

Las redes sociales y la percepción de la violencia de género: el papel mediador de la formación en Instagram

Violencia contra la mujer y redes sociales.

Estudio sobre la formación específica como factor de protección en Instagram

María Teresa Silva Fernández
Cristina Rodríguez San Segundo
Sara Serrate González
Judith Martín Lucas

Universidad de Salamanca

Abstract: The digitalization of gender violence and its manifestation in social networks offers a new space of study and action for social education, which must face the special characteristics of this problem. Therefore, the following study focused on examining the role of education in the prevention of this violence within the Instagram platform. To this end, the relationship between the content consumed and generated and the self-perception of male violence during a period of 7 calendar days was qualitatively analyzed in a total of 10 participants who were undergraduate students of Social Education at the University of Salamanca. The results obtained reflect that specific training in the subject constitutes a protective factor for the participants of the study. We conclude that, although education in equality is understood as a protective element in these scenarios, it is necessary to attend to different educational strategies for a greater prevention of risks associated with violence against women.

Keywords: social networks, women, violence, machismo, education.

1. INTRODUCCIÓN

La irrupción de la tecnología en la sociedad ha ido transformando la forma en que las personas se relacionan con su entorno y sus dinámicas, con su tiempo y espacio, consigo mismo y con sus necesidades. Este cambio fundamental ha afectado los vínculos con la realidad, con los problemas sociales, con los demás, y nosotros mismos; se han visto alteradas las formas de conocimiento y de pensamiento, ha modificado la actividad física y los modos de expresión de la sexualidad. También ha acelerado los tiempos de intercambio y, con ello, los enfoques sobre la comprensión del mundo. Además, ha borrado -o al menos diluido- las fronteras existentes entre lo público y lo privado, dando lugar a nuevos métodos de aprendizaje y anulando toda posible espera. De forma gradual, hemos presenciado el desplazamiento de la experiencia social que antes requería el movimiento del cuerpo y de la mente, las habilidades sociales y los encuentros cara a cara. Los lazos de amistad y de interacción también se han visto afectados, pues en ellos la calidad de las conexiones hoy parece haber quedado subordinada a la cantidad de *likes* o “me gusta” que se obtienen en las redes sociales. Esta nueva realidad ha dado lugar a migraciones constantes y a una búsqueda incansable de una identidad duradera, que logre el reconocimiento de aquellos que la contemplan y que se ajuste a las normas sociales que imperan en el espacio en el que se mueve el individuo. Las personas buscan en este mundo en constante cambio una forma de *ser* y *estar* que se ajuste a las expectativas y que sea deseable para los demás –y, por

ende, para ellos mismos—, algo que influye enormemente en su proceso de aprendizaje social y marca el devenir de su identidad, de la formación, de subjetividades comunitarias y de las actuaciones de los individuos en el escenario social (Muñoz, et al., 2023; Muñoz et al., 2021; Ramírez y Anzaldúa, 2014).

Esta vorágine social iniciada por las -ya nada nuevas- tecnologías, con el paso de los años, se ha convertido en norma. Hoy hemos aprendido que la vida online y offline conforman un único constructo. La vida *onlife* ha venido para quedarse, y lo impregna todo, informaciones, comunicaciones, relaciones, cogniciones, emociones... Los más jóvenes hacen frente a las dinámicas y problemáticas sociales desde el seno de estas plataformas. En otras palabras, todas las prácticas de la juventud están tecnológicamente mediadas, y toda acción social queda plasmada en la vida online e impregnada de sus rasgos esenciales (Muñoz et al., 2023; Serrate et al., 2023).

2. MARCO TEÓRICO

Efectivamente, la omnipresencia de Internet, de la tecnología en su conjunto, y de las redes sociales en particular como herramientas estrella a la hora de hablar de construcción identitaria, interacción y dinámicas sociales, ha transformado la forma en la que obtenemos la información, la procesamos, nos comunicamos e interactuamos. Conjuntamente, todos estos elementos interrelacionados y conectados dentro de esta esfera o universo digital han supuesto un incuestionable avance dentro de la formación, conexión y emancipación de la ciudadanía, sin embargo, también han sido identificadas como plataformas donde se produce acoso, se llevan a cabo conductas discriminatorias, se emite discurso de odio y se perpetúan y amplifican diversas formas de violencia, incluida la violencia de género y la violencia contra la mujer. Las redes sociales, como espacios de comunicación y relación horizontal, permiten al individuo experimentar con su identidad individual y social, pero estos espacios no solo rebosan de libertad -bajo su extendido anonimato-, sino también -o precisamente por ello- de falta de control y seguridad para ciertos colectivos.

2.1. Las redes sociales como espacio y agente socializador

El ser humano es un animal social, y como tal, su desarrollo está marcado por el devenir del contexto en el que se encuentra inmerso y con el que lleva a cabo diferentes interacciones adheridas a su ciclo vital. A lo largo de la historia, estas interacciones sociales han sido fundamentales para el desarrollo y la construcción de la identidad de cada persona. Hoy, las redes sociales han surgido como una nueva forma de socialización en el entorno digital, desempeñando un papel cada vez más relevante en la vida de las personas. Estas plataformas ofrecen la posibilidad de mostrar -y crear- diferentes aspectos de nuestra vida, intereses y personalidad a través de publicaciones, fotos, vídeos, intercambios y comentarios. Estas interacciones en línea pueden influir en cómo nos percibimos a nosotros mismos y cómo somos percibidos por los demás. Podemos construir una imagen y una identidad digital a través de nuestras actividades en las redes sociales. Además, las redes sociales nos brindan la oportunidad de formar parte de comunidades que comparten y con las que compartimos intereses, valores o experiencias similares. Podemos unirnos a grupos o seguir perfiles que nos interesen, lo que nos permite conectarnos con personas que comparten nuestros mismos gustos y nos brindan un sentido de pertenencia (Dans, 2015; Serrate et al., 2023).

Estas redes sociales cuentan con mayor nivel motivacional por parte del individuo a la hora de llevar a cabo su proceso de desarrollo y de aprendizaje social. Aspectos como la habilidad del medio para generar (desde un ambiente lúdico, de ocio, positivo) diferentes emociones, conductas adictivas, captar su atención gracias a su carácter atractivo, etc. así como la capacidad de reproducir referentes,

que ejercen como modelos de conducta y pensamiento desde la búsqueda de identificación y/o seducción (Martínez et al., 2004; Yubero, 2004). Sin embargo, esta adscripción -en ocasiones irreflexiva y fanática- a ciertos modelos dentro de las redes sociales cuenta con grandes beneficios económicos para los admirados (“seguidos”, en términos empleados en redes sociales), lo que da lugar a la proliferación de perfiles de influencia dentro de estas redes, que son denominados *influencers*, empujando a los participantes a la búsqueda de la diferencia, de la novedad, de la autenticidad; y con ella a la exageración, a la teatralización, a la simulación y a lo extremo. Aquí surgen -o reaparecen- diversas problemáticas sociales y conductas nocivas y/o negativas, que inevitablemente tienen su efecto en el resto de los usuarios de la red social y que, como en numerosas ocasiones, presentan un mayor impacto en el público femenino (Lee y Eastin, 2020; Lipovetsky y Charles, 2016).

2.2. La violencia contra la mujer en las redes sociales

Es un hecho que las redes sociales pueden contribuir a la normalización de la violencia contra la mujer al difundir contenido discriminatorio, violento, agresivo o que trivializa la violencia de género. Esta normalización puede tener efectos perjudiciales en la percepción y actitudes de las personas hacia la violencia ejercida contra las mujeres. Varios estudios recientes revelan no únicamente la presencia de contenido sexista y/o misógino dentro de las redes sociales o, lo que es aún más grave, el aumento de los casos de violencia contra la mujer -especialmente joven- en estas plataformas digitales, sino el papel central que adquieren estas a la hora de invisibilizar y disminuir la percepción de gravedad de esta problemática social, a través de su normalización, algo que se produce con especial incidencia entre los usuarios más jóvenes (Del Prete y Redon, 2022; Gil et al., 2022; Martínez, 2022).

Hoy en día es necesario hablar de un nuevo tipo de violencia de género -o al menos uno novedoso por sus características especiales-. Estamos hablando de la ciberviolencia de género, una violencia específica que se ejerce contra las mujeres a través de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente en el entorno en línea y las redes sociales. Esta forma de violencia puede adoptar diversas formas y manifestarse de diferentes maneras, como son la difusión de imágenes, vídeos o cualquier otro tipo de contenido íntimo sin consentimiento, ciberacoso sexual a través del envío de contenido sexual no deseado a una mujer, el *grooming* o acoso sexual online contra menores, violencia verbal online, el *gossip* o difusión de rumores desacreditativos, el control y la vigilancia, etc. Asimismo, al igual que ocurre en las dinámicas sociales hegemónicas o tradicionales basadas en el cara a cara, dentro de la red nos encontramos con la interseccionalidad de los factores de discriminación y opresión, como son la identidad de género, la orientación sexual, el nivel socioeducativo y económico, el lugar de origen o el color de piel (Del Prete y Redon, 2022; García y Mindek, 2021).

En este contexto, las redes sociales también abren oportunidades para el ejercicio de la violencia de género. La amplia audiencia a la que se puede llegar, la velocidad de propagación de agresiones y acoso, la repetición masiva de estos actos y la perdurabilidad de los contenidos publicados son algunas de las características que facilitan la violencia en línea. Además, el anonimato proporciona unas garantías al agresor con las que no cuenta en la vida real, al minimizar el riesgo de sanción en un entorno poco regulado y contar con mayores dosis de impunidad y, por consiguiente, de falta de responsabilidad. Con relación a ello, la noción de víctima también ha cambiado en el ámbito de la sociabilidad virtual en redes sociales, pues cualquier persona, incluso aquellas que no utilizan tecnologías o tienen presencia en estas plataformas puede convertirse en blanco de agresiones. Estas características de las redes sociales han favorecido la expresión, reproducción y redefinición de las formas de discriminación y los modelos patriarcales que subyacen a la violencia de género en la sociedad actual. Es importante comprender esta problemática en su trasfondo ideológico, histórico, sistémico,

educativo y cultural, que ahora se desplaza a los nuevos escenarios de comunicación y relación en línea, pero que no han surgido o se han originado en ellos. Asimismo, esta problemática en la práctica plantea una doble dimensión de la violencia. Por un lado, una dimensión social y cultural, ya que vivimos en sociedades patriarcales regidas por normas, ideas y valores que condicionan enormemente la forma en que se entienden e interpretan las diferentes violencias de género y las relaciones con la mujer. Por otro lado, una dimensión política y legal, ya que la gobernanza, supervisión y modificación de las plataformas socio-digitales como las diferentes redes sociales, están en manos de las empresas desarrolladoras, y muchas instancias legales encargadas de aplicar las leyes y medidas de protección dentro de estas esferas digitales son también discriminatorias, jerárquicas y/o patriarcales (García y Mindek, 2021; Serrate et al., 2023).

Así, en la red se difunde la estructura social jerarquizada y discriminatoria, basada en el género, favoreciendo la reproducción y consolidación de los estereotipos que perpetúan un *statu quo* de dominación de varones hegemónicos sobre las mujeres. (García y Mindek, 2021, p.338)

2.2.1. El caso de Instagram

El reciente estudio realizado por Bajo (2022) acerca de la ciberviolencia en la red social Instagram confirma la presencia de este tipo de problemáticas. Concretamente, la investigación revela que los tipos de violencia dominantes dentro de esta plataforma en concreto son las siguientes:

- a) Los reproches y quejas acerca de los seguidores o seguidos en Instagram: casi un 30% de las mujeres que participaron en el estudio confirmaron que han recibido reproches por parte de sus parejas o exparejas a causa de las cuentas o perfiles a los que siguen o por los que son seguidas dentro de esta red social.
- b) La presión por eliminar determinados perfiles de sus listas de seguidores: más del 20% de las mujeres que participaron en el estudio revelan que sus parejas o exparejas les han sugerido u obligado a borrar algún contacto de Instagram.
- c) Las quejas respecto al tipo de contenido publicado o recibido en Instagram: más del 19% reconoce recibir reproches por el contenido compartido en esta red social, y más del 18% a causa de los comentarios que reciben de otros usuarios.
- d) El seguimiento de los horarios de conexión a Instagram: más del 18% de las mujeres participantes revela haber recibido comentarios y quejas relativas a sus horarios de uso de esta red social.
- e) La prohibición de interactuar con algún otro perfil de Instagram: más del 14% han sido forzadas a llevar a cabo (en mayor o menor medida) un aislamiento digital, total o parcial, dentro de esta plataforma.
- f) El no respeto a la privacidad y la violación de su intimidad en Instagram: casi el 12% reconoce haber vivido como su pareja o expareja le ha sustraído el dispositivo móvil o el acceso a su perfil de Instagram para consultar su contenido y conversaciones.

Todas estas acciones llevadas a cabo en y desde la red social Instagram constituyen patrones de comportamiento de violencia de género, pues estamos ante presencia de celos, invasión de la intimidad, control y vigilancia, violencia psicológica, provocación de miedo y/o vergüenza, aislamiento, ridiculización, etc. Este estudio descubre que los sentimientos más habituales asociados a la ciberviolencia de género son la ansiedad (59% aprox.), el miedo (47% aprox.), la vergüenza (39% aprox.), la indiferencia (29%) y la depresión (25%).

Otro de los más recientes estudios centrados en las ciberviolencias machistas en Instagram llevado a cabo por Bajo y Gutiérrez (2022) se centró en los vínculos existentes entre la violencia recibida y el

contenido compartido por las mujeres dentro de esta plataforma. En este caso se analizaron violencias machistas concretas como piropos, comentarios de contenido sexual o que reproducen estereotipos y roles tradicionales, empleo de iconos con connotación sexual, mensajes de negación de la violencia de género o contrarios al feminismo, culpabilización de las víctimas, insultos o comentarios ofensivos hacia el cuerpo femenino, ataques a su vida personal y entorno cercano, etc. Todos estos elementos son clasificados por las investigadoras dentro de dos tipos de machismo: benevolente, caracterizado por la aparente expresión de afecto hacia la mujer, normalizan la violencia; y misógino, que manifiesta el rechazo hacia la mujer de una forma directa.

El machismo benevolente se basa en la creencia de que las mujeres son objeto de deseo y consumo para los hombres. En este caso, las mujeres son valoradas principalmente por su aspecto físico y se emiten comentarios considerados como cumplidos, aunque en realidad contribuyen a la cosificación e hipersexualización de las mujeres. Estos comentarios refuerzan el orden social existente en lugar de desafiarlo. Por otro lado, el machismo misógino se caracteriza por el rechazo hacia las mujeres y hacia el movimiento feminista. Estos comentarios muestran hostilidad y desacuerdo con la presentación de las mujeres como seres sexuales y critican las acciones y principios del feminismo. Estos comentarios están presentes en ambos perfiles (benevolente y misógino) pero con motivaciones y argumentaciones diferentes. El perfil benevolente cuenta con una violencia relacionada con la aprobación de la sexualización femenina y falso empoderamiento a través de Instagram, mientras que el perfil misógino se caracteriza por una violencia dirigida a desaprobado dicho empoderamiento. Sin embargo, en ambos casos, se refuerza la asimetría de género existente en la sociedad.

A pesar de las diferencias en los motivos de la violencia, es importante destacar que en ambos casos se refuerza la asimetría de género existente en la sociedad. La violencia machista, ya sea en forma de sexualización y cosificación o en forma de rechazo al empoderamiento femenino, contribuye a mantener las desigualdades y los estereotipos de género arraigados en nuestra sociedad. En resumen, estos hallazgos ponen de manifiesto la persistencia de actitudes machistas en la sociedad y su manifestación en las interacciones *online*, como ocurre en la plataforma de Instagram. Para avanzar hacia una sociedad más igualitaria, es fundamental abordar y cuestionar estos comportamientos. Esto implica educar sobre la importancia del respeto, fomentar la empatía y promover una cultura de igualdad de género tanto en redes sociales como en la sociedad. Además, es necesario fortalecer la conciencia crítica de los usuarios de estas plataformas para que puedan reconocer y denunciar esta violencia machista.

2.3. El papel de la educación social

La digitalización de la violencia de género conlleva una especial atención o intervención pues no solo estamos ante el mero reflejo de una determinada problemática social, sino que el propio medio modifica las dinámicas subyacentes, amplifica las desigualdades y aumenta la complejidad de las mismas. Esta ciberviolencia de género tiene sus propios modos de actuar, y con ellos, la capacidad de perpetuarse y difundirse rápidamente a través de las redes sociales y otras plataformas en línea, generando un daño mucho más profundo y/o duradero en las víctimas. Además, puede dificultar la denuncia y la búsqueda de ayuda por parte de las víctimas, ya que a menudo se encuentran con barreras legales, tecnológicas y sociales.

Del mismo modo, la exposición continua a contenido violento en las redes sociales puede llevar a la desensibilización, donde las personas se vuelven menos sensibles o reactivas ante la violencia contra las mujeres. Al ver repetidamente imágenes o videos violentos, algunas personas pueden desarrollar una actitud más indiferente o menos empática hacia las víctimas de la violencia de género. Del

mismo modo, la presencia de contenido violento en las redes sociales puede tener un efecto de contagio, donde las actitudes y comportamientos violentos son imitados o reproducidos por otros usuarios. Cuando la violencia contra las mujeres se normaliza en línea, existe el riesgo de que algunas personas la consideren aceptable y, en consecuencia, la perpetúen en su comportamiento *offline*. Estos rasgos hacen que el papel de la educación y/o que la intervención socioeducativa deba contar con altas dosis de precaución, planificación y adaptación al medio.

3. ESTUDIO EMPÍRICO

3.1. Objetivo y método

La naturaleza del estudio, al situarse desde la perspectiva de la educación social, nos lleva a definir la siguiente pregunta de investigación: ¿la formación específica en materia de igualdad constituye un factor de protección frente a las dinámicas relacionadas con la violencia machista presentes en las redes sociales?; de tal forma que se define como objetivo general *observar la relación existente entre los contenidos consumidos y generados en la red social Instagram y la autopercepción de la violencia machista en una serie de participantes en función de su formación en materia de igualdad*.

El presente estudio se basa en un enfoque cualitativo no participativo y adopta una perspectiva etnográfica. Su meta es comprender un fenómeno social en su contexto natural, centrándose en la interpretación y comprensión de los significados atribuidos por parte de las personas involucradas en tal dinámica socioeducativa. El enfoque etnográfico, por su parte, permite una aproximación detallada a la situación, capturando los elementos clave y explorando las interacciones y las dinámicas sociales en profundidad. Al adoptar este enfoque se espera obtener una visión más compleja y detallada de la situación estudiada y así contribuir a una mayor comprensión y entendimiento de los fenómenos sociales relacionados con la violencia contra la mujer en Instagram (Denzin y Lincoln, 2005).

3.2. Instrumentos y procedimiento

Para la selección de la muestra, se ha seguido un proceso basado en la accesibilidad e intencionalidad atendiendo a la Universidad de Salamanca como nexo facilitador de la misma. Con el doble propósito de obtención y selección de los miembros de la muestra (participantes), como de recolección de información específica de cada uno de los perfiles de los individuos, se elaboró y difundió desde el recurso Google Formularios un *cuestionario de datos personales, académicos y uso de la red social Instagram con perspectiva de género*, a partir del cual se obtuvieron datos en referencia a: 1) edad, 2) sexo, 3) género, 4) orientación sexual, 5) formación académica y en materia de feminismo, 6) características de su perfil personal en Instagram y 7) percepción en cuestión de género sobre el mismo.

Como se ha indicado previamente, tratando de delimitar la percepción y motivación de los participantes sobre la violencia contra la mujer a través de sus perfiles personales de Instagram, se ha realizado una observación sistemática sobre los mismos tratando de ingresar en su ambiente natural. Para tal fin, se ha definido como instrumento de recogida de datos una *ficha de observación* con la intención de evaluar cada uno de los perfiles durante un periodo de tiempo de siete días naturales atendiendo a las siguientes variables:

- a) Publicaciones realizadas. Distinguiendo entre
 - a. *Carácter público o restringido*. Para ello, los participantes nos incluyeron en la lista de “mejores amigos” obteniendo acceso a todas sus publicaciones.
 - b. *De elaboración propia o contenido obtenido de otras cuentas*.
- b) Elementos incluidos en las publicaciones. Distinguiendo entre:

- a. *Canciones*. Atendiendo a la intención de la letra.
- b. *Filtros*. Prestando atención a los posibles efectos de modificación de la apariencia física en pro de los estándares definidos.
- c) Descripción cualitativa de la imagen o video. Analizando el tipo de relaciones inter e intrapersonales observables, la posición de los protagonistas, los diálogos incluidos y el lenguaje no verbal.

3.3. Participantes

La muestra definida para el presente estudio se compone de diez estudiantes de Grado en Educación Social de la Universidad de Salamanca conformando una muestra no representativa de la población. Todos ellos decidieron voluntariamente participar tras conocer la naturaleza del estudio y, además, fueron informados sobre los detalles del proceso a través de un documento de consentimiento firmado de manera personal.

A continuación, se presentan las características de la muestra atendiendo a los datos obtenidos a partir del cuestionario presentado anteriormente para tal fin.

Del conjunto de participantes cinco de ellos fueron mujeres (50%) y los cinco restantes hombres (50%), todos cuentan con nacionalidad española y establecen un rango de edad entre los 20 y los 30 años. Respecto a la orientación sexual de los mismos se identifica la bisexualidad (30%) y la heterosexualidad (70%) y, en lo relativo al género con el que se identifican la totalidad de las mujeres dicen sentirse identificadas con el género femenino al igual que los hombres con el masculino.

En cuanto a la formación de los participantes, como se ha mencionado, todos cursan el Grado en Educación Social divididos entre alumnos de 3º (60%) y 4º curso (40%) de la titulación mentada respecto a la cual el 60% piensa que no se ajusta a los principios feministas de la forma que debería por su naturaleza, en consecuencia, el 80% de ellos afirma haberse formado en feminismo por su cuenta.

En lo relativo al uso de la plataforma Instagram, la edad de primer acceso a la misma oscila entre los 13 y los 22 años y el 90% de los participantes cuentan con un perfil privado ya que consideran importante proteger su privacidad. En cuanto a su percepción de la red social el 80% piensa que puede llegar a influir en la concepción sobre la violencia machista al normalizar actitudes y/ o comportamientos reflejados en la misma, por otro lado, un 10% considera que no existe una relación entre el consumo de contenidos y la percepción que se pueda tener del asunto y, el 10% restante, afirma no tener un criterio fijo respecto al tema.

Finalmente, en cuestión de gestión y creación de contenidos, encontramos participantes que sí dedican tiempo a filtrar el contenido de las cuentas que siguen en función del carácter machista que están puedan llegar a adoptar (50%). Frente a esta, están quienes consideran que el consumo de cuentas con contenidos machistas no les influye en su percepción (20%) y, por último, quienes revelan que nunca se habían parado a pensarlo (20%). Siguiendo esta línea, el 50% procura no realizar publicaciones con elementos machistas, el 30% no piensa en este aspecto y el 20% restante varía su respuesta en función de la intención de su publicación.

4. RESULTADOS

En lo relativo al análisis de los perfiles de Instagram de los participantes se puede observar que la media de cuentas seguidas asciende a 962, a partir de ellas se pueden definir las siguientes categorías presentadas en orden descendente atendiendo predominancia: perfiles personales, humor, de aspecto social, artísticas y moda; además es destacable la escasa generación de contenido estático apostando en un 100% por las publicaciones de 24 horas conocidas dentro de esta plataforma como “stories”.

Se ha observado que todas las cuentas cuentan con al menos un perfil con contenido machista, que además es común a todos los miembros de la muestra: @informerusal; siendo esta una cuenta de carácter informativo y divulgativo de contenidos ajenos a la institución universitaria, que se limita a promover la interacción social alejada de términos educativos de los miembros de la misma.

Por otro lado, destaca la ausencia de perfiles machistas asociados a personas físicas influyentes, así como el cuidado, en términos de igualdad de género, presente en contenido artístico consumido en el 90% de los perfiles; sin embargo, vuelve a localizarse un elemento común en el consumo de contenido en clave de humor: el machismo. Las cinco cuentas de esta categoría presentes en todos los perfiles: @ceciarmy, @cabronazi, @vineparida, @dasrisa y @dirtycuddles; todas ellas cuentan con millones de seguidores y no dudan en reproducir estereotipos y roles de género que denigran a la mujer en “clave de humor”.

En el sentido opuesto, es decir, en lo relativo al contenido feminista consumido por los participantes, este adquiere todo el protagonismo, siendo comunes entre los perfiles analizados las cuentas de carácter social, de igualdad de género y de divulgación de información feminista.

Finalmente, atendiendo al contenido publicado durante el proceso de observación se ha identificado tan solo un perfil con contenido que reproduce roles y estereotipos de género a través de su contenido (lenguaje, imagen y/o vídeo). Este perfil se corresponde con una participante identificada como mujer de género femenino y heterosexual. Por otro lado, se ha identificado una publicación de carácter machista de un perfil de un hombre, también heterosexual, de nuevo, en “clave de humor” y cuya autoría no le pertenece.

En lo relativo a la música, no se identifican canciones de contenido machista, y predominan aquellas con mensajes neutros o con ritmos electrónicos. Tan solo un perfil emplea filtros que modifican el aspecto físico y, exceptuando el texto relativo a la publicación “humorística” mencionada anteriormente no se encuentran frases machistas en las publicaciones.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Recuperando la pregunta de investigación planteada, y tras los resultados presentados, se afirma que, en la muestra estudiada, la formación específica en materia de igualdad ya sea incluida en el programa formativo de su titulación o adquirida por cuenta propia, constituye un factor de protección frente a las dinámicas relacionadas con la violencia machista presentes en Instagram. Asimismo, de manera indirecta hemos podido corroborar que redes sociales como Instagram constituyen espacios donde se manifiestan y desarrollan diversas formas de violencia hacia las mujeres. Asimismo, este estudio nos demuestra que la formación específica en materia de género puede constituir un importante factor de protección frente al consumo y reproducción de contenido machista en Instagram.

El análisis de los perfiles de Instagram de los participantes revela varias tendencias interesantes. En primer lugar, se han identificado diferentes categorías, siendo las más predominantes perfiles personales, humor, aspecto social, artísticas y moda. Esto indica que los participantes tienen una amplia variedad de intereses en Instagram y siguen una diversidad de contenido. En segundo lugar, una característica destacable de los perfiles analizados es la escasa generación de contenido estático, ya que los participantes parecen preferir las publicaciones de 24 horas (stories). Esto puede deberse a la naturaleza efímera de este tipo de contenido, que se borra automáticamente después de un día. En tercer lugar, las cinco cuentas de humor presentes en todos los perfiles reproducen estereotipos y roles de género que denigran a la mujer en “clave de humor”. Estos perfiles cuentan con millones de seguidores, lo que plantea la cuestión de la responsabilidad que tienen en la reproducción de estereo-

tipos negativos y la falta de regulación con la que cuentan estos mensajes. En cuarto y último lugar, encontramos que no existen diferencias significativas en función del género, siendo un miembro del grupo femenino el único en reproducir estereotipos y roles de género dentro de la plataforma, dato que requeriría una investigación más profunda y exhaustiva para comprender los motivos subyacentes. Además, el contenido feminista consumido por los participantes es notorio, lo que indica un interés y apoyo hacia el movimiento por parte de los mismos.

Estos hallazgos refuerzan la idea de que la educación y, concretamente, la educación social tiene una importante e imprescindible labor dentro de la problemática asociada a la digitalización de la violencia de género y su desarrollo en el seno de las redes sociales. A modo de conclusión, es interesante contar con algunas propuestas globales respecto a este papel de la educación social, la cual debe trabajar, entre otras, sobre las siguientes tareas:

- a) *Capacitación digital*: al promover un correcto uso de las tecnologías, podemos evitar el consumo de ciertos tipos de productos que se ofertan en la red, ya sea información, imágenes, vídeos, productos o actividades. Asimismo, es importante dotar a los usuarios de las capacidades necesarias para detectar y hacer frente tanto a ese contenido misógino (más fácil de reconocer), como al benevolente (que actúa desde la sutileza, el humor, la moda, etc.).
- b) *Promoción de la conciencia crítica*: al proporcionar espacios de reflexión y diálogo, se pueden analizar las causas y consecuencias de la violencia de género, así como los estereotipos y roles de género que la perpetúan y que están presentes en las redes sociales.
- c) *Empoderamiento de las mujeres*: desde la educación social se debe buscar empoderar a las mujeres y brindarles las herramientas necesarias para prevenir y enfrentar la violencia en redes. Este trabajo pasa por aspectos tan importantes como fortalecer su autoestima, promover la confianza en sí mismas, desarrollar habilidades de comunicación asertiva o fomentar su participación activa en la sociedad digital y en la toma de decisiones.
- d) *Promoción de valores de igualdad*: esto implicaría trabajar en la promoción de una cultura digital basada en el respeto a los derechos humanos, la igualdad de género y la no discriminación. Esto se traduciría en el establecimiento de espacios seguros y equitativos dentro de las redes sociales.
- e) *Trabajo colaborativo*: es responsabilidad de los profesionales de la educación social establecer, ampliar y fortalecer redes de apoyo y/o colaboración entre los diferentes actores sociales y agentes socializadores para llevar a cabo efectivas campañas de prevención, sensibilización, detección y atención a las víctimas.

REFERENCIAS

- Bajo, I. (2022). Gender violence through Instagram: Descriptive study of women residing in Spain between 18 and 35 years old. *Science, society, technological and communicational transformations*, 12(2), 271–283. <https://doi.org/10.24197/st.2.2022.271-283>
- Bajo, I. y Gutiérrez, B. (2022). Ciberviolencias machistas en Instagram: relación entre la violencia recibida y el contenido compartido. *IC Revista Científica De Información Y Comunicación*, (19), 211-236. <https://doi.org/10.12795/IC.2022.I19.10>
- Dans, I. (2015). Identidad digital de los adolescentes: La narrativa del yo. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, Extra(13), 1-4. DOI: <https://doi.org/10.17979/reipe.2015.0.13.145>
- Denzin, N. K, Lincoln Y. (2005). *Handbook of qualitative research*. (3ª ed.). Sage.

- Feal, Á., Calciati, P., Vallina-Rodriguez, N., Troncoso, C. y Gorla, A. (2020). Angel or Devil? A Privacy Study of Mobile Parental Control Apps. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*, 2020(2), 314-335. DOI:10.2478/popets-2020-0029
- Del Prete, A. y Redon, S. (2022). The Invisibility of Gender-Based Violence in the Social Network. *Géneros*, 11(2), 124-143. <https://doi.org/10.17583/generos.9045>
- García, M. y Mindek, D. (2021). Ciberviolencia de género en redes sociales. *Controversias Y Concu-rrencias Latinoamericanas*, 12(22), 333-349.
- Gil, M., Ruiz, C. y Del Olmo, J. L. (2022). Instagram and TikTok: The role of women in social media. *VISUAL Review. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura*, 9(3), 1-11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3525>
- Lee, J. A. y Eastin, M. S. (2020). I Like What She's #Endorsing: The Impact of Female Social Media Influencers' Perceived Sincerity, Consumer Envy, and Product Type. *Journal of Interactive Advertising*, 20(1), 76-91. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1737849>
- Lipovetsky, G. y Charles, S. (2016). *Los tiempos hipermodernos*. Anagrama.
- Martínez, C., Casado, E., Marques, J. y Páez, D. (2004). Normas grupales, interacción pedagógica y cultura. En I. Fernández, S. Ubillos, E. Mercedes y D. Páez (Eds.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 633-668).
- Martínez, R. (2022). Redes sociales y violencia de género en el ámbito universitario en el siglo XXI. *International Visual Culture Review*, 12(1), 1-10. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3719>
- Muñoz, J. M., Patino, C., Pessoa, T. y Martín, J. (2023). Identity profile of young people experiencing a sense of risk on the internet: A data mining application of decision tree with CHAID algorithm. *Computers & Education*, 197, 104743. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2023.104743>
- Muñoz, J. M., Pessoa, T. y Martín, J. (2021). Identity, technology and education. Identity construction processes in hyperconnected ecosystems. In *Ninth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'21)* (pp. 417-418). <https://doi.org/10.1145/3486011.3486484>
- Muñoz, J. M., Torrijos, P., Serrate, S. y Murciano, A. (2020). Entornos digitales, conectividad y educación. Percepción y gestión del tiempo en la construcción de la identidad digital de la juventud. *Revista Española de Pedagogía*, 78(277), 457-476. <https://doi.org/10.22550/REP78-3-2020-07>
- Muros, B. (2011). El concepto de identidad en el mundo virtual: El yo online. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 14(2), 49-56.
- Ramírez, B. y Anzaldúa, R. E. (2014). Subjetividad y socialización en la era digital. *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, 27(76), 171-189.
- Serrate, S., Sánchez, A., Andrade, L.-E. y Muñoz, J. M. (2023). Identidad onlife: La cuestión del género y la edad en el comportamiento adolescente ante las redes. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 31(75), 9-20. <https://doi.org/10.3916/C75-2023-01>
- Yubero, S. (2004). Socialización y aprendizaje social. En I. Fernández, S. Ubillos, E. Mercedes y D. Páez (Eds.), *Psicología Social, Cultura y Educación* (pp. 819-844). Pearson Educación.