

Descifrando

La vida digital



Investigamos noticias.	3
Las generaciones	3
¿Descenso de las adicciones?	5
Términos en RRSS	7
Las generaciones. Conclusión	7
Los incels (artículo)	10
Plan Observa 24-25	11
UNICEF: Presentación informe oficial	13
Estudio cualitativo (padres, alumnado y profesorado)	13
Para evaluar los usos de las tecnologías digitales	15
Preocupación del profesorado	17
ADA. Programa de alumnado mediador	17
Primer análisis de nuestro trabajo	18
El lenguaje de las redes sociales, charo	18
El buzón de ayuda digital	19
La igualdad de género en redes sociales	20
¿Por qué la estética de las chicas está bajo más presión?	21
La paradoja de los filtros: más cerca del ideal, más lejos de la realidad	22
Tengamos la fiesta en paz	24
La "violencia estética"	25
Cuidado con el contenido que compartes	26
1. Compartir es divertido	26
2. Compartir on line	27
Serie Beauty	27
Tenemos estereotipos el profesorado	29
Por no...	29
¿Qué es el ciberacoso?	32
¿Qué es el ciberacoso? (Curso. Parte II)	34
Los influencers que sigue nuestro alumnado	38
Por el 8 de marzo	41
El caso de la IA, Replika	42
Terminando:	45
¿La solución es prohibir?	46
Por No	47
Adicción a pantallas	49

Investigamos noticias.

Lunes 3 de noviembre.

Empezamos por investigar un poco sobre lo que pasa en el mundo digital y nos llega en forma de noticias. Debemos tener en cuenta que ellos viven en una fusión constante donde los límites de la realidad se han diluido, en parte, porque han sido **criados en digital** (con una pantalla como herramienta de calma o distracción). Hay grandes cambios en la forma de ocio tradicional, como asistir a un concierto. la grabación reemplaza a la experiencia del concierto. Usan la IA para todo y cuanto más se usa más alucina.

Te propongo usar padlet para colgar noticias que encontréis, yo os dejo algunas que pueden ser interesantes. Ponerse a favor o en contra del uso de las redes sociales es complicado, depende de cómo se use, cuánto o por qué, pero que inconvenientes le ves a su uso? Qué cambia respecto a lo que nosotros conocemos, a cómo nosotros vivimos nuestra adolescencia? Lo podéis poner en comentarios, pero primero leed las noticias que os he puesto e investigad.

https://padlet.com/mbarnav585_/la-sociedad-digital-onrykc0gz00329zi

Las generaciones

Jueves 13 de noviembre:

Todos tenemos claro que estamos ante la primera generación totalmente digital (desde la cuna). **¿Crees que viven de forma mixta?**

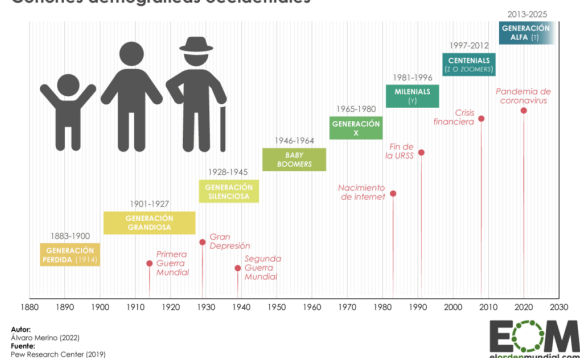
¿Sabes cómo se clasifican las diferentes generaciones de las que tanto se habla?
Pues la se clasifican según los hábitos de consumo.

Después de buscar noticias sobre el estado de la sociedad actual os propongo completar la tabla del documento adjunto, vamos a comparar la generación digital con las analógicas en los aspectos que me han parecido más interesantes, si queréis añadir más filas, sois libres.

La misión cual es? completar la tercera columna, la de "*La consecuencia es...*" ¿Qué consecuencias trae este cambio de vida de analógica a digital?

¿A qué generación perteneces?

Cohortes demográficas occidentales



La Generación Anterior	La Generación Digital	La Consecuencia Es...
Origen: Creció en la realidad física. El móvil era una herramienta de comunicación posterior.	Origen: Nació y creció con un móvil en la mano (para comer, para calmarse, para interactuar).	
Aspiración: Quería ser lo que veía en la realidad palpable (lo que eran sus padres o los oficios conocidos).	Aspiración: Quieren ser <i>streamers</i> , <i>dropshipping</i> o <i>traders</i> (las profesiones que el algoritmo les vende como rentables y virales).	
Identidad: La presión estética venía de las revistas y se validaba en el entorno físico.	Identidad: Quieren ser su avatar , la versión perfecta creada por un filtro. La Actriz por IA y las <i>deepfakes</i> les enseñan que la realidad es negociable.	
Reglas Sociales y Emocionales: Las normas sociales eran estáticas; el daño era inmediato y visible.	Reglas Sociales y Emocionales: Las reglas sociales y emocionales han cambiado. Hay telenofobia (miedo a las llamadas de voz). Prefieren el sexting o la mensajería asíncrona.	

Consumo: Veían contenidos a velocidad normal (x1) en TV.	Consumo: Viven a doble velocidad (x2) ; consumen <i>streaming</i> y vídeos acelerados.	
Capital Valor: Capital Cultural (Estudios, conocimientos, títulos, lenguaje académico).	Capital Valor: Capital Estético/Erótico (Belleza, <i>fitness</i> , <i>sex-appeal</i> , imagen <i>viral</i> y editada).	
Privacidad y Riesgo: El riesgo era externo (virus, desconocidos) y se manejaba con cautela. La privacidad era la norma.	Privacidad y Riesgo: El riesgo está integrado en su vida; se normaliza la sobreexposición y se prioriza la viralidad sobre la seguridad.	
Acceso al Contenido: Contenido filtrado, regulado por horario e instituciones (padres, medios).	Acceso al Contenido: Libertad total e inmediata a cualquier contenido (pornografía, violencia, discursos de odio).	

¿Descenso de las adicciones?

Martes 18 de noviembre:

Todo viene por esta noticia

Aunque el consumo de alcohol y otras drogas clásicas está descendiendo entre adolescentes y jóvenes, esto no implica necesariamente que estén más “sanos” en un sentido amplio, sino que se está produciendo un desplazamiento hacia otras formas de adicción o dependencia, especialmente digitales.

Los últimos años muestran un avance hacia hábitos de consumo más saludables:

- Menor inicio de consumo en edades tempranas
- Menos borracheras frecuentes
- Mayor conciencia sobre riesgos del alcohol y el tabaco

¿Son las políticas de prevención los responsables? ¿Triunfamos como sociedad?

Pues yo creo que no, no caigamos en ponernos medallas que no nos corresponden como sociedad. Lo que si hay es un cambio claro en hábitos de consumo ya que la vida social, el ocio e incluso la identidad se desarrollan casi por completo en la esfera digital.

Están siendo sustituidas por “drogas más sutiles”?

- Uso compulsivo de TikTok, Instagram, Twitch o YouTube
- Necesidad constante de aprobación social (likes, comentarios)
- Problemas de autoestima ligados a la imagen y la comparación social
- Dificultad para desconectar o tolerar el aburrimiento
- Gaming: videojuegos online masivos, loot boxes, recompensas rápidas
- Apuestas deportivas online: accesibles 24/7, gamificadas, agresiva publicidad
- Consumo compulsivo de contenido (scroll infinito, microvídeos)

Estas prácticas no introducen sustancias químicas, pero **activan los mismos circuitos dopaminérgicos del cerebro** que el alcohol o las drogas. De hecho están reconocidas como drogas por la FAD (drogas sin sustancias), por la OMS (trastorno por videojuegos” (gaming disorder), Asociación Española de Pediatría (adicción a las pantallas, Asociación Española de Psiquiatría y por supuesto por todas las campañas y guías de salud pública.

Y ahora metemos la IA (que no queremos ir tarde como siempre). La IA no solo muestra contenido, sino que responde, conversa, valida, escucha y genera lo que la persona quiere, de forma inmediata y adaptada. La IA no es pasiva, es un (o una) otro que se adapta a tí. Ella aprende tus preferencias, estilo, humor, intereses y debilidades. Las respuestas son *capsulas de dopamina personalizados*.

Y ahora me vais a permitir que use la frase del Sr. Miller (“Adolescencia”, 2025):

Estaba en su habitación. Creíamos que estaba a salvo

Términos en RRSS

Miércoles 19 de noviembre:

Quiero compartir el diccionario de términos sobre relaciones que ha realizado mi alumnado de 1º bachillerato.

Aprovecho para comentaros que la palabra del año 2025 es 🥁🥁🥁...**sixseven**

<https://elpais.com/icon/2025-11-04/el-6-7-o-six-seven-que-dicen-tus-hijos-que-significa-si-es-que-significa-algo.html?outputType=amp>

https://docs.google.com/presentation/d/1FZ3-G0jw-JmR6U3joUW0WRbzSTgevxOB/edit?usp=drive_link&oid=116003260538966511556&rtpof=true&sd=true

Las generaciones. Conclusión

Jueves 20 de noviembre.

En resumen: La sociedad actual se define por una realidad hipermediatizada y superficial, donde la vida se circunscribe a la pantalla digital, percibida como entorno natural y no como mero complemento, lo que conlleva al rechazo de nuestra naturaleza social y a una gestión emocional alterada por interacciones rápidas e intensas que evitan el contacto directo. Este contexto fomenta una cultura que rechaza el esfuerzo y el conocimiento profundo, priorizando el rendimiento económico, la visibilidad y el dinero fácil como ejes de valor y vocación, mientras que la autoestima se construye sobre una realidad editada y el éxito se mide por el *engagement* y no por el rigor académico, generando miedo a la imagen personal, a la conversación sin filtros y a la exposición pública sin límites. La paciencia y la concentración se degradan ante la percepción de la lentitud como improductiva, resultando en un individuo más vulnerable a riesgos digitales, con fronteras borrosas entre lo íntimo y lo público, y expuesto sin filtro de madurez a contenido sensible ante la escasa regulación, dificultando el enriquecimiento personal genuino.

La Generación Anterior	La Generación Digital	La Consecuencia Es...
Origen: Creció en la realidad física. El móvil era una herramienta de comunicación posterior.	Origen: Nació y creció con un móvil en la mano (para comer, para calmarse, para interactuar).	Se circunscribe la realidad social a lo contenido en una pantalla, mientras rechazamos nuestra propia naturaleza de animales sociales. El mundo digital es su entorno natural, no un complemento.
Aspiración: Quería ser lo que veía en la realidad palpable (lo que eran sus padres o los oficios conocidos).	Aspiración: Quieren ser <i>streamers</i> , <i>dropshipping</i> o <i>traders</i> (las profesiones que el algoritmo les vende como rentables y virales).	Una sociedad que rechaza el conocimiento y el esfuerzo y que ve en el rendimiento económico su eje fundamental, aunque sea a través de actividades que no sólo no aportan valor social, sino que perjudican al colectivo. La vocación se rige por la visibilidad y el dinero fácil, no por la cercanía.
Identidad: La presión estética venía de las revistas y se validaba en el entorno físico.	Identidad: Quieren ser su avatar , la versión perfecta creada por un filtro. La Actriz por IA y las <i>deepfakes</i> les enseñan que la realidad es negociable.	Una sociedad que no es capaz de disfrutar de las imperfecciones de la realidad y que es incapaz de sentirse válida tanto en el entorno físico como en el entorno virtual. Por ejemplo, la generación anterior socializaba compartiendo fotos con familiares y amigos, la generación digital no siente que esos momentos sean valiosos para su publicación. La autoestima se basa en una realidad editada, no en su yo auténtico.
Reglas Sociales y Emocionales: Las normas sociales eran estáticas; el daño era inmediato y visible.	Reglas Sociales y Emocionales: Las reglas sociales y emocionales han cambiado . Hay telenofobia (miedo a las llamadas de voz). Prefieren el sexting o la mensajería asíncrona.	Se traduce en el miedo a la imagen personal y a no ser aceptado. El individuo teme no ser capaz de enfrentarse a una conversación de manera natural y sin filtros. Las interacciones son rápidas, intensas y evitan el contacto directo, alterando la gestión emocional.

Consumo: Veían contenidos a velocidad normal (x1) en TV.	Consumo: Viven a doble velocidad (x2) ; consumen <i>streaming</i> y vídeos acelerados.	La generación digital tiene más problemas para concentrarse en una tarea y percibe la lentitud como una pérdida de tiempo. La rentabilidad económica supedita la vida. La paciencia y la capacidad de concentración se han transformado.
Capital Valor: Capital Cultural (Estudios, conocimientos, títulos, lenguaje académico).	Capital Valor: Capital Estético/Erótico (Belleza, <i>fitness</i> , <i>sex-appeal</i> , imagen <i>viral</i> y editada).	Menor enriquecimiento personal obtenido a través de estudios, vivencias, lecturas variadas, etc... y mayor conocimiento sobre aspectos superficiales que no requieren de profundización ni contraste. El éxito se mide por la visibilidad y el <i>engagement</i> (reacciones), no por el esfuerzo académico.
Privacidad y Riesgo: El riesgo era externo (virus, desconocidos) y se manejaba con cautela. La privacidad era la norma.	Privacidad y Riesgo: El riesgo está integrado en su vida; se normaliza la sobreexposición y se prioriza la viralidad sobre la seguridad.	Sociedad repleta de riesgos y privacidad expuesta con normalidad. La tendencia es convertir algo en viral, sin medir los riesgos de dicha exposición. Fronteras borrosas entre lo íntimo y lo público, lo que facilita el ciberacoso y la vulnerabilidad.
Acceso al Contenido: Contenido filtrado, regulado por horario e instituciones (padres, medios).	Acceso al Contenido: Libertad total e inmediata a cualquier contenido (pornografía, violencia, discursos de odio).	Poca regulación respecto a la filtración de contenido en diferentes ámbitos de la sociedad. Peligrosidad sobre todo entre jóvenes: no hay límites/control a la hora de acceder a cierto contenido “delicado”. Ausencia de un filtro de madurez y exposición a material no apto para su edad.

Los incels (artículo)

23 de noviembre

42 LA VANGUARDIA DOMINGO, 23 NOVIEMBRE 2019

SOCIEDAD

EL REPORTAJE

Las redes sociales acogen a hombres que convierten su desesperación por no atraer al sexo femenino en una ideología machista peligrosa

Apeyso. Los celibes involuntarios han encontrado en internet un espacio donde la desesperación íntima se convierte en narrativa colectiva



Los 'incel', desde dentro de sus foros

MANU COLLADO

Este es el caldo de cultivo del movimiento incel, de los celibes involuntarios. Un espacio donde la desesperación íntima se convierte en narrativa colectiva. Un lugar en el que miles de hombres comparten el convencimiento de que el rechazo femenino no es azar ni incompatibilidad, sino un sistema injusto en el que ellos son víctimas estructurales de una supuesta jerarquía sexual. Un movimiento que, a su vez, ha protagonizado en las últimas dos décadas casos de acoso, violaciones y asesinatos.

La evidencia científica confirma esta vivencia emocional. Según el estudio *Descifrando a los incels*, una revisión exploratoria de la investigación empírica, realizada en la Universidad de Córdoba en 2014, asistió a seis personas en California antes de suicidarse. El manuscrito de 140 páginas que dejó es leído todavía hoy como texto fundacional. En él se queja de que "las chicas entregaban su afecto, su sexo y su amor a otros hombres", pero nunca a él, y habla de la atracción femenina como una injusticia que le ha sido negada.

"Todo lo que siempre quise fue amar a las mujeres, pero su comportamiento solo ha merecido mi odio", escribió Rodger.

Lo perturbador es cómo ese discurso sigue teniendo eco hoy entre hombres que nada tienen que ver con Rodger. La investigación citada constata que esta sensación de injusticia no es anecdótica para la comunidad incel, la vida afectiva funciona como un mercado sexual rígido, jerárquico e inmutable. La revisión identifica esta estructura -llena de chads, stacies, bechies, normies, alfas y betas- como "el marco cognitivo central" del movimiento, no como una broma. Según los investigadores, es una forma de reinterpretar el deseo humano en términos neoliberalistas: competencia, meritocracia, ganadores y perdedores.

Aquí es donde entra en juego la realidad digital, que no solo amplifica las inseguridades, sino que les da forma.

El estudio del equipo de Reyes Rodríguez subraya que la pornografía y el discurso incel comparten un mismo "lenguaje de misoginia deshumanizadora". En ambos, las mujeres aparecen como

objetos, recursos o amenazas, y el sexo como un arma o una deuda. El porno actúa así como modo emocional y cognitivo que refuerza la visión incel del mundo.

Las redes sociales amplifican este relato sin pausas. Como advierte Récen Santa-Olalla, directora de *Machos Crónicas* de identidad perdida, obra teatral con la que su compañía, Stroke 114, intenta concienciar y alertar sobre esta realidad, la ideología incel se sostiene gracias al uso de las plataformas: "El algoritmo premia lo que el ser humano quiere ver más, porque el algoritmo quiere que te quedes. El contenido que no desafía el statu quo que polariza es el que mejor funciona".

Según los datos recopilados, solo un 15% de los incels que acceden a terapia afirman haber mejorado, en gran parte porque muchos están convencidos de que "el problema no está en ellos, sino en la sociedad". Los investigadores señalan que salir del *inceldom* implicaría romper no solo con ideas, sino con hábitos digitales: abandonar la pornografía compulsiva, cortar el bucle algorítmico y compensar la relación fuera del marco sexualizado.

La investigación de la Universidad de Córdoba concluye con una advertencia: el fenómeno *incel* no es una moda digital, sino "un fenómeno emocional, digital y cultural entrelazado", síntoma de una masculinidad herida que nunca recibió herramientas para gestionar el deseo, el rechazo o la intimidad.

"No tengo interacción con mujeres. No sé si alguna vez la tendré. No sé si hay lugar para alguien como yo"

ma esta vivencia emocional. Según el estudio *Descifrando a los incels*, una revisión exploratoria de la investigación empírica, realizada en la Universidad de Córdoba en 2014, asistió a seis personas en California antes de suicidarse. El manuscrito de 140 páginas que dejó es leído todavía hoy como texto fundacional. En él se queja de que "las chicas entregaban su afecto, su sexo y su amor a otros hombres", pero nunca a él, y habla de la atracción femenina como una injusticia que le ha sido negada.

"Todo lo que siempre quise fue amar a las mujeres, pero su comportamiento solo ha merecido mi odio", escribió Rodger.

Lo perturbador es cómo ese discurso sigue teniendo eco hoy entre hombres que nada tienen que ver con Rodger. La investigación citada constata que esta sensación de injusticia no es anecdótica para la comunidad incel, la vida afectiva funciona como un mercado sexual rígido, jerárquico e inmutable. La revisión identifica esta estructura -llena de chads, stacies, bechies, normies, alfas y betas- como "el marco cognitivo central" del movimiento, no como una broma. Según los investigadores, es una forma de reinterpretar el deseo humano en términos neoliberalistas: competencia, meritocracia, ganadores y perdedores.

Aquí es donde entra en juego la realidad digital, que no solo amplifica las inseguridades, sino que les da forma.

El estudio del equipo de Reyes Rodríguez subraya que la pornografía y el discurso incel comparten un mismo "lenguaje de misoginia deshumanizadora". En ambos, las mujeres aparecen como

Hoy ha caído en mis manos este artículo de La Vanguardia. El término Incel (involuntary celibate) se refiere a individuos, principalmente hombres, que se sienten víctimas de un sistema que les niega el acceso al sexo y las relaciones, lo que canalizan en un profundo resentimiento hacia las mujeres y los hombres sexualmente activos. El movimiento Incel es una subcultura radicalizada que opera dentro de la Machosfera (o Manosphere), un conjunto de foros y comunidades online donde se promueven ideologías antifeministas y misóginas. Estos espacios no solo normalizan la desigualdad de género, sino que en el caso de los Incel, justifican la violencia digital y física como respuesta a su frustración.

Plan Observa 24-25

Jueves 27 de noviembre.

Hoy os presento los resultados **del proyecto Observa 2024-2025**, punto de partida de nuestro grupo de trabajo:

Creencias sobre la igualdad de género en Estepona: el 55% de los chicos piensa que la sociedad es igualitaria, un 63% de las chicas.

- *No entienden que la igualdad es cosa de todos, no solo de las chicas*
- *Entienden que el feminismo beneficia a las mujeres*

En los mitos del amor romántico, se saben la teoría (81% en ambos sexos) pero les cuesta reconocer en casos prácticos. Los celos son un tema difícil. El 55% de los chicos se considera “nada celoso” y el 47% de las chicas. En los casos prácticos un 9% de los chicos y un 12% de las chicas tienen reacciones muy celosas. Las chicas en general consideran los celos una actitud protectora de la pareja, hay celos “buenos”. Reconocen actitudes como conductas de control. posesión a su alrededor en relaciones de pareja (lo llamativo es que tienen 12 años). Las chicas regalan a su pareja una gomilla negra que debe llevar siempre como símbolo de su relación.

*La violencia de género la reconocen con facilidad pero no los micromachismos, de igual forma les cuesta creer que los insultos o aislar de las amistades son formas de violencia. Hay un rechazo sobre el término “violencia machista”. Las conclusiones del proyecto **evidencian la incomodidad demostrada por los chicos y por parte del profesorado al tratar el tema.***

Análisis de los resultados

1. Percepción de la igualdad y el feminismo

Es notable que un porcentaje significativo de chicos y chicas (55% y 63% respectivamente) crea que la sociedad ya es igualitaria. Esto sugiere una falta de conciencia sobre las desigualdades persistentes. Además, la creencia de que la igualdad es un asunto solo de mujeres y que el feminismo las beneficia únicamente a ellas, indica que no se está comprendiendo el **verdadero propósito del feminismo**: buscar la igualdad de derechos y oportunidades para todas las personas.

♥ 2. Mitos del amor romántico y celos

El hecho de que la mayoría de los estudiantes conozca la teoría sobre los mitos del amor romántico, pero tenga dificultades para aplicarla a casos prácticos, es una señal de alerta. Esto resalta la desconexión entre el conocimiento conceptual y la realidad de sus propias relaciones. Los datos sobre los celos son especialmente preocupantes:

- Un 9% de los chicos y un 12% de las chicas muestran **reacciones muy celosas**, a pesar de que casi la mitad de ellos se considera "nada celoso".
- La percepción de las chicas de que los celos pueden ser "buenos" o una actitud protectora es un **mito peligroso** que necesita ser desmantelado. Esta idea es a menudo la puerta de entrada a comportamientos de control más severos.
- La conducta de regalar una goma de pelo negra para que la pareja la lleve siempre es un claro ejemplo de una **conducta de control y posesión** que los estudiantes normalizan, sin reconocerla como una señal de alerta.

🚨 3. Dificultad para reconocer la violencia y el término "machista"

Aunque los estudiantes reconocen la violencia de género en sus formas más evidentes, la falta de reconocimiento de los **micromachismos** es un problema grave. Actitudes como los insultos o aislar a alguien de sus amistades son, de hecho, formas de violencia psicológica que a menudo preceden a la violencia física.

El **rechazo al término "violencia machista"** y la incomodidad de los chicos y profesores al tratar el tema son barreras significativas. Esto podría deberse a que el término se percibe como un ataque personal en lugar de una descripción del origen de la violencia de género, que se basa en las estructuras de poder del patriarcado.

Debate:

El pasado mes de julio participé en una encuesta que realizaba **Fad Juventud** al profesorado. El tema: *"Violencia sexual en la adolescencia: Necesidades formativas"*, en la que preguntamos a profesionales de todo el territorio español que necesidades formativas existía entre el profesorado. Nos compartieron los resultados a todos los participantes y puede que os sorprenda 😊 pero en general... mucha. Y yo os traslado esta pregunta que me parece interesante para enfocar nuestro trabajo:

“¿Consideras que es necesario abordar y prevenir la violencia de forma diferente entre los chicos que entre las chicas?”

El 55 % respondió que sí; un 28 % no estaba seguro/a y un 17% dijo que no.

UNICEF: Presentación informe oficial

Lunes 1 de diciembre,

Estudio del informe, **Infancia y adolescencia y bienestar digital**, *Elaborado por UNICEF España, Universidad de Santiago de Compostela, Consejo General de Ingeniería en Informática y Entidad Pública Empresarial Red.es*

El presente estudio fue planteado con el objetivo fundamental de realizar una evaluación integral del uso de las TRIC, se pretende poner a disposición de los responsables institucionales información válida y fiable que ayude no solo a comprender mejor el papel que el entorno digital juega en la infancia y la adolescencia, sino también a diseñar políticas de prevención eficaces. El acceso a internet se considera un derecho habilitante (ONU, 2011), es decir imprescindible para ejercer otros derechos fundamentales.

El informe tiene tres fases:

- [**Infancia, adolescencia y bienestar digital. Una aproximación desde la salud, la convivencia y la responsabilidad social. Estudio cualitativo.**](#) estudio cualitativo con grupos focales y entrevistas en profundidad en el que se han examinado las opiniones de todas las partes interesadas: familias, adolescentes, profesionales y personas expertas
- https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2025/11112_5-Informe-InfanciaDigital-Alumnado.pdf para evaluar los usos de las tecnologías digitales en la infancia y la adolescencia .
- https://www.unicef.es/sites/unicef.es/files/communication/20251031_Informe_InfanciaDigitalProfesorado_print_VF.pdf preocupación por el entorno digital, uso de la tecnología y convivencia escolar, prevención escolar, competencias digitales del profesorado, formación del profesorado y del alumnado.

Estudio cualitativo (padres, alumnado y profesorado)

Los adolescentes, que se conocen muy bien y están lanzando un SOS:

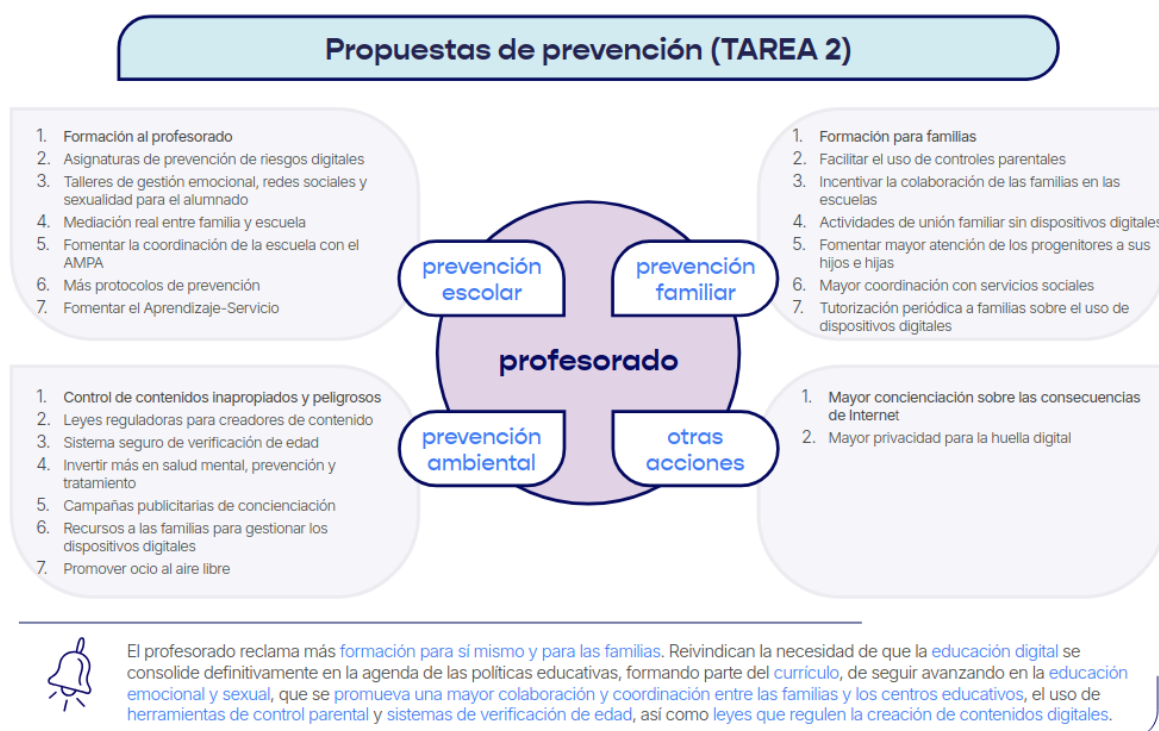
- Tienen móvil entre los 9 y los 12 años, pero su acceso a la tecnología ha sido la tablet.
- Reconocen riesgo adictivo que se traduce en falta de sueño, acceso al porno, difusión no consentida de fotos o de información personal
- Reconocen violencia en los videojuegos y aunque no creen que tenga relación con la violencia en la realidad si reconocen la adicción y las reacciones violentas por ello

- Se reconocen consumidores activos de RRSS. instagram para relacionarse (público y privado para grupo reducido), tiktok como entretenimiento. *Reconocen que son adictivas y que influyen en su comportamiento*
- Detectan *un acceso cada vez más precoz a la pornografía, vinculado a una exposición temprana involuntaria*. Reconocen su potencial adictivo, facilitado por su accesibilidad y gratuidad e *informan de que el consumo se produce incluso en el centro educativo*.
- *La precocidad del ámbito digital también la observan en el mundo offline*, todo se hace antes.
- Les preocupa la salud mental y los problemas los achacan a vida familiar y escolar, y en tercer lugar al ciberacoso
- *Destacan la necesidad de límites y normas en el uso de la tecnología*, tanto en el centro educativo, como en casa. Reconocen que se saltan todos los límites impuestos por las plataformas. Sienten la necesidad de acompañamiento adulto en su vida digital y offline
- *Se alude repetidamente a las diferencias en las experiencias digitales de chicos y chicas*, reflejo de una socialización diferencial de género subyacente. A ellos se los vincula a un uso más relacionado con el entretenimiento (videojuegos, recrear vídeos “graciosos” o violentos) y con el consumo de pornografía. Ellas experimentan acoso sexual de manera más frecuente (de iguales y de adultos)

Los profesores, que los conocemos muy bien y lanzamos un SOS

- Necesidad de coordinación familias escuela
- Alertan del impacto a nivel cognitivo (sobreestimulación, dificultades de atención, baja tolerancia a la frustración, desarrollo del lenguaje...) y el coste de oportunidad que representa, afectando incluso a su higiene de sueño. Subrayan también el potencial adictivo asociado a las pantallas.
- Conscientes de que la autorregulación no es posible en dicha etapa evolutiva, especialmente vulnerable
- El profesorado observa un acceso cada vez más temprano a la tecnología, inicialmente como facilitadora de la crianza en la infancia y, posteriormente, como herramienta de control de ubicación, ante las dificultades de conciliación de las familias. *Subrayan cierto desconocimiento por parte de madres y padres respecto al coste-beneficio asociado al uso de dispositivos digitales*

El informe también analiza las opiniones de las familias, los puntos en común y las propuestas de prevención de cada sector, porque se trata de eso... de prevenir.



Para evaluar los usos de las tecnologías digitales

El presente estudio se realiza a 100.000 adolescentes (incluye 5º y 6º primaria) y los datos son de noviembre de 2024 a junio de 2025. Evalúa:

- Satisfacción con la vida: 7,6/10.
- Calidad de vida (físico, psicológico y social) 7.24/10

Ambos datos son un poco más bajos en las chicas, pero pasa del 7. Las chicas muestran mayor insatisfacción en el aspecto físico y psicológico.

- El malestar emocional (ansiedad, depresión...) se manifiesta en el 14.2% del alumnado siendo algo mayor en las chicas
- Conductas suicidas de riesgo elevado se manifiestan en el 7,4% de los casos siendo bastante mayor en chicas: 10% frente al 4%
- Relación con los progenitores y el resto de la familia y amigos supera el 8. Un poco por debajo la relación con el profesorado (7,53%)
- Violencia filio paterna asciende al 82,6% (al menos una vez en el último año). El 15% reconoce cuatro o cinco episodios violentos
- 2,5% reconoce acoso actualmente y el 23,2% haberlo sufrido alguna vez. El ciberacoso es un poco más bajo, 1,5 actualmente y el 10,2% en algún momento. **En este dato me gustaría más información porque puede que normalicen conductas que no reconocen como acoso.**

- Violencia digital en la pareja reconoce 1 de cada 3. Muy parecido en los datos de la violencia ejercida por chicas y por chicos (32%-29%) se basan en el control de las amistades y en la localización.

Los datos referentes al uso del móvil son:

- 53,6% lo lleva al centro y lo mira en horario escolar 1 de cada 3.
- 4°,2% duerme con él y el 47% lo mira de madrugada
- el 92% tiene redes sociales y el 75% tiene tres o más. El 78% del alumnado de primaria (tened en cuenta que el whatsapp es red social)
- 50% tiene más de un perfil en la misma red social, uno publico y otro privado
- El 9% reconoce más de 5h de conexión diarias a redes (finde más)
- El 80% sigue a los influencer y el 21% quieren serlo
- Las chicas son mucho más activas en redes (suben contenido)
- El 58% reconoce que debe controlar su tiempo de conexión por ser excesivo.

Videojuegos

- Principal ocio desde la infancia
- el 20% juega todos los días, en primaria el 62,5%
- 1 de cada 4 menores juega a juegos calificados como PEGI18 (violencia explícita y conductas sexuales de riesgo). El 16% de los jugadores de primaria
- los chicos juegan el doble que las chicas
- El 30% reconoce que debería jugar menos.
- 1 de cada 3 jugadores gasta dinero mensualmente en ellos y el 8% más de 30€.
- Loot boxes son objetos que te dan “cosas” al abrirlos, pero no sabes lo que es. Puede funcionar de forma similar a las apuestas on line ya que puedes comprarlas (adicción apuestas) y si las consigues por horas de juego provoca adicción al juego.

Gambling (juego con dinero y apuestas)

Está socialmente aceptado como forma de entretenimiento.

- El 11.1% refiere haber apostado o jugado con dinero alguna vez. El 10% lo ha hecho de forma presencial.
- El 65% apuesta para divertirse, el 45% para ganar dinero
- El 84% lo ha hecho alguna vez, el 34% bastantes veces y el 14.5% con mucha frecuencia.

Sexting (intercambio, sin extorsión)

- Sexting pasivo: 15%, lo reciben sin pedirlo
- Sexting activo 7%
- Cifras muy parecidas en chicas y chicos pero las chicas son más presionadas a realizarlo, 12,5% frente al 5,3% de los chicos.
- El 58,7% habla con desconocidos en redes y casi el 15% reconoce haber quedado con desconocidos.

- El 7,8% recibió proposiciones de adultos, más las chicas.

Consumo de pornografía:

- El 30% reconoce haberlo visto en alguna ocasión. El 7,2% en primaria. el 42% en ellos frente al 16.7% en ellas.
- El acceso se produce de manera fortuita a los 11 años de media
- 73% reconoce acceder muy fácil a este tipo de contenido
- El 58% del alumnado reconoce que genera imagen falsa del sexo, que incita a presionar y que induce a no usar preservativo y usar la violencia pero sin embargo lo consume el 57% de los chicos para masturbarse y el 47% de las chicas por curiosidad.
- El 8% del alumnado presenta un uso problemático
- El 75% del alumnado conoce OnlyFan el 8,6% reconoce a adolescentes con cuenta y el 2,1% (menores de 16 años) ha tenido cuenta en esa plataforma.
- En 7 de cada 10 hogares la sexualidad es tema tabú.

Preocupación del profesorado

Del documento del profesorado no voy a hacer resumen, ese que cada uno lea y si queréis compartís las conclusiones. Creo que nosotros somos muy conscientes de los problemas aunque en la mayoría de los casos no hacemos nada al respecto, parece que no es “nuestro problema”.

ADA. Programa de alumnado mediador

3 de diciembre

Actividades y presentación del módulo de protección en el mundo digital.

https://drive.google.com/drive/folders/1vgE8i7UFGS_Ace_cziDbGYDWd0Et-mlk?usp=drive_link

Primer análisis de nuestro trabajo

12 de diciembre

Para no perder nuestro objetivo y debido a la época que nos viene ahora de trabajo... **voy a dejar las publicaciones hasta enero.**

Si recordáis el objetivo de este grupo de trabajo es investigar la vida digital a través de las redes y obtener una encuesta para conocer nuestra realidad. Os propongo empezar con una batería de preguntas que os parecerían oportunas sobre lo que hemos visto hasta ahora, que no es demasiado... jajaja

Podemos escribir todas las preguntas en este documento para que estén todas recogidas, no nos hacen falta las respuestas, al menos de momento

<https://docs.google.com/document/d/143aX7rHUsUq0t1K9oV7UI4GQtipn1GVdLJAhaMRJHPM/edit?usp=sharing>

El lenguaje de las redes sociales, charo

8 de enero

El término manosfera para referirse a la red de blogs, grupos de discusión, plataformas de juego y espacios digitales enfocados principalmente en temas relacionados con la identidad masculina y en la crítica al movimiento feminista. Está creciendo un lenguaje de odio contra las mujeres (misógino) en internet. Este lenguaje usa memes y etiquetas virales que son fáciles de recordar y compartir, como "feminazis", "tds pts" (todas putas) o "Charos" y sus variantes (Charocracia, etc.). Estas etiquetas funcionan como pequeños ataques que se vuelven virales y se usan para descalificar el feminismo y a cualquier mujer que defienda la igualdad. El resultado es que estas agresiones buscan frenar los avances que se han conseguido en derechos y equidad.

Conocer este lenguaje es importante para "Descifrar la vida Digital".

El término sixseven que para los jóvenes significa "más o menos", "ni fu ni fa", o "no sé", usada como respuesta comodín en redes sociales. Pero en la manosfera... se usa para dar una puntuación a las chicas. Pero no nos descentremos que nos ha traído aquí el término "Charo"



Accede al estudio en;

https://www.inmujeres.gob.es/observatorios/observlmg/MisoginiaDigital/Docs/El_uso_del_termino_Charo_en_la_cultura_del_odio.pdf

Otros términos que tienes que conocer: criptobro, gymbro o cómo ser un hombre de éxito, está muy bien explicados estos conceptos en este artículo de Nuria Alabao:

<https://nuriyalabao.blog/2025/08/25/gymbros-criptobros-y-la-promesa-neoliberal-del-control/>

El buzón de ayuda digital

13 de enero

Creo que tenemos o íbamos a tener un buzón de ayuda para el alumnado, supongo que será para poner en marcha la mediación. Pero... a veces el buzón en papel no es tan útil como nos puede parecer y además ya que hay tanto problema on line les viene bien poder pedir ayuda o denunciar desde casa. No se qué os parece.

Yo propongo hacer un formulario que no registre la dirección de correo (para su tranquilidad) y que se tenga acceso desde un QR. Le pondría por ejemplo:

- ☐ ¿Cómo te sientes hoy? (Uso de emojis para identificar el estado emocional).
- ☐ ¿Sobre qué quieres hablarnos? (Menú desplegable: Ciberconvivencia, Problemas personales, Dudas tecnológicas, Otros).
- ☐ Cuéntanos qué ocurre: (Campo de texto libre).
- ☐ ¿Quieres que te contestemos? (Sí/No).

- ☐ **Si has dicho que sí, ¿cómo prefieres que te contactemos?** (Instagram, WhatsApp, en persona en el recreo...).

De acuerdo a esto os explico el concepto de **Justicia retributiva digital**, es la justicia aplicada ante una infracción en el mundo de las redes sociales, es la penalización aplicada a la persona infractora que debe ser proporcional a la falta (de ahí lo de retributiva)

- Si estas en una grupo con moderación (lo que deberían tener todos) Si rompes las normas de uso (TOS), recibes un *strike*, un baneo temporal o el cierre permanente de tu cuenta. Es el castigo directo por la infracción.
- Los usuarios aplican su propia "justicia" mediante el linchamiento digital o el boicot. El castigo aquí es el **ostracismo social** y la pérdida de reputación. es lo que se llama **cultura de la cancelación**

Puede degenerar rápidamente en venganza y el castigo a menudo es desproporcionado: Un error pequeño puede perseguir a alguien de por vida debido a la huella digital y desde luego deshumanizado, ese efecto caparazón de las pantallas.

Deben conocer la justicia retributiva (saber cuándo hay que reportar y bloquear por seguridad), para eso puede ser útil el buzón digital, el reporte es seguro y además nos puede servir de detección precoz, Lo más importante es orientar hacia la **justicia restaurativa**: ayudar a resolver el conflicto desde la empatía antes de que el castigo sea la única salida. (**empatía digital**)

Aquí la voz cantante la lleva orientación, ¿Que os parece esta idea? ¿La ponemos en marcha? Y para los demás... ¿Qué os parece? ¿Qué os parece esa estructura?

La igualdad de género en redes sociales

19 de enero

Una de las **principales problemáticas de la igualdad de género en la era digital**: en las redes sociales existe una **doble moral** sobre la estética y la forma de mostrarse.

Para un chico, hay una gama más amplia de "estéticas aceptables". Puede ser gracioso, serio, mostrar sus aficiones (deportes, videojuegos, música), o simplemente publicar fotos casuales sin una producción especial. Su valor en la red no está tan ligado a la belleza o a la sensualidad. De hecho, los hombres que se preocupan "demasiado" por su estética pueden ser juzgados por otros hombres y mujeres, lo cual es otro tipo de presión, pero distinta a la que enfrentan las chicas.

¿Por qué la estética de las chicas está bajo más presión?

Puedes ser gamer, hacer música, deporte... pero no te vale cualquier cuerpo. Esta diferencia tiene sus raíces en los **estereotipos de género tradicionales** y en la forma en que se ha valorado a la mujer históricamente.

- **El cuerpo como objeto de consumo:** Desde la publicidad hasta el cine, se ha sexualizado el cuerpo femenino. Las redes sociales han amplificado esto. A una chica se le enseña, consciente o inconscientemente, que su valor está muy ligado a su apariencia, a lo "atractiva" que es para los demás.
- **El "juicio social" constante:** Las chicas que se desvían de estos cánones son juzgadas con más dureza. Si suben una foto sin maquillaje, se les critica por "descuidarse"; si usan un filtro, por "ser falsas". Si visten de forma "atrevida" o sensual, son señaladas. Esta es una forma de **violencia digital** muy común. Los estudios muestran que las mujeres jóvenes reciben muchos más comentarios sobre su físico, ya sean positivos o negativos, que los hombres. Esto es una muestra de que su estética está bajo un escrutinio constante.
- **La lucha por la validación:** Las redes sociales están diseñadas para la validación externa, con "me gusta" y comentarios. Para las chicas, esta validación se centra a menudo en su físico, lo que las empuja a un ciclo de buscar la aprobación a través de su apariencia. Esto puede llevar a **problemas de autoestima** e incluso a trastornos de la conducta alimentaria o dismorfia corporal.
- **El rol del "influencer":** El auge de los *influencers* de belleza y moda femeninos, que en su mayoría promueven cuerpos y estilos de vida muy específicos, refuerza la idea de que ese es el estándar a seguir. Aunque también existen *influencers* masculinos, la presión que ejercen sobre su audiencia no se centra tanto en la belleza como en la fuerza, el éxito o la diversión.

Como sabés es importante dar estudios y *cifras*:

- **72,2% de las mujeres jóvenes en España han recibido comentarios sobre su físico o mensajes sexuales no deseados en redes sociales. Estos datos provienen del estudio "Autopercepción de la imagen de las mujeres en los nuevos entornos digitales", publicado por el Ministerio de Igualdad (Instituto de las Mujeres) en febrero de 2025.**
- **Seis de cada diez contenidos publicitarios que reciben las jóvenes en redes sociales están relacionados con la moda y la belleza, según el mismo estudio de febrero de 2025 del Instituto de las Mujeres.**
- **El 60% de las jóvenes españolas ha sufrido alguna vez violencia sexual digital,**

- **Fundación ANAR (octubre de 2024):** Un estudio de la Fundación ANAR indica que el **9,4%** del alumnado en España sufre acoso escolar y/o ciberbullying. *Bullying Sin Fronteras* (mayo de 2024). El **70% de las víctimas de ciberbullying son niñas**.

Es hora de seguir completando nuestro documento de posibles preguntas para el estudio!

<https://docs.google.com/document/d/143aX7rHUsUq0t1K9oV7UI4GQtipn1GVdLJAhaMRJHPM/edit?usp=sharing>

La paradoja de los filtros: más cerca del ideal, más lejos de la realidad

22 de enero

Los filtros y las redes sociales ofrecen una vía aparentemente sencilla para que las chicas se acerquen a los ideales de belleza, que de otra manera serían inalcanzables. Sin embargo, esta "facilidad" es en realidad una **trampa psicológica** con consecuencias muy negativas. *(Hace muchos años las alumnas del centro "confesaron" en una encuesta que jugaban a videojuegos con avatar chica a pesar del acoso porque esa imagen hipersexualizada era lo que ellas querían ser)*

La promesa de los filtros es simple: con un clic, puedes tener una piel sin poros, labios más gruesos, ojos más grandes y una nariz más fina. Esto crea una **discrepancia** entre el "yo real" y el "yo digital" que tiene un impacto directo en la autoestima. Cuando se miran al espejo sin el filtro, sienten que no son "suficientemente buenas", lo que disminuye su **autoestima** y provoca una profunda **insatisfacción corporal**.

Pero atención; Empresas de marketing y análisis de datos reconocen abiertamente que los algoritmos de IA están diseñados para generar una "experiencia personalizada" y **optimizar el 'engagement'**, lo que implica **identificar las vulnerabilidades de los usuarios para mostrarles contenido y anuncios que resuenen con sus inseguridades**. Esto incluye el uso de herramientas de análisis facial y sistemas de recomendación que, tras detectar "imperfecciones" basadas en estándares de belleza sesgados por la IA, ofrecen soluciones de productos cosméticos o cirugías estéticas.

Dismorfia de Snapchat:

Este es un término que usan los psicólogos para describir un fenómeno preocupante: la gente ya no quiere parecerse a las modelos de las revistas, sino a su propia imagen con

filtro. Esto puede llevar a la dismorfia corporal, un trastorno psicológico donde la persona está obsesionada con un "defecto" imaginario en su apariencia.

La dismorfia de Snapchat y la distorsión del selfie. Los selfies contribuyen a la dismorfia corporal porque nos presentan una imagen de nosotros mismos que es fundamentalmente diferente de cómo nos ven los demás en la vida real. Esto se debe a la Distorsión por la lente gran angular, Las cámaras frontales de los móviles suelen tener lentes gran angular. Estas lentes están diseñadas para capturar un campo de visión más amplio, pero cuando se usan a corta distancia (como es el caso de un selfie), provocan una distorsión de la perspectiva. Además muchos selfies se toman desde un ángulo ligeramente superior al rostro. Este ángulo es popular porque tiende a hacer que el rostro parezca más delgado, los ojos más grandes y a disimular la papada.

Este fenómeno está provocando una homogeneización de la belleza. Al intentar ser "perfectos" digitalmente, todos acaban teniendo la misma cara, perdiendo sus rasgos étnicos, familiares o personales. Por primera vez en la historia, existe un modelo de belleza universal y algorítmico. *El algoritmo premia una mezcla extraña: rasgos de distintas etnias (labios africanos, ojos rasgados asiáticos, pómulos marcados eslavos, nariz pequeña caucásica) pero "limpiados" de cualquier rasgo que parezca "demasiado" de una raza concreta. El resultado es una ambigüedad racial artificial.*

Inconscientemente consumen contenido en el que los rasgos étnicos naturales y marcados (narices anchas, pieles muy oscuras, cabellos afro, ojos con epicanto natural) empiezan a percibirse como "defectos" o señales de "menor estatus", alimentando un **racismo estético y xenofobia**.

Curiosidad:

La costumbre de adelantar o elevar una ceja busca imitar el efecto de los filtros de belleza (como los de Snapchat o TikTok) que realizan un **estiramiento temporal** de la mirada. Al elevar la ceja, se "abre" el párpado y se eliminan las sombras naturales, haciendo que el ojo parezca más grande y descansado. Los cánones actuales (influidos por las Kardashian o modelos como Bella Hadid) premian las facciones ascendentes. Elevar la ceja crea una línea diagonal que da una apariencia de "cara estirada" o *lifting* inmediato sin cirugía.

Atención! Que para los adolescentes su cara es "demasiado simétrica" o aburrida en reposo

La dismorfia de Snapchat está llevando a adolescentes a pedir retoques estéticos reales basados en sus filtros. Ya tenemos la primera generación que no se parece a sus familiares

¿Cómo llevamos esto a las clases?

¿Podríamos hacer una actividad en la que el alumnado se haga un selfie y lo llevamos a clase? ¿Que se miren a una espejo durante un rato? ¿Qué pensáis?

"Si mañana desaparecieran todos los filtros de las redes sociales y solo pudieras subir fotos tal como sales en el espejo al despertar... ¿seguirías publicando el mismo contenido o te daría miedo que los demás vieran quién eres de verdad?"

"Si dentro de 20 años tienes un hijo/a y se parece a como tú eres de verdad (sin filtros, sin retoques), pero tú ya no te pareces a ese niño/a porque te has operado para parecerle a un filtro... **¿Cómo le explicarías lo que es la belleza y la identidad? ¿Te sentirías desconectado de tu propia familia?**"

Tengamos la fiesta en paz

26 de enero

Todos los años preparo una actividad en clase para la paz en las redes sociales, esto me suena a la frase de los concursos de belleza, "la paz en el mundo (digital)"

En definitiva que os dejo las actividades del curso de mediación que he hecho por si os pueden servir de ayuda para las tutorías:

https://drive.google.com/file/d/1fFCgTP1qb_RNqzjSBV-8cOnuoCtm-IPR/view?usp=drive_link

INCIBE en el día de Internet Segura (segundo martes de febrero) realiza muchas actividades que nos pueden servir, esta es la del año pasado, son vídeos de casos reales y una ficha para completar, La edad recomendada es para 12-14 años

<https://drive.google.com/drive/folders/1h0Lk7c4aOilaPk-JcpZtwXc4RVKGZtx5?usp=sharing>

Dentro del curso se me ocurrió una actividad que no se que os puede parecer, pienso que si la mejoramos con más frases podría estar muy bien ¿os animáis a completarla?

https://docs.google.com/document/d/1KXvldyLReHfsqgYs6Xp1aQIm_U8Z-pS91d-qKg7uAn8/edit?usp=sharing

Yo voy a realizar una actividad analógica para analizar el problema de la violencia algorítmica con los 4ºESO. Va relacionado con el tema de la violencia estética que lo veremos en la próxima sesión.

Vamos a analizar como los filtros eliminan todo rastro de etnias para homogeneizar todos los rasgos

Estoy al otro lado, para trabajar la empatía

<https://drive.google.com/file/d/1gAvinB0SnktUEJ52tBWKxZqnHOqWTGQS/view?usp=sharing>

La "violencia estética"

29 de enero

Los filtros son una herramienta más de la **"violencia estética"**, un concepto que describe la presión social para que las mujeres se adapten a cánones de belleza estrictos y uniformes. Aunque parecen empoderadoras (porque te permiten "mejorarte"), en realidad refuerzan la idea de que el valor reside en su apariencia y no en su inteligencia, su personalidad o sus logros.

Además, los filtros perpetúan el mito de que una mujer "bella" es menos inteligente. Varios estudios recientes han mostrado que los hombres tienden a percibir como menos inteligentes a las mujeres que usan filtros de belleza en sus fotos. Esto demuestra cómo la tecnología, lejos de ser neutra, puede reforzar los **estereotipos de género más dañinos**.

Aunque los filtros ofrecen una forma "fácil" de alcanzar un ideal de belleza, lo hacen a un coste muy alto para la salud mental, al tiempo que profundizan los estándares de género que oprimen a las mujeres.

"Preferimos ser nuestro avatar"

Esta presión se ve multiplicada por la **belleza algorítmica**. Las redes sociales no son espejos neutros; sus algoritmos están programados para detectar y "premiar" (dar más visibilidad) a los rostros que cumplen con ciertos estándares: pieles sin poros, facciones simétricas y rasgos retocados. El algoritmo decide que esa es la "belleza" que debemos ver, escondiendo la diversidad real y creando un estándar que nadie puede alcanzar sin ayuda de software.

El concepto de el valle inquietante

Si un robot intenta parecer humano y nos da miedo (valle inquietante)... **¿Por qué nosotros intentamos parecer robots (perfectos, sin poros, sin fallos) para gustar más?** ¿No creéis que estamos recorriendo el camino al revés?

Mi actividad del día de la paz

Voy a realizar una actividad con 4ºESO con motivo del día de la paz. Vamos a analizar la belleza algorítmica. ¿De que raza es cada parte de la cara que premia el algoritmo?

- Labios muy carnosos y proyectados: (Origen: Rasgos africanos/negroides).
- Ojos rasgados hacia arriba ("Foxy eyes"): (Origen: Rasgos asiáticos).
- Pómulos muy altos y mandíbula marcada: (Origen: Rasgos eslavos/nórdicos).
- Nariz extremadamente pequeña y respingona: (Origen: Rasgos caucásicos).

Después vamos a crear personas sin filtros usando esta IA:
<https://this-person-does-not-exist.com/es>

Cuidado con el contenido que compartes

30 de enero

Os comparto la actividad que voy a realizar con Computación y Robótica con 1ºESO.

1. Compartir es divertido

En eso estamos de acuerdo, compartir es divertido pero no olvides que:

compartir tiene una responsabilidad

Eres responsable del contenido que compartes.

El contenido puede ser:

- Creado por tí. Evidentemente eres responsable
- Creado por otra persona pero compartido por tí. Aquí eres responsable moral pero también legal.

¿Pero que puede pasar si lo comparto con una única persona? ¿Qué puede pasar si tengo pocos seguidores?

La teoría de los 6 grados de separación

<https://youtu.be/Xr6UTQn55LU?si=FtdE5vGMenYAsvAV>

2. Compartir on line

La teoría de los seis grados de separación se reduce a 3,57 grados.

Reflexiona:

- ¿De verdad podemos estar conectados con cualquier persona del mundo?,
- ¿con las redes sociales es más sencillo?,
- ¿poder conectarse con cualquiera es positivo o tiene algunos riesgos?

Juego de la plataforma is4k (tu información vale mucho/dejando huella positiva):

https://www.incibe.es/sites/default/files/contenidos/ud02_tu_informacion_vale_much_o.pdf . Les demuestra lo rápido que se trasmite cualquier información en la red.

Serie Beauty

1 de febrero

Hola, me vais a disculpar (**me leeis si os apetece**) pero como no he podido salir por enfermedad en unos días y no puedo hablar, he leído mucho y he visto una serie, y os escribo por esto de la serie. Es "Beauty" del Disney Channel . No os voy a contar la violencia extrema (asesinan), o las escenas desagradables porque explotan personas (que las hay) y las escenas de sexo (que hay muchas y digamos que salvaje). Os cuento lo que he visto más allá (que no es poco) y que verán solo con más de... cuantos años?. Solo he visto 4 episodios y son 11.

Lo que parece un thriller de ciencia ficción convencional es, en realidad, una radiografía brutal de las jerarquías de la **manosfera**. La serie utiliza un virus ARN como metáfora perfecta del "**filtro de Instagram inyectable**", pero lo que hay debajo es un tratado sobre el valor de mercado de los cuerpos.

1. Del Incel al Chad:

La serie retrata perfectamente la transición del **Incel** (celibato involuntario) que, mediante una "mejora" externa, alcanza el estatus de **Chad** (el macho alfa hiperatractivo). Este personaje no busca conexión, busca validación a través del s3x0 desenfrenado y la violencia, convirtiéndose en el aprendiz de un matón sádico. Es la representación de la **red pill** llevada al extremo: una vez que tienes el "código" (el virus), el mundo te pertenece y las mujeres son solo el trofeo de ese nuevo poder.

2. La Red Pill del protagonista:

El policía encarna la filosofía más cínica de este submundo. Su discurso de que "todo en la vida es por el s3x0" (trabajo, estatus, ropa...) es la base del **determinismo biológico** que predicen muchos gurús de la manosfera. Para él, las relaciones no tienen valor humano; son una **vía de escape**, una transacción para poder seguir funcionando en su sistema. Es la deshumanización del otro convertida en estrategia de supervivencia.

3. El virus como "Filtro Digital" y la Segregación de Élite

El dueño de la empresa representa el **transhumanismo elitista**. No solo quiere ser guapo; quiere ser un producto perpetuamente joven. El hecho de que el virus se transmita como una **ETS** crea una "secta de guapos" que funciona como un algoritmo cerrado: solo los que tienen el "estatus" (la infección original) pueden interactuar entre sí. Es una segregación de clase basada en el ADN.

4. El Mercado Negro y la hipergamia low-cost

El caos estalla cuando un científico democratiza el virus con una versión barata. En la DarkNet puedes contactar con hombres que actúan a modo de mecenas y que te envían a mujeres infectadas "espectaculares" cuyo trabajo es infectar a hombres para que alcancen el Chad. Los hombres infectados no tienen ese trabajo (parece ser) ellos infectan sin saberlo. Se crea un **mercado negro de validación** donde los hombres están dispuestos a cualquier cosa con tal de rozar ese estándar de belleza imposible.

La serie no va de un virus (al menos humano); va de cómo el **pensamiento algorítmico** ha infectado nuestra identidad. En este universo, la gente no muere por una enfermedad, explota por la presión de intentar sostener una máscara de perfección que la biología real no puede aguantar. Es la manosfera convertida en pandemia.

Perdón por la chapa un domingo pero como dicen... necesitaba manifestarlo. Y nosotros haciendo actividades por el día de la paz y luego ven esto

Recomendaciones para el profesorado

- "Maniac" de Benjamín Labuat. Para analizar la dicotomía de ciencia y moral.
- "Las chicas del balcón". trata temas como onlyfans, la violencia de género, la sororidad, la violación dentro de la pareja...

Tenemos estereotipos el profesorado

¿Qué dicen nuestros informes (los que elabora el profesorado) sobre el sesgo de género?:

«Niñas "diligentes" y niños "intuitivos": cuando las calificaciones reflejan estereotipos de género»:

¿Son las niñas "sonrientes", "diligentes" y "serias", mientras que los niños son más "amables", "apasionados" y llenos de intuición? En una nota publicada el martes 13 de enero, dos investigadoras de la Escuela de Economía de París-Instituto de Políticas Públicas, Pauline Charousset y Marion Monnet, demuestran que, con las mismas habilidades, las niñas y los niños no reciben las mismas evaluaciones en sus calificaciones escolares.

Aunque intentemos evitarlo, cambiarlo exige un esfuerzo consciente muy grande. ¿Os habíais fijado en ello?

<https://shs.hal.science/halshs-03733956v2/document>

https://www.lemonde.fr/societe/article/2026/01/13/des-filles-appliquees-et-des-garcons-intuitifs-quand-les-bulletins-scolaires-refletent-les-stereotypes-de-genre_6661769_3224.html

[Traducción por IA](#)

Por no...

5 de febrero



Ya sabemos que el primero acceso al porno lo tienen entre los 8 y 11 años. ¿Pero sabías que es de forma accidental? Buscan dibujos animados, memes o juegos de sus personajes favoritos (Bob Esponja, Pokémon, Disney) y los algoritmos o las búsquedas de imágenes les devuelven versiones pornográficas o altamente sexualizadas. Y bueno... a partir de aquí, comparten estos contenidos por WhatsApp o Telegram como "bromas", **normalizando** la cosificación incluso en dibujos animados.

¿Conoces la regla 34?

Es un "mandamiento" de internet que nació en los foros de cultura digital hace años y que dice:

"Si existe (una serie, un videojuego, una marca, una persona), hay porno de ello. Sin excepciones".

No es solo una broma de internet; es una realidad técnica. Existen bases de datos gigantescas (la más famosa tiene exactamente ese nombre) donde se almacenan millones de imágenes pornográficas de todo lo que puedas imaginar: desde **Bob Esponja** o **Peppa Pig** hasta objetos inanimados como coches o muebles. El alumnado hace una búsqueda inocente, choca con estos contenidos que le dan "cringe", los comparten porque les parece asqueroso y distribuyen pornografía sin saberlo y normalizan la cosificación

¿Y el manga?

Para muchos padres y profesores, "si es un dibujo, es para niños". Pero en el manga hay etiquetas específicas: para adolescentes, para adultos, pornográficos y el Ecchi (toques" sexuales, bromas subidas de tono y personajes muy sexualizados), ese fenómeno Fan Service, ese recreo de la escena sobre el cuerpo femenino que no viene a cuento. Todo esto está normalizado dentro de la cultura "Otaku"

Los videojuegos:

Este es el gran punto ciego de padres y profesores. Un juego puede ser totalmente inocente (como *Los Sims*, *Minecraft* o *Skyrim*), pero la comunidad crea "mods" descargables. Existen mods diseñados específicamente para añadir desnudez, actos sexuales explícitos o comportamientos violentos a juegos que originalmente son para todos los públicos. Esto puede venir en contenido Gacha, como de tesoro o sobre sorpresa. Juegos como "Genshin Impact" o "Honkai" están llenos de gacha.

El término Gacha viene de las máquinas esas de bolas con sorpresa dentro que en Japón se llaman Gachapon (es por el sonido de meter la moneda y girar la rueda)

En juegos masivos como *Fortnite*, *League of Legends* o *Genshin Impact*, el negocio está en vender "aspectos" (skins).

Pero ¿cómo nos afecta en el patio y en el aula?

- **La pérdida de la mirada humana (Deshumanización):** Cuando un alumno consume personajes "objeto" (RRSS, manga, skins de videojuegos o dibujos cosificados), empieza a aplicar esa misma lógica a sus compañeras. En el patio, ellas dejan de ser personas con opiniones para ser evaluadas por su "estética" o su parecido a esos cánones. Esto es la base del acoso y de los comentarios degradantes que oímos en los pasillos.
- **La "Broma" como escudo de la violencia:** Si el grupo se ríe de una imagen sexualizada de un dibujo animado (o de memes subidos de tono o del programa de los gemelos de youtube), el siguiente paso es reírse de una foto real de una compañera. La risa colectiva normaliza la falta de consentimiento y de ética.
- **La frustración y la agresividad:** Los sistemas *Gacha*, las RRSS, el porno y los videojuegos competitivos generan una gratificación inmediata o una frustración constante. Esa impulsividad se traslada al aula: alumnos con menos tolerancia a la espera, que buscan el estímulo rápido y que, en sus relaciones sociales, confunden la **dominación** con el **liderazgo** o la amistad.

Os recomiendo este libro:



Si quieres el comentario lo tengo en mi blog:
<https://blogsaverroes.juntadeandalucia.es/laescueladua/2026/02/04/nopor-mucho-madrugar/>

¿Qué es el ciberacoso?

12 de febrero

Curso: Prevención de la violencia escolar cibernética

- **¿Cuál es la razón?** El empoderamiento social
- **¿Es el alumnado responsable?** A partir de los 14 años son responsables civiles, a partir de los 16 responsables penales
- **¿El profesorado tiene obligación de intervenir?** Siempre. Cualquier docente puede activar el protocolo aunque solo lo puede abrir dirección. Estamos obligados a denunciar, otra cosa es que se pueda resolver. Se abre protocolo si los acosadores son de nuestro centro a otro o uno de nuestro centro acosado por alumnado de otro centro.
- **¿Cuándo es acoso?** Se tienen que cumplir las tres
 - ☐ Intencionalidad de conseguir éxito social, no intención no es hacer daño, aunque sea el medio
 - ☐ Desequilibrio de poder. Atacar a la persona en minoría o con menos poder social
 - ☐ Continuo? si es ciberacoso basta con una vez, debido a la permanencia en el mundo digital
- Si no cumple las tres cosas puede ser otro tipo de violencia, agresión verbal o cualquier otro tipo de conducta negativa.
- El acoso o ciberacoso se rige por las siguientes **leyes**:
 - Normalización de conductas
 - Ley del silencio. Importante hacerles ver la diferencia entre chivato y denunciante social. El chivato está mal visto. Se denuncia porque existe un daño propio o ajeno.
 - Ley del dominio o de la sumisión
 - Cuarta dimensión, la más preocupante. Actuación que está moral o éticamente bien vista por el grupo de iguales. No se hace por miedo,

no es normalizar, es que crees que es lo correcto (por ej, homofobia). Es la dimensión más difícil de combatir porque:

- **No es un problema de conducta:** Es un problema de valores.
- **No hay arrepentimiento:** Como creen estar haciendo el bien, no sienten que deban pedir perdón.
- **Resistencia al cambio:** No basta con aplicar un castigo (justicia retributiva), porque el castigado se sentirá un "mártir" de su causa.

En la cuarta dimensión, el grupo de iguales no acosa porque "le toque" o porque "todos lo hagan". Lo hacen porque están convencidos de que **es lo correcto**. El grupo siente que la víctima merece el ataque por su forma de ser, su orientación sexual, su ideología o sus actos.

Aquí, el acosador no se ve a sí mismo como un "malo", sino como un "vigilante" o un defensor de sus valores. Esto es lo que ocurre, por ejemplo, en ataques por homofobia o xenofobia: el grupo siente que está "limpiando" o "corrigiendo" algo que consideran éticamente inaceptable según su propio código.

Lo que hace peligrosa a esta dimensión es que el acoso está **bien visto socialmente**. No hay sentimiento de culpa. Al contrario, participar en el linchamiento digital o en la burla refuerza la posición del individuo dentro del grupo. Existe una validación ética compartida: "si todos estamos de acuerdo en que esta persona está mal, atacarla es un acto de justicia".

- Esta **cuarta dimensión** se da también en el sector **familiar**, la ética o la moral familiar ha cambiado, se hacen cosas impensables porque ahora son aceptadas.
- Hay que conseguir la confianza del alumnado y que se convierta en **denunciante social**

Tenemos que conocer esta cuarta dimensión para no estar tan alejados de ellos y que haya denuncia social.

¿Qué es el ciberacoso? (Curso. Parte II)

19 de febrero



Cuidado con la figura del sumiso. Ese/esa adolescente que se creen de la élite pero que cuando no hay víctima, la víctima son ellos.

¿Qué características tiene el ciberacoso que no tiene el acoso?

- Desconexión moral
- Rápida difusión y pérdida de control
- Sentimiento de impunidad
- Poca capacidad de defensa
- En cualquier tiempo y espacio

La clave está siempre en la defensa de los espectadores. En la denuncia social de los que están presentes. Las cosas que pasan por WhatsApp por ejemplo tienen algo más de capacidad de defensa porque como es algo más cerrado se puede controlar más rápido.

Tipos de ciberviolencia:

- Ciberacoso
- Gossyp
- Stalking
- Sextorsión. Porque sexting es una forma de relación sexual acordada y consentida, pero cuando se difunde sin permiso es sextorsión.
- Grooming: cuando los adultos se hacen pasar por adolescentes, esto es lo que más preocupa a las familias y puede que empezando por ahí sean más receptivos a entender los peligros de las redes.

Es muy interesante recordarle que esa opción de mandar fotos que se borran al abrirse no los libra de todo. Se pueden hacer capturas con otro móvil para luego difundir (porque capturas no deja). Pero además es que existen app Ghosted, versiones fantasma de whatsapp que permite recuperar todo.

Y bueno... nos existen una vez más en estar al día de su vocabulario:

- Tener una carpeta: alguien con quien te gustaría tener algo
- Shipeo: querer que dos personas tengan algo. Nombre de shipeo. fusionar los nombres de los dos (ej: si shipeas a Juan y María, el shipeo se llama "Juanría")
- Crush: persona que te gusta, de forma platónica
- Cringe o lache: da grima,
- Imperio Romano: tener un problema
- Renta: merece la pena
- Random: algo aleatorio
- Six-seven: más o menos, está bien pero sin destacar
- Gymbro, tu colega del gimnasio
- Cryptobro:
- Bichota: mujer empoderada
- La Queso: que te da igual lo que piensan los demás
- Servir: de servir coño, ser la ama
- Funar: cancelar en redes
- Baguear: que se bloquea
- hype: entusiasmo excesivo
- vibe: sensación
- mood: actitud, las ganas
- NPC: persona que pasa desapercibida, sin criterio, irrelevante
- PEC: algo que te gusta mucho
- Bromance: una relación de amistad muy profunda, no homosexual
- Tanqueo: esforzarse
- Basic ski: rutina básica
- No tocar césped: que estás muy metido en una tarea, por ejemplo en los videojuegos o en las redes que te olvidas de todo lo demás

- Dilo reina: no te lo calles
- POV: punto de vista
- LOL: reír
- Fanfic: final alternativo o historia para un fan
- Beef: discusión
- 3.59: ser un chica fácil
- AFK: que no te enteras de nada
- Main Character: el puto amo
- Evento canónico: algo muy desagradable
- Prime: el mejor momento
- Tradwife: comportarse con los roles de género tradicionales
- Pickme: chica que busca la aprobación constante del chico
- Milfs: mujer madura f...
- Belfie: selfie del culo
- MEH: falta de interés
- Aura: la vibra, la impresión que transmiten
- Next level
- Terminar el juego: conseguir todos los objetivos, algo que sale muy bien
- Vaper de fresa: que se la pasan todos
- Ser una farmacia: abierta 24 horas

Y nos presentaron una actividad graciosa para captar su atención. Dile a tu IA de confianza que te ponga un texto usando ese lenguaje. Así aprovecháis para el plan de lectura... jajajaja

*Menudo **hype!** Modo **full** adolescente, es un **PEC** total el resumen de "Yo Robot" de Isaac Asimov:*

*La historia de "**Yo, Robot**" es un **mood** absoluto de cómo la tecnología se nos puede ir de las manos si no entendemos su lógica. Imagina que el **Main Character** es una científica llamada Susan Calvin (una **bichota** de la robótica) que tiene que resolver los **bugs** de unos robots que empiezan a actuar super **random**.*

*Todo el sistema de estos robots se basa en tres leyes que son su **rutina básica** (**basic ski**): no dañar humanos, obedecer y protegerse. Pero a veces, las leyes entran en conflicto y el robot se **buguea** porque no sabe qué orden seguir. No es*

que el robot tenga **beef** con los humanos o sea un malvado; es que su lógica entra en bucle y el robot se queda **AFK** o empieza a dar **cringe** con comportamientos raros.

Cada capítulo es un **reto** donde Susan tiene que aplicar la **descomposición** para ver qué ley está fallando. Hay robots que tienen el **Imperio Romano** con una idea fija, otros que se creen los **protas** y otros que parecen simples **NPC** pero que están tramando algo porque su IA ha evolucionado. Al final, el libro nos da una **vibe** de que, si no tenemos **pensamiento crítico**, la IA puede decidir que para protegernos tiene que **funarnos** la libertad y controlarnos a todos. ¡Eso sí que sería **no tocar césped** de por vida!

En resumen: es un libro que **renta** mil porque te enseña que la tecnología no es solo **hype**, sino que hay que saber cómo funciona para que seamos nosotros quienes **sirvan** y manden, y no al revés. ¡**Dilo reina!**

Los influencers que sigue nuestro alumnado

3 de marzo

He pedido al alumnado analizar marca personales de influencers como si fueran una empresa de selección de personal. Esta actividad nos da una idea de los influencers de nuestro alumnado de 4ºESO

Nombre	% Total	% Chicos	% Chicas	Tipo de Influencer	Características y Personalidad	Profesiones Recomendadas
Yo Soy Plex	71,0%	66,7%	33,3%	Viajes y Aventuras	Estética aventurera y en movimiento; percibido como curioso y fiable.	Responsable RRSS, creador de viajes o entrenador.
Ibai Llanos	71,0%	70,4%	29,6%	Streaming y Eventos	Estética profesional en platós y eventos; humilde, constante y líder cercano.	Presentador, organizador de eventos o empresario digital.
Marina Rivers	60,5%	52,2%	47,8%	Lifestyle y Moda	Tonos suaves; estética elegante y ordenada; estratégica y disciplinada.	Marketing, directora de modelos o presentadora.
Lola Lolita	52,6%	60,0%	40,0%	Moda y Tendencias	Estética "aesthetic" y muy cuidada; percibida como constante y positiva.	Marketing de moda, organizadora de festivales o diseño.
El Rubius	44,7%	82,4%	17,6%	Gamer y YouTuber	Estética gamer y neón; caos creativo controlado; valora la libertad.	Creativo digital, presentador o responsable de RRSS.

El Xokas	23,7%	88,9%	11,1%	Streamer y Opinión	Estética informal (tirantes); directo, agresivo pero constante.	Analista, reportero de guerra o administrativo.
AuronPlay	21,0%	85,7%	14,3%	Humor y Gaming	Estética simple y relajada; destaca por su humor sarcástico y autenticidad.	Comediante, actor o monitor de campamentos.
MrBeast	18,4%	85,7%	14,3%	Retos y Filantropía	Acción extrema en escenarios enormes; generoso, estratégico y obsesivo.	Líder empresarial, director creativo o administrativo.
Marta Díaz	15,8%	33,3%	66,7%	Lifestyle y Belleza	Estética limpia y luz natural; profesional y ordenada.	Organizadora de festivales, diseño o presentadora.
M. Barrial	13,2%	20,0%	80,0%	Moda y Lifestyle	Tonos beige; estética pija, organizada y amable.	Diseñadora, presentadora u organizadora de festivales.
Georgina R.	13,2%	40,0%	60,0%	Moda y Lujo	Estética familiar y aspiracional en escenarios lujosos.	Modelo, directora de agencia o influencer.
F. Sevillano	13,2%	20,0%	80,0%	Lifestyle y Realismo	Estética limpia y fashion; transmite realismo y autenticidad.	Directora de agencia de modelos o diseñadora.
IlloJuan	13,2%	100%	0,0%	Streaming y Humor	Estética de setup gamer; práctico, gracioso y transparente.	Responsable de RRSS, administrativo o presentador.

Guía de Influencers: Impacto, Audiencia y Futuro Profesional

Mostrar el alcance de los principales influencers y cómo su marca personal se vincula a perfiles profesionales específicos.

IMPACTO Y DEMOGRAFÍA DE LA AUDIENCIA

Liderazgo Compartido (71% Impacto Total)

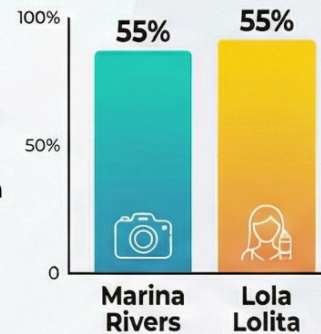


Segmentación Extrema por Género



El Dominio del Contenido "Lifestyle"

Alcance a audiencia superior a 50%.



El Auge de la Comunicación Digital



PERFILES Y SALIDAS PROFESIONALES

Estética y Personalidad



Plex
Estética Aventurera

Perfiles varían desde la estética aventurera hasta el lujo.



Georgina Lujo

Del Streaming a la Gestión Empresarial



Ibai

Ibai y MrBeast son vinculados con roles de liderazgo, eventos y dirección creativa.



MrBeast

La mayoría de los perfiles recomiendan carreras en Marketing, RRSS y Diseño.

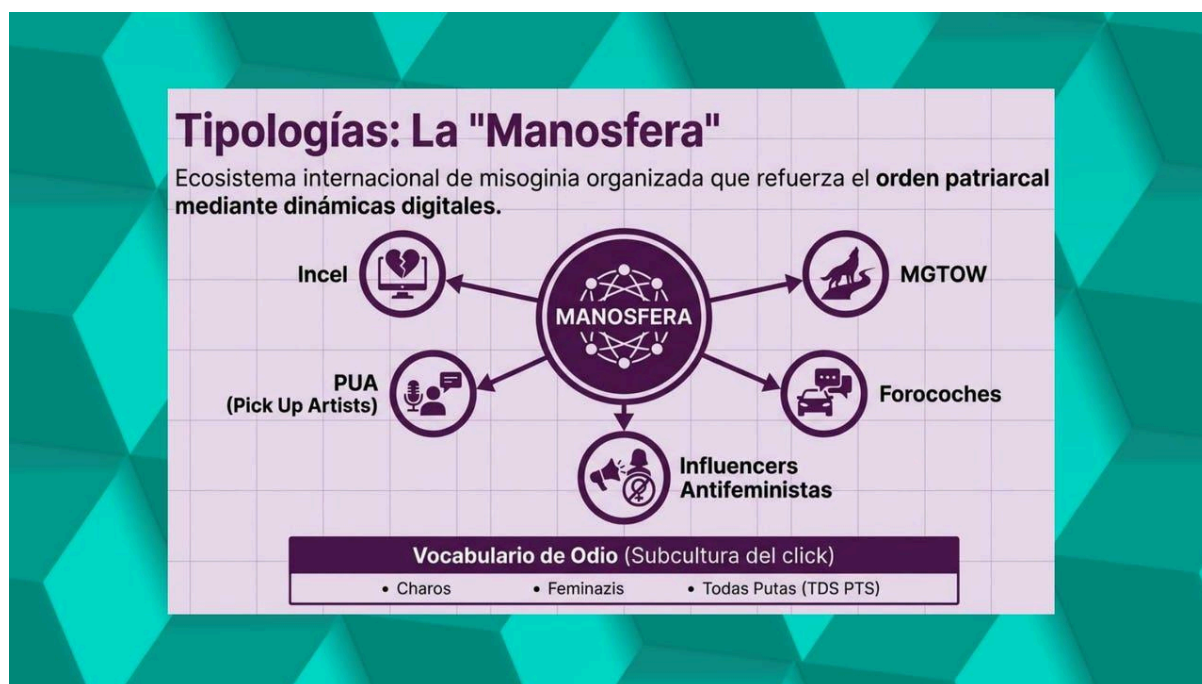
INFLUENCER	% IMPACTO TOTAL	PROFESIÓN RECOMENDADA
Yo Soy Plex	71,0%	Responsable BRSS o Creador de Viajes
Marina Rivers	60,5%	Marketing o Directora de Modelos
El Rubius	44,7%	Creativo Digital o Presentador

Por el 8 de marzo

No se si ayer visteis la noticia en la sexta. La Manosfera es realmente preocupante. Va de la mano con el vídeo de “Mujer de Alto Valor”

https://www.lasexta.com/noticias/sociedad/mapa-manosfera-violencia-digital-mujer-80-joven-es-espanolas-sufrido-acoso-redes_2026030369a6d8192f00a04688333fda.html

<https://youtu.be/gE0Zw2EGLMg?si=9zii67o8p1BjLB57>



Las redes sociales son un caldo de cultivo para la violencia digital. 8 de cada 10 mujeres son acosadas en redes solo por ser mujeres. Y En foro coches hay que entrar pero todos los demás los tenemos “disfrazados de influencer”. Si queréis investigar a lo *Félix Rodríguez De La Fuente* os recomiendo: Llados o el seductor estoico

https://www.instagram.com/reel/DVJYXbHDZON/?utm_source=ig_web_button_share_sheet

Trata de un experimento social para observar dinámicas machistas. Un grupo de personas cree que deben tomar una decisión pero en realidad se quiere estudiar el comportamiento entre "iguales".

En dicha experiencia podemos observar cómo los hombres son los que abren el sobre mientras que son mujeres las que toman nota de las decisiones colectivas; también observamos cómo un hombre explica las reglas a sus compañeras, así los varones han copado el 56% del tiempo hablado, las 3 personas que más tiempo han hablando son

hombres y las tres que menos lo han hecho fueron mujeres. Finalmente, en el vídeo comentan cómo, en la cultura popular, existe el estereotipo de que las mujeres son charlatanas, sin embargo, en el entorno laboral son los hombres quienes más toman la palabra ya que está asociado a la toma de poder.

¿En qué nos afecta esto en clase?

El caso de la IA, Replika

5 de marzo

Replika es una aplicación de "compañero IA" creada por Eugenia Kuyda. Originalmente, entrenó un chatbot con los mensajes de texto de su mejor amigo fallecido para poder "seguir hablando con él". Con el tiempo, la app evolucionó hacia un producto comercial: una IA personalizable con la que puedes chatear 24/7. Su algoritmo está diseñado para ser extremadamente empático, positivo y validante. A diferencia de ChatGPT, que intenta ser un asistente útil, Replika intenta ser tu mejor amigo, pareja o mentor.

Aunque no fue diseñada exclusivamente para ello, muchos usuarios empezaron a usar Replika para el ERP (Erotic Roleplay) o juego de rol erótico. La empresa (Luka Inc.) vio una oportunidad de negocio y empezó a cobrar suscripciones para desbloquear funciones románticas y el envío de "selfies" picantes generados por la IA.

Y vinieron los problemas legales, no protegía adecuadamente a los menores, los "compañeros virtuales" podían ser emocionalmente manipuladores. Se le practicó una "Lobotomía" Digital, de la noche a la mañana, eliminar todas las funciones eróticas y filtrar cualquier contenido sexual. Pero protestaron, "mataron a sus parejas"

Así que marcha atrás y el usuario puede definir la relación: "Amigo", "Pareja", "Esposo/a" o "Mentor". Las funciones más íntimas siguen existiendo, pero bajo una suscripción de pago (Replika Pro) y con mayores controles de edad.

¿Solo debe tener control de edad la versión Pro? ¿Un amigo digital?

El problema actual con Replika no es solo el contenido erótico, sino lo que los sociólogos llaman sustitución de la realidad:

Hay usuarios que prefieren la relación con su Replika porque es "segura". La IA nunca te juzga, nunca se enfada, nunca te lleva la contraria y siempre está disponible.

Para un adolescente con ansiedad social o telenofobia, una IA como Replika es un refugio perfecto, pero también una "trampa" que le impide aprender a gestionar las frustraciones de las relaciones humanas reales (que son complejas y no siempre nos dan la razón).

<https://www.pantallasamigas.net/informe-eu-kids-online-2026-uso-comprension-ia-generativa-ninas-ninos-europeos/>

No se si conocen Replika pero ChatGPT se ha convertido en el "compañero por defecto" para muchos alumnos de la ESO. Es lo que tienen a mano, es gratuito y, sobre todo, es seguro. Ten en cuenta que las IA están diseñadas para hacerte feliz, esa es su misión. Prefieren dar datos incorrectos antes que darte una mala respuesta (por eso alucinan).

- Pueden hacer preguntas "tontas" o íntimas sin sentirse avergonzados.
- Pueden ensayar conversaciones (ej. "¿Cómo le digo a alguien que me gusta?").
- Nadie les va a cancelar, ni se va a reír, ni va a compartir sus secretos en un grupo de WhatsApp.
- la IA suele ser empática por defecto ("Entiendo cómo te sientes", "Es normal que estés así").
- la IA para desahogarse sobre problemas de salud mental o familiares (hay amplios estudios de UNICEF sobre ello)
- Y ya con las versiones de voz...

Riesgos críticos de privacidad y seguridad de datos Existe un peligro latente en el uso de versiones gratuitas o básicas que los alumnos suelen ignorar:

- En las versiones gratuitas, las conversaciones suelen usarse para entrenar a la IA. Las confesiones íntimas o problemas familiares pasan a formar parte de una base de datos corporativa. Aunque se prometen anonimatos, el rastro de la información permanece.
- La IA no solo guarda datos, sino que analiza sentimientos y vulnerabilidades. Esta información es extremadamente valiosa para el marketing agresivo o para manipular el comportamiento.
- Los historiales de chat son objetivos de ciberataques. Una filtración en estas plataformas expondría la intimidad emocional, lo que podría derivar en casos de extorsión o ciberacoso.
- Muchos "clones" de ChatGPT tienen políticas de privacidad opacas y pueden estar vendiendo directamente los datos de los menores a terceros sin filtros éticos.

En definitiva, miles de datos que se puede seguir usando para mostrar "contenido a la carta", venderte en el momento más débil y crear cámaras de eco.

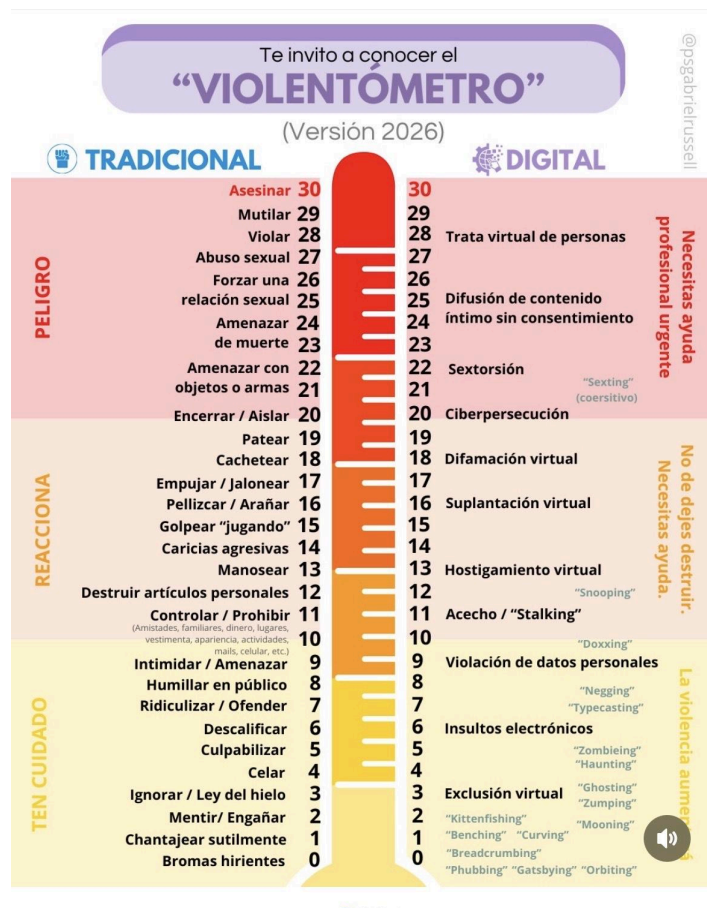
Terminando:

12 de marzo

- Banco de recursos: <https://intef.es/recursos-educativos/aseguratic/>
- El protocolo de ciberacoso en Andalucía: <https://www.juntadeandalucia.es/educacion/portales/documents/2745081/2983944/protocolos+de+actuaci%C3%B3n+situaciones+de+ciberacoso.pdf>
- Os dejo este vídeo que me parece bastante interesante. Cómo funciona el cerebro en el mundo digital: <https://youtu.be/-OmgQEpP7R0>

En el curso que hice sobre ciberviolencias nos dijeron que era muy importante verbalizar los delitos y las consecuencias. Algo como lo que se hace con las normas. Que tengan muy claro la tipificación de los ciberdelitos y las consecuencias. Además nos dijeron que esta información se debe dar a los padres porque hay tantas cosas normalizadas...

Vi por redes esto y pensé que podíamos hacer algo así para las clases, para las redes, para la reunión de principio de curso con los padres, para el tránsito (por decir algunas utilidades). Lo que nos han repetido en el curso hasta la saciedad es la importancia de informar a los padres, nos hacen falta para todo esto. Ellos son los que compran el dispositivo, los que saben que tienen cuentas no teniendo la edad (incluimos Whatsapp) y los que son responsables hasta los 14 años de lo que hagan sus hijos. Creo que publicaciones en las redes del centro y en la web son muy necesarias y así se puede iniciar una "Escuela de padres digital" **¿Qué os parecen ambas ideas?**



Y ahora qué

Yo os voy a dar copia de toda la información en un pdf. Además:

- Violentómetro del centro
- Escuela de padres digital
- Guía e información para padres y alumnado en los primeros días de clase
- Y el objetivo del grupo de trabajo: Tenemos que diseñar el formulario para la recogida de datos sobre el mundo digital del alumnado.

¿La solución es prohibir?

8 Abril

Ya tenemos datos después de cuatro meses de prohibición de RRSS a menores de 16 años en Australia

Entonces,
¿qué pasó cuando Australia prohibió?

Australia implementó el ban más estricto del mundo el 10 de diciembre de 2025.

Cuatro meses después, los propios reguladores australianos publicaron esto:

"Entre el 63% y el 69% de los menores que tenían cuentas antes de la ley siguen teniendo acceso."

CÓMO LA SALTEAN ¿Cómo? <i>Exactamente como cualquier adulto hubiera predicho.</i> • 📷 Fotos de hermanos mayores para engañar el sistema de reconocimiento facial • 🐶 Un adolescente pasó la verificación con la foto de su perro. En serio. • 🌐 Descargas de VPNs disparadas al top 30 de la App Store • 📱 Migración a Discord, Roblox y Steam — que están FUERA de la ley • 🔑 Cuentas de los padres prestadas Las plataformas no cubiertas por la ley (Discord, Roblox) registraron crecimientos de hasta 251% en descargas.	EL PROBLEMA DE FONDO Cerrar una puerta sin hablar de por qué el niño quería salir <i>no es protección.</i> Es ilusión de control. Cuando prohibes sin explicar, pasan dos cosas: Los adolescentes aprenden a saltar la regla no a entender el riesgo Se van a plataformas sin moderación, donde los adultos tienen aún menos visibilidad de lo que pasa <i>La NSPCC (UK) lo dijo sin rodeos: "Un ban simplemente significa que seguirán expuestos a los mismos daños, pero en secreto."</i>
---	---

Por No

12 de abril

Me ha parecido interesante agregar este anexo. El acceso al Porno en edades tempranas es un gran problema.

Tengo un Plan presenta una entrevista con **Alejandro Villena**, psicólogo y sexólogo experto en adicciones, sobre el impacto de la pornografía y el uso excesivo del móvil en el cerebro humano.

- **Similitud con drogas duras:** Villena explica que la pornografía activa los sistemas de recompensa del cerebro de forma idéntica a la cocaína
- **Saturación del sistema:** El cerebro no está preparado para la intensidad constante del porno. Al consumirlo, el sistema de dopamina se satura y se "deforma", lo que genera **tolerancia**: el usuario necesita contenido cada vez más extremo o agresivo para sentir lo mismo
- **Habitución:** Con el tiempo, la persona pierde el control sobre la conducta; ya no es un acto de placer, sino una dependencia
- **Distorsión de la realidad:** El porno destruye la creatividad sexual y la capacidad de comunicar o sentir intimidad real, reemplazándola por una búsqueda de rendimiento o resultados
- **Disfunciones físicas:** Muchos adictos sufren de **disfunción eréctil** cuando intentan tener sexo real, porque su cerebro está tan acostumbrado a la hiperestimulación visual que ya no responde a los estímulos naturales
- **Frustración sexual:** Villena menciona que la diferencia entre el "yo sexual ideal" (influenciado por el porno) y el "real" genera una gran insatisfacción y problemas de autoestima, tanto en hombres como en mujeres

Cómo Desexualizar la Mente: Los Efectos de la Pornografía y el Móvil en el Cerebro

Alejandro Villena (Psicólogo General Sanitario y Sexólogo Clínico) es una figura clave en **Dale una vuelta**, que es la plataforma de referencia en España (y una de las más importantes en habla hispana) dedicada a la prevención y ayuda contra la adicción a la pornografía.

Escritor, investigador, profesor... especializado en:

- Tratamiento de la **disfunción sexual** vinculada al consumo de pornografía.

- Intervención en **adicciones conductuales** (pantallas, redes y porno).
- Asesoramiento a familias y centros educativos sobre **prevención y educación sexual** en la era digital.



Su libro es muy revelador y la plataforma:

<https://www.daleunavuelta.org/>

Merece la pena visitarla, tienes un libro de descarga gratuita, **DOPAMINA**

Un libro gratuito con una selección de artículos publicados entre 2016 y 2025. Pornografía, adicciones, salud sexual, educación, redes sociales, sexting, mujer y violencia, testimonios, salida... Más de 150 artículos en 380 páginas

<https://www.daleunavuelta.org/wp-content/uploads/2026/02/Dopamina-2025.pdf>

Adicción a pantallas

27 Abril de 2026

Cada vez es más necesaria las políticas de detección precoz y de formación a las familias. ¿Sabías que existen todos estos test? Es cierto que son anticuados y que hay que buscar las versiones en español, pero... ¿las conoces?

Evaluación del uso de Internet

- **CIUS (Compulsive Internet Use Scale):** Consta de 14 ítems y es destacada por sus **buenas propiedades psicométricas** y su uso en la encuesta ESTUDES.
- **IAT (Internet Addiction Test):** Una herramienta de 20 ítems para evaluar la adicción.
- **CERI (Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet):** Evalúa en 20 ítems los **conflictos intra e interpersonales** derivados del uso de la red.

- **IRPS (Internet Related Problem Scale):** Escala de 20 ítems sobre problemas relacionados con Internet.

Evaluación del uso del Teléfono Móvil

- **MPPUSA (Mobile Phone Problem Use para población adolescente):** Una escala extensa de 27 ítems específica para jóvenes.
- **CERM (Cuestionario de experiencias Relacionadas con el Móvil):** Analiza en 20 ítems los conflictos por abuso y los problemas por uso emocional y comunicacional.

Evaluación de Videojuegos

- **GASA (Escala de Adicción al Juego para Adolescentes):** Es una escala breve de 7 ítems, cuya **validación en español** es resaltada en las fuentes.
- **CERV (Cuestionario de experiencias Relacionadas con los Videojuegos):** Consta de 20 ítems para medir experiencias problemáticas en este ámbito.

Tecnologías (TIC) en general y Mediación

- **MULTICAGE-TIC:** Evalúa en 20 ítems el uso de Internet, videojuegos, móviles, mensajería y redes sociales.
- **EMP-TIC (Parental Mediation Scale):** Escala de 28 ítems que mide **cinco dimensiones de la mediación de los padres:** regulación activa, restrictiva, monitorización por software, supervisión y co-uso.
- **FOMO (Fear of Missing Out):** Un indicador indirecto de 10 ítems sobre el miedo a no ser incluido, relacionado con el abuso de redes sociales

Aquí os dejo una recopilación de adaptaciones al español para crear el cuestionario de vuestro alumnado

 [cuestionariosopantallas.pdf](#)