

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023-2024

VIOLENCIA DE GÉNERO, JÓVENES Y NUEVOS MEDIOS

Trabajo de disertación

IRUÑA SEGURA MATA

Tutora académica: Teresa Gema Martin-Casado

Segovia, julio de 2024

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Justificación del tema	1
1.2. Introducción al tema	2
1.3. Objetivos	3
1.3.1. Objetivos generales.....	3
1.3.2. Objetivos específicos	4
1.4. Resumen	5
1.5 <i>Abstract</i>	5
1.6. Palabras clave	5
1.7. Key words	5
1.8. Hipótesis	5
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Principales redes en España	8
2.2. El uso de las redes sociales en los jóvenes	8
2.3. Concepto violencia de género	10
2.3.1. Tipos de violencia de género	12
2.3.2. Violencia de género entre los jóvenes en el mundo digital	14
2.4. El poder de los medios en la construcción de significado	15
3. EXPLICACIÓN METODOLÓGICA	18
3.1. Explicación metodológica. La encuesta	18
3.2. El método y sus partes	19
3.3. Justificación de la muestra	20
3.3.1. Cuestionario para mujeres	20
3.3.2. Cuestionario para hombres	23
4. RESULTADOS	26
4.1. Resultados del cuestionario	26
4.1.1. Respuestas de las mujeres	26
4.1.2. Respuestas de los hombres	30

4.2. Interpretación de los resultados	33
5. CONCLUSIÓN	37
6. BIBLIOGRAFÍA	39

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación del tema

El tema acotado trata acerca de la violencia de género y los jóvenes en los nuevos medios. Dicha selección ha sido analizada ya que hoy en día encontramos una gran cantidad de casos sobre la violencia digital, concretamente dirigida a las mujeres de corta edad.

Es una cuestión, desde el punto de vista de los jóvenes como yo, a la que creo que se le da poca importancia por la gravedad que conlleva, sobre todo en los y las jóvenes, especialmente a nivel psicológico. En la mayoría de los casos se piensa que la violencia de género sólo se expresa de forma física pero también se encuentran otras muchas formas de violencia, como, por ejemplo: comentarios sexistas o abusivos en redes como Instagram, Twitter, etc. Por todo ello, quiero expresar mi preocupación por dicho asunto, en especial por las víctimas que la padecen día a día y no se les da voz.

Las redes sociales son usadas frecuentemente por los y las más jóvenes. Estas pueden ayudar y beneficiar en numerosas ocasiones, sin embargo, cada vez su uso se está desviando de su propósito principal, entretener. De esta manera, este sector de la población adopta comportamientos agresivos y machistas que se ven con normalidad ya que son más frecuentes y no se les está considerando un problema.

De esta manera, investigar sobre la violencia de género por parte de los jóvenes en los nuevos medios es trascendental, puesto que hay actitudes agresivas e inapropiadas hacia la mujer que se están naturalizando, además de comportamientos inadecuados en los que se desvaloriza a la mujer e incluso se intenta vetar los derechos humanos con comentarios y actos sexistas.

1.2 Introducción

La violencia de género a través de las diversas plataformas digitales se acrecienta cada día, manifestándose de forma cada vez más compleja de controlar. Este fenómeno afecta al bienestar general de las personas y tiene gran repercusión negativa con relación al ámbito psicológico, ya que este acoso incrementa las inseguridades físicas y psicológicas, especialmente en las jóvenes, ya que son víctimas de este tipo de conductas discriminatorias. Así, se normaliza delimitar los derechos humanos, refleja a la perfección el sexismo que aún no se ha conseguido derrocar. Esta violencia no solo se manifiesta en relaciones de pareja, como a menudo estamos acostumbrados a observar, sino que también se extiende a amistades y a interacciones con usuarios desconocidos en la red.

Actualmente, se llevan a cabo una gran cantidad de proyectos para prevenir los riesgos del mal uso de las nuevas tecnologías dirigidos hacia la comunidad educativa, proyectos como “Agente Tutor” en Adra (Almería), o “Colectivo Mayor-NET”, quienes han llevado a cabo charlas sobre el ciberbullying en los colegios del municipio de San Roque (Cádiz), en este caso no sólo se dirige a los alumnos sino también a sus respectivas familias. Según dijo la concejala del Ilustre Ayuntamiento de San Roque: “Habíamos detectado la necesidad de concienciar a los alumnos y a sus familias sobre el acoso escolar y el ciberacoso, que se da a través de las redes sociales. Cuando Mayor-Net nos planteó estas charlas, vimos que eran un buen instrumento para cubrir este objetivo, y estamos muy agradecidos por la labor que están realizando” (*Jiménez Mateo, 2017*).

Los casos de ciberacoso están incrementando notablemente en España, y por ende, los graves impactos que esto genera en la sociedad. Estos no son únicamente físicos, sino que también trae consigo una serie de consecuencias psicológicas negativas como la depresión, el abandono escolar por miedo a presentarse en el colegio, o, por último, el suicidio (Conde Solé, 2022).

Por tanto, la educación se convierte en un factor imprescindible para erradicar esta problemática. A través de una educación adecuada, es posible prevenir en gran medida la

perpetuación de estas conductas, enseñando a los y las jóvenes el hecho de que presenciar el acoso y no denunciarlo también les convierte en cómplices de esta violencia.

Plataformas digitales como Instagram o Facebook, entre otras, han creado una serie de medidas con el fin de prevenir el acoso. En estos casos se han llevado a cabo recursos dotados de Inteligencia Artificial para identificar que un comentario es despectivo, todo ello se hace de forma inmediata mientras el navegante escribe. Al usuario le llega una advertencia de que dicho mensaje es insultante, por lo que se le da la posibilidad de modificarlo. De esta forma, los clientes se dan cuenta de que el comportamiento que estaba teniendo puede herir a la otra persona.

Por lo tanto, es crucial que las regulaciones de estas plataformas sean más rigurosas y se implementen con mayor vigilancia para suprimir estas actitudes y proteger los derechos humanos. La colaboración entre las plataformas digitales, los legisladores y las organizaciones defensoras de los derechos humanos es esencial para crear un entorno en línea seguro y respetuoso.

Por último, la lucha contra la violencia de género en el ámbito digital requiere la combinación de la educación, regulación y concienciación. Solo así se podrá enfrentar eficazmente esta creciente amenaza y trabajar hacia la construcción de una sociedad más igualitaria para todos.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivos generales:

Para llevar a cabo esta búsqueda he querido profundizar en los puntos de vista de las y los propios jóvenes sobre la violencia de género en los medios como principal objetivo general.

Y siguiendo con esta línea de investigación, otro propósito principal a indagar es conocer las actuaciones de estos en relación con este tema, ya que en estas acciones es cuando se ve reflejado el verdadero comportamiento de los jóvenes en las diversas situaciones de coacción.

De esta manera, se llegará a abarcar un amplio conocimiento, basado en sus respuestas personales, sobre las opiniones y actitudes de los más jóvenes con relación a la violencia de género en los medios digitales puesto que es la plataforma más utilizada por esto.

1.3.2. Objetivos específicos:

Tras haber aclarado los datos generales, quiero profundizar en una serie de aspectos específicos a través de las encuestas, como plataforma óptima para llevar a cabo esta investigación. En ellas se llevarán a cabo preguntas para determinar cuáles son las opiniones y actuaciones de los jóvenes frente a este tema principal, como he nombrado en los aspectos generales.

Los temas a los que me quiero ceñir son los siguientes:

En primer lugar, me gustaría investigar la presencia de representaciones de violencia de género en las redes sociales en los últimos meses y la participación de las personas en estas, ya sea como espectadores, agresores o víctimas. Ya que es importante explorar cómo se manifiestan estas representaciones y como las personas se involucran en ellas, observando tanto la frecuencia como el contexto en el que ocurren.

En segundo lugar, quiero analizar la percepción que tienen los jóvenes sobre la representación de la violencia de género en las redes sociales. Esto incluye entender cómo interpretan y reaccionan ante estas representaciones, además de identificar los factores que influyen en su percepción, como el entorno social, la educación y la exposición previa a temas de género.

Por último, hay que entender el impacto de la exposición a la violencia de género en las redes sociales en la percepción de la violencia de género en la vida real. Se trata de analizar cómo esta exposición afecta las creencias y actitudes de los jóvenes hacia la violencia de género fuera del ámbito virtual, considerando la posible normalización de la violencia y su efecto en la sensibilización y la respuesta social ante situaciones reales de violencia de género.

1.4 Resumen

En este TFG se analiza la relación entre la violencia de género, las y los jóvenes en el contexto de los nuevos medios de comunicación. Con el desarrollo de la tecnología y la presencia constante de plataformas digitales, las jóvenes, están cada vez más expuestas a diferentes formas de violencia de género a través de redes sociales, videojuegos y aplicaciones de mensajería. El estudio examina cómo las jóvenes perciben, experimentan y perpetúan la violencia de género en estos nuevos medios. Se investigan las causas subyacentes de este problema, así como las posibles consecuencias en las actitudes y comportamientos de las jóvenes, tanto en hombres, como en mujeres.

1.5 Abstract

This undergraduate thesis examines the relationship between gender-based violence and young people in the context of new media. With the advancement of technology and the constant presence of digital platforms, young people are increasingly exposed to different forms of gender-based violence through social networks, video games, and messaging applications. The study explores how young people perceive, experience, and perpetuate gender-based violence in these new media. The underlying causes of this issue are investigated, as well as the potential consequences on the attitudes and behaviors of young people.

1.6. Palabras clave:

Violencia de género, jóvenes, medios digitales, redes sociales y prevención.

1.7. Key words:

Gender violence, youth, digital media, social networks, and prevention.

1.8. Hipótesis

Hoy en día, en las diversas plataformas digitales, se exponen una gran variedad de casos de violencia de género, donde muchos espectadores deciden no intervenir por miedo a las

represalias contra ellos. Esto supone la existencia de desensibilización frente al ciberacoso hacia las mujeres y la percepción errónea de que el abuso verbal es menos significativo que el físico. Por lo que, al estudiar dicha normalización de tales comportamientos en línea, y su falta de atención hacia estos, se ha llevado a cabo una serie de hipótesis.

De esta manera, estimo que una gran mayoría ha sido partícipe de violencia de género en los medios digitales en alguna ocasión. Sin embargo, muchos de ellos ignoran este tipo de conductas, convirtiéndose así en cómplices de una agresión sexual a través de Internet.

Sin embargo, creo que muchas de estas personas espectadoras no toman medidas para abordar o denunciar dicho comportamiento. Entre los factores más destacados se encuentra la brecha digital de género, la difusión de estereotipos y roles de género, la falta de conocimiento sobre qué es realmente la violencia de género, etc.

De ahí, que se esté tratando con normalidad este tipo de actuaciones ya que para los adolescentes este tipo de violencia no cuenta con el nombre “violencia de género” ya que es de manera verbal y no física. Y por miedo o indiferencia de que sea hacia ellas mismas no actúan para frenar este comportamiento.

Participar y observar la violencia de género en los medios digitales es un fenómeno común en la sociedad actual. El fácil acceso a las plataformas en línea y la adopción generalizada de las redes sociales han hecho que la violencia y la discriminación, especialmente contra las mujeres, sean más generalizadas.

Además, con este estudio quiero demostrar que la violencia de género en línea no recibe suficiente atención o importancia en la sociedad en su conjunto. Cuando este comportamiento se normaliza debido a la proliferación de medios digitales dirigidos a figuras públicas o individuos anónimos, su impacto no se reconoce y se minimiza.

Es especialmente preocupante que los jóvenes puedan desconocer o ser indiferentes a la violencia de género. La falta de conocimiento sobre este tema y la falta de conciencia de sus consecuencias pueden llevar a la inacción, incluido el miedo a las represalias, la ignorancia sobre cómo intervenir y la indiferencia ante la difícil situación de las víctimas.

Tras realizar las encuestas se verá si realmente se cumplen estas predicciones ya que es lo que he podido ver durante años en los medios, y cada vez desde edades más tempranas son más comunes este tipo de actitudes.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Principales redes sociales en España

Según el informe Digital 2021, elaborado por *Hootsuite y We Are Social*, en España, más de 38 millones de personas tienen usuarios en redes sociales, lo que representa alrededor del 80% de la población.

En cuanto a las redes sociales más usadas, Facebook lidera la lista, con más de 2.700 millones de usuarios. Le siguen YouTube (2.291 millones), WhatsApp (2.000 millones) y Facebook Messenger (1.300 millones). Pero cuando se habla de cuál es la red social favorita, los datos son muy claros, en primer lugar, destaca WhatsApp (24%), seguida por Facebook (21,8%), Instagram (18,4%) y Twitter (4,8%).

A nivel global, los hombres son a quien les llama más la atención Facebook, que es usada por el 56,3 por ciento, YouTube por el 54,2%, LinkedIn por más del 57% y Twitter por casi el 64% de los hombres. Mientras tanto, las mujeres se declinan por las redes sociales más visuales como Instagram, usada por el 51,1%, Snapchat por más del 56 %, Pinterest por más del 77 % y TikTok por el 50,1% (Digital 2021, elaborado por Hootsuite y We Are Social)

2.2. El uso de las redes sociales en los jóvenes

Se constata la gran utilización por parte de los jóvenes del uso de las redes sociales, ya que el 98,7% tiene cuenta en alguna red social. Este dato confirma la tendencia del aumento del uso de estas redes en relación con otros estudios que lo sitúan en el 90% ("Juventud y Redes sociales.") (González Delgado, 2015) ("El uso de las redes sociales por los jóvenes motivaciones y usos preferentes", Colas, González y De Pablos, 2013); y un 66% de jóvenes entre 15 y 24 años usa las redes sociales todos los días (Estudio Europeo-UE, 2012).

Los cambios son rápidos, y en continua transformación, en las redes sociales, de tal forma que, en apenas dos años, pueden variar las que se usan de forma mayoritaria, y se modifica

también la forma de acceso a las mismas; se ha pasado del uso del ordenador como única forma de uso de las redes sociales a los móviles o *tablets*. (González Delgado, 2015)

Los jóvenes utilizan ampliamente las redes sociales por diversas motivaciones. Estas motivaciones incluyen establecer contactos, socializar con amigos, hacer nuevas conexiones y construir una comunidad. Las redes sociales se han convertido en una de las fuentes de información más importantes para los jóvenes, superando a la televisión. (“Redes sociales ya son la principal fuente de información - IEBS”) No sólo proporciona acceso instantáneo a noticias y contenido personalizado, sino que también combate la desinformación y la manipulación de opiniones.

Los y las jóvenes se sienten atraídos por el mundo de las redes sociales porque les permite conectarse con sus compañeros, compartir intereses y expresarse creativamente. Sin embargo, la utilización excesiva de las redes sociales puede tener efectos adversos en el bienestar emocional, sumándose la ansiedad y la baja autoestima.

Las redes sociales también han propiciado la aparición de nuevas tendencias y fenómenos entre los jóvenes. Los *influencers* se han convertido en líderes de opinión y fuentes confiables de información para la “Generación Z”¹. También ha aumentado el uso de los deportes electrónicos entre los jóvenes. (Agencia de medios de dentsu, Carat, ‘Redes sociales: ángeles y demonios)

Por otro lado, la sociedad actual se enfrenta al surgimiento de nuevas formas de violencia contra la tecnología. La enorme difusión de estas tecnologías ha revolucionado el mundo de la comunicación. Esto afecta especialmente a los llamados “nativos digitales”, una generación que nació plenamente inmersa en las nuevas tecnologías. Prensky (2001) distingue entre nativos digitales e inmigrantes digitales, que adoptan tardíamente la tecnología y deben adaptarse a lo largo de sus vidas.

¹ La generación Z hace referencia a aquellas personas nacidas desde mediados o finales de la década de 1990 a finales de la década de los 2000 o principios de la siguiente

2.3. Concepto violencia de género

La violencia de género se refiere a la violencia dirigida específicamente contra las mujeres debido a su género. La que ejerce el hombre contra la mujer por el simple hecho de ser mujer (Martín. - Casado, 2017). Se manifiesta a través de diversas formas de abuso, que incluyen el físico, psicológico, sexual y económico. Esta violencia no se debe a diferencias biológicas, sino a una construcción social y cultural que perpetúa la dominación masculina y la subordinación femenina dentro de una estructura patriarcal.

A la hora de pensar en violencia de género, se nos vienen imágenes a la mente de insultos, humillaciones, etc. que resultan del control de los hombres sobre las mujeres. Esta situación se ha dado a lo largo de la historia y no fue hasta finales del siglo XX que la consideramos un problema social, un tema que nos concierne a todos y a todas y que debe ser abordado de manera efectiva.

Para lograr esta sensibilización, es crucial difundir adecuadamente la información y campañas de este tipo con la finalidad de crear una imagen óptima de la mujer, que no desmerezca aún más su marcado papel de debilidad u objeto.

En Valverde (2008), Núñez Ladeveze sostiene que entender los eventos actuales implica superar su inmovilidad para poder ubicarlos en su relevancia y relevancia en relación con el futuro colectivo. Es crucial que la sociedad comprenda la violencia hacia las mujeres, ya que, si se entera adecuadamente de sus orígenes y efectos, podrá oponerse a ella. Sin embargo, si los medios ignoran el problema y simplemente llenan sus páginas con casos sin reflexionar, están contribuyendo a su supervivencia. (Martín-Casado, Echazarreta y Vinyals, 2014 p. 551)

En consecuencia, tanto las organizaciones políticas como los medios de comunicación hacen una contribución significativa a esta causa a través de su publicación, ayuda a las víctimas o campañas de concientización; intentando eliminar por completo el ámbito privado de este hecho y convirtiéndolo en un problema social que afecta a toda la sociedad, por lo que debe pasar al ámbito público. (Martín. - Casado, 2017)

Durán Febrer (2004) destaca que la violencia de género se diferencia de la violencia doméstica en que la primera está orientada directamente hacia las mujeres por el hecho de serlo, mientras que la segunda puede involucrar a cualquier miembro de la familia en un contexto de convivencia. En el ámbito familiar o de pareja, la violencia de género encuentra un espacio propicio para su manifestación debido a la perpetuación de roles de género tradicionales que asignan a las mujeres un lugar de subordinación y dependencia.

El reconocimiento de la violencia de género como una problemática social y no meramente individual ha llevado a la implementación de diversas medidas jurídicas y políticas a nivel internacional. Estas medidas buscan no solo proteger a las mujeres, sino también erradicar las bases culturales que perpetúan esta violencia. Freixes Sanjuán (2001) señala que un ejemplo relevante es la Ley Orgánica de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género en España (2004). Esta ley subraya la necesidad de una protección específica para las mujeres, basada en la comprensión de la violencia como una manifestación de desigualdades estructurales.

El contexto histórico y cultural en el que se desarrolla la violencia de género es fundamental para entender su persistencia. Asúa (s.f.) menciona que las normas sociales y culturales que refuerzan la desigualdad de género son las mismas que facilitan la violencia. Estas normas pueden incluir expectativas sobre el comportamiento de las mujeres, el control de su sexualidad y la minimización de su papel en la vida pública y privada. Además, la violencia de género se ve exacerbada por factores como la falta de independencia económica, la desigualdad en la educación y las oportunidades laborales, y la representación desigual en los ámbitos de poder y toma de decisiones.

El impacto de la violencia de género es profundo y multifacético. No solo afecta a las víctimas directas, sino también a sus familias y comunidades. Las consecuencias pueden incluir daño físico y emocional, trastornos mentales como depresión y ansiedad, y en casos extremos, la muerte. La violencia de género también tiene un costo económico significativo, tanto en términos de gastos médicos como de pérdida de productividad y servicios sociales.

Para abordar de manera efectiva la violencia de género, es esencial una respuesta multidisciplinaria que incluya la intervención de profesionales de la salud, el derecho, la educación y los servicios sociales. Es crucial también la educación y sensibilización de la sociedad para cambiar las actitudes y comportamientos que perpetúan la violencia. Programas educativos que promuevan la igualdad de género y relaciones respetuosas, así como campañas de sensibilización pública, son fundamentales para prevenir la violencia.

En conclusión, la violencia de género es una manifestación de las desigualdades estructurales y culturales que afectan a las mujeres. Abordar este problema requiere un enfoque integral que incluya tanto medidas jurídicas y políticas como esfuerzos educativos y de sensibilización social. La erradicación de la violencia de género es esencial para lograr una sociedad más justa y equitativa.

2.3.1. Tipos de violencia de género

Existen diferentes tipos de violencia de género que ocurren entre parejas íntimas o exparejas. Las violencias más destacadas son: la violencia psicológica, física, sexual e indirecta (Martín - Casado, 2017).

La violencia psicológica es la forma más común de violencia en la sociedad. Es el que recibe menos atención y el más difícil de precisar. Tanto para la víctima como para el entorno, ya que “no deja rastro discernible” (Perela, 2010, p. 358). Sin embargo, esto no significa que tenga menos impacto en las mujeres y adolescentes involucradas.

Por el contrario, la violencia física es el tipo de violencia más fácil de reconocer y detectar en el sistema porque deja marcas claras en el cuerpo, lo que facilita una evaluación precisa de los daños (Damonti, 2017). Según la Macroencuesta sobre Violencia contra las Mujeres en 2019, se estima que en el 97% de los casos la violencia no es física, por eso es importante no limitar este tipo de violencia.

Asimismo, una de las formas más sutiles y, por tanto, menos graves de violencia en las relaciones es ampliamente percibida como la violencia sexual, esta carece de historia, investigación y denuncias (Martínez, 2016). Las razones de esto pueden estar relacionadas con la naturalización y legitimación el sexo de la pareja y la culpabilización a la víctima.

Finalmente, la violencia vicaria se define como cualquier tipo de violencia que se ejerce hacia personas que son importantes para una mujer (hijo, hija, familia, pareja actual...)

Oficialmente, el concepto de violencia indirecta se utiliza para referirse a la violencia contra menores. Es una forma de violencia que no se ejerce directamente contra las mujeres sino a través de sus hijos e hijas.

En su forma más extrema, puede conducir al asesinato de menores y, de este modo, los perpetradores se aseguran de que las mujeres nunca se recuperen. (Porter y López, 2022). En la mayoría de los casos, esta violencia se produce en un contexto de rupturas emocionales.

Violencia en la comunidad: Acciones individuales o colectivas que vulneran los derechos fundamentales de la sociedad, ya que favorecen la discriminación, denigración o marginación en el ámbito público.

Por otro lado, existe una nueva violencia que se hace a través de medios digitales. Esta violencia consiste en la acción de sumisión llevada a cabo por las tecnologías de la información y comunicación en las que se distribuya, comercialice, intercambie o comparta imágenes, audios o vídeos reales con contenido sexual íntimo sin el consentimiento de una persona. Este tipo de violencia es una de las más frecuentes hoy en día, debido al rápido desarrollo de las tecnologías, especialmente dado entre los jóvenes. De esta forma, cualquier perjuicio a la intimidad o privacidad de una persona, se refleja en el daño psicológico que se le hace.

2.3.2. Violencia de género entre jóvenes en el mundo digital

Las consecuencias más evidentes de las nuevas aplicaciones tecnológicas en el proceso comunicativo se manifiestan en el incremento de medios, canales, soportes y formatos. Tal expansión del proceso comunicativo aumenta considerablemente las oportunidades de divulgación de la información especializada, por la gratuidad y la instantaneidad de los nuevos sistemas de transmisión levantados sobre Internet. (Bernárdez Rodal, 2021).

Según un estudio llevado a cabo por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género (2014) se refleja un claro aumento de violencia de género digital en los adolescentes, donde el ciberacoso cobra gran protagonismo, es por ello que los nuevos medios se han convertido en otro nuevo canal de violencia de género, y esto está afectando notablemente a los más jóvenes.

Este último tipo de violencia supone una limitación de libertad mediante conductas de dominación y relaciones de desigualdad sobre la víctima, todo ello llevado a cabo mediante estrategias de humillación que afectan a la privacidad de la persona, dañando a su vez su imagen pública. El ciberacoso, se da entre todo tipo de público, tanto adultos como jóvenes, sin embargo, como se aclara anteriormente, está más popularizado entre los más pequeños. Según un estudio de la Fundación ANAR (2017) de Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo, anota que el ciberacoso afecta a un 24% de los niños en edad escolar. De ese 24%, las niñas de entre 11 y 14 años organizadas y estudiosas, marcan un perfil propio de la mayoría de las víctimas de ciberacoso en WhatsApp como aplicación más utilizada, y el móvil como medio protagonista. Y las formas de violencia a través de internet que se producen con mayor frecuencia en estas edades son insultos, amenazas y envío de contenido sexual.

En general, según el Ministerio de Sanidad (2013) algunos indicios de que se ejerce violencia en los nuevos medios podrían ser los siguientes: Compartir en Internet imágenes o vídeos de contenido sexual íntimo (sexting); creación de un perfil falso a nombre de la víctima para realizar ofertas sexuales; controlar el móvil, ordenador o cualquier medio digital que utilice la víctima para espiar sus movimientos; incomodar a la víctima en Internet; creación de un perfil

falso para conocer a una persona menor para después chantajearlos (*grooming*); censurar fotos de tu pareja en redes sociales; etc.

Es una conducta que acrecienta notablemente en el día a día ya que muchos adolescentes aclaran que, por ejemplo, no es tan peligroso quedar con alguien que únicamente hayan visto en Internet.

El primer factor para frenar la violencia machista es reconocerla, se debe evaluar la eficacia de la protección a las mujeres, y a las víctimas en particular, sin olvidar otras muchas formas de violencia mal llamadas micromachismos, producto de una cultura patriarcal. (Pérez Díaz, 2022)

Según Nuria Varela, jefa del Gabinete de Igualdad (2018), explica detalladamente si las herramientas digitales son un peligro para los jóvenes en cuanto a violencia de género se refiere: "El peligro está en que no hemos educado en igualdad. No hay coeducación, la igualdad no está en el aula y no hay asignaturas contra la violencia. Toda esta generación que no hemos educado en igualdad recibe la reacción patriarcal a través de cuentos, relatos, cine, música, YouTube... Y encima les damos dispositivos de control 24 horas al día. No son los dispositivos o herramientas digitales. Es la no educación y, después, esos dispositivos."

2.4. El poder de los medios en la construcción de significado

Los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la construcción de la imagen de personas, organizaciones y entidades. A través de la difusión de noticias, opiniones y mensajes, los medios juegan un papel clave en la formación de la percepción pública sobre diferentes sujetos. Su capacidad para alcanzar a un amplio público y su influencia en la opinión y actitudes de la sociedad los convierten en poderosos agentes en la construcción de la imagen de individuos y entidades (Rubio Ferreres, 2009).

Tienen una gran influencia en la percepción pública debido a su capacidad para seleccionar, enmarcar y difundir información. Los medios pueden influir en la forma en que se perciben

personas, empresas, eventos y temas, ya sea enfatizando ciertos aspectos, minimizando otros o presentando una narrativa particular. Su poder para moldear la opinión pública y establecer agendas es evidente en la manera en que se construyen discursos mediáticos y en cómo se representan diferentes realidades. De esta forma, los medios de comunicación crean corrientes de opinión pública, es decir, controlan a la sociedad (Aguilar y Terán 2015).

Los medios de comunicación desempeñan un papel activo en la formación de la imagen. A través de la elección de los temas que se cubren, la forma en que se presentan las noticias y el enfoque que se les da, los medios pueden influir en cómo se perciben estas personas. Es decir, siguiendo las palabras de Wolf (2001. Pag 23): "Toda historia de la investigación comunicativa se ha visto determinada de varias maneras por la oscilación entre la actitud que detecta en los medios una fuente de peligrosa influencia social, y la actitud que mitiga este poder, reconstruyendo la complejidad de las relaciones en las que los media actúan"

Por otro lado, hay que destacar que los medios de comunicación como la publicidad y los periódicos transmiten modelos culturales y sociales que influyen en las percepciones de las mujeres y su papel en la sociedad. Estos medios pueden contribuir a los estereotipos de género y la discriminación contra las mujeres, dando lugar a una problemática de gran relevancia ya que los roles de género son una de las principales causas por las que las mujeres combaten contra más obstáculos que los hombres (Molero, 2004).

Es importante crear conciencia sobre cómo las personas perciben y revisan el contenido de los medios, ya que comprender la participación del público en este contenido y apreciar las acciones que pueden mejorar la representación de las mujeres en los medios es de vital importancia.

Por otro lado, con relación a lo anterior, en una encuesta a la población europea y española, a la pregunta sobre el origen de la información que poseen sobre el tema referido a Violencia de Género: el 97% de las personas responde que la obtiene de la televisión, el 49,7% de los periódicos vía digital o papel, el 51,8% de la radio y sólo el 16% de libros. El 14% indica que de su trabajo y el 4,2% de formación en ello, propiamente dicha (Martín -Casado, 2017).

A su vez, las imágenes de mujeres en los medios de comunicación y la publicidad pueden influir en la forma en que se percibe y trata a las mujeres en la sociedad. Es necesario crear

imágenes de mujeres libres de estereotipos y discriminación, que reflejen su diversidad cultural, étnica, social y económica. Sin embargo, la cobertura de los medios no siempre es precisa, incluso cuando se trata de mujeres y sus perspectivas, por eso, los medios de comunicación tienen que asumir la responsabilidad de romper con estereotipos. El estudio realizado por Morrison y Shaffer (2003), citado por Velandia y Rozo (2009), sobre la repercusión del uso de representaciones sexistas en la publicidad en el comportamiento de los consumidores, demuestra que “los consumidores perciben más efectiva la publicidad y están más dispuestos a comprar productos que son promocionados con representaciones que se asemejan a su propia orientación de rol de género” (Morrison & Shaffer, 2003, pág. 27)

3. EXPLICACIÓN METODOLÓGICA

3.1. Explicación metodológica. La encuesta

Para el presente estudio se ha tomado como método de investigación la encuesta ya que es una herramienta esencial en la investigación que permite recopilar datos cuantitativos y cualitativos de una muestra de individuos.

Por otro lado, en estudios de similares características, también se ha llevado a cabo esta misma metodología. El equipo de trabajo del Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI) Y Esade Ecpol, ha desarrollado el estudio de Políticas públicas contra la violencia de género, llevado a cabo en 2019, en el cual se entrevistó aproximadamente a 10.000 mujeres e incluyó preguntas relacionadas con el acoso sexual a través de Internet.

La encuesta es un método válido ya que recopila información directamente del objeto de estudio, los y las jóvenes, proporcionando una comprensión más precisa de sus actitudes, creencias y comportamientos hacia el tema. Al tomar datos directamente de los encuestados, se proporciona una representación más detallada y auténtica de sus puntos de vista y experiencias. Además, las encuestas brindan un entorno seguro y confidencial en el que los jóvenes pueden compartir sus experiencias y opiniones libremente sin sentir vergüenza, ya que es anónima.

Otro aspecto importante es la capacidad de las encuestas para recopilar datos cuantitativos. Estos datos son necesarios para respaldar el análisis y la comparación de resultados, ya que ayudarán a identificar patrones, tendencias y diferencias importantes en el comportamiento de los jóvenes. Cuantificar estos datos proporcionará una base sólida para la investigación y el desarrollo del trabajo. ("Survey Methodology" de Robert M, 2009)

De manera similar, esta metodología puede ayudar a identificar factores de riesgo y de protección relacionados con la violencia de género en los adolescentes y en los nuevos medios.

3.2. El método y sus partes

El objetivo de este estudio es analizar la percepción y experiencia de la violencia de género entre los y las jóvenes del campus María Zambrano de Segovia, diferenciando, por un lado, las reacciones de hombres, y, por otro lado, las de las mujeres para poder observar cómo se produce esta violencia tanto en los medios de comunicación como en las redes sociales.

Se realizará un estudio descriptivo y transversal mediante una encuesta. En ella, se desarrollarán dos cuestionarios, uno para mujeres y otro para hombres, que contendrán preguntas para explorar experiencias y percepciones de la violencia de género en el panorama de los nuevos medios.

El hecho de separar en dos cuestionarios se debe a que su realidad y protagonismo ante este hecho es diferente y por ende sus opiniones pueden variar frente a la violencia de género es diferente, un sexo es el opresor y el otro el oprimido, así pues, las experiencias y percepciones de la violencia serán diferentes para ambos sexos.

Algunas preguntas pueden ser más apropiadas para un género que para otro. Por ejemplo, las preguntas sobre experiencias directas de acoso guardan mayor relación con el género femenino, mientras que las preguntas sobre la observación de dicho comportamiento con el género masculino.

Otro factor de gran relevancia a la hora de la elección de esta metodología es la cercanía y sentimiento de participación con el encuestado, ya que este responde en función de sus vivencias personales en relación con el tema principal.

Además, esto es esencial porque permite un análisis más detallado y comparativo de las respuestas de mujeres y hombres, lo que puede dar una imagen más completa del problema y facilitar mucho más el análisis para sacar las conclusiones.

Finalmente, las encuestas se elaborarán de forma anónima y voluntaria, garantizando la confidencialidad de las respuestas. Estos son unos ejemplos de preguntas que se incluirán en cada cuestionario.

3.3. Justificación de la muestra

La muestra estará compuesta por estudiantes del campus de la Facultad de Comunicación de María Zambrano de Segovia. Se seleccionará una muestra de conveniencia, basada en la disponibilidad y disposición de los estudiantes para participar en el estudio.

De un universo de 654 personas, se han entrevistado a 243, ya que supone un nivel de confianza del 95%, donde el universo son 328 son mujeres y 326 son hombres

Su edad varía entre los 18 y los 23 años ya que esta franja es la que más uso frecuente hace respecto a las redes sociales.

Se obtiene de participantes distribuidos de manera equitativa entre hombres y mujeres. Esto permitirá realizar análisis comparativos significativos y garantizará la representatividad de la muestra.

Para la recolección de datos se llevará a cabo de esta manera:

1. Reclutamiento de Participantes: Se contactará a los y las estudiantes a través de correo electrónico y redes sociales.
2. Distribución del Cuestionario: Los cuestionarios se distribuirán a través de una plataforma en línea (Google Forms) para facilitar la recopilación de datos.
3. Análisis de Datos: Se utilizarán técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales para analizar los datos recogidos, identificando patrones y diferencias significativas entre las respuestas de hombres y mujeres.

3.3.1. Cuestionario para Mujeres

Se ha decidido hacer un análisis y agrupamiento de las preguntas de la encuesta, con una explicación de por qué podrían haber sido elegidas y cómo se agrupan según los temas que abordan.

- Grupo 1: Experiencia personal de violencia de género

Pregunta 1: ¿Has experimentado alguna forma de violencia de género en redes sociales? (Sí/No)

- El propósito de esta pregunta es determinar si los encuestados han sido víctimas directas de violencia de género en redes sociales.
- Y la razón de la elección es identificar la prevalencia de la violencia de género entre las encuestadas.

Pregunta 2: Si has respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué tipo de violencia has experimentado? (Acoso verbal, amenazas, difusión de imágenes sin consentimiento...)

- El propósito de la pregunta es poder Identificar las formas específicas de violencia de género que experimentan las encuestadas
- La razón de la elección se basa en obtener datos detallados sobre las manifestaciones de la violencia de género.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia experimentas comportamientos agresivos o de acoso en los medios? (Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente)

- Su propósito es medir la frecuencia con las jóvenes enfrentan violencia o acoso en línea.
- La razón de la elección es para poder evaluar la persistencia del problema en la vida de los encuestados.

- Grupo 2: Respuestas y Medidas Tomadas

Pregunta 4: ¿Reportas estos comportamientos a las autoridades de la plataforma o a las autoridades competentes? (Sí/No)

- El propósito de la pregunta es determinar si las encuestadas toman acciones formales contra la violencia de género digital.
- La razón es para evaluar la efectividad y el uso de las herramientas para reportar ya existentes.

Pregunta 5: ¿Consideras que las medidas actuales en las plataformas para proteger a las mujeres son suficientes? (Sí/No)

- El propósito de la pregunta es poder obtener opiniones sobre la efectividad de las medidas de protección en las plataformas.
- La razón de la elección es evaluar la percepción de seguridad y adecuación de las políticas actuales.

○ Grupo 3: Impacto y Percepción

Pregunta 6: En tu opinión, ¿cómo impacta la violencia de género en los nuevos medios en tu vida diaria? (Describe brevemente)

- El propósito es entender el impacto personal y emocional de la violencia de género digital.
- La razón de la elección es que sirva para recoger testimonios personales que plasmen las consecuencias de la violencia de género.

Pregunta 7: ¿Conoces a alguien que haya sufrido acoso a través de los medios digitales que no seas tú misma? En caso afirmativo, detalla qué has hecho al respecto.

- El propósito es identificar la extensión del problema más allá de la encuestada
- La razón de elección ha sido para poder evaluar la percepción y acciones de terceros frente a la violencia de género en redes sociales.

A continuación, se muestran las siguientes preguntas con el fin de ser respondidas con la mayor exactitud posible:

1. ¿Has experimentado alguna forma de violencia de género en redes sociales? (Sí/No)
2. Si has respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué tipo de violencia has experimentado? (Acoso verbal, amenazas, difusión de imágenes sin consentimiento...)
3. ¿Con qué frecuencia experimentas comportamientos agresivos o de acoso en los medios? (Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente,)
4. ¿Reportas estos comportamientos a las autoridades de la plataforma o a las autoridades competentes? (Sí/No)
5. ¿Consideras que las medidas actuales en las plataformas para proteger a las mujeres son suficientes? (Sí/No)
6. En tu opinión, ¿cómo impacta la violencia de género en los nuevos medios en tu vida diaria? (Describe brevemente)
7. ¿Conoces a alguien que haya sufrido acoso a través de los medios digitales que no seas tú misma? En caso afirmativo, detalla qué has hecho al respecto

3.3.2. Cuestionario para hombres

Al igual que en el cuestionario de mujeres, este también ha sido analizado y agrupado por diferentes temas:

- Grupo 1: Observación de Violencia de Género en Redes Sociales

Pregunta 1: ¿Has sido testigo de comportamientos de violencia de género en redes sociales? (Sí/No)

- El propósito de la pregunta es determinar si los encuestados han sido testigos de violencia de género en redes sociales.
- La razón de la elección es para poder identificar la prevalencia de la violencia de género observada por los encuestados.

Pregunta 2: Si has respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué tipo de violencia has observado? (Acoso verbal, amenazas, difusión de imágenes sin consentimiento, etc.)

- El propósito es identificar las formas específicas de violencia de género.
- La razón de elección de esta pregunta es obtener datos detallados sobre las manifestaciones de la violencia de género

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia observas comportamientos agresivos o de acoso en los nuevos medios? (Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente, Siempre)

- El propósito de esta pregunta es medir la frecuencia con la que los encuestados observan violencia o acoso en línea.
- La razón de la elección es para poder evaluar la persistencia del problema en la experiencia de los encuestados.

Pregunta 4: Reconoces haber atacado/insultado a alguna mujer en redes sociales? (Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente)

- El propósito de esta pregunta es identificar la frecuencia con la que los encuestados participan en comportamientos agresivos hacia las mujeres en plataformas en línea.
- La razón de la elección es evaluar la incidencia de estos comportamientos en la experiencia de los encuestados y diseñar intervenciones adecuadas.

○ Grupo 2: Respuestas y Medidas Tomadas

Pregunta 5: ¿Intervienes o reportas estos comportamientos a las autoridades de la plataforma o a las autoridades competentes? (Sí/No)

- El propósito es determinar si los encuestados toman acciones formales contra la violencia de género digital.
- La razón de la elección es que sirve para evaluar la efectividad y uso de las herramientas para reportar ya existentes.

Pregunta 6: ¿Consideras que las medidas actuales en las plataformas para proteger a las mujeres son suficientes? (Sí/No)

- El propósito es obtener opiniones sobre la efectividad de las medidas de protección en las plataformas.
- La razón de la elección es para poder evaluar la percepción de seguridad y adecuación de las políticas actuales.

○ Grupo 3: Impacto y Contribución

Pregunta 7: En tu opinión, ¿cómo podrían los hombres contribuir a reducir la violencia de género en los nuevos medios? (Describe brevemente)

- El propósito de la pregunta es recoger ideas y opiniones sobre cómo los hombres pueden ayudar a reducir la violencia de género digital.
- La razón de elección es para poder obtener sugerencias prácticas y perspectivas sobre el papel de los hombres en la solución del problema.

Estas son las preguntas con las que se llevará a cabo su correspondiente análisis en función de las respuestas obtenidas:

1. ¿Has sido testigo de comportamientos de violencia de género en redes sociales?
(Sí/No)
2. Si has respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué tipo de violencia has observado?
(Acoso verbal, amenazas, difusión de imágenes sin consentimiento, etc.)
3. ¿Con qué frecuencia observas comportamientos agresivos o de acoso en los nuevos medios? (Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente, Siempre)
4. Reconoces haber atacado/insultado a alguna mujer en redes sociales? (Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente)

5. ¿Intervienes o reportas estos comportamientos a las autoridades de la plataforma o a las autoridades competentes? (Sí/No)
6. ¿Consideras que las medidas actuales en las plataformas para proteger a las mujeres son suficientes? (Sí/No)
7. En tu opinión, ¿cómo podrían los hombres contribuir a reducir la violencia de género en los nuevos medios? (Describe brevemente)

4.RESULTADOS

Este apartado presenta los resultados obtenidos de los cuestionarios utilizados para investigar la violencia de género entre los jóvenes en plataformas digitales. Como he mencionado previamente, he diferenciado las respuestas de los hombres y de las mujeres. El análisis de los datos recopilados se ha llevado a cabo de manera integral, teniendo en cuenta cada pregunta de la encuesta, para comprender mejor las experiencias, percepciones y respuestas relacionadas con la violencia de género en los diferentes medios.

4.1. Resultados del cuestionario

En dichas encuestas se han recogido 243 encuestas como muestras en total, siendo 124 respondidas por mujeres y 119 por hombres. A continuación, se analizará detalladamente las respuestas de cada cuestionario.

4.1.1. Respuestas de las mujeres

Pregunta nº 1: ¿Has experimentado alguna forma de violencia de género en redes sociales?

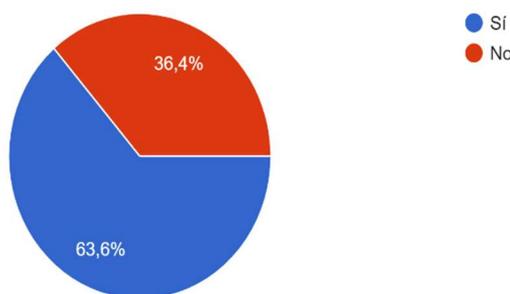


Gráfico 4.1: Experiencia en violencia de género. Fuente: Elaboración propia

El 63,6% de mujeres afirma que ha sufrido alguna forma de violencia de género en redes sociales en algún momento de su vida, mientras que el 36,4 % dice no haber sufrido violencia de género en redes sociales nunca.

Pregunta nº 2: Si has respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué tipo de violencia has experimentado?

Las respuestas de esta pregunta abierta han sido variadas, pero estas son algunas de las respuestas más repetidas:

- Amenazas e insultos hacia mi cuerpo.
- Acoso verbal hacia mi persona.
- Difusión de imágenes sin mi consentimiento.
- Amenazas hacia mi persona
- He recibido fotos sexuales sin mi consentimiento

Pregunta nº3: ¿Con qué frecuencia experimentas comportamientos agresivos o de acoso en los medios?

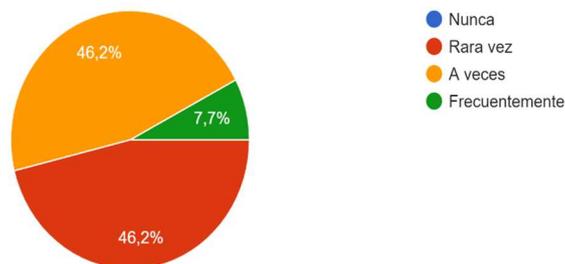


Gráfico 4.2: Frecuencia en violencia de género. Fuente: Elaboración propia

El 46,2 % de las encuestadas asegura que experimenta rara vez comportamientos agresivos en los medios, al igual que el mismo porcentaje de mujeres dice experimentar a veces el acoso en los medios. Por último, un 7,7 % de mujeres sufre este acoso y comportamientos agresivos frecuentemente.

Pregunta nº 5: ¿Reportas estos comportamientos a las autoridades de la plataforma o a las autoridades competentes?

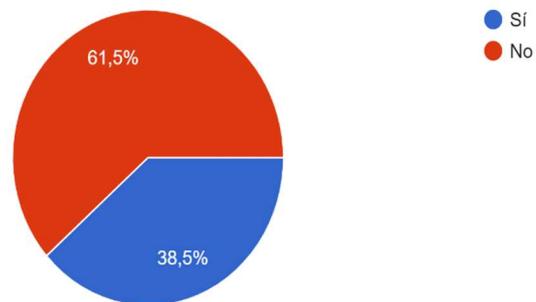


Gráfico 4.3: Información a autoridades. Fuente: Elaboración propia

El 61,5% de las mujeres no reporta estos comportamientos a las autoridades competentes, mientras que el 38,5% si lo hace.

Pregunta nº 5: ¿Consideras que las medidas actuales en las plataformas para proteger a las mujeres son suficientes?

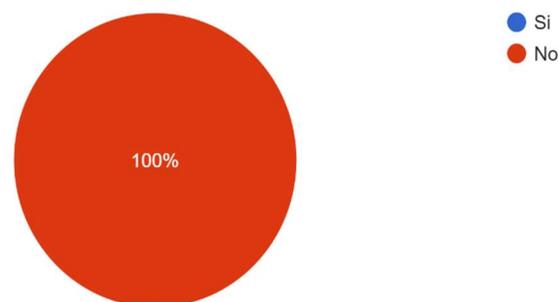


Gráfico 4.4: Opinión de medidas correctoras. Fuente: Elaboración propia

El 100% de las encuestadas afirma que las medidas actuales de las plataformas no son suficientes para proteger a las mujeres.

Pregunta nº 6: En tu opinión, ¿cómo impacta la violencia de género en los nuevos medios en tu vida diaria?

Aquí ha habido opiniones de todo tipo, estas son algunas:

- La violencia de género impacta mi vida diaria aumentando mi conciencia sobre el problema lo que puede generar preocupación y estrés. Al ver casos de violencia y misoginia en las redes sociales me vuelvo más cautelosa y consciente de las dinámicas de poder en mis interacciones cotidianas. También me motiva apoyar iniciativas y movimientos que luchan contra esta violencia. Sin embargo, la constante exposición a estos contenidos puede ser abrumadora y afectar mi bienestar emocional haciendo necesario un equilibrio entre mantenerse informada y proteger la salud mental.
- La violencia de género la podemos ver diariamente desde fotos donde se sexualiza a la mujer para generar publicidad hasta en la exposición de cánones de belleza es ficticios. Por ello considero que las redes sociales actualmente son de vital importancia ya que son como un megáfono informativo que puede llegar a transmitir mensajes de forma más repercutida.
- Las personas se creen que están en su derecho de criticar o agredir verbalmente cuando una mujer sube una foto o un video por simple hecho de que sea público.
- Cada día hay mayor violencia de género, sobre todo en adolescentes, ya que hay muchos casos de amenazas con intercambio de imágenes sexuales.
- Impacta negativamente en que las mujeres se sientan menos seguras de mostrarse tal y como son.

Pregunta nº 7: ¿Conoces a alguien que haya sufrido acoso a través de los medios digitales que no seas tú misma?

Según las encuestas, la mayoría (79,2) de las mujeres conoce a alguien que haya sufrido acoso a través de los medios, y estas han reportado los hechos. Aquí algunos casos:

-Un señor se hizo pasar por un joven para quedar con una chica menor el cual le pedía imágenes. Al final fue denunciado y ya llevaba varios casos de delitos sexuales mediante internet.

-Por supuesto más de una vez he visto a chicas exponiendo sus testimonios a través de vídeos en las redes sociales contando experiencias de odio sobre su apariencia, forma de ser, orientación, contenido...

4.1.2. Respuestas de los hombres

A continuación, mostramos los resultados del cuestionario pasado a hombres

Pregunta nº 1: ¿Has sido testigo de comportamientos de violencia de género en redes sociales?

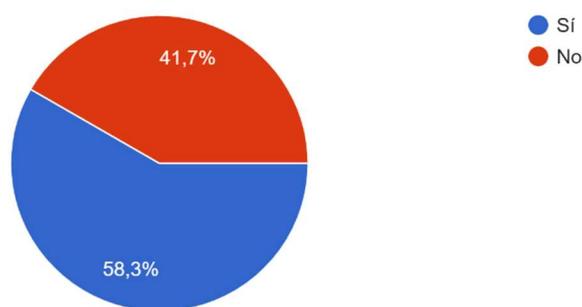


Gráfico 4.5: Testigo de casos. Fuente: Elaboración propia

Un 58,3 % de hombres afirma haber sido testigo de comportamientos de violencia de género en redes sociales, mientras que un 41,7% niega haber sido testigo.

Pregunta nº 2: Si has respondido "Sí" a la pregunta anterior, ¿qué tipo de violencia has observado?

Las respuestas de esta pregunta abierta han sido variadas, pero estas son algunas de las respuestas que más se han repetido:

- Acoso verbal
- Amenazas
- Difusión de imágenes sexuales.
- Envíos de imágenes sin consentimiento

Pregunta nº3: ¿Con qué frecuencia experimentas comportamientos agresivos o de acoso en los medios?

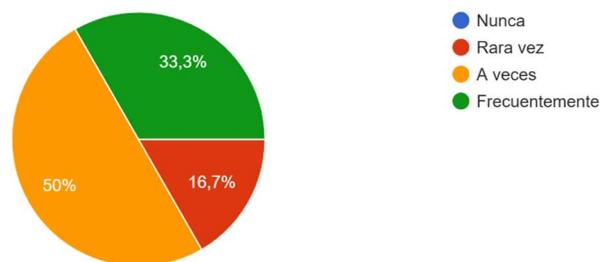


Gráfico 4.6: Experiencia. Fuente: Elaboración propia

La mitad de los hombres (50%) asegura que a veces experimentan comportamientos agresivos en los medios. En cambio, un 33,3% dice que experimentan estos comportamientos frecuentemente, mientras que un 16,7 % los observa rara vez.

Pregunta nº4: Reconoces haber atacado/insultado a alguna mujer en redes sociales?

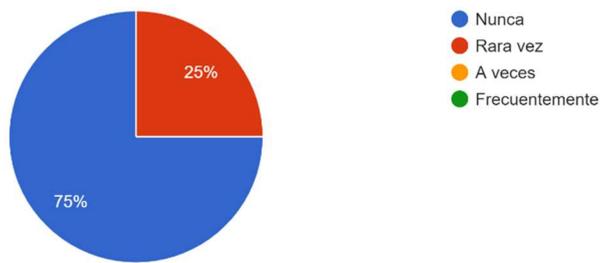


Gráfico 4.6: Reconocimiento personal. Fuente: Elaboración propia

Un 75% de los hombres asegura no haber atacado ni insultado nunca a una mujer en las redes sociales, mientras que un 25% reconoce haberlo hecho rara vez.

Pregunta n°5: ¿Intervienes o reportas estos comportamientos a las autoridades de la plataforma o a las autoridades competentes?

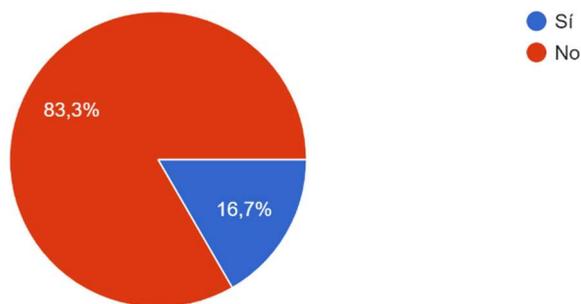


Gráfico 4.7: Implicación. Fuente: Elaboración propia

El 83,3% de los encuestados asegura que no interviene ni reporta este tipo de delitos a las autoridades, mientras que el 16,7 % sí que reporta estos comportamientos.

Pregunta nº 6: ¿Consideras que las medidas actuales en las plataformas para proteger a las mujeres son suficientes?

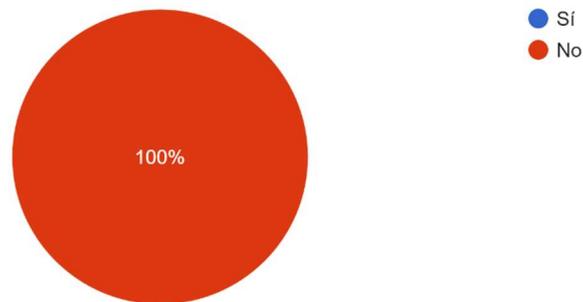


Gráfico 4.8: Opinión de medidas. Fuente: Elaboración propia

Un 100% de los hombres afirma que las medidas actuales no son suficientes para proteger a las mujeres.

Pregunta nº 7: En tu opinión, ¿cómo podrían los hombres contribuir a reducir la violencia de género en los nuevos medios?

Estas son algunas de las muchas respuestas que se han obtenido:

- Educándose y modelando comportamientos respetuosos, interviniendo activamente, promoviendo la igualdad, desafiando comportamientos tóxicos, evaluando su propia conducta y creando espacios seguros.
- Podrían dar más apoyo y visualización a las mujeres que sufren violencia cediendo sus privilegios
- No siendo tan babosos, que, si una mujer te dice que no, es que no.
- Evitar compartir en redes sociales contenido misógino y violento.
- Dando más apoyo a las mujeres y tomando conciencia de su posición de privilegio y siendo conscientes del daño que provoca.

4.2. Interpretación de los Resultados

En este apartado, se interpretan los resultados obtenidos del cuestionario en función de los objetivos de la investigación. Se destacan las áreas donde se identifican diferencias significativas en la protección y respuesta a la violencia de género, así como las prácticas efectivas reportadas por los encuestados. También se comparan las experiencias y percepciones de hombres y mujeres para identificar las diferencias y similitudes más relevantes.

Según las respuestas de las mujeres, podemos concluir lo siguiente:

La investigación sobre la violencia digital de género entre las mujeres jóvenes ha demostrado que este fenómeno prevalece significativamente en las redes sociales. Un alarmante 63,6% de las encuestadas ha experimentado alguna forma de violencia de género online, lo que subraya la importancia del problema. Los tipos de violencia que denunciaron incluyeron amenazas y abuso físico, abuso verbal, distribución no consentida de imágenes y recepción de imágenes sexualmente explícitas sin consentimiento.

En términos de frecuencia, los resultados mostraron que el 46,2% de las mujeres fueron acosadas raramente y otro 46,2% algunas veces. Sin embargo, el 7,7% lo experimentó regularmente, lo que sugiere que, para una minoría significativa, el acoso es un fenómeno regular y continuo. A pesar de la prevalencia de esta práctica, el 61,5% de las mujeres no denunciaron estos incidentes a la plataforma ni a las autoridades.

La falta de presentación de informes puede deberse a varias razones, entre ellas: falta de confianza en la eficacia de las protecciones existentes, miedo a represalias o falta de comprensión de los procedimientos de presentación de informes. Además, todos los encuestados (100%) creen que las medidas actuales en las plataformas digitales son insuficientes para proteger a las mujeres. Este consenso demuestra una opinión generalizada de que las políticas y mecanismos de protección son inadecuados, lo que apunta a una necesidad urgente de revisión y mejora.

El impacto de la violencia digital de género en la vida diaria de las mujeres es significativo. Las encuestadas informaron que sufren estrés y la necesidad de equilibrar la información con la salud mental y efectos negativos en la autoestima y la seguridad personal.

Finalmente, la mayoría de las mujeres conocen a alguien que ha sufrido acoso a través de los medios digitales, lo que demuestra la naturaleza generalizada del problema y su impacto a nivel individual y general. Algunos ejemplos de casos ya mencionados incluyen adultos que se hacen pasar por jóvenes y que son engañados con imágenes y declaraciones de odio basadas en la apariencia, la orientación o el contenido publicado en las redes sociales.

En cuanto a las respuestas de los hombres, se puede concluir lo siguiente:

Los resultados mostraron que la mayoría (58,3%) de los hombres habían sido testigos de violencia de género en los medios, incluidos abusos verbales, amenazas y el intercambio no consensuado de imágenes sexualmente explícitas. Esto muestra que la violencia digital de género es un fenómeno visible y aceptado entre los usuarios masculinos.

A pesar de esta conciencia generalizada, la mayoría de los hombres no intervienen ni denuncian el comportamiento. Dado que el 83,3% de los encuestados dijeron que no tomaron ninguna medida para denunciar la violencia o intervenir, aquí hay una clara falta de respuesta positiva a la violencia observada. Esto puede deberse a diversos factores, como la sensación de que las quejas son ineficaces, la falta de conocimiento sobre los procedimientos de presentación de informes o la indiferencia ante el problema.

Por otro lado, cabe destacar que la mayoría de los hombres (75%) afirma no haber atacado ni insultado nunca a una mujer en redes sociales, lo que sugiere un comportamiento respetuoso predominante. Sin embargo, el hecho de que un 25% admita haberlo hecho rara vez indica que todavía existe una proporción significativa que ha participado en este tipo de conductas, subrayando la necesidad de seguir trabajando en la educación y concienciación sobre el respeto en entornos digitales.

Además, la opinión unánime de los encuestados indicó que las medidas actuales en las plataformas digitales son insuficientes para proteger a las mujeres. Esta respuesta resalta la

creencia generalizada de que las políticas y mecanismos actuales son inadecuados para abordar la violencia de género en plataformas digitales para calmar su impacto.

Los hombres sugirieron algunas formas que podrían ayudar a reducir la violencia de género en los nuevos medios.

Las sugerencias mencionadas con más frecuencia incluyen la autoeducación y el modelado de conductas respetuosas, la intervención positiva, la promoción de la igualdad, la lucha contra las conductas tóxicas y no compartir contenidos violentos y discriminatorios con las mujeres. También enfatizaron la importancia de apoyar a las mujeres, reconociendo su posición privilegiada y las consecuencias negativas de la violencia de género.

En conclusión, la violencia de género digital es un problema profundamente arraigado y normalizado en el entorno de los nuevos medios, con graves consecuencias para las mujeres jóvenes. La falta de denuncia y la pasividad entre los hombres jóvenes subrayan la necesidad de una educación integral y de políticas robustas que aborden este problema de manera efectiva. Solo a través de un esfuerzo colectivo y decidido, que incluya la educación, la concienciación y el fortalecimiento de los mecanismos de protección, se podrá crear un entorno digital más seguro y equitativo para todos. Promover una cultura de respeto y responsabilidad es esencial para enfrentar y reducir la violencia de género digital, asegurando que los derechos de las mujeres sean protegidos y respetados en todos los espacios, incluyendo los medios digitales.

5.CONCLUSIONES

Tras el estudio detallado sobre la violencia de género, los jóvenes y los nuevos medios en la actualidad, han surgido nuevos datos de gran relevancia a los que se les debe de prestar mayor atención de forma urgente. La tecnología, hoy en día, es un avance de gran ayuda, sin embargo, hay quienes utilizan dichos medios cruzando un límite basado en el machismo y la discriminación hacia las mujeres, las más afectadas por la violencia digital.

Al llevar a cabo las encuestas, se han obtenido resultados alarmantes en relación con este asunto ya que la normalización de este tipo de comportamientos, la pasividad de los hombres y el miedo a denunciar, son los grandes protagonistas. La exposición repetitiva a contenidos sexistas en los nuevos medios ha generado un gran impacto en la sociedad, creando percepciones y comportamientos en los jóvenes erróneos, ya que influyen en gran medida a la creación de roles e identidades de género, dejando a la mujer el papel de sumisa, sexual, etc.

La mayoría de los encuestados reconocen la importancia de una educación y concienciación en las aulas desde edades tempranas, como base para la lucha contra la violencia de género en los nuevos medios. La implementación de políticas efectivas, la mejora de los mecanismos de denuncia, la colaboración entre las plataformas digitales y las autoridades competentes, la promoción de una cultura de respeto y equidad, la implementación de campañas de sensibilización que visibilicen las consecuencias de dicha problemática, son aspectos clave para mitigar esta forma de violencia.

Por otro lado, se ve la urgencia de fortalecer a las víctimas mediante apoyo y recursos para hacerle frente a situaciones de violencia en línea, así como fomentar la participación de los jóvenes en la construcción de entornos digitales seguros y libres de violencia.

En cuanto a la responsabilidad, todos estamos implicados. Desde los creadores de las plataformas, ya que la gran mayoría afirma que estos pueden hacer más por ayudar a las víctimas de violencia de género on-line, hasta los propios usuarios de las aplicaciones. De esta manera, se llevará a cabo un lugar digital basado en el respeto y la igualdad de género.

En última instancia, este estudio no solo ha contribuido a ampliar el conocimiento sobre la violencia de género en los nuevos medios, sino que también ha generado una llamada a la acción para impulsar cambios significativos en la forma en que abordamos y combatimos esta problemática en la era digital. Solo a través de un esfuerzo colectivo y un compromiso firme con la igualdad y el respeto mutuo podremos construir un futuro donde la violencia de género sea un recuerdo del pasado y no una realidad cotidiana para las próximas generaciones.

Este compromiso debe reflejarse en todos los niveles de la sociedad. Las instituciones educativas, las empresas tecnológicas, los medios de comunicación y los propios usuarios deben trabajar juntos para crear un entorno digital que promueva la seguridad, la dignidad y la igualdad para todos. La creación de protocolos claros y accesibles para la denuncia y el seguimiento de casos de violencia de género en los nuevos medios es muy importante para garantizar que las víctimas reciban el apoyo y la justicia que merecen.

Para finalizar, la aniquilación de la violencia de género en los nuevos medios es una ocupación que requiere la cooperación de toda la sociedad. Es obligatorio continuar investigando, educando y desarrollando políticas y tecnologías que protejan a las personas más vulnerables y promuevan un uso saludable y seguro de las plataformas digitales. La lucha contra la violencia de género en la era digital es un desafío en nuestro día a día, y debemos saber cómo actuar ante cualquier situación que se nos presente en relación con dicho asunto para poder estar a la altura de este reto y así asegurar un futuro más justo y equitativo para todos.

6. BIBLIOGRAFÍA

Andrómaco, L. (2022, 5 febrero). *El impacto de las redes sociales en los jóvenes*. Laboratorios Andrómaco. <https://www.andromaco.com/publicaciones/revista-conexion/articulo/12-el-impacto-de-las-redes-sociales-en-los-jovenes>

Asociación Española de fundaciones. (2018). *Informe - Impacto del mundo digital en la actividad de las fundaciones*. <https://disrupciondigital.fundaciones.org/estudio/>

Ayuntamiento de San Roque. (2019). *Charlas de Mayor-Net en los colegios para prevenir el acoso escolar y el ciberacoso*. San Roque. <https://www.sanroque.es/content/charlas-de-mayor-net-en-los-colegios-para-prevenir-el-acoso-escolar-y-el-ciberacoso>

Calderón, R. (2022, 8 febrero). *Tendencias y consumo de redes sociales entre los más jóvenes*. IPMARK | Información de Valor Sobre Marketing, Publicidad, Comunicación y Tendencias Digitales. <https://ipmark.com/tendencias-y-consumo-de-redes-sociales-entre-los-mas-jovenes/>

Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. (2018, abril). *La violencia invisible que se ejerce contra las mujeres en internet y redes sociales*. <https://www.gob.mx/conavim/es/articulos/la-violencia-invisible-que-se-ejerce-contras-las-mujeres-en-internet-y-redes-sociales?idiom=esR>

Damonti, P. (2017). *Violencia de género en la pareja y exclusión social. Los efectos de la intersección entre diferentes estructuras de desigualdad*. [Universidad Pública de Navarra]. [file:///C:/Users/mgarm/Downloads/02%20Tesis%20doctoral%20Paola%20Damonti%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/mgarm/Downloads/02%20Tesis%20doctoral%20Paola%20Damonti%20(1).pdf)

De Rojas, R. P. (2024, 12 junio). *Adra se emplea en la concienciación juvenil con charlas sobre acoso escolar y ciberbullying*. Almería 360. <https://almeria360.com/educacion/adra-se-emplea-en-la-concienciacion-juvenil-con-charlas-sobre-acoso-escolar-y-ciberbullying/>

Esade y Ontsi. (2021). *Violencia digital de género: una realidad invisible POLICY BRIEF PARA ABORDAR SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD*. https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2022-04/violenciadigitalgenerounarealidadinvisible_2022.pdf

Europa Press. (2021). *WhatsApp encabeza las redes sociales en España, donde el 80% de la población ya usa estas plataformas*. <https://www.elmundo.es/tecnologia/2021/06/29/60dae64821efa09c658b4676.html>

Fapmi, R. (2023, 29 marzo). *III Estudio sobre acoso escolar y ciberbullying según los afectados. Informe del Teléfono ANAR*. Bienestar y Protección Infantil.

Fernández, Á. (2017). *La influencia de los roles de género en la publicidad televisiva en el comportamiento del consumidor*. [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68758/La influencia de los roles de genero en la publicidad televisiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68758/La_influencia_de_los_rols_de_genero_en_la_publicidad_televisiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fundación mutua Madrileña y Fundación ANAR. (2018, septiembre). *III Estudio sobre acoso escolar y ciberbullying según los afectados. Informe del teléfono ANAR*. <https://bienestaryproteccioninfantil.es/iii-estudio-sobre-acoso-escolar-y-ciberbullying-segun-los-afectados-informe-del-telefono-anar/>

García, V. G. (2014). *Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5157141>

Gómez, P. (s. f.). *Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la «agenda setting»*. https://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html

HuffPost, R. (2018, 21 enero). Nuria Varela: «Hay una parte de la sociedad que no quiere igualdad». *ElHuffPost*. https://www.huffingtonpost.es/entry/nuria-varela-hay-una-parte-de-la-sociedad-que-no-quiere-igualdad_es_5c8ad58fe4b066940329cc75.html

iebschool. (2023, 7 agosto). *Redes sociales ya son la principal fuente de información*. Thinking For Innovation. <https://www.iebschool.com/blog/redes-sociales-fuentes-informacion-comunicacion-digital/>

Infoem. (2021). *¿Sabes qué es la violencia Digital?* <https://www.infoem.org.mx/es/iniciativas/micrositio/violencia-digital>

INJUVE. (2020). *Violencia de género en la juventud. Las mil caras de la violencia machista en la población joven*.

<https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2022/03/revista-estudios-juventud-125.pdf>

Magisnet. (2023, 11 mayo). *Por qué los programas antibullying no funcionan*. <https://www.magisnet.com/2022/01/por-que-los-programas-antibullying-no-funcionan/>

Martín-Casado, T.G. (2017) *El tratamiento de la violencia de género en los medios de Castilla y León. Estudio y medidas correctoras en medios y Publicidad*. Ed: Junta de Castilla y León.

Martín-Casado, T.G. Echazarreta C. y Vinyals M (2014). La representación de género en la publicidad impresa del siglo XXI ¿Igualdad o diferencia? *Los discursos del poder; Asociación Española de Semiótica*. Por Vanesa Saiz Echezarreta, Ana María López Cepeda. Pp.221-231.

Maurice, L. (2024, 21 enero). Instagram, la red social donde más casos de violencia de género se registran. *El Español*. https://www.elespanol.com/alicante/vivir/20231127/violencia-genero-digital-influyen-redes-sociales-jovenes-comunitat-valenciana/812418785_0.html

Ministerio de Igualdad. (2019). MACROENCUESTA DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER 2019. https://violenciagenero.igualdad.gob.es/violenciaEnCifras/macroencuesta2015/pdf/Macroencuesta_2019_estudio_investigacion.pdf

Ministerio de Igualdad. (2024, 23 mayo). *Violencia de Género digital*. Delegación del Gobierno Contra la Violencia de Género. <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacion-3/comodetectarla/vg-digital/>

ONU mujeres. (2020). *Preguntas frecuentes: Tipos de violencia contra las mujeres y las niñas*. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/ending-violence-against-women/faqs/types-of-violence>

Otero, C. (2020, 13 febrero). 'Eso es acoso': cómo Instagram detecta mensajes bullying antes de ser enviados. *Meristation*. https://as.com/meristation/2020/02/13/betech/1581590234_360088.html

PantallasAmigas. (2011, 26 diciembre). *Argentina vigilará el cyberbullying discriminatorio en las redes sociales de Internet*. *Ciberbullying*. <https://ciberbullying.wordpress.com/2010/06/10/argentina-vigilara-el-ciberbullying-discriminatorio-en-las-redes-sociales-de-internet/>

Perela Larrosa, M. (2010). Violencia de género: Violencia psicológica. FORO. Revista de Ciencias Jurídicas y Sociales, Nueva Época, 11-12, Article 11-12.

Porter, B., & López-Angulo, Y. (2022, enero 6). VIOLENCIA VICARIA EN EL CONTEXTO DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO: UN ESTUDIO DESCRIPTIVO EN IBEROAMÉRICA. 11(1), 32.

UNICEF. (2019). *Redes sociales y adolescentes: lo que tenés que saber*. <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/redes-sociales-y-adolescentes-lo-que-tenes-que-saber>

Velandia, A., & Rozo, J. (2009). *Estereotipos de género, sexismo y su relación con la psicología del consumidor*.

Villegas, O. R. T., & Castro, J. L. A. (s. f.). *MODELO DEL PROCESO DE INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA OPINIÓN PÚBLICA*. https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/html/#redalyc_35656002014_ref2