



Comunicación y Hombre

ISSN: 1885-365X

j.conde@ufv.es

Universidad Francisco de Vitoria

España

GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio; CATALINA GARCÍA, Beatriz; MONTES VOZMEDIANO,
Manuel

Una aproximación a la educación mediática para el contacto con desconocidos en
Internet

Comunicación y Hombre, núm. 11, noviembre, 2015, pp. 100-114

Universidad Francisco de Vitoria
Pozuelo de Alarcón, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129442878007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Revista interdisciplinar
de Ciencias de
la Comunicación
y Humanidades

comunicación
y Hombre

Artículo extraído del número 11 de *Comunicación y Hombre*
NOVIEMBRE 2015

11

INVESTIGACIÓN

El futuro de la televisión

CASTILLO POMEDA, José María
(Universidad Francisco de Vitoria)



UPV Madrid

AUTORES / AUTHORS**GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio**

Universidad Rey Juan Carlos (Madrid, España)
✉ antonio.garcia@urjc.es  0000-0002-8423-9486

CATALINA GARCÍA, Beatriz

Universidad Rey Juan Carlos (Madrid, España)
✉ beatriz.catalina@urjc.es  0000-0003-0464-3225

MONTES VOZMEDIANO, Manuel

Universidad Rey Juan Carlos (Madrid, España)
✉ manueljavier.montes@urjc.es  0000-0001-6624-8699

INVESTIGACIÓN / INVESTIGATION

RECIBIDO / RECEIVED

15 de abril de 2015

ACEPTADO / ACCEPTED

27 de junio de 2015

PÁGINAS / PAGES

De la 101 a la 114

ISSN: 1885-365X

Una aproximación a la educación mediática para el contacto con desconocidos en Internet

An approach to media literacy related to the contact with strangers on the Internet

Los adolescentes se sienten atraídos por el hecho de establecer relaciones sociales a través de Internet. Ante esta realidad surge la necesidad de conocer, con vistas a la prevención, los riesgos que implica entablar contactos con desconocidos. Este estudio teórico propone criterios y competencias mediáticas para comprender estos fenómenos. Se plantea también como base para una guía funcional y, en el plano comunicativo, se orienta a padres, tutores, docentes y agentes vinculados a la vida digital de los adolescentes. Se pretende evitar así los riesgos asociados y colaborar para que las relaciones establecidas se desplieguen de modo creativo y crítico, tanto en el nivel personal como colectivo.

PALABRAS CLAVE: relaciones sociales, desconocido, Internet, educación mediática, adolescentes, riesgos

Teens are attracted to establish social relationships through Internet. Given this reality the need to know risks involved in the contact with unknown or strangers is arisen, in order to prevent them. This theoretical study proposed criteria and competencies to understand these phenomena. Similarly, is presented as a basis for a functional guide on the communicative level, for parents, counselors and agents linked to the digital lives of adolescents. Thus, it is intended to avoid the risks involved and to collaborate on that established relationships are creative and critical, both personally and collectively.

KEY WORDS: social relationships, unknown, Internet, media literacy, adolescents, risks,

1. Introducción

Una de las cuestiones que más atención y tratamiento ha tenido en el campo de estudio relativo a las interacciones entre los adolescentes y jóvenes en Internet es el que tiene que ver con el contacto con desconocidos. Una primera aproximación lo plantea como un factor de riesgo que debe ser conocido, y consecuentemente prevenido, especialmente a edades tempranas. Una segunda aproximación se conecta con los cambios en las formas de relaciones personales que se establecen en el entorno digital. Desde esta perspectiva también adquiere relevancia la propia definición de desconocido, lo que afecta a su análisis y a su

consideración desde diversos ámbitos de estudio.

Por otro lado, una gran parte de la literatura sobre este particular viene defendiendo la necesidad de la aplicación de procesos, instrumentos e indicadores de educación mediática como una opción que permita no solo aminorar los posibles factores de riesgo del uso de las tecnologías de la información, sino potenciarlas alrededor de una sociedad más comprometida desde el punto de vista ciudadano.

2. Objetivos

El objetivo de este trabajo es plantear aquellas competencias mediáticas en las que los adolescentes y jóvenes deben profundizar ante la cuestión del contacto con desconocidos. A tal efecto, y partiendo de los estudios centrados en las dos perspectivas anteriormente comentadas y de un conjunto de indicadores de educación mediática, se perfilan aquellos aspectos que deben ser tenidos en cuenta para evitar los posibles riesgos o bien para que las relaciones que se establezcan con desconocidos se puedan desplegar de modo pertinente.

3. Metodología

Este trabajo es de naturaleza teórica. Se parte de un análisis de la bibliografía existente al respecto de los contactos con desconocidos en Internet orientado al colectivo formado por adolescentes y jóvenes en edades tempranas. Fundamentalmente, se toman en consideración, con sus correspondientes consecuencias epistemológicas, dos ejes: por un lado, la corriente de investigación que se preocupa de los riesgos potenciales a los que se puede enfrentar alguien en el ciberespacio. Por otro, los trabajos orientados a la búsqueda, establecimiento, mantenimiento e incluso finalización de las diferentes relaciones sociales vinculadas a Internet. Tras este bosquejo descriptivo, se delimitan aquellas competencias e indicadores, procedentes de la educomunicación, para advertir qué aspectos deben ser tomados en cuenta y cómo afrontarlos. Finalmente, y con carácter prospectivo, se aplica el modelo de competencias e indicadores sobre las características y riesgos, analizados previamente, relativos al comportamiento adolescente y joven en el mundo digital en relación a los desconocidos.

Si bien el enfoque general del que se parte es transdisciplinar, tal y como lo requiere el objeto de estudio, la visión predominante pertenece al ámbito de los estudios de comunicación, infancia y juventud. Más concretamente en lo que se refiere al mundo virtual, con vistas a presentar un modelo analítico y operativo que tome en consideración los diferentes discursos y lógicas de la Red.

4. Los entornos digitales y sus actividades

Una de las derivaciones más importantes de Internet es la facilidad que aporta para establecer contactos con desconocidos. Autores como Ochaíta, Espinosa y Gutiérrez (2011) y Marchan (2011) entienden que el principal motivo por el que los adolescentes acceden a Internet es establecer relaciones sociales, ya sea con desconocidos o con personas que conocen en el entorno *offline*. Martínez Pacheco (2012) considera que se produce siempre una asociación directa entre, por un lado, jóvenes y redes sociales, y, por otro, el riesgo a relacionarse con desconocidos. En esta línea Jiménez-Albiar et al. (2012) aseguran que la interacción puede provocar una experiencia placentera que alivia el aburrimiento e incluso la ansiedad.

En el trabajo de Martínez Pastor, Sendín y García (2013) se observa que los adolescentes no asumen las redes sociales como lugares potencialmente peligrosos o que puedan entrañar determinados riesgos: gran parte de los menores reconocen que uno de los usos principales que hacen de Internet es el de conocer a nuevas personas; incluso estableciendo citas, en el entorno físico, con desconocidos.

Por su parte, Fernández-Montalvo, Peñalva e Irazábal (2015) detectan este comportamiento en edades tempranas. Entre los menores de 10 y 13 años: un 10% reconoce que se ha relacionado *online* con personas ajena a su entorno, de los cuales un 5,6% ha llegado a quedar físicamente con ellos. Esta práctica, según los mismos autores, es más habitual entre los varones. En la misma línea, Catalina, López de Ayala y García (2014) determinan que los chicos son más audaces que ellas a la hora de adoptar usos “*online*” potencialmente peligrosos: “ligar”, buscar nuevos amigos, hablar con desconocidos de su misma edad y facilitar el acceso público a su perfil en las redes sociales.

Sin embargo, en otras investigaciones (Gutiérrez, Vega y Rendón, 2013; Montiel, Carbonell y Orts, 2011) se observa que las adolescentes tienden más a facilitar a desconocidos su nombre y a relacionarse con estos a través de las redes sociales, siendo también ellas las que obtienen más solicitudes sexuales no deseadas.

Sobre los destinatarios de nuevos contactos, para Sendín, Gaona y García (2014) la gran mayoría de los adolescentes reciben de forma ocasional o habitual invitaciones *online* de desconocidos, principalmente de hombres que desean establecer conversación con ellos a través de las redes sociales. Por género, son las mujeres quienes reciben más solicitudes de este tipo. La confianza que les inspira estas peticiones depende de si el interlocutor es amigo de otro amigo o, al menos, de si han podido realizar una prospección *online* de su perfil, o bien si han mantenido una breve conversación. Estas situaciones derivan, en algunos casos, en la incorporación del desconocido al perfil del adolescente como nuevo amigo e incluso en una posible cita.

En este sentido, García, López de Ayala y Catalina (2013) confirman que el 8,6% de los encuestados, fundamentalmente de 15 a 17 años, habla con desconocidos de su misma y/o de distinta edad. Una cifra no muy alta con respecto a otras prácticas conversacionales

online, aunque sí resulta significativa por el riesgo que supone: el 39,5% de los menores que realizan este tipo de práctica reconoce que ha quedado en alguna ocasión con desconocidos. En estos usos se observan diferencias claras: los adolescentes entre 15 y 17 años tienden más a relacionarse con desconocidos a través de las redes sociales, mientras que los menores que tienen entre 12 y 14 años entablan nuevas relaciones más frecuentemente por medio de juegos. En cualquier caso, las peticiones de los desconocidos se traducen en pocas ocasiones en encuentros cara a cara (12,8%). En ambos casos el riesgo es evidente por la posibilidad de una mayor exposición del menor a situaciones desagradables o, al menos, al conocimiento de sus datos personales por parte de desconocidos.

Por zonas geográficas, se observan diferencias significativas. Por ejemplo, un 64% de menores mexicanos establecen contacto con desconocidos (Gutiérrez et. al., 2013) frente a la media europea de un 34% registrada por Garmendia et al. (2011). En España, un 30% de los contactos que tienen los adolescentes en las redes sociales corresponde a desconocidos o, en el mejor de los casos, amigos virtuales, es decir, personas a las que no han conocido en el entorno offline (Mascheroni et al., 2010). No obstante, y en términos generales, se observa que el contacto con desconocidos constituye, junto al acceso a contenidos inapropiados y el mal uso de los datos personales, el riesgo que mayoritariamente perciben los menores (Hasebrink, Livingstone y Haddon, 2009; Montiel, Carbonell y Orts, 2009; Jiménez, Garmendia y Casado del Río, 2015).

4.1. Motivaciones, consecuencias y educación

En la investigación de Bringué y Sádaba (2009), se concluye que el 12 % de los menores entre 10 y 18 años considera “divertido” establecer contacto con desconocidos. Una de las causas de esta conducta se puede deber a la búsqueda de popularidad (Gutiérrez, Vega y Rendón, 2013), y entre sus consecuencias más graves se puede destacar el intento de abuso sexual (Ortega y Ramírez, 2014). Por su parte, el estudio de Sabater y López (2015) subraya la vinculación entre el ciberacoso, tanto activo como pasivo, y la comunicación online con desconocidos, ya sea por el ordenador o a través de otros dispositivos móviles.

Aunque en el artículo de Cáceres, Brändle y Ruiz (2013) se detecta una tendencia sensiblemente mayor de los jóvenes que confían en los desconocidos, frente a los que muestran desconfianza, Martínez Pacheco (2012) y Rubio (2009), entre otros, afirman que la mayoría de los jóvenes son capaces de autogestionar la exposición de su identidad y de sus datos en Internet y en las redes sociales; una conducta más evidente en los jóvenes con mayor edad (Walrave y Heirman, 2013). En paralelo, Díaz Cortés (2012) concluye que los casos más significativos de proposiciones sexuales realizadas por desconocidos han sido recibidas por menores entre 13 y 17 años.

La posibilidad de encuentros con desconocidos es enfocada por los padres hacia sus hijos como una vía potencial hacia el secuestro, lo que siendo alarmista (Jiménez, Garmendia y Casado del Río, 2015) sí se presenta como causa suficiente para mostrar a los menores los

riesgos que entraña la navegación por Internet. En la misma línea, Martínez Pastor, Sendín y García (2013) observan que una de las advertencias parentales más comunes, y a la que otorgan gran importancia, es que solo se conecten a través de las redes con personas que conozcan de antemano en su entorno físico.

4.2. El contacto con desconocidos como forma de relación

Aunque no se practican frecuentemente este tipo de conductas entre los menores, el contacto con desconocidos a través de Internet es una práctica que se lleva a cabo principalmente entre los que son más activos en la navegación *online*. En este sentido, Cáceres, Brändle y Ruiz (2013) profundizan en la percepción y consideración de quién es un desconocido. Así, para un 40% aproximadamente de los encuestados en su estudio, un amigo de un amigo no entra en la categoría de persona desconocida. En realidad, para la mayoría de los adolescentes, el contacto presencial es la línea que marca la diferencia entre una persona conocida y otra que es desconocida. Se puede afirmar que, por regla general, los desconocidos no generan confianza (poca o ninguna para la mitad), salvo que se trate de amigos o conocidos de los amigos. No obstante, el 53,1% de los jóvenes entiende el trato con desconocidos como una forma normalizada de relación.

Son fundamentalmente chicos, con un percepción positiva de este tipo de contactos en los que se puede emplear términos como sinceridad, personal o íntimo. Al mismo tiempo, y en mayor medida que las chicas, han fingido alguna vez su identidad y han pasado en algún momento por situaciones problemáticas en Internet, aunque están abiertos a lo que de positivo tienen las nuevas tecnologías, lo que influye en su forma de ver la comunicación y las relaciones entre los individuos.

Por su parte, son las chicas quienes tienen un mayor grado de contacto con personas desconocidas. Mantienen una percepción negativa sobre las relaciones en Internet frente a las de la vida *offline*, aunque también han vivido menos situaciones de conflicto en Internet y muestran menor propensión a fingir la identidad o a conocer casos en que se haga.

A juicio de Sabater (2014), nos encontramos en una época con múltiples espacios y relaciones, donde se entrecruzan las esferas pública, privada e íntima. Con espacios "mixtos" con roles e identidades que se modifican a gran velocidad. Asistimos a la individualización de procesos socializadores y afectivos, donde es el propio individuo quien gestiona su biografía personal, quien busca relaciones personales abiertas y transitorias con un claro fundamento tecnosocial, con mayor independencia del tiempo y el espacio; relaciones gestionadas en gran medida a través de los diferentes medios sociales.

Sin duda, el establecimiento de nuevas relaciones parte de los amigos comunes. Además de las comunidades de intereses, los adolescentes y jóvenes construyen redes de "amigos de amigos", con un número elevado de contactos (una media de 300). En realidad, planifican su privacidad inmersos en roles contradictorios: por un lado, quieren ser vistos en diferentes actividades de la vida cotidiana, incluidas las que podrían considerarse íntimas

y, por otro, ponen en funcionamiento mecanismos para defender sus datos personales. Podríamos hablar de diferentes niveles de reserva de información y de reserva de interacción. También en este trabajo el contacto con desconocidos se vincula más a las chicas y a personas que cuentan con más perfiles en diferentes redes sociales, y que tienen una visión menos restrictiva sobre la difusión de información.

García-Delgado y Felice (2013) afirman que el ciberespacio, en tanto que “territorio de encuentro” se convierte, en gran medida, en una extensión del contexto físico. Desde este punto de vista, los contactos que nacieron dentro de una red social no serían considerados como desconocidos al pertenecer a un “círculo de referencia”, al ser conocidos de los conocidos, o amigos. En el marco de una lógica por la que se difumina el anonimato, se podrían destacar dos grandes grupos de contactos: por un lado, los conocidos, y por otro, los conocidos de los conocidos, con los que normalmente no se ha compartido vida *offline*, y que suelen haber sido sugeridos por alguien cercano. Esta es una de las virtualidades de los medios sociales: conocer a personas a las que de otra manera no se habría accedido, vinculadas en muchas ocasiones a acciones que tiene por objetivo la seducción.

Para García-Delgado y Felice, (2013:31) “dentro de los “conocidos”, están los contactos “íntimos”, personas con las cuales se tiene un fuerte vínculo afectivo (parientes, amigos, novios/as) constituido en el mundo *offline*. Luego están los “cercanos” (compañeros de estudio, de trabajo, de actividades recreativas, promesas de novio/a), contactos con los que se tiene una relación cotidiana más o menos intensa en el mundo presencial. Por último, los “lejanos” (compañeros de viaje, ex compañeros de colegio primario y secundario, de trabajo, etc.) son contactos con quienes se mantuvo una relación en el pasado, pero con los que en la actualidad ya no se mantienen encuentros frecuentes”. En el caso de los contactos “lejanos”, gracias a las experiencias de vida y actividades de las que se va informando, es factible conservar la relación, lo que en otro contexto sería difícil. En cualquier caso, no se suele establecer contactos con personas totalmente extrañas, aunque teóricamente una de las funciones de una red social sea conocer a “gente nueva”

Para Sabater (2014), los adolescentes y jóvenes perciben de modo distinto Internet y las redes sociales. Ven la web como un espacio abierto, con un público ajeno y variado, desconocido. Mientras, las redes sociales se configuran como un espacio privado y más reducido, en el que predomina la sensación de control sobre los contactos, lo que proporciona una sensación de seguridad. Estos espacios permiten generar comunidades formadas por iguales donde se comparten experiencias y emociones, dando lugar a la construcción identitaria, individual y colectiva, y donde se entrecruzan otras lógicas de la vida *online* y *offline*.

En este sentido, “se presenta un traslado de una parte de lo privado (datos personales como nombre, apellidos, centro de estudios, fotografías) hacia lo público virtual. Un ámbito público que habría que delimitar ya que no se dirige de forma indiscriminada a todo el mundo (publicitación) sino mayoritariamente a los contactos de la red social (privatización de lo público). La única excepción se constata en las fotografías que son publicadas en webs de Internet de acceso público” (Sabater, 2014).

En el trabajo de Ellison, Steinfield y Lampe (2011) se hace referencia a tres tipos de relaciones: amigos cercanos, personas con lazos latentes y extraños. Con tres dimensiones de comportamiento social dentro de los social media: a) la iniciación, es decir, encontrarse con extraños o hacer nuevos amigos sin conexión anterior *offline* (conocer gente nueva, navegar por perfiles, establecer un primer contacto, añadir a alguien como un amigo o tener un encuentro cara a cara); b) el mantenimiento de vínculos estrechos ya existentes y c) la búsqueda de información social, con vistas a aprender más acerca de las personas con las que el usuario tiene alguna relación *offline*.

En definitiva, los adolescentes y jóvenes distinguen claramente entre amigos de Facebook y amigos reales (a partir del término inglés “actual”). Por otra parte, se percibe la influencia del tipo de plataforma o red en estos comportamientos, por ejemplo a la hora de ser más o menos receptivos a conocer a otras personas, de compartir tiempo y espacio, o de interactuar de modo sostenido y repetido. También es destacable la sensación de libre expresión, lo que crea múltiples oportunidades para compartir información acerca de los gustos culturales, las redes de amigos, las afiliaciones incluso políticas y otros aspectos del “yo”.

5. Hacia los planes de educación mediática

La perspectiva clave para este trabajo parte de la idea de educación mediática, especialmente en lo que se refiere a las competencias mediáticas. A juicio de Area y Pessoa (2012), se pueden destacar las siguientes: en primer lugar, la competencia instrumental, vinculada con la capacidad para gestionar las tecnologías que surgen, así como con sus procedimientos de utilización. En este sentido, es relevante tener un conocimiento de naturaleza práctica tanto sobre el *hardware* como sobre los programas informáticos.

En segundo lugar, la competencia cognitivo-intelectual, referida a la capacidad de las personas para adquirir habilidades de carácter intelectual aplicables a la hora de acceder y gestionar toda la información disponible en el ciberespacio, en cualquiera de sus dispositivos de acceso. La clave se sitúa en la capacidad de selección, análisis e interpretación de la información, junto a su posible reconfiguración y difusión.

Por otra parte, se encuentra la competencia sociocomunicacional. En definitiva, se trata de las habilidades vinculadas con la creación de cualquier tipo de texto, en todas las variantes que el ciberespacio permite, y su posible difusión alrededor de la comunicación tecnológica. Esto implica conocer y seguir las normas de comportamiento socialmente positivas, en términos de respeto, colaboración y empatía.

Otra de las competencias es la axiológica. Se fundamenta en la toma en consideración de que las tecnologías inciden claramente en la política, la economía y en la sociedad, y de la necesidad de adoptar valores éticos en lo relativo al uso comunicativo de estas tecnologías dentro de sociedades democráticas.

Finalmente, la competencia emocional. Uno de los aspectos más necesitados en la educación actual, no solo en el plano comunicativo, es el relativo a los sentimientos y emociones y

su reconfiguración en el entorno digital. Tanto en los videojuegos, como en la comunicación interpersonal son factores claves. Este aspecto se completa con el acceso a los diversos modos de control de emociones negativas y del equilibrio cuando se definen las identidades personales, colectivas y digitales.

Por otra parte, en el trabajo de Ferrés y Pisticelli (2012) se presentan indicadores conectados con las competencias mediáticas a partir de las siguientes dimensiones: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y dimensión estética. Con dos enfoques o ámbitos, uno analítico y otro expresivo:

Lenguajes

- Ámbito del análisis. Capacidad para interpretar los diferentes mensajes que circulan en el ciberespacio, los códigos que los sustentan y sus funciones. Importa conocer los significados, las estructuras narrativas y los géneros, en un contexto dominado por múltiples dispositivos y modos de expresión. De igual modo, se incluye el conocimiento para interrelacionar todos los contenidos.

- Ámbito de la expresión. Habilidad para expresarse gracias a cualquier contenido, teniendo en cuenta los diferentes estilos y situaciones comunicativas, así como la capacidad para reelaborar la información también en función de los interlocutores.

La tecnología

- Ámbito del análisis. Aptitud para comprender el papel de las tecnologías en la sociedad y sus efectos, junto a la pericia para afrontar de forma adecuada las innovaciones en entornos transmediáticos y multimodales.

- Ámbito de la expresión. Capacidad para el manejo adecuado de las herramientas comunicativas en el contexto tecnológico, adecuándolas a los objetivos establecidos, ya sea textual o audiovisual, en virtud de la representación de la realidad.

Procesos de interacción

- Ámbito del análisis. Actitud crítica ante la selección de los programas y contenidos mediáticos a los que se accede, teniendo en cuenta el medio, el producto, su impacto social, los factores vinculados (cognitivo, cultural, estético, etc.), los valores que expresan, las emociones en que se basan, las formas de interacción, y los posibles choques interculturales potencialmente asociados. De igual modo, la capacidad para entender la idea de audiencia, lo que conlleva su medición, así como las habilidades para afrontar el ocio mediático de modo responsable.

- Ámbito de la expresión. Disposición ante las diferentes formas de interacción con personas y con colectivos, con el objetivo de conseguir una ciudadanía más consciente y efectiva, sin desdeñar la pluralidad e interculturalidad como bases de trabajo. Aptitud para realizar un trabajo colaborativo, empleando de modo proactivo las diferentes plataformas. Conocimiento del entramado legal respecto de los productos y contenidos con los que se interacciona.

Procesos de producción y difusión

- Ámbito del análisis. Conciencia de los aspectos relativos a las producciones de natura-

leza individual y colectiva, corporativa o amateur, pública o privada. También de sus condicionamientos sociales y económicos. Conocimiento de las condiciones y sistemas de producción, técnicas y difusión de los contenidos y producciones. También de las regulaciones y códigos de autorregulación, dirigidos a los diversos actantes sociales.

- Ámbito de la expresión. Conocimiento de las condiciones necesarias y de los métodos de producción para llevar a buen puerto producciones (multimedia y multimodales) en sus diferentes niveles, en un ambiente de trabajo colaborativo. Manejo adecuado de los contenidos y sus significados, con capacidad para compartir y difundir información, siendo consciente de las condiciones de visibilidad, impacto e interacción de los mensajes y contenidos. Control sobre la identidad en línea y fuera del ciberespacio, de los datos privados, de uno mismo o de otros. Gestión sobre la autoría, propiedad intelectual, y sobre el concepto de licencia libre. Generación y mantenimiento de redes de interés y colaboración.

Ideología y valores

- Ámbito del análisis. Capacidad crítica para detectar los significados de las representaciones mediáticas así como para analizar las fuentes de información y su fiabilidad. Capacidad para gestionar, en todas sus fases (búsqueda, organización, verificación y síntesis), la información en diferentes contextos. Capacidad para advertir de manera crítica los contenidos y los valores e ideología explícitos o implícitos, junto a las formas de homogeneización cultural. Visión ética de la gestión y descarga de información y contenidos. También cuenta la capacidad a la hora de analizar las identidades virtuales individuales y colectivas, y de detectar los estereotipos, por ejemplo en cuanto a etnia, cultura, religión, etc. Disposición para la identificación emocional de personas o situaciones, así como de la gestión de las emociones personales en las diferentes maneras de interacción con todas las pantallas, detectando también la ideología y los valores.

- Ámbito de la expresión. Capacidad para el aprovechamiento de los instrumentos comunicativos con valores que reflejen un compromiso ciudadano, en niveles sociales y culturales. Capacidad para creación (elaboración arriba) de contenidos que pongan en cuestión determinados valores considerados nocivos.

Estética

- Ámbito del análisis. Aptitud para el disfrute de los aspectos formales de lo que se comunica, siendo capaz de discriminar lo que no presente un mínimo de calidad. De igual manera, es útil adquirir la habilidad para conocer y relacionar las influencias y relaciones artísticas en las producciones y contenidos, así como las innovaciones, la originalidad y escuelas a las que se puede vincular.

- Ámbito de la expresión. Aptitud para generar mensajes que ayuden a potenciar tanto a las personas como a colectivos la sensibilidad y creatividad. Disposición para la renovación de obras artísticas, donde fluya la experimentación y lo creativo.

6. Resultados

Los estudios consultados nos permiten afirmar que una de las principales motivaciones que llevan al adolescente a entablar relaciones sociales a través de Internet es la de obtener una experiencia placentera. Los beneficios que les aporta son, entre otros, paliar el aburrimiento (es entretenido) o aliviar la ansiedad. Puesto que se creen lo suficientemente hábiles como para evitar situaciones de riesgo, no tienen miedo a entablar incluso relaciones con desconocidos. En la tabla I, se presentan algunas de las acciones o actividades que pueden llevar a cabo los adolescentes o jóvenes, conectándolas a la dimensión y competencia mediática relacionada y con una propuesta de procedimientos de actuación.

Tabla I. Acciones y procedimientos en la educación mediática. Fuente: elaboración propia

Actividad	Procedimientos de actuación	Competencia	Dimensión
Hablar (chatear o intercambio de mails o similares) con desconocidos.	Limitar la comunicación, que no invada la esfera íntima.	Instrumental y cognitivo-intelectual.	Lenguaje, tecnología y procesos de interacción.
Agregar a un desconocido.	Estar muy atento a cualquier solicitud o actuación que nos moleste.	Instrumental y cognitivo-intelectual.	Lenguaje, tecnología y procesos de interacción.
Agregar a un pseudo-conocido (amigo de amigo).	Si se descubre que es un falso contacto y existe un engaño, quitar de mi red y avisar a amigos y, potencialmente, a la familia.	Instrumental y cognitivo-intelectual.	Lenguaje, tecnología y procesos de interacción.
Contactos mediante juegos multijugador.	Ser muy cuidadoso con la información que se facilita y limitarse a la estricta que necesita la actividad lúdica para su realización.	Sociocomunicacional.	Procesos de producción y difusión.
Recibir un desprecio, insulto o similar de un desconocido.	Obviarlo y eliminar el contacto.	Sociocomunicacional y axiológica.	Lenguaje y tecnología.
Conflicto público, pero puntual, en la red, con un conocido.	Solicitar la eliminación de los comentarios inapropiados y dialogar sobre el hecho con el emisor, al ser una persona de cierta confianza, pero no en un foro público.	Sociocomunicacional y axiológica.	Lenguaje y tecnología.
Invitaciones o solicitudes molestas.	Ante el menor síntoma de incomodidad, comunicar la circunstancia a un adulto de confianza.	Emocional y axiológica.	Ideología y valores.
Ciberacoso. Peticiones graves no deseadas.	Informar al adulto responsable. Denuncia ante las autoridades.	Emocional y axiológica.	Ideología y valores.
Publicación accidental de datos personales no deseados.	Deben borrarse a la mayor brevedad.	Instrumental.	Tecnología y procesos de interacción.

Exposición a terceros de mis datos personales.	Solicitar que no se dé publicidad a dichos datos. Si lo hemos permitido accidentalmente, hacer constar que se retira el consentimiento.	Instrumental y cognitivo-intelectual.	Lenguaje y tecnología.
Agregado a una lista de correo (del tipo que sea) no deseada.	Darse de baja. En cualquier correo debe haber un enlace que lo permita.	Instrumental.	Tecnología.
Acceso a contenido inapropiado o no deseado, desconocido.	Dejar de navegar por esos sitios. Informar al adulto responsable del acceso indebido.	Instrumental y emocional.	Tecnología y procesos de interacción e ideología y valores.

Para esta primera fase de contacto con las redes y el entorno *online* se trataría de reforzar sus competencias instrumental y cognitivo-intelectual. Con respecto a la primera, los adolescentes tienen un nivel de usuario medio en el manejo del *software* y deben entender que otros usuarios expertos y ciertos sitios web perniciosos pueden elaborar todo tipo de identidades falsas o recursos muy variados para conseguir sus logros (desde agregarlos a listas de correos *spam*, mostrarles contenidos inapropiados o incitarles a la compra).

El dominio de las competencias instrumental y cognitivo-intelectual debe ayudarle a diferenciar a través del lenguaje, de los gustos o preferencias o del modo de interacción cuáles son los comportamientos asumibles con identidades desconocidas así como permitirles diferenciar las ofertas o contenidos que pueden atender o consumir.

Lo anteriormente dicho se asociaría a las dimensiones de lenguaje, tecnología y procesos de interacción. Teniendo presente el principio básico: se debe aplicar un criterio parejo en el entorno virtual y en el real. Si en el ámbito *offline* la conversación con un desconocido estaría limitada, se recomienda establecer también esa frontera en el ámbito *online*.

En una segunda fase, cuando el usuario adolescente se cree con mayor experiencia, puede llevar a cabo otras acciones de mayor riesgo o estar expuesto a ellas simplemente por dedicar más tiempo a las actividades *online*. Un ejemplo de esto sería “quedarse” con un desconocido. Un dato que no debe pasar desapercibido es que, tras el primer paso, hablar con un desconocido, el porcentaje de adolescentes que da el siguiente, el encuentro con el desconocido, es muy alto (recordamos que algunas investigaciones lo cifran en el 39,5%), aunque los estudios afirman que éste es uno de los riesgos mejor percibidos por los adolescentes. Para evitar las experiencias indeseadas que pueden darse en ese contacto directo con el desconocido es fundamental la formación en la competencia emocional, pues serían las carencias en esa área las que llevarían a asumir un alto riesgo que no es percibido. Esta faceta quedaría asociada a la dimensión de ideología y valores.

Otras situaciones graves como el ciberacoso, la recepción de peticiones inapropiadas (de mayor o menor gravedad), o los conflictos públicos en redes sociales requieren procedimientos de actuación distintos, pero el patrón común es que, en la medida en que el adolescente se sienta más vulnerable, debe acudir a un adulto (padre, tutor, orientador o si-

milar) porque, ante un alto grado de angustia, las acciones poco meditadas del adolescente (quedarse con el ciberacosador para tratar de convencerle que desista de su acción o entablar debates en foros públicos con alguien que le insulta) tenderán a empeorar la situación. Por ese motivo es fundamental reforzar las competencias emocional y axiológica y las dimensiones concernientes a los procesos de interacción e ideología y valores.

7. Conclusiones

Este trabajo tiene como objeto delimitar, tras presentar el estado del arte, aquellas competencias mediáticas que los adolescentes y jóvenes deben tener o adquirir a la hora de afrontar el contacto con desconocidos. Así pues y en primer lugar, se han revisado los estudios centrados en esta faceta desde la perspectiva de riesgo. Destacan cuestiones como la percepción de los adolescentes y jóvenes sobre este asunto, la aproximación según la edad, los factores de riesgo, las posibles causas y consecuencias.

A continuación, se ha estudiado el contacto *online* con desconocidos a partir de una perspectiva en la que tiene más peso el estudio de las relaciones sociales digitales. De esta forma, se han revisado temas como la propia idea de desconocido, los perfiles de personas más vinculados con este tipo de contacto virtual, la influencia de los amigos, los diversos comportamientos sociales y las percepciones implicadas.

En tercer lugar, se han presentado diferentes competencias mediáticas desde las que se puede analizar esta perspectiva junto a un conjunto de indicadores. De este modo, se proponen unos elementos extrapolables y en los que nos podemos detener a efectos tanto de análisis como de intervención educativa para que los posibles contactos virtuales con desconocidos se desarrolleen de manera crítica y positiva en diferentes niveles.

En concordancia con los objetivos del trabajo y partiendo de un listado de las acciones o actividades que pueden llevar a cabo los adolescentes o jóvenes, se propone una vinculación con las dimensiones y competencias mediáticas relacionadas, planteando también una propuesta de procedimientos de actuación.

Dadas las características de este artículo, la investigación debe ser continuada desde una perspectiva aplicada, al objeto de contrastar el modelo expuesto, tanto analíticamente como en términos de intervención. □

Bibliografía / Bibliography

- AREA MOREIRA, Manuel; PESSOA, Teresa. "De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0". *Comunicar*. 2012, vol. 19, nº 38, pp. 13-20.
- BRINGUÉ, Xavier; SÁDABA, Charo. *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Ariel y Fundación Telefónica, 2009.
- CÁCERES ZAPATERO M. Dolores; BRÄNDLE Gaspar; RUIZ SAN-ROMÁN José A. "Interpersonal communication in the web 2.0. The relations of young people with strangers". [en línea] *Revista Latina de Comunicación Social*. 2013, nº68. La Laguna (Tenerife).

- fe): Universidad de La Laguna, pp. 436-456. [Consulta: 15 marzo 2015] <http://www.revistalatinacs.org/068/paper/984_Complutense/18_Caceresen.html>
- CATALINA GARCÍA, Beatriz.; LÓPEZ DE AYALA LÓPEZ, M. Cruz; GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio. "Los riesgos de los adolescentes en Internet: los menores como actores y víctimas de los peligros de Internet". [en línea] *Revista Latina de Comunicación Social*. 2014, n°69, pp. 462-485. [Consulta: 17 marzo 2015] <http://www.revistalatinacs.org/068/paper/984_Complutense/18_Caceresen.html> DOI: 10.4185/RLLCS-2014-1020
- DÍAZ CORTÉS, Lina M. "Aproximación criminológica y político criminal del contacto tics preordenado a la actividad sexual con menores en el código penal español-art. 183" bis CP. *Revista de derecho penal y criminología*. 2012, n°8, pp. 289-318.
- ELLISON, Nicole B.; STEINFELD, Charles; LAMPE, Cliff. "Strategies: social capital implications of Facebook-enabled". *Communication Practices. New Media Society*, 2011, vol. 6, nº 13, pp. 873-892.
- FERNÁNDEZ-MONTALVO, Javier; PEÑALVA, Alicia; IRAZABAL, Itzíar. "Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia". *Comunicar*. 2015, n° 44, pp. 113-120.
- FERRÉS, Joan; PISCITELLI, Alejandro. "La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores". *Comunicar*, 2012, vol. 19, nº 38, pp. 75-82.
- FONTÁN, Eugenio "La protección de los menores en la Red: una asignatura prioritaria". [en línea] *Bit*, 2014, vol. 13, nº 197. [Consulta: 15 marzo 2015] <http://www.coit.es/publicaciones/bit/bit197/monografico4_fontan.pdf>
- GARCÍA DELGADO, M. Valeria; FELICE, Magdalena. "Sociabilidad virtual en Facebook: los usos y la construcción de relaciones entre los jóvenes de la ciudad de Buenos Aires". *Question*. 2013, vol. 1, nº 39, pp. 29-38.
- GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio; LÓPEZ DE AYALA LÓPEZ, M. Cruz; CATALINA GARCÍA, Beatriz. "Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles". [en línea] *Comunicar*. 2013, vol. 21, nº 41, pp. 195-204. [Consulta: 18 marzo 2015] <<http://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=41-2013-19>>
- GARMENDIA, Maialen; et al. *Riesgos y seguridad en internet: Los menores españoles en el contexto europeo*. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, Bilbao: EU Kids "online", 2011.
- GUTIÉRREZ, Rafael; VEGA, Leticia; RENDÓN, Abraham. "Usos de la Internet y teléfono celular asociados a situaciones de riesgo de explotación sexual de adolescentes". [en línea] *Salud mental*. 2013, vol. 36, nº 1, pp. 41-48. [Consulta: 18 marzo 2015] <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-33252013000100006&script=sci_arttext>
- HASEBRINK, Uwe; LIVINGSTONE, Sonia; HADDON, Leslie. *Comparing children's "online" opportunities and risks across Europe*. [en línea] Cross-national comparisons for EU Kids "online", 2008, status: published. [Consulta: 17 marzo 2015]. <<https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/200382/1/reportD3-2CrossnationalComparisonFINAL4.pdf>>
- JIMÉNEZ, Estefanía; GARMENDIA, Maialen; CASADO DEL RÍO, Miguel Á. "Percepción de los y las menores de la mediación parental respecto a los riesgos en internet". [en línea] *Revista Latina de Comunicación Social*. 2015, nº 70, pp. 49-68. [Consulta: 15 marzo 2015]. <<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1034-UP/04es.html>>
- JIMÉNEZ ALBIAR, M. Isabel; et al. "Diferencias de sexo, característica de personalidad y afrontamiento en el uso de internet, el móvil y los videojuegos en la adolescencia". [en línea] *Health and addictions: salud y drogas*. 2012. [Consulta: 16 marzo 2015] <http://dspace.sheol.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/10135/4/Psicologia_Health%20and%20addictions.pdf>
- MARCHÁN, Juan. "Nuevas Tecnologías: choque de generaciones y teatro científico". [en línea] *Revista de Estudios de Juventud*. 2011, nº 92, pp. 165-182. [Consulta: 18 marzo 2015] <<http://prueba2012.injuve.es/sites/default/files/RJ92-16.pdf#page=88>>
- MARTÍNEZ PACHECO, Alfredo. "Values and Fears Inherited from Internet Cultures". [en línea] *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*. 2012, nº 93, pp. 116-125. [Consulta: 16 marzo 2015] <http://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2012102310430001&activo=6.do>
- MARTÍNEZ PASTOR, Esther; SENDÍN GUTIÉRREZ, J. Carlos; GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio. "Percepción de los riesgos en la red por los adolescentes en España: usos problemáticos y formas de control". [en línea] *Analisi: quaderns de comunicació i cultura*. 2013, pp. 111-130. [Consulta: 17 marzo 2015] <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2013m9n48/analisi_a2013m9n48p111.pdf>
- MASCHERONI Giovanna; et al. "Comparing "online" risks for children in south-western European Countries: Italy, Portugal and Spain". *Media Cultural Politics*. 2010, nº 6, pp. 25-44. [Consulta: 18 marzo 2015] <http://www.researchgate.net/publication/23342615_Comparing_media_coverage_of_online_risks_for_children_in_southern_European_countries_Italy_Portugal_and_Spain>
- MONTIEL Juan, CARBONEL, Enrique; ORTS Enrique. "Estudio piloto sobre victimización juvenil a través de Internet". [en línea] *Revista Galega de Cooperación Científica Iberoamericana*. 2012, nº 22, pp. 23-33. [Consulta: 18 marzo 2015] <http://webs.uvigo.es/rGCC/index.php/RGCC/article/viewFile/58/34>
- OCHAITA, Esperanza; ESPINOSA, M. Ángeles; GUTIÉRREZ, Héctor. "Las necesidades adolescentes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación". [en línea] *Adolescentes digitales. Revista de Estudios de Juventud*. 2011, nº 92, pp. 87-110. [Consulta: 20 marzo 2015] <<http://prueba2012.injuve.es/sites/default/files/RJ92-16.pdf#page=88>>
- ORTEGA Marta; RAMÍREZ, Luis. "Amistades peligrosas: el delito de child grooming". [en línea] *Iuris: Actualidad y práctica del derecho*. 2014 nº 217, pp. 47-53. [Consulta: 16 marzo 2015] <<http://www.advocatss.com/wp-content/uploads/2014/10/Article-Child-Grooming.pdf>>
- RUBIO GIL, Ángeles (dir.). *Adolescentes y jóvenes en la red: factores de oportunidad*. [en línea] Madrid: Instituto de la Juventud,

2009. [Consulta: 16 marzo 2015] <<http://www.injuve.es/sites/default/files/9156-01.pdf>>
- SABATER FERNÁNDEZ, Carmen. "La vida privada en la sociedad digital. La exposición pública en los jóvenes en Internet". [en línea] *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*. 2014, nº 61. [Consulta: 16 marzo 2015] <<http://www.apostadigital.com/revistav3/hermeroteca/csabater.pdf>>
- SABATER FERNÁNDEZ, Carmen; LÓPEZ HERNÁEZ, Lara. "Risk factors in Cyberbullying. Frequency and Exposition of Personal Data on the Internet". [en línea] *RISE-International Journal of Sociology of Education*. 2015, vol. 4, nº1, pp. 1-25. [Consulta: 18 marzo 2015] <<http://hipatiapress.info/hpjournals/index.php/rise/article/viewFile/1229/1126>>
- SENDÍN GUTIÉRREZ, J. Carlos; GAONA PISONERO, Carmen; GARCÍA JIMÉNEZ, Antonio "Nuevos medios: usos comunicativos de los adolescentes. Perspectivas desde los nativos digitales". [en línea] *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. 2014, vol. 20, nº 1, pp. 265-280. [Consulta: 15 marzo 2015] <<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/45231/42571>>
- WALRAVE, Michel; HEIRMAN, Wannes. "Adolescents, "online" Marketing and Privacy: Predicting Adolescents' Willingness to Disclose Personal Information for Marketing Purposes". *Children & Society*. 2013, vol. 27, nº 6, pp. 434-447.