa en como finalmente el alumnado desarrolla o adquiere la ética, el cual se refiere a que ésta ha de ser él mismo quien construya su moralidad. Esto va muy relacionado con el pensamiento crítico y a su vertiente cognitiva ya que busca darle las herramientas necesarias al alumno para que sea capaz de observar, analizar y juzgar todos los elementos antes de incorporarlos a su modelo ético.

Dentro de nuestro sistema educativo, aunque realmente la ética es considerada un hecho transversal, sí que tenemos dentro de la educación primaria un área en concreto que trata este tema de una forma más concreta. Bajo la Ley Orgánica 8/2013 (LOMCE), la cual se establece como el marco nacional de actuación de la educación en España, se indica en el Capítulo III de Currículo y distribución de competencias, que se cursará como asignatura específica Religión o Valores Sociales y Cívicos a elección de los padres, madres o tutores legales.

Para conocer que elementos se identifican el currículo de Valores, hemos de ir al Decreto 26/2016, el cual regula la implantación de la educación primaria en la educación primaria dentro de la comunidad autónoma de Castilla y León. En él se establece que la propuesta de éste área es formar personas en procesos como el análisis, reflexión y la convivencia basada en valores, así como la importancia del papel individual para lograr objetivos como sociedad.

Entre los tres bloques de contenido que se proponen dentro de Valores Social y Cívicos, encontramos que existe una gran importancia al desarrollo persona del alumno, así como también la importancia del respeto y convivencia dentro de la sociedad. Aunque no encontremos de forma explícita el concepto de ética, si existe una mención sobre la moral, por lo que se puede afirmar que dentro de esta área se refleja y valora muchos conceptos que los relacionaríamos directamente con la ética.

Por lo tanto, podemos concluir que se ofrece una perspectiva más centrada en los valores democráticos y la importancia de vivir en sociedad, y no tanto una reflexión sobre la ética como un aspecto que engloba todos los contenidos de etapa del área.

En definitiva, la ética juega un papel fundamental dentro de nuestro trabajo, ya que supone uno de los pilares del modelo cognitivo de Ennis (1985), así como en la educación ya que forma parte del objetivo real de la enseñanza, la formación integral del alumnado.

1.3 Redes sociales

El último eje sobre el que se basa este marco teórico hace referencia al tema de las redes sociales. Para comenzar se expone un acercamiento teórico sobre a que nos referimos cuando hablamos de estas herramientas de comunicación, y posteriormente como es su presencia, funcionalidad y uso entre el alumnado de educación primaria, ya que es nuestro colectivo de referencia.

1.3.1 ¿Qué son las redes sociales?

Primero es necesario establecer un acercamiento conceptual a de lo que son las redes sociales. Las palabras de Celaya (2008), definen las redes sociales como un espacio virtual ubicado en internet donde las personas desarrollan una interacción entre ellas mediante la publicación de contenidos de índole tanto personal como profesionales,

además de que los usuarios que los realizan de forma recíproca pueden ser conocidos o desconocidos.

Siguiendo en las palabras del propio Celaya (2008), éste establece una breve clasificación sobre ellas, según el objetivo o uso de ellas. En primer lugar, se encuentran las redes profesionales, cuyo ejemplo más claro es LinkedIn, con un claro enfoque a las empresas, así como al ámbito tanto académico como laboral.

Por otro, se encuentran las redes generalistas, a las que más estamos acostumbrados, como por ejemplo Facebook, centradas en compartir contenidos globales, y por último, las especializadas, con un importante auge en los últimos años, donde por ejemplo un sector económico crea un espacio de comunicación sobre temas que les afectan de forma común.

Entre todas las redes mencionadas anteriormente, en este trabajo se va a producir un enfoque sobre las generalistas, ya que es donde mayor interés hay, relacionado con la presencia del alumnado de la etapa de educación primaria.

1.3.2 ¿Cómo es el uso de las redes sociales? La desinformación y el consumismo

Es evidente que las redes sociales poseen una presencia importante en la sociedad, y cada vez más en los adolescentes, así como en el alumnado de educación primaria. De esta forma, dentro de este apartado se van a exponer no solamente cifras sobre el uso que se les da a las redes sociales, sino que también otros aspectos que tiene una gran presencia dentro de ellas, las redes sociales y el consumismo.

Según las conclusiones que se han obtenido un estudio del INE (2013), denominado "*Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H)*", el 63 % de los menores poseen teléfono móvil, incrementándose esta cifra en los menores de a partir de los 10 años, llegando al 90.2 % una vez que llegan a los 15 años.

Además, se añade que la evolución de los resultados según la edad, dejan ver que el acceso a internet y el uso de ordenadores y otros dispositivos como tabletas, es una práctica muy mayoritaria en edades anteriores a los 10 años, por lo que es evidente la influencia que poseen estos medios de comunicación dentro de la sociedad actual y de forma acentuada en los jóvenes ya que poseen un acceso constante a ellas.

Como es evidente, la educación no ha quedado ni puede quedarse ajena a las transformaciones digitales que se han dado y se siguen dando en la sociedad en general y en especial entre el alumnado más joven. En consecuencia, se ha actuado de alguna manera desde los centros escolares para preparar a los alumnos a ser ciudadanos preparados a convivir en la realidad virtual de las redes sociales.

1.3.2.1 La desinformación

La sobreinformación a la que estamos expuestos todos los usuarios de las redes sociales ha provocado que entre todo ese volumen de datos exista una crisis de desinformación, centrada actualmente en los bulos como la difusión de la mentira con fines manipulativos y de crear inestabilidad social. Aunque parezca novedoso debido al enorme auge que está teniendo este tema, ya la Unión Europea viene trabajando en ello desde el año 2017, en donde se aprobó una estrategia con la creación de un Grupo de Expertos de Alto Nivel, para impedir la propagación de noticias falsas.

En marzo del año 2018, se elaboró un primer informe; “Un enfoque multidisciplinar a la desinformación (Comisión Europea, 2018), en donde se establecía una fuerte apuesta por una regulación del problema de la desinformación, mediante acuerdo con las grandes empresas tecnológicas que gestionan el ámbito de las redes sociales. Por lo tanto, ya existe en una multitud de propuestas a nivel europeo en donde se empieza a introducir la necesidad de tener un cierto control sobre estos medios, de forma que se garantice el acceso a una información veraz.

No obstante, esto no es suficiente y sobre ello es necesario reflexionar desde el ámbito educativo, enfocado hacia la necesidad de que el alumnado logre desarrollar una capacidad crítica dentro de las redes sociales, así como un comportamiento ético como ciudadano responsable y competente. En esta línea se expone las ideas de Pérez (2008), el cual entendía a los ciudadanos de la era digital no sólo como elementos que han de usar las tecnologías no sólo desde una perspectiva digital, sino que han de desarrollar capacidad crítica para actuar de forma competente en ellas.

Es lo que hemos oído siempre de alfabetización digital, sobre la cual ha investigado y reflexionado sobre autores como Montes y Arrieta (2011). La definen desde una triple perspectiva; uso de la tecnología, comprensión crítica a la hora de su uso y por último la capacidad de crear y comunicar conceptos digitales en una gran variedad de formatos. Evidentemente, nos hemos de centrar en el principio de la comprensión crítica la cual la

definen los mismos como “*la habilidad de comprender, contextualizar y evaluar críticamente los medios y contenidos digitales con los que se interactúa*” (Montes y Arrieta, 2011, p.187).

De esta manera queda claro que el papel de la educación no sólo es ofrecer una formación instrumental, basada en el uso de las redes sociales como recurso educativo, sino que se ha de profundizar en la formación acerca del uso adecuado por parte del alumnado en ellas, logrando así evitar malas conductas no éticas en ellas, y una correcta selección de la información que realmente hayan comprobado que sea veraz (Rubio, Pelegrín y Vera, 2018).

En definitiva, la formación en redes sociales a lograr aspectos básicos como puede ser la duda por ejemplo de si una información es verdadera que la permite contrastar con sus fuentes más cercanas, además de que adquiere una cierta conciencia de que su actuación en las redes tiene consecuencia, (Masip,2018) y por lo tanto ha de tener una actitud acorde a una serie de valores éticos. De esta forma, estamos creando puentes para que los alumnos vayan desarrollando su capacidad cognitiva encaminada al desarrollo de un pensamiento crítico relacionado con las tesis propuestas por Ennis (1985).

1.3.2.2 El consumismo

Tal como mencionan Arellanes e Íñigo (2019), la invasión que ha llevado a cabo el consumo en todos los ámbitos de lo social, económico y político, ha provocado repercusiones en la forma de organización de nosotros como sujetos. También se añade que esas sensaciones en las que los individuos creen tener insatisfechas sus necesidades, siempre preestablecidas por el mercado, provocan movimientos de carácter ansiosos por cumplirlas con la compra de productos.

Esta realidad social obviamente tiene su presencia en las redes sociales, ya que también encontramos una idea que define esta situación bajo las palabras de Arellanes e Íñigo (2019), los cuales mencionan que los usuarios de las RR. SS se convierten en algoritmos a los se les ofrece la oportunidad de llevar esa sensación de vacío, entregándoles al mundo del consumo. Esta demostración de que el sujeto no es más que un algoritmo frente al mercado de las redes, nace de la idea preconcebida de que en estos espacios sociales como individuos tenemos la libertad de crear una realidad acorde a nuestros gustos.

Sin embargo, como mencionan Arellanes e Íñigo (2019), este individualismo nace de una concepción colectiva del mercado sobre nosotros, ya que todos compartimos una

característica común y es que estamos en manos y entregamos al más férreo consumismo, porque es el que nos permite estar allí, y poder construir una imagen, un discurso o información sobre nosotros mismo.

Por lo tanto, las propias redes sociales existen gracias a que existe un consumismo que las alimenta, y que para entender esta relación es necesario hacerse la siguiente pregunta ¿Cómo son capaces las RR. SS de crear tanta riqueza, mover tanto dinero, así como pagar a los creadores de contenido dentro de ellas? La respuesta a ello es la publicidad, ya que es la herramienta que produce beneficio económico, y que, por ello mismo, una plataforma como YouTube, Twitch o Tik-Tok es capaz de pagar miles de euros a los creadores de contenidos que tienen, ya que producen beneficio económico gracias a que incentivan al consumo de los usuarios que se conectan a ellas.

En definitiva, las redes sociales y el consumismo son dos realidades que no sólo han provocado grandes cambios en nuestra organización social, económica y política, sino que también son una realidad de la que es necesario conocer más en profundidad para entender el funcionamiento que tienen y cuáles son las claves de su éxito.

1.4 Pensamiento crítico, ética y uso de redes sociales en niños y niñas de Educación Primaria.

Una vez que se han expuesto en profundidad las diferentes variables sobre las que se estructura este Trabajo Fin de Grado, es importante señalar ahora la conexión que existe entre todas ellas, así como la relevancia del tema en su conjunto. Cabe señalar que la complejidad del tema es notable, ya que hablamos de uno de los mayores retos a los que se enfrenta la educación.

Como se ha mencionado anteriormente, en un momento social en donde la sobre-información, así como las noticias falsas se convierte en una cuestión de seguridad nacional, y en donde la crisis de valores está cada vez más acentuada, este proyecto de investigación cobra un gran interés para analizar de una alguna forma la presencia del pensamiento crítico y la ética tanto en las redes sociales y educación.

En definitiva, se plantea un problema general y es averiguar el uso que le dan los niños de educación primaria a las redes sociales, es decir, como se comportan en ellas, y que

elemento o conocimientos adquieren gracias a su uso, así como los procesos cognitivos y morales que intervienen en ello.

2. MÉTODO

2.1 Diseño de la investigación

El diseño previo que se realiza sobre una investigación es lo que permite centrar las estrategias que se van a utilizar para poder lograr y validar los objetivos iniciales que se han propuesto dentro de este Trabajo Final de Grado. Por ello, bajo las consideraciones de Sampieri (2018), se establece una investigación de alcance exploratorio ya que hablamos de una temática sobre la que necesitamos abrir un camino y poder ir conociendo en profundidad diferentes aspectos sobre el uso que realiza el alumnado de Educación Primaria de las redes sociales.

Además, también cabe destacar el carácter descriptivo de la investigación, mediante la cual se buscará especialmente caracterizar, así como definir el objeto de estudio de acuerdo con los objetivos propuestos. De esta manera, siguiendo también lo mencionado por Sampieri (2018), se propone aquí una metodología cualitativa, en el que se usarán como técnicas de recogida de datos, la entrevista en profundidad y el análisis de contenido.

2.2 Instrumentos de recogida de datos

Los instrumentos utilizados para la recogida de datos son de carácter cualitativos, y se han seleccionado de acuerdo con los objetivos e interés propuestos en relación a los elementos que buscamos analizar e identificar. En total se ha establecido dos instrumentos, los cuales poseen una relación entre ellos, con el objetivo de lograr un análisis preciso y claro.

A continuación, se va a describir cada uno de los instrumentos que se van a utilizar para el proceso de recogida de datos que se lleva a cabo en relación con este Trabajo Fin de Grado.

2.2.1 Instrumento 1: entrevista semiestructurada

Con el fin de alcanzar el segundo objetivo del presente Trabajo Fin de Grado, donde se mantiene como finalidad el hecho de “Describir el uso que realiza el alumnado de Educación Primaria de internet y las Redes Sociales”, se propone este instrumento de

- ¿Para qué usas internet? ¿Puedes indicar en la tabla el tiempo que usas cada uno aproximadamente?

	Si/No	Tiempo aproximado
Buscar información para el colegio o clases extraescolares (escrita o audiovisual)		
Buscar información en tiempo de ocio (escrita o audiovisual)		
Usar videojuegos		
Escuchar música		
Entrar en redes sociales		

- ¿Tienes algunas páginas o recursos que usas habitualmente para buscar información para el colegio o para clases extraescolares? ¿Cuáles?
- ¿Tienes algunas páginas o recursos que usas habitualmente para buscar información en tu tiempo de ocio (foros, vídeos, fotos, ...)
- ¿A qué juegos online sueles jugar habitualmente?
- ¿En qué plataformas escuchas música?
- ¿Tienes redes sociales a tu nombre? ¿Cuáles?

Preguntas sobre la seguridad en internet

- ¿Alguien te ha enseñado a usar internet? ¿Quién?
- ¿Alguien te ha enseñado los peligros de usar internet? ¿Quien?
- ¿Tus padres supervisan el uso que haces de internet?
- ¿Qué es lo que te gusta más?
- ¿Qué es lo que menos te gusta?

- ¿Conoces a algún niño/a cerca de ti que pueda tener algún problema relacionado con el uso de internet?
- ¿Conoces casos de niños/as que hayan acosado, insultado a través de internet, o que hayan podido sufrir acoso o insultos?

2.2.2 Instrumento 2: análisis del contenido que consumen y de los perfiles de las redes sociales y de lo que comparten.

Mediante este instrumento (ver Tabla 2) se busca recoger datos para dar respuesta al cuarto objetivo de este Trabajo Fin de Grado, los cuales son por un lado el hecho de “Analizar la huella digital que deja el alumnado de Educación Primaria”, y por otro, “Analizar el contenido que consume el alumnado de Educación Primaria a través del uso internet y las RRSS”

Este instrumento posee una doble finalidad de trabajo, ya que será el mismo para dos vías de estudio, por un lado, el análisis de los perfiles y el propio contenido que consumen los alumnos en la plataforma de YouTube y, por otro lado, el análisis de los perfiles y contenido que comparten los alumnos en la red social Tik-Tok.

Para ambos casos se propone un instrumento organizado en una tabla, la cual nos permitirá clasificar la información que se obtenga, teniendo en cuenta que la selección de este tipo de redes proviene de la cantidad de uso mostrado en los resultados obtenidos de las encuestas. Lo que ofrece este medio de recogida de datos es un análisis temático, que como mantiene Arbeláez y Onrubia (2014), consiste en plantear una serie de conceptos a analizar entre los que existe una independencia de las relaciones que exista entre ellos y que permite aclarar los términos de investigación antes de iniciarse la recogida de datos con el objetivo de lograr unas unidades de análisis precisas.

Este instrumento se organiza en un total de seis categorías establecidas a priori y son las siguientes: (1) los movimientos del pensamiento (Ritchart,2000), (2) las disposiciones de Ennis (1985), (3) discriminación o violencia, (4) la desinformación, (5) bulos o *fake news*, (6) valores, y por último, (7) contenidos curriculares.

Tabla 2.

Tabla de categorías a priori para el análisis de contenido

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	
Unidad de análisis y Red social	
Enlace a la unidad de análisis que se analiza	
CATEGORÍA MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	
¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	
¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	
¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	
CATEGORÍA: DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	
¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	
¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	

¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	
CATEGORÍA: DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación o la identidad sexuales?	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	
¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el bullying o cyberbullying?	
CATEGORÍA: DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	
¿Está tipificada como <i>fake news</i> en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	
CATEGORÍA: OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	

¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respeto a las normas sociales?	
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	
CATEGORÍA: CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	

3. MUESTREO, MUESTRA Y PROCEDIMIENTO

3.1 Muestreo

El tipo de muestreo que ha llevado a cabo es de tipo no probabilístico, ya que tanto la encuesta o entrevista semiestructurada, como el análisis mediante tabla atiendan a una intención clara de captar una serie de datos en relación a una serie de criterios que interés para el proceso de investigación.

También cabe señalar que respecto a la encuesta, se ha desarrollado un muestreo casual, ya que se ha realizado durante el período de prácticas de grado, y que por lo tanto se ha fijado un grupo de alumnos de un centro concreto. En referencia al contenido que comparten los alumnos en la red social de Tik-Tok, existe un muestre por bola de nieve, ya que se han identificado dos perfiles abiertos conocidos, y a partir de allí se ha ido alcanzando otros perfiles que seguían al propio perfil.

En referencia al contenido que consumen los niños y niñas, los canales seleccionados para analizar han sido aquellos que han ido indicado los alumnos en la entrevista semiestructurada.

3.2 Muestra

3.2.1 Muestra para la encuesta semiestructurada

La encuesta semiestructurada se realiza a un total de 38 alumnos pertenecientes a 6º curso de educación primaria de un CEIP de titularidad pública ubicado en la sierra noroeste de la Comunidad de Madrid. Sobre el nivel socioeconómico y cultural en la zona de la que se habla, se señala que es de carácter medio y medio bajo, tal como establece el informe del sindicato de CCOO (2015).

Este centro escolar se compone de dos líneas, y que bajo los cálculos realizados en la última actualización del Proyecto Educativo de Centro (2019), existen un total de 417 alumnos, con una ratio entre 18 y 25 alumnos por cada docente.

En referencia al grupo concreto encuestado, se hace necesario señalar que el 45% (17) son chicas, mientras que el 55% (21) son chicos. Todos estos alumnos se agrupan en dos clases diferentes, A y B, aunque en la encuesta no se ha reflejado esta variable al carecer de interés para el estudio.

3.2.2 Muestra para el análisis del contenido que consumen en RR. SS

Para el análisis, así como la recogida de datos relativa al consumo que realizan los alumnos en las redes sociales, se ha seleccionado la plataforma de YouTube, ya que en las anteriores encuestas se ha expuesto como una de las más visualizadas por los alumnos.

Por ello se han seleccionado un total de 6 canales, que suman entre ellos más de 47 millones de suscriptores, y que son los siguientes: *Chocoblox*, *Las Aventura de Dani y Evan*, *Mikecrack*, *Mrds4*, *Lyna* y *Roblox*. De cada uno de los canales, se ha analizado un

total de 6 vídeos, seleccionados de forma aleatoria, y que por lo tanto hablamos de un total de 36 vídeos sobre los que se ha recogida una gran masa de datos.

3.2.3 Muestra para el análisis de los perfiles personales y contenido que comparten en RRSS

En términos similares a la anterior muestra, también se ha establecido una recogida de datos de un total de 6 perfiles, a los cuales se ha accedido mediante la técnica de la bola de nieve, mencionada anteriormente en el apartado de muestreo. Para ello, se ha seleccionado la red social de Tik-Tok, ya que era una de las más utilizadas en las encuestas realizadas a los alumnos, además de que hablamos de una plataforma que según el informe de *Hootsuite y We are social* (2021), cuenta con más de 800 millones de usuarios.

Como se ha mencionado anteriormente se han seleccionado un total de seis perfiles y que, con el objetivo de mantener el anonimato de cada uno de ellos, se han codificado (ver Tabla 3).

Tabla 3.
Descripción y codificación de los perfiles

Perfil nº	Género	Edad aproximada
Perfil 1	Niña	12
Perfil 2	Niño	10
Perfil 3	Niña	11
Perfil 4	Niña	12
Perfil 5	Niña	12
Perfil 6	Niña	10

Se ha realizado la selección teniendo en cuenta que estos usuarios deberían de mostrar una apariencia que encajaría dentro de los estándares para un alumno o alumna de educación primaria.

Por último, cabe detallar que se han visualizado todos los vídeos de cada perfil, en total 52 vídeos, con lo que se ha extraído una recogida de datos total sobre los seis perfiles seleccionados.

3.3 Procedimiento

3.3.1 Procedimiento para la encuesta semiestructurada

La encuesta que se ha llevado a cabo, como se ha mencionado anteriormente, se ha realizado acorde a las preferencias e intereses previos sobre la investigación, es decir, que se ha buscado recoger los datos que mayor valor podrían tener en este proceso. Por ello, se ha elaborado una encuesta, estructurada en tres tipos de preguntas (sociodemográficas, uso de internet y seguridad en internet), de elaboración propia.

Se ha realizado de forma presencial con el alumnado, en dos tramos horarios diferentes, basados en los dos grupos de clase en los que se dividen la muestra de alumnos. Como maestro en prácticas me encontraba con mi tutor en el aula, y después de explicarles las directrices de la encuesta, así como el anonimato de ella y la finalidad con la que se realiza, he quedado a su disposición para resolver dudas que pudiesen surgir a los alumnos en relación a las preguntas que se les planteaba.

La duración aproximada del procedimiento ha sido aproximadamente de 20 minutos, y los alumnos la han ido entregando en orden de finalización, es decir, que aquel o aquella que acabara la encuesta la podía entregar.

3.3.2 Procedimiento para el análisis de contenidos

El análisis de contenido, tanto el que consumen como el que comparten, se ha realizado de forma independiente, pero utilizando el mismo instrumento. Esta tabla se ha establecido bajo un total de seis categorías preestablecidas, los movimientos del pensamiento, las disposiciones de Ennis, discriminación o violencia, la desinformación, bulos o *fake news*, con otros valores y por último relacionados con contenidos curriculares.

A partir de éstas, se establece el procedimiento de recogida de datos, tanto de los contenidos que consume el alumnado de EP, como de los contenidos que comparte el propio alumnado en las diferentes plataformas sobre las que se realiza el estudio. El análisis se basa en perfiles de RRSS (Tik-Tok) o canales (YouTube), es decir, que de forma independiente se iba analizado el contenido y exponiendo los datos en la tabla correspondiente a ese perfil o canal, finalizando este proceso una vez se haya agotado la cantidad de contenido seleccionado para el estudio (ver Anexo 1 (Tik-Tok y 2 (YouTube).

4.RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el objetivo de establecer una recogida de datos precisa, se ha establecido como técnica el análisis temático que plantea Arbeláez y Onrubia (2014), los cuales establecen que mediante esta vía se permite analizar de una forma más precisa cada una de las categorías de investigación gracias a que permite organizar los resultados en unidades de análisis claras e independientes entre sí.

4.1 Resultados sobre el segundo objetivo del TFG: “Describir el uso que realiza el alumnado de Educación Primaria de internet y las Redes Sociales”

Teniendo en cuenta también lo que mantiene Sampieri (2018), respecto a las investigaciones de carácter cualitativo, como es ésta, es importante establecer un esquema de observaciones adecuado. Por ello, para el análisis de la encuesta se van a establecer una serie de unidades de significado que nos permitirán sintetizar toda la información en criterios claros y concisos.

Respecto a los aspectos sociodemográficos, cabe destacar se han encuestado a un total de 38 alumnos, de los cuales 22, es decir, el 57%, tienen 11 años, mientras que el 43% son de 12 años, a lo que hay que añadir que todos ellos se encuentran escolarizados en el sexto curso de educación primaria. También es importante señalar que, entre el total de encuestados, tenemos un 45% (17) de mujeres y 55% (21) de hombres.

Centrándonos en las preguntas sobre el uso que hace el alumnado de EP de internet, cabe exponer diferentes datos de gran interés. Un 76% (29) afirma usar esta herramienta todos los días, además de que el 90% (34) posee un dispositivo electrónico que solamente usan ellos en su casa. Esto refleja la gran presencia que tiene internet y las TIC entre el alumnado. Un dato más que refleja esta tendencia entre los resultados, se muestra a través de la media de uso diario, la cual se encuentra prácticamente en las 2 horas diarias, exactamente 1.91 horas.

Sobre los distintos usos que se le dan los propios alumnos a internet, dentro de la encuesta se han establecido un total de cinco categorías: (1) buscar información para el colegio, (2) buscar información para el ocio, (3) videojuegos, (4) música y/o (5) redes sociales. Los participantes debían seleccionar aquellas que usan y estimar el tiempo aproximado de uso diario. Los resultados obtenidos de este apartado nos muestran que existe un claro

predominio del uso, en cuanto a horas, de las redes sociales y videojuegos, mientras que la búsqueda de información en el tiempo de ocio es la opción que menos uso posee entre el alumnado encuestado (ver figura 1)

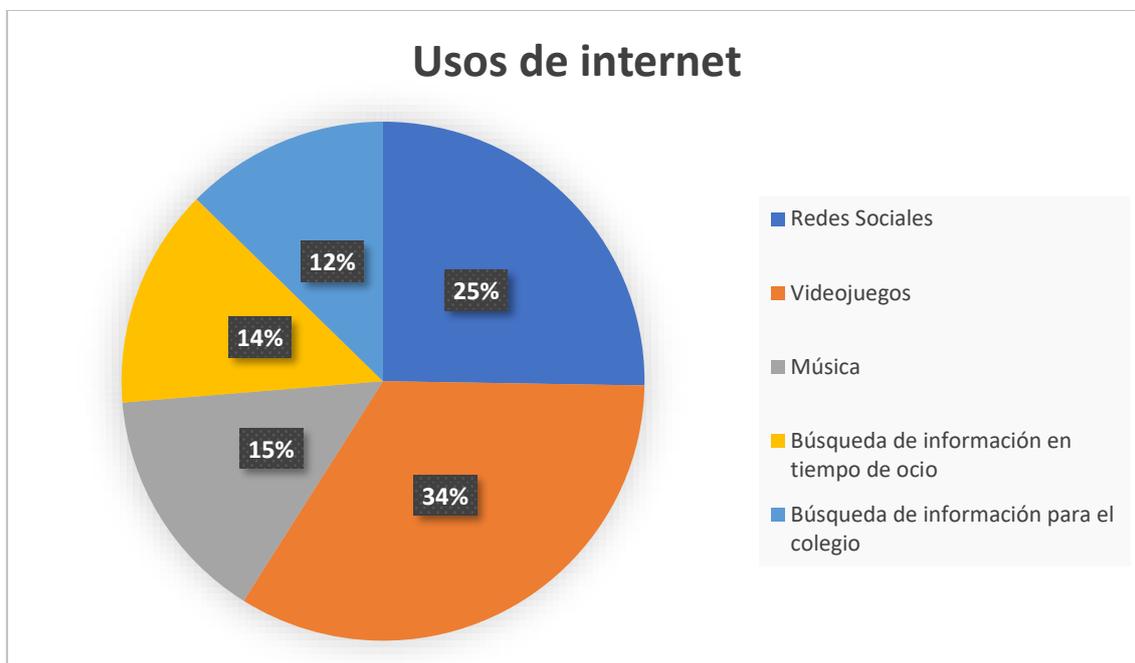


Figura 1: Usos de internet

También se ha preguntado por las plataformas que usan en cada una de las cinco categorías y es importante comentar los resultados obtenidos. Respecto a los recursos que usan habitualmente para buscar información para el colegio, existe un claro predominio de Classroom, ya que el 82% (31) de los encuestados afirman usarlo para dicho fin y, en consecuencia, también hay que tener en cuenta que es la plataforma digital que usan en el colegio.

Respecto a la búsqueda de información en tiempo de ocio, el medio que más destaca es YouTube con un 36% (13) de los encuestados, teniendo en cuenta que usan la versión de la plataforma dirigida a mayores, y no para niños que recibe el nombre de YouTube Kids. En este punto, es llamativo y por ello necesario mencionar, que un total de 6 alumnos, dicen usar la red social Tik-Tok como medio para lograr información en tiempo de ocio. En referencia a los videojuegos, cabe destacar que existe una gran disparidad de elecciones ya que existen más de 10 diferentes, entre los que encontramos por ejemplo FIFA, Fornite, Roblox, Call of Duty, por lo que se observa una gran variabilidad entre las opciones seleccionadas por los alumnos.

Sobre ello es importante señalar que juegos como el Call of Duty, el cual ha mostrado una representación entre el alumnado, no está recomendado a su franja de edad, ya que el propio fabricante lo clasifica dentro de la categoría PEGI +18, por su contenido de alta grado violencia física, verbal y sexual, por lo que para alumnos de 11/12 años no es apto que tengan acceso a este tipo de contenido

En último lugar, sobre las plataformas de música que utilizan, existe una clara hegemonía tanto de YouTube como Spotify ya que como reflejan los datos, el 84% (32) de los alumnos que afirman escuchar música en internet, mencionan YouTube o Spotify o ambas, como vía para realizarlo.

El uso de las redes sociales es un tema crucial dentro de esta Trabajo Final de Grado, y es por ello por lo que también posee una pregunta aparte sobre el uso que realizan de ellas el alumnado encuestado. Cabe señalar que el 71 % (27) de los participantes afirma que poseen redes sociales y que además están a su nombre, lo que muestra un peligro para ellos mismos dado que no están en la edad legal, además de que provoca una menor supervisión por parte de los adultos por su carácter “personal”. Mientras tanto, el porcentaje que dice que no, el 29%, el cual corresponde a un total de 11 alumnos. De éstos últimos, 4 señalan que sí usan redes sociales pero que éstas no están a su nombre sino al de sus padres, por lo que de esta forma el uso real de las RRSS ascendería a un total de 81%.

Añadiendo información más concreta sobre el uso de las redes sociales, cabe destacar que Tik-Tok es la que mayor uso tiene, ya que aparece en un total de 17 alumnos, lo que supone 68% de los encuestados, seguido de otras redes como YouTube, Instagram, Snapchat o WhatsApp (ver tabla 4).

Tabla 4:
Tipos de redes sociales que usa el alumnado de 6º de EP.

	Frecuencia	Porcentaje sobre el total de alumno que sí usan redes sociales
Tik-Tok	17	68%
WhatsApp	1	4%
Instagram	2	8%

YouTube	2	8%
Snapchat	1	4%
No menciona red social	2	8%

En cuanto al bloque de la entrevista sobre la que se está desarrollando este análisis, cabe señalar diferentes elementos, como que el 81 % (30) de los encuestados mantienen que sí que ha habido alguna persona que les ha enseñado a usar internet, y entre las opciones que mencionan son el padre, la madre, hermano, hermana, prima y Guardia Civil. Sobre la enseñanza que han recibido acerca de los peligros que entraña internet, el 94% (35) afirman sí haberla recibido por parte de sujetos como padre, madre, Guardia Civil y profesores.

Otra cuestión importante sobre la que se les pregunta es si existe una supervisión por parte de sus padres sobre lo que realizan en internet, y el 60 % (22) afirma recibir esa supervisión, y de este total, el 13% (3) mantiene que tienen instalado un control parental, el cual permite una supervisión monitorizada desde otro dispositivo al tuyo. Se observa que un importante porcentaje, el 40% (15) no reciben ningún control por parte de sus padres, teniendo en cuenta la edad en la que se encuentran los encuestados.

Sobre los elementos que más y menos les gusta en relación a internet, cabe señalar que lo que más positivo ven es poder socializar con sus amigos, ver YouTube o jugar a juegos online, mientras que el cyberbullying, acoso, insultos, estafas o el tiempo de espera, son los aspectos que conciben como negativos.

Ya para finalizar la exposición de los resultados de esta encuesta, es importante analizar las dos últimas cuestiones, las cuales están relacionadas con la temática del acoso o insulto a través de internet. En los resultados de la primera pregunta sobre si conocen algún niño que haya podido tener problemas relacionados con el uso de internet, el 73 % (28) afirman no conocerlo, frente al 27 % (10) que sí dicen conocer un caso así. En último lugar, sobre la pregunta concreta acerca de si conocen algún niño que haya sido acosado o insultado, o que él mismo haya realizado esta acción, el 68 % (26) mantienen que, sí lo conocen, y un total de 4 alumnos, exponen la existencia de un problema de este tipo en su clase, donde unas compañeras han insultado a un compañero.

4. 2 Resultados sobre el tercer objetivo del TFG: “Analizar la huella digital que deja el alumnado de Educación Primaria” (véase anexo 1)

Las unidades de significado que esquematizan la investigación son las seis categorías que se han explicado anteriormente (los movimientos del pensamiento, las disposiciones de Ennis, discriminación o violencia, la desinformación, bulos o *fake news*, con otros valores y por último relacionados con contenidos curriculares).

Respecto a los movimientos del pensamiento que se hayan podido localizar entre los seis perfiles analizados, cabe mencionar que existe una tendencia en cinco de los seis perfiles, la cual destaca por carecer de movimientos del pensamiento que tengan relación con aspectos como plantear curiosidades, analogías, o por ejemplo exponer diferentes puntos de vista.

Existe la excepción en uno de los perfiles, (*Perfil 1*), en donde encontramos acciones como por ejemplo el hecho de que en uno de sus vídeos busca explicar cómo es ella mediante las opiniones de sus amigos, mostrando así diferentes puntos de vista sobre ella. A ello se añade que aporta también evidencias de las opiniones de sus compañeros mostrando los mensajes que han escrito sobre ella, ofreciendo ella también una interpretación personal sobre toda la información expuesta. En referencia a la presencia de analogías, se podría considerar éstas cuando por ejemplo realiza comparaciones sobre su personalidad o forma, respecto a sus amigos.

La segunda variable de análisis se relaciona con las disposiciones de Ennis, las cuales se encuentran detalladas dentro del marco teórico de este TFG. Los resultados indican que no existe una tendencia clara en donde se presenten estas disposiciones, pero es importante detallar cuales se identifican. Por ejemplo, en el *Perfil 6*, se observa que utiliza la magia en algún contenido como forma de confundir a los seguidores, a la vez que buscan atraer a los usuarios de esta manera, un hecho de que también se aprecia en el perfil de *Perfil 2*, de forma que se desarrolla una de las disposiciones de Ennis (1985) acerca de la habilidad de confundir a los demás mediante las propias habilidades.

Otro usuario como es *Perfil 3*, muestra una actitud positiva hacia el hecho de comunicar de forma clara el contenido, haciéndolo también más atractivo, lo cual guarda una estrecha relación con la disposición que plantea Ennis (1985), sobre la habilidad de mostrar una posición honesta clara a los demás. Por último, respecto a la variable de las disposiciones de Ennis, cabe destacar dos perfiles, *Perfil 1* y *Perfil 2*, donde encontramos

en ambos casos creencias verdaderas, aunque sin contrastar la información, por ejemplo, cuando *Perfil 2* expone los sucesos más importantes ocurridos en el año 2020, siendo estos totalmente ciertos y que de alguna forma establece conclusiones o resumen de una serie de acontecimientos.

La tercera variable por analizar entre este contenido es la relacionada con la existencia de contenido que posea discriminación o violencia de algún tipo, de lo cual se puede concluir que los resultados obtenidos no presentan aspectos de este tipo. Sin embargo, es importante señalar, que dado que en Tik-Tok existe una gran presencia de bailes musicales, si se ha detectado en dos perfiles concretos, *Perfil 3* y *Perfil 4.*, en donde si poseen en sus perfiles una fuerte presencia de los bailes, donde la música es concretamente del estilo musical del reggaetón. Por ello, sí que se detecta una cierta cosificación o sexualización de la mujer y las niñas en las letras y los bailes de las canciones.

Los elementos relacionados con la desinformación, bulos o las llamadas también *fake news* es otra de las categorías de análisis en los diversos perfiles, y en donde es esencial señalar que la plataforma social de Tik-Tok a diferencia de otras como pueden ser Facebook o Instagram, no tienen integrado un sistema de detección de posibles bulos, en donde se avisa de ello al usuario. Ya entrando a exponer los resultados obtenidos de este apartado, cabe señalar que se han detectado en tres perfiles que exponen información de carácter muy sesgado, como por ejemplo el *Perfil 5*, donde mantiene que ella le funciona plancharse el pelo con los radiadores de pared, omitiendo los enormes riesgos que puede acarrear esto.

También encontramos esta información sesgada con *Perfil 6*, la cual señala una idea o incluso teoría de que se puede evaluar o conocer la personalidad de una persona sólo con saber la forma en la que anda. Obviamente es una teoría completamente falsa, ya que como mantiene el psicólogo Andrés (2008), para conocer la personalidad de individuo hay que analizar y tener en cuenta muchos factores para poder determinarlo con una cierta veracidad y exactitud. En otro lugar, tenemos otra información incorrecta o sesgada, que tiene relación con la idea de intimidar, mencionada anteriormente, que se encuentra en la cuenta de *Perfil 2*, en donde publica un contenido que busca expresar su capacidad de mover el iris de los ojos a su gusto, un hecho falso ya que lo realiza gracias a una serie de herramientas, denominadas *filtros* en Tik-Tok.

En quinto lugar, se ubica la variable relacionada con el fomento de valores como son el consumismo, respeto, empatía, cooperación, civismo, justicia, igualdad, esfuerzo o inconformismo. Entre los resultados que se han logrado, en el 33% del total de perfiles analizados, se encuentra alguna idea relacionada con ello, en la que por un lado se fomenta el consumismo, cuyo perfil es el de *Perfil 2*, donde muestra por un lado los productos que tiene de la marca tecnológica Apple, y por otro lado que él juega al videojuego *Fornite*. Siguiendo en esta cuenta, también se ha detectado la exposición de valores alejados del civismo, cuando el niño muestra que va en un autobús escolar, y se ve como se ha arrancado una papelera que se encuentra integrada en los asientos, aunque no se observa si ha sido él o no, pero de forma indirecta se promueven actitudes de este tipo calificándolas de algo divertido.

Siguiendo esta línea de valores no cívicos, cabe señalar que es lo que se ha detectado en el perfil de *Perfil 1*, en donde se muestra un contenido en donde ciertos niños y niñas mueven contenedores de basura, poniéndolos en las carreteras, y en otro, donde se cuelgan de la valla que protege el recinto de un edificio.

Ya para finalizar el análisis del este contenido que han ido compartiendo los perfiles sometidos a estudios, se ha establecido una última variable relacionada con la presencia de contenidos curriculares, así como que el contenido que se exponga promueva o no la curiosidad o pasión por aprender. Únicamente se ha detectado en el 16 % de las cuentas investigadas, bajo el usuario de *Perfil 4*, la cual se observa diversos contenidos de bailes, muy relacionados con la expresión corporal, contenido que tiene gran presencia en el currículo de educación física, mientras que también promueve la curiosidad por realizar retos especialmente de carácter motriz.

4.3 Resultados sobre el cuarto objetivo del TFG: “Analizar el contenido que consume el alumnado de Educación Primaria a través del uso internet y las RRSS” (véase anexo 2)

Para el análisis del contenido que consumen los alumnos se ha seleccionado la plataforma de YouTube, ya que como nos indica la encuesta realizada y expuesta anteriormente, es uno de los medios más utilizados por los alumnos en su tiempo de ocio. También cabe señalar que se han seleccionado un total de seis canales, y que entre ellos suman 47

millones de suscriptores. Se debe tener en cuenta que la selección se ha realizado a partir de las respuestas del alumnado a las entrevistas semiestructuradas, por lo tanto, son parte de los seguidores de estos canales.

Al igual que el anterior apartado de exposición de datos, se va a utilizar el mismo instrumento de recogida de datos para lograr recabar la información necesaria a partir de las seis variables mencionadas anteriormente (los movimientos del pensamiento, las disposiciones de Ennis, discriminación o violencia, la desinformación, bulos o *fake news*, con otros valores y relación con contenidos curriculares).

Iniciando este proceso de exposición de datos por la presencia de los movimientos del pensamiento entre los canales analizados, cabe destacar que existe una exposición de fuentes de información fiables respecto a lo que presente, algo que encontramos en el canal de *Chocoblox* y *Las Aventura de Dani y Evan*, orientados al consumo de sus productos mediante páginas web verificadas y seguras. También cabe señalar que en el 100% de los canales investigados, se observa la habilidad de plantear explicaciones o interpretaciones sobre el contenido que comparten, ya que todos van comentado el contenido que comparten, con el fin de establecer una interacción “directa” con el espectador.

En lo que se refiere a la capacidad cognitiva de mostrar ejemplos o analogías, también se encuentra en el 66 % de los perfiles, (Mikecrack, Mrds4, Chocoblox y Lyna) en donde destaca especialmente la habilidad de crear comparaciones entre elementos de los videojuegos con otros de la vida real. Sobre el hecho de sintetizar o desarrollar conclusiones sobre el contenido, solamente en el 50% ocurre, y todos ellos lo realizan al final de los vídeos donde resumen brevemente lo realizado, y en otros casos como el canal de Lyna, ésta lo desarrolla de forma más continuada, logrando así entrelazar vídeos diferentes cuando la temática es la misma.

En último lugar, sobre las variables relacionadas con el pensamiento, cabe señalar que en todos los canales salvo el de Mikecrack, se detecta el planteamiento de curiosidades, enigmas o preguntas en el contenido que presenta. Por ejemplo, en el caso de las preguntas, se utilizan sucesivamente en el canal de *Las Aventura de Dani y Evan*, el cual las introduce constantemente durante los vídeos para lograr captar la atención del espectador y que siga observando el contenido. Otro ejemplo que destaca bastante en esta

habilidad es el canal de *Chocoblox*, en donde el propio contenido que consiste en jugar a un videojuego denominado *Roblox*, el cual consiste en cumplir una serie de retos.

Ya entrando en la segunda variable de análisis de este instrumento, las disposiciones de Ennis que se han desarrollado detalladamente en el marco teórico de este TFG, y que, entre todos los canales sometidos a investigaciones, existen dos disposiciones en las que coinciden el 100%, la justificación de las decisiones que se toman y el interés por mostrar una posición clara a los demás. El hecho que justifica el dominio de estas dos capacidades se debe a que ellos se dirigen a un público al que han de lograr captar su atención y el hecho de ir justificando las decisiones, así como la claridad de su posición, hace que el espectador este cómodo y atento al contenido.

Otra tendencia que se repite en el 66% de los canales analizados, es que lo que comunican buscan mostrar un interés sobre su seguidor, mediante saludos iniciales o finales “que tal”, “cuidaros”, “hasta el próximo vídeo”, o también solicitando su opinión sobre el vídeo en comentarios, logrando establecer así una interconexión entre el canal y el espectador.

La tercera variable por analizar se relaciona con la presencia de contenido de carácter discriminatorio o violento, y teniendo en cuenta que los propios creadores de contenido son conscientes de que sus seguidores son niños de baja edad, no se observa apenas evidencias de este tipo, aunque si algunos elementos un tanto invisibilizados. Por un lado, sí se puede detectar una cierta exposición de violencia física, pero siempre dentro de los videojuegos, el cual tiene una presencia común en el 66% de los canales, pero que realmente se normaliza ya que no son situaciones reales de la vida.

En este caso, es llamativo mencionar una parte de un vídeo observado en el canal de Rovi23, en el cual hay un videojuego en el que asumen el papel de un vagabundo, y que por ella se ve como en el propio videojuego se transmite la normalización de que la gente le rechace, a lo que se añade comentarios por parte del “youtuber”, de “a ver qué es esto de ser pobre”.

La presencia de contenido relacionado con la desinformación, bulos o las llamadas *fake news* son la siguiente variable que se expone sobre este análisis, del cual se puede extraer la conclusión de que ninguno de los contenidos está tipificado como bulo. Sin embargo, en dos canales, *Lyna* y *Rovi23*, sí se detectan cierta información sesgada, que en el caso de *Lyna*, se percibe en el título que da a sus vídeos, como por ejemplo que “este juego me hace sufrir, no puedo más”, y que en el vídeo no se observa actitudes de tal calibre. Sobre

Rovi23, se ha localizada una afirmación de que “Los expertos dicen que una buena forma de desestresarse es romper todo lo que tengas alrededor”, un hecho que podría provocar incidentes cuando hablamos que son niños los que consumen este tipo de contenido.

La quinta variable que se expone es la que hace referencia hacia los tipos de valores que se promueven entre los canales analizados, ya que tienen un enorme impacto en los niños, y de lo cual se puede destacar un valor esencial y común al 100% de lo estudiado, el consumismo. Se utilizan en dos vías para fomentar el consumismo, por un lado, utilizando productos con el fin de que el espectador lo vea y le parezca atractivo de comparar, y por otro, explicando directamente el producto que se promociona, siendo los máximos exponentes de esta última vía, los canales de *Chocoblox* y *Las aventuras de Dani y Evan*. En consecuencia, tampoco se observa que ninguno de los analizados promueva valores como el consumo sostenible, sino todo lo contrario, existe una gran publicidad con el objetivo de aumentar notablemente las compras de los productos que se promocionan.

Sobre la promulgación de otros tipos de valores como son el respeto, civismo, solidaridad o cooperación, no se observa una presencia destacada de éstos, salvo la autosuperación como habilidad propia de los videojuegos, es decir, que se fomenta el intentarlo otra vez cuando por ejemplo se ha fracasado en una partida, aunque el hecho de no exista una relación con una posible forma de entender la vida real, es dudoso que los seguidores puedan establecer dicha analogía,

En último lugar, se va a exponer los resultados sobre la presencia de variables relacionadas con contenidos curriculares, así como también sobre lo que se promueve la curiosidad por aprender. Sobre el primer aspecto, en relación con el currículo se observa vínculos con el 50% de los canales analizados, entre los que encontramos conexión hacia las ciencias naturales, en el canal de *Las aventuras de Dani y Evan*, concretamente sobre el conocimiento de los animales o el medio natural, mientras que con *Lyna*, existe una mayor relación con las matemáticas en contenidos como el conteo o medida de los elementos mediante unidades no estándar.

Sobre el canal de *Mrds4*, el cual tiene una dedicación exclusiva al videojuego de *Minecraft*, se trabaja enormemente gracias al videojuego la concepción del espacio, más concreto de la educación física, así como el conocimiento de figuras geométricas que se utilizan para las construcciones que se realizan en el juego. En referencia, a la promoción de la curiosidad o la pasión por aprender, cabe destacar que los últimos tres canales son

los que tienen un papel más claro y directivo sobre ello, ya que general retos, o información que puede mover al espectador a abrirse hacia nuevos aprendizajes.

5 CONCLUSIONES

5.1. Análisis del alcance del trabajo.

El gran valor alcanza este trabajo es el hecho de poder extraer ideas propias de un grupo de alumnado de educación primaria, así como también recoger datos sobre una muestra de perfiles en las RRSS y medios, así como el contexto con el que interactúan.

Se hace necesario señalar que los objetivos investigación planteados en el inicio de este TFG se han logrado alcanzar gracias a los diferentes mecanismos de recogida de datos, mencionados anteriormente. En primer lugar, sobre el objetivo general planteado, cabe destacar que se ha logrado profundizar sobre el conocimiento que tenemos acerca uso que realizan alumnos de educación primaria de las Redes Sociales y medios, gracias a que también se ha producido un análisis del contenido que comparten, consumen, además de ideas suyas obtenido gracias a la encuesta.

Este hecho provoca que los objetivos de investigación también se han alcanzado de forma conjunta entre ellos, ya que los tres estaban relacionados. La revisión bibliográfica expuesta en el apartado del marco teórico permite ofrece una evidencia sobre el logro del primer objetivo específico de este trabajo, ya que ofrece un análisis sobre las diferentes variables que afecta al uso de las RRSS y medios por parte del alumnado de EP Sobre el último de los objetivos específicos, el cual hace referencia a la detección de las necesidades educativas que existen acerca de este fenómeno, cabe mencionar que se expondrá a continuación tras las conclusiones, las cuales permitirán ofrecer una mayor precisión sobre el uso que realizan.

En definitiva, esta investigación de alcance exploratorio ha logrado llegar a los fines que se le otorgan a este tipo de investigaciones, que son la recogida de datos de forma general sobre este fenómeno de las redes sociales dentro de una etapa educativa concreta.

5.1. Conclusiones y limitaciones del estudio

Los dos instrumentos de investigación planteados, así como los diferentes frentes de investigación posee una gran concordancia y relación con lo planteado inicialmente con el marco teórico, y que por ello se van a plantear tres líneas sobre las que establecer toda una serie de conclusiones sobre el uso que se realiza de las RRSS y medios y el papel de la educación sobre ello.

Sobre la primera línea de consideraciones finales, que el alto porcentaje presentado sobre el uso diario de internet (76%), así como que el 90% posee dispositivo electrónico propio, muestra el enorme nivel de accesibilidad de los niños a la red. Estos datos tan altos en cuanto al uso coinciden con lo expuesto en el marco teórico sobre las cifras que arroja el INE (2013) en su informe denominado *“Encuesta sobre equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H)”*.

Conectando con lo anterior, estas facilidades de acceder a la red, es lo que facilita también que el consumismo tenga un papel tan importante entre los niños, tal como se ha mostrado la recogida de datos sobre el contenido que ellos ven, ya que, ante tantas facilidades de conexión, se abren grandes oportunidades de negocio en las diferentes plataformas sociales. En esta línea se encuentran las afirmaciones realizadas por Arellanes e Íñigo (2019), recogida en el marco teórico, donde afirman que estos espacios digitales adquieren un carácter de usuario frente al mercado.

También en referencia a la enorme utilización de alumno de esta edad a internet, es cuando se produce también la exposición a la desinformación, y que como se ha mencionado en la revisión bibliográfica, bajo las ideas de Pérez (2008), el cual insiste en que no solamente deben saber usar las tecnologías, sino que se hace esencial ante la abundancia de información, el desarrollo personal de una capacidad crítica como forma de actuar en internet. Esto se acentúa cuando se observan datos como los recogidos en las encuestas, donde más del 40% de los alumnos (11-12 años) no tienen un control por parte de sus padres cuando acceden a las diferentes plataformas digitales.

Entre estas plataformas, la que se lleva el papel protagonista sin duda son las RRSS, ya que como se refleja en los datos, donde el 71 % de los encuestados usan redes sociales bajo su nombre, cuando legalmente no están en edad de realizarlo. Estas cifras crecen aún más cuando (81%) cuando incluimos a todos que las usen independientemente sea bajo el perfil de sus padres o el suyo. El hecho que explica este “aprecio” sobre estos medios,

y que “hablar con amigos” sea uno de los aspectos que más les gusta de internet, tal como muestra en las encuestas, tiene mucha relación con la edad en la que se encuentran.

Según lo que mantiene Erikson (1950), estos alumnos de 11-12 años se encuentran en su cuarta etapa de desarrollo denominada *Laboriosidad vs inferioridad*, en la que destaca ese carácter socializador de querer hacer cosas junto a otra, compartir vivencias, o conocimiento, y es por ello que socializar y hacerlo mediante las redes les parece algo atractivo. Además, poseen diversos medios digitales para realizarlo, como muestran los resultados, donde se observan muchas redes sociales diferentes como Tik-Tok, WhatsApp, Instagram...etc.

En último lugar, es esencial mencionar el papel que muestra la educación aquí, el cual generalmente carecer de protagonismo, ya que por ejemplo no aparecen los docentes como principales sujetos que eduquen sobre como usar y los peligros que tiene el uso de internet. Esto provoca que el desarrollo de conocimiento crítico sobre la red se realice mediante una educación informal, alejada de una práctica cotidiana y diaria en el aula, en donde son los padres y en esta ocasión la Guardia Civil, quienes adquieren el papel de educadores.

Sin embargo, existen muchos aspectos sobre los que hay que educar día a día en el aula sobre el uso de internet, ya que por ejemplo entre los resultados obtenidos, se puede encontrar que el 68 % de los alumnos afirman conocer casos en donde una persona haya acosado/ insultado o que ella misma los haya recibido. Por lo tanto, es necesario que la educación tenga su papel en ello, y que forme con perspectiva crítica sobre el “peligro” de por ejemplo el anonimato en la red.

Esta idea se encuentra muy relacionada con lo expuesto en el apartado de revisión bibliográfica sobre la concepción de Mèlich (2002), el cual establece una relación directa sobre la moralidad de un individuo y el pensamiento crítico que tiene desarrollado, y que frente a estos dos aspectos la educación es esencial para la adquisición de herramienta que permitan reflexionar a los alumnos de forma crítica en las redes.

Por ello, y haciendo referencia al último objetivo que se plantea sobre este TFG, el cual menciona como finalidad el hecho de “Detectar las necesidades educativas en relación al uso de Tic y medios del alumnado de Educación Primaria”, se plantea lo necesario que es una formación real y permanente al alumnado dentro de la escuela, es decir, que se conciba ya las RRSS como una realidad social de los alumnos, y que ante la magnitud del

reto que supone, es necesario exponer enseñanzas críticas y objetivas sobre ellas, y mediante ellas; una educación que sepa fusionar la enseñanza en y mediante redes sociales.

En aspectos generales, este Trabajo Fin de Grado ofrece un nuevo horizonte de investigación, ya que propone analizar de una forma más concreta las vivencias personales de los niños expuestos en las redes y el comportamiento de cada uno de ellos con el objetivo de recoger una mayor muestra de datos que amplíen las visiones sobre el tema. Además, es muy interesante plantear aquí nuevas líneas de investigación que incluyan, por ejemplo, una perspectiva de género como forma de entender las diferentes formas de participar, pensar y actuar de mujeres de hombres, así como también los roles de género que se encuentran presentes tanto en las redes y que posteriormente provocan consecuencias en la forma en la que se desarrolla el pensamiento, y la ética en la educación.

En último lugar, tal como señalan Martínez et al. (2019), es necesario exponer las limitaciones de un estudio, ya que mucho creen que el hecho de realizarlo resta valor a la investigación que han elaborado, siendo en realidad todo lo contrario, porque realizarlo muestra una mayor validez al proceso, porque se conoce cuáles son los puntos sobre los que se puede plantear una nueva investigación de mayor calibre.

La primera limitación sería el hecho de que el análisis se ha realizado en el marco de un Trabajo Fin de Grado, lo cual limita no sólo la propia extensión, sino que también la profundidad de la investigación, ya que se ha realizado a un grupo de edad concreto de un solo centro escolar. En consecuencia, tenemos aquí una oportunidad de ampliar todo este estudio hacia grupos de escolares más amplios, así como también aumentar los canales y perfiles a analizar.

Para finalizar es esencial mencionar otra limitación que se encontrado en la elaboración de este estudio, la cual se relaciona con la falta de bibliografías que analicen de forma concreta como es la huella de los alumnos de educación primaria en las redes sociales, así como otros elementos esenciales que se enmarcan en el consumismo directo que se promueve tanto en las redes como en los medios digital a los que acceden diariamente alumnos de la educación primaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbeláez, M. y Onrubia, J. (2014). Análisis bibliométrico y de contenido. Dos metodologías complementarias para el análisis de la revista colombiana Educación y Cultura. *Revista de Investigaciones UCM*. 14(23), 14-31. <http://dx.doi.org/10.22383/ri.v14i1.5>
- Arellanes, N., Iñigo, L.S. (2020). Las redes sociales y el Consumismo: del futuro colectivo al algoritmo de Facebook. *Collectivus*.7(1), 99-108. <http://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/Collectivus/article/view/2554/3312>.
- Arrieta, C.A., Montes, V.D. (2011). Alfabetización digital: uso de las tics más allá de una formación instrumental y una buena infraestructura. *Revista Colombiana de Ciencia Animal*.3(1), 180-197. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3691443>
- Bezanilla, M.J., Poblete, M., Fernández Nogueira, Donna., Arranz Turnes, S., Campo Carrasco, L. (2018). El pensamiento crítico desde la perspectiva de los docentes universitarios. *Estudios Pedagógicos*.44(1), 89-113. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-07052018000100089
- Bordigon, N.A. (2005). El desarrollo psicosocial de Erik Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*. 2 (2), 50-63. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69520210>
- Buendía, L., Berrocal, E. (2001). La Ética de la Investigación Educativa. *Revista Ágora Digital*. (1). 1-14. http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/6606/Etica_de_la_investigacion_educativa.pdf?sequence=2
- Celaya, J. (2011). *La empresa en la Web 2.0: el impacto de las redes sociales y las nuevas formas comunicación en la estrategia empresarial*. Gestión 2000. <http://cmascriptpublic3.ihmc.us/rid=1NK1FPVV5-2DJTVN2-1FS0/La%20empresa%20web.pdf>
- Comisiones Obreras. (2015). Plan de Desarrollo Económico de la Sierra de Guadarrama. Recuperado de <https://madrid.ccoo.es/7c99a9b639e6b9b4c420182d96732c06000045.pdf>
- Comisión Europea (2018). La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo. (Informe nº 236). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=es>
- Decreto 26/2016, de 21 de julio, por el que se regula la implantación, evaluación y desarrollo de la Educación Primaria en la Comunidad de Castilla y León. Boletín Oficial de Castilla y León, 142, de 25 de julio de 2016, 34184-34746.

<https://www.educa.jcyl.es/es/resumenbocyl/decreto-26-2016-21-julio-establece-curriculo-regula-implant>.

- Hootsuite y We are social (2021). Informe global sobre el entorno digital. <https://www.hootsuite.com/es/recursos/tendencias-digitales-2021>
- Instituto Nacional de Estadística (2020). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. https://www.ine.es/prensa/tich_2020.pdf
- Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa. *Boletín Oficial del Estado*, 295, de 10 de diciembre de 2013, 97858-97921. <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12886.pdf>
- López, G. (2012). Pensamiento crítico en el aula. *Revista Docencia e Investigación*. (22), 41-60. https://www.educacion.to.uclm.es/pdf/revistaDI/3_22_2012.pdf
- Marie-France, D., de la Garza, M.T., Slade, C., Lafortune, L., Pallascio, R., y Mongeau, P. (2003). ¿Qué es el pensamiento dialógico crítico? *Perfiles educativos*, 25(102), 22-39. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982003000400003
- Nieto, A.M. y Saiz, C. (2008). Relación entre las habilidades y las disposiciones del pensamiento crítico. En I. Etxebarria, A. Aritzeta, E. Barberá, M. Chóliz, M.P. Jiménez, F. Martínez, P. Mateos, y D. Páez (Eds.). *Motivación y emoción: Contribuciones actuales*. Vol. II: Motivación (pp. 255-263). Asociación de Motivación y Emoción.
- Ortega, P. (2018). Ética y educación: una propuesta educativa. *Redipe.8* (7), 30-45. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6729750>
- Pérez, A. (2018). Uso de *smartphones* y redes sociales en alumnos/as de educación primaria. *Revista Prisma Social*. (20), 76-91.
- Ritchart, R., Church, M., Morrison, K. (2014). *Hacer visible el pensamiento: cómo promover el compromiso, la comprensión y la autonomía de los estudiantes*. Paidós

ANEXOS

ANEXO 1

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	
Unidad de análisis y Red social	Tiktok. <i>Perfil 3</i>
Enlace a la unidad de análisis que se analiza	https://vm.tiktok.com/ZMe9b9CW6/
VARIABLES RELACIONADAS CON LOS MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	No muestra ni diversas fuentes de información ni varios puntos de vista.
¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	No
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	No
¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	No
¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	No
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	No

VARIABLES RELACIONADAS CON LAS DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	No, en ocasiones muestra creencias por ejemplo sobre gustos personales o ideas propios, pero no se existe un medio para poder contrastarlos.
¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	No
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	Lo que si existe es un interés por mostrarse de forma clara y que su “público” la comprenda de forma que le parezca atractivo el contenido.
¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	No
¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	No
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación sexual o la identidad sexual?	En uno de los vídeos del perfil se expone una canción en la que se presencia una cierta sexualización de la mujer, pareciendo así hasta una especie de cosificación hacia ella.
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	No

¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	Dado que todo el canal consiste de unos pequeños vídeos cuyo contenido consiste en cantar canciones, se puede identificar que alguna ocasión composiciones musicales que utilizan expresiones verbales un tanto violentas.
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el buying o ciberbullying?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON LA DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	No, ya que el contenido del perfil es todo sobre música, exponiendo así una especie de karaoke.
¿Está tipificada como fakenews en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	No, dentro de la red social de TIK-TOK, no se encuentran presentes estos recursos de detección de bulos.
VARIABLES RELACIONADAS CON OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	No se observa.
¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve	No

comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respeto a las normas sociales?	
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	No
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	No

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	
Unidad de análisis y Red social	Tiktok. <i>Perfil 1</i>
Enlace a la unidad de análisis que se analiza	https://vm.tiktok.com/ZMe9sePVm/
VARIABLES RELACIONADAS CON LOS MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	Sí, por ejemplo, en uno de los vídeos del contenido, muestra ella como es mediante opiniones diversas de todos de sus amigos, por lo que para definirse busca diferentes perspectivas sobre el tema.
¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	Sí, mediante el ejemplo anterior en donde expone las opiniones de los compañeros, muestra los mensajes concretos que aportan evidencia a lo que va comentando.
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	De alguna forma, mediante el vídeo que se ha mencionado anteriormente, expone una interpretación suya sobre los mensajes que recibe, estableciendo la idea de que la gente la quiere mucho.

¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	No
¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	Sintetiza de alguna forma la información en el video que se comenta, ya que los demás son simplemente karaokes.
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	Plantea preguntas o enigmas en otro video donde establece comparaciones respecto a las cualidades suyas y las de su amiga, y de esta forma establece la curiosidad sobre las diferencias que tienen ambas en cuanto a apodos, forma de vestir, gustos...etc.
VARIABLES RELACIONADAS CON LAS DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	Considero que si son ciertas las creencias que se exponen, aunque no todas ellas están contrastadas.
¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	No están justificadas.
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	No se aprecia este interés.
¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	No
¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	No

¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación sexual o la identidad sexual?	No
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	No
¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	No se aprecia ningún tipo de violencia
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el bullying o ciberbullying?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON LA DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	No se aprecia
¿Está tipificada como fakenews en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	En la red social de Tiktok no existen este tipo de recursos que avisen sobre la presencia de bulos.
VARIABLES RELACIONADAS CON OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	No se fomenta el consumismo en el contenido que se analiza
¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	No fomenta valores de este tipo

¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respeto a las normas sociales?	No, de hecho, todo lo contrario, ya que fomenta actitudes poco responsables e incívicas. Entre el contenido que se ha analizado dentro de este perfil, se pueden observar actitudes como por ejemplo el mover cubos de basura, montarse en ello y empujarlos por la carretera. Además, también encontramos otras actitudes como el colgarse de la valla de un edificio.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	No
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	No

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	
Unidad de análisis y Red social	Tiktok. <i>Perfil 4</i>

Enlace a la unidad de análisis que se analiza	https://vm.tiktok.com/ZMe9sctTG/
VARIABLES RELACIONADAS CON LOS MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	No
¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	No
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	No
¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	No
¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	No
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	Dado el tipo de contenido, se podría mantener que busca promover “retos”, ya que mediante la realización de estos “challenge” de bailes, promueve que otros usuarios los realicen.
VARIABLES RELACIONADAS CON LAS DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	No se puede valorar es verdadero o no dado que el contenido consiste en la mayoría de los casos de bailes.
¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	No se puede valorar este aspecto
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	No se aprecia en el contenido analizado

¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	No
¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	No
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación sexual o la identidad sexual?	En parte, al igual que se ha mencionado en anteriores análisis, mediante la escucha de las canciones que se usan como recurso para bailar, cabe destacar que existe una cierta cosificación y sexualización de la mujer, algo que se identifica en las letras.
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	No se presenta contenido discriminatorio, ni una invisibilidad de minorías.
¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	No se aprecia ningún tipo de violencia
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el bullying o ciberbullying?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON LA DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	La información que se presenta es tan unidireccional en lo que a la temática se refiere (retos de bailes), que no se puede juzgar ningún tipo de información

¿Está tipificada como fakenews en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	En la red social TikTok, no se encuentran integrados recursos de verificación de bulos.
VARIABLES RELACIONADAS CON OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	No se fomenta el consumismo en ninguna de sus formas
¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	No se fomenta valores como el respeto, ni valores positivos hacia la diversidad.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respeto a las normas sociales?	No se fomenta este tipo de valores ni comportamiento mediante el contenido que se expone.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	No

VARIABLES RELACIONADAS CON CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	Si estableciéramos la expresión corporal como un eje clave en este canal, se podría establecer que se promueven aptitudes propias del área de educación física.
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	Promueve la curiosidad, así como la pasión por realizar retos de este tipo, aunque se centraría mucho en personas que les gusta compartir ese tipo de contenido en su red de Tiktok

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	
Unidad de análisis y Red social	Tiktok. <i>Perfil 2</i>
Enlace a la unidad de análisis que se analiza	https://vm.tiktok.com/ZMexRMjyp/
VARIABLES RELACIONADAS CON LOS MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	No muestra diversas fuentes de información.
¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	No, en los pocos vídeos en los que transmite información, no presenta ningún medio que apoye su credibilidad.
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	No se aprecia en el contenido analizado.
¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	No

¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	En uno de los vídeos publicados en el perfil, publica por ejemplo un contenido en el que establece una serie de conclusión o resumen de los hechos más importantes a su parecer del año 2020. Por lo tanto, se podría afirmar que sí utiliza este tipo de movimiento del pensamiento.
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	No se aprecia en el contenido analizado
VARIABLES RELACIONADAS CON LAS DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	Considero que las creencias que se muestran sí son verdaderas ya que por ejemplo en uno de los vídeos que publica acerca los acontecimientos más importantes a su juicio que han ocurrido en el año 2020. Estos hechos sí son ciertos, pero él no expone formas para poder contrastar esa información.
¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	No se justifica las ideas o decisiones expuestas.
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	No
¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	Sí se podría mantener que buscar intimidar así como confundir mediante las propias habilidades, utilizando los denominados “filtros”, en donde por ejemplo logra exponer una imagen de su cuerpo como sí solo tuviese cabeza, u otro contenido en donde logra girar los ojos de una forma surrealista gracias al “filtro” utilizado.
¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	No se percibe en el contenido analizado.
VARIABLES RELACIONADAS CON DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	

¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	No
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación sexual o la identidad sexual?	No
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	No
¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	No
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el bullying o ciberbullying?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON LA DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	Se podría mantener que mediante la utilización de herramientas de la red, busca por ejemplo exponer que logra poner el iris de los ojos cada uno hacia un extremo, y es un hecho sesgado ya que se produce este efecto gracias a la herramienta de Tiktok y no por sus propias habilidades.
¿Está tipificada como fakenews en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	En la red social de Tiktok no se encuentran disponibles este tipo de herramientas que verifican o juzgan algún tipo de información.
VARIABLES RELACIONADAS CON OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	Entre el contenido analizado, se encuentran dos vídeos que sí incitan al consumo de dos elementos. Por un lado, tenemos un contenido que incita al consumo de aparatos electrónicos de Apple, mediante la exposición de éstos en el vídeo. Por otro lado, en otro vídeo el usuario muestra como está jugando a un videojuego denominado “Fortnite”, por lo que también incita a su consumo.

¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	No se fomentan este tipo de valores
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respeto a las normas sociales?	No, además es todo lo contrario ya que un vídeo publicado en este perfil, vemos como se muestra el usuario en un autobús, en donde enseña una parte que ha sido arrancado del asiento delante, la cual es pequeña papelea que va pegada a los asientos de los autobuses. Independientemente de si ha sido el mismo o es un hecho que ocurrió anteriormente, cabe destacar que se promueven actitudes no cívicas en este vídeo.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	No
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	Se podría promover la curiosidad a otros usuarios para utilizar herramientas divertidas que utiliza este perfil, por lo que incita a su uso.

ANEXO 2

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS	
Unidad de análisis y Red social	Canal de YouTube. (Las aventuras de Dani y Evan)
Enlace a la unidad de análisis que se analiza	https://www.youtube.com/c/LasAventurasdeDanijEvan2021/videos
VARIABLES RELACIONADAS CON LOS MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	No

¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	Sí, a veces se expresen fuentes de compra de lo que enseñan, y se puede justificar que son fuentes oficiales de compra seguros.
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	En concreto, uno de los juegos que desarrollan en el canal (Jurasic World), si enseñan preguntas a los usuarios, las cuales hay interpretarlas y escoger una respuesta en relación a los conocimientos que se tiene.
¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	No
¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	Sí, en diversas ocasiones se han encontrado ejemplos en donde resumen lo realizado a lo largo del vídeo, aunque también es importante destacar que no se generan conclusiones, sino resumen sobre lo desarrollado.
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	Sí, utilizan mucho las preguntas que generan curiosidades a los usuarios que visualizan el contenido, de forma que generan interés por seguir observando el vídeo para ver lo que pasará.
VARIABLES RELACIONADAS CON LAS DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	No
¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	No
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	Sí, especialmente si expresan el contenido de una forma clara y muy adaptada al grupo de edad al que se dirigen (infantil), y por lo tanto si adapta la expresión a la realidad.
¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	No

¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	Aunque realmente es más un acto cordial, sí que al inicio y final suele utilizar expresiones como “que tal amigos”, “, como estáis” o “cuidaros”.
VARIABLES RELACIONADAS CON DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	No se observa ninguna discriminación en base al género, aunque si una cierta ausencia de la mujer, que en este caso es la madre que aparece sólo en algunos videos muy minoritarios.
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación sexual o la identidad sexual?	No.
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	No
¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	No
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el bullying o ciberbullying?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON LA DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	No

¿Está tipificada como fakenews en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	No
VARIABLES RELACIONADAS CON OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	Sí, es sin duda uno de los pilares fundamentales del canal, ya que los videos consisten en jugar por ejemplo a juegos o juguetes, pero que obviamente es una forma de promocionarlos y fomentar su compra.
¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	No se ha observado que se trate este elemento, ya que el contenido no incita a que este tema esté presente.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	La cooperación sí que se ha estado presentado en alguno de los vídeos, siempre relacionado con algún juego en el que el padre menciona la acción de ayudar como algo importante.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respeto a las normas sociales?	Respecto al civismo en la vía pública si se encuentra mención a ello en uno de los vídeos, donde están en un videojuego, el cual consiste en la conducción de un coche en la carretera, y se observan comentarios del padre sobre los pasos de peatones, velocidad del coche...etc.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	No

¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	No
VARIABLES RELACIONADAS CON CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	Sí, especialmente acerca de las ciencias naturales, entorno a los animales y al espacio natural, y por lo tanto posee una cierta referencia con las ciencias naturales.
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	Sí, en diversas ocasiones si que tiene una cierta curiosidad que aunque va muy ligada al consumismo, sí promueve la curiosidad.

INSTRUMENTO DE RECOGIDA DE DATOS

Unidad de análisis y Red social	Canal de YouTube. Lyna
Enlace a la unidad de análisis que se analiza	https://www.youtube.com/c/SrtaLynaV/videos
VARIABLES RELACIONADAS CON LOS MOVIMIENTOS DEL PENSAMIENTO	
¿El contenido que se analiza muestra diversas fuentes de información? ¿Muestra diferentes puntos de vista o perspectivas sobre el tema?	No
¿El contenido que se analiza presenta evidencias fiables que apoyen la credibilidad de la información/contenido que presenta?	No
¿El contenido que se analiza plantea explicaciones o interpretaciones sobre la información/contenido que presenta?	Las explicaciones están muy presentes ya que todo lo que realiza lo va comentando de forma oral.
¿El contenido que se analiza intenta mostrar ejemplos, analogías, etc. que relacionan la información o el contenido que se presenta con otros contenidos?	Sí, existen diversas comparaciones o ejemplo como forma de explicar el contenido, ya que, siendo un público infantil, se ven necesarias las analogías mediante la cual facilitar la comprensión del contenido.
¿El contenido que se analiza sintetiza la información importante que ayuda a generar conclusiones?	En el contenido analizado encontramos diversos ejemplos donde <i>Lyna</i> emplea las conclusiones como recurso para ir exponiendo el avance que tiene en los videos juegos. El hecho de que ciertos contenidos se expongan mediante varios vídeos utiliza conclusiones, así como pequeños resúmenes para poder conectar los vídeos y que los espectadores puedan enlazar el contenido que se publica.
¿El contenido que se analiza plantea preguntas, curiosidades, enigmas o da respuesta a preguntas, curiosidades, enigmas...?	Sí, de hecho, algunos juegos consisten en dar respuesta a una serie de enigmas o retos, por ejemplo el recolectar una serie de objetivos, respondiendo a preguntas sobre el juego con el objetivo de conseguir premios dentro del ámbito del videojuego.
VARIABLES RELACIONADAS CON LAS DISPOSICIONES DE ENNIS	
¿En el contenido que se analiza las creencias que se muestran son verdaderas y consideras que están contrastadas?	No

¿En el contenido que se analiza las decisiones que se toman están justificadas?	En algunas ocasiones sí justicia las decisiones que se toman y en otras no.
¿En el contenido que se analiza se muestra interés por comprender y presentar una posición honesta y clara tanto del orador como de los demás?	La posición del orador se centra en mostrarse claro en sus expresiones, con el objetivo de que los consumidores de su contenido le comprendan.
¿En el contenido analizado se evita intimidar o confundir a otros con las propias habilidades?	No
¿En el contenido analizado se percibe preocupación por el bienestar de los demás?	Insiste siempre en la idea de ver si sus seguidores les gusta o no el vídeo, comentándoles en el inicio de cada vídeo que si les gusta que le den un like y si no que le comenten lo que no les ha gustado del contenido.
VARIABLES RELACIONADAS CON DISCRIMINACIÓN O VIOLENCIA	
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base al género? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de la mujer o de las contribuciones de la mujer?	No, de hecho la “youtuber” es una mujer un aspecto que destaca ya que la mayoría de los canales casi siempre están protagonizados por hombres.
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la orientación sexual o la identidad sexual?	No
¿El contenido que se analiza presenta información/contenido que discrimina en base a la nacionalidad/etnia/procedencia/religión...? ¿Hay una invisibilidad o ausencia de minorías étnicas/religiosas/.. o de sus contribuciones?	No
¿El contenido que se analiza es violento? ¿Qué tipo de violencia? (física, verbal, sexual...)	No existe una aparente violencia ya que son juegos muy infantiles.
¿El contenido que se analiza presenta información relacionada con el bullying o ciberbullying?	No

VARIABLES RELACIONADAS CON LA DESINFORMACIÓN, LOS BULOS O LAS FAKENEWS	
¿El contenido que se analiza presenta información sesgada, incorrecta o falsa?	Hay que destacar que los títulos así como las portadas de los vídeos son un tanto engañosas como por ejemplo en uno de ellos donde dice que “Este juego me hace sufrir no puedo más”, con una imagen de portada en la que se la ve en una situación de tristeza. Sin embargo, el vídeo trata de un juego difícil, por lo que realmente no está triste ni casi llorando, sino que busca captar la atención de los demás usuarios.
¿Está tipificada como fakenews en algún recurso especializado en detección de bulos? (Ej. Maldito bulo)	No
VARIABLES RELACIONADAS CON OTROS VALORES	
¿El contenido que se analiza fomenta el consumismo? ¿Presenta un producto/servicio o utiliza un producto o servicio con fines de promover su compra o consumo?	Sí, al igual que otros canales de youtube, el contenido fomenta el consumismo, donde utiliza el propio producto que en este caso son los videojuegos, con el fin de promover su consumo entre los usuarios que la siguen.
¿El contenido que se analiza fomenta el consumo sostenible? ¿Presenta formas de consumo alternativas para que sea más sostenible y ecológico?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el respeto a todas las personas? ¿Fomenta valores positivos hacia la diversidad de las personas? ¿Qué tipo de diversidad fomenta? (cultural, capacidades, etc.)	En el contenido que se analiza no muestra este tipo de valores.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la empatía, la solidaridad o la ayuda mutua/cooperación?	La ayuda sí que está presente, ya que en diversas ocasiones la vemos jugando con otros jugadores, en donde sí se menciona valores como la cooperación a otros.
¿El contenido que se analiza fomenta valores como el civismo? ¿Promueve conductas ciudadanas responsables, de respeto a los deberes	No.

de las personas como ciudadanas del mundo? ¿Promueve comportamientos que contribuyen al funcionamiento correcto de la sociedad y al bienestar de las personas que la componen, como el respecto a las normas sociales?	
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la justicia, la igualdad, la equidad en los derechos de todas las personas?	No
¿El contenido que se analiza fomenta valores como la persistencia, el esfuerzo y la lucha por mejorar? ¿Promueve el inconformismo o la capacidad de luchar por los derechos de uno mismo y por seguir avanzando en la mejora de la persona o las personas?	El esfuerzo o la lucha sí que se encuentra en diversos contenidos, siempre en la temática de los videojuegos, donde muestra una actitud de persistir y luchar para poder lograr los objetivos.
VARIABLES RELACIONADAS CON CONTENIDOS CURRICULARES	
¿El contenido que se analiza trabaja contenidos curriculares? ¿Cuáles? ¿De qué área del conocimiento/asignatura?	Sí, se puede encontrar contenidos relacionados con el área de matemáticas, concretamente en contenidos como el conteo o la medida del espacio mediante unidades no estándar (palos)
¿El contenido que se analiza promueve la curiosidad o la pasión por aprender?	Se promueve la curiosidad ya que mediante los videojuegos se crea un clima en donde seguir avanzando es un pilar fundamental y por lo tanto ofrece un ambiente curioso y atractivo al usuario.

