



RECIBIDO EL 13 DE NOVIEMBRE DE 2016 - ACEPTADO EL 14 DE NOVIEMBRE DE 2016

# SEXTING EN REDES SOCIALES Y EDUCACIÓN EN VALORES EN UNIVERSITARIAS

## Gladys Hernández Romero

Doctora en Educación  
gladiolita6@hotmail.com  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco  
Villahermosa Tabasco, México

## Didora Inés Florencia Lázaro

Estudiante de la licenciatura en Administración  
didoraflorencia@gmail.com  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco  
Villahermosa Tabasco, México

## Nidia Hernández Romero

Maestra en Literatura  
tab\_2000@yahoo.com.mx  
Universidad del Valle de México  
Campus Lomas Verdes  
Naucalpán, Estado de México, México

## Aransazú Ávalos Díaz

Maestra en Administración  
aransazu.avadi@gmail.com  
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco  
Villahermosa Tabasco, México

## Resumen

Este trabajo analiza las opiniones que tienen las estudiantes universitarias sobre la relación existente entre sexting y educación en valores, vista ésta desde la perspectiva de la asignatura Ética. El estudio empírico se basó en una muestra intencional o de conveniencia de 66 estudiantes de un total de 98 quienes cursaban la licenciatura en Economía. Los instrumentos utilizados para la medición fueron dos cuestionarios semiestructurados y aplicados en distintos momentos durante los meses de enero a octubre del 2016. El cuestionario de entrada consta de 15 preguntas de opción múltiple, en un segundo momento se administró un cuestionario de 10 preguntas semiestructuradas a estudiantes que respondieron afirmativamente

al 70% de los reactivos de la encuesta de entrada. Los resultados señalan que estas jóvenes, participantes activas en el uso de las tecnologías y sus aplicaciones, se muestran desinteresadas en este tipo de publicaciones. Palabras clave: Estudiantes, educación en valores, imagen corporal, digitalización, redes sociales, fotografía

## Abstrac

This work analyses the opinions that female university students have about the existing connection between sexting and value education, seen from the perspective of the ethics subject. The empiric study was based on an intentional sample of 66 students of a total of 98 who were cursing the economics degree. The measuring tools were two semi-structured



surveys applied in two different moments during the months of January to October 2016. The entry survey consists of 15 multiple choice questions, in a second moment it was applied a survey of 10 semi-structured questions to students who answered affirmatively to 70% of the questions of the first survey. Results point out that these young ladies, who participate actively in the use of technologies and their applications, are not interested in these kind of publications.

Key words: Students, value education, corporal image, digitalisation, social networks, photograph

## INTRODUCCIÓN

Es innegable que actualmente se viven tiempos de grandes cambios sociales, culturales y económicos que han dado como resultado una vorágine de acontecimientos nunca imaginados. Uno de estos acontecimientos es el empleo que se hace de la tecnología y sus dispositivos.

Gutiérrez (2014:94) considera que “El ciberespacio irrumpió en la escena mundial hace un par de décadas. Desde su surgimiento, en los 90, la constante ha sido un acceso y un uso mayoritariamente espontáneos e intuitivos por parte de amplios sectores de la población...” Esta realidad que caracteriza al siglo XXI tiene un especial impacto entre los jóvenes quienes demuestran una falta de solidaridad, cultura del narcisismo, hedonismo y decadencia en los valores (Beck, 2006 :7).

En consecuencia es de notar que el factor tecnológico es decisivo para potenciar las herramientas de comunicación móviles que son aprovechados por la red para expandir sus alcances. Las fotografías y la participación en redes sociales constituyen un multi oferta para niñas y niños, además de jóvenes. (Gutiérrez, 2014: 96).

“Dos son, ante todo, los procesos epocales que modifican esencialmente los fundamentos de

la convivencia en todos los campos de acción sociales, la individualización y la globalización” (Beck, 2006:30), y es que ese entorno tecnológico ha modificado en los jóvenes sus comportamientos individuales y colectivos relacionados con el ocio, el trabajo, el estudio y sus creencias y valores.

“...el mundo se ve sacudido por profundos cambios. El perfil de un nuevo orden y ...los nuevos desafíos aparecen gigantescos en el horizonte. Es un momento que exige audacia en la educación superior ...” (Boyer: 2003:104). Para Aguirre et al. (2012:3), “...el ciberespacio, la cultura, las formas de relacionarse y el lenguaje, son algunos de los ejemplos de este devenir tecnológico que se está instalando en la vida pública y privada de los individuos, principalmente de los nativos de internet”, en este punto, consideran MacLuhan y Powers (1995:103) que la tecnología, se encuentra fuera de control, ya que su avance es impredecible. Sin embargo, Elías y Domínguez (2016) consideran que el tener una presencia digital bien valorada puede conllevar a un gran número de beneficios dentro del entorno académico como por ejemplo construir una reputación fuera de la universidad, interactuar y alcanzar nuevas audiencias y contactos, así como diseminar las propias ideas, y eso es lo que ha demostrado gran parte de las jóvenes motivo en este estudio, quienes en su mayoría consideran no participar en el envío y recepción de fotos a través de las redes sociales, luciendo poca o ninguna ropa.

## VALORES

Beck (2006:9) afirma que actualmente no se vive ante “... un derrumbe de valores, sino bajo la amenaza de algo mucho peor: el elogio verbal de la libertad se convierte en hechos y en vida cotidiana...”, los valores juegan un rol importante en la conducta que tienen en su vida diaria y en las redes sociales, quienes participaron en este estudio.

A pesar de tener criterio amplio, y de manifestar



que pocas cosas le asustan, estas chicas prefieren mantenerse al margen de ciertas situaciones, sobre todo cuando de sexting se trate, éste emerge como una nueva forma de socialización que ha impulsado internet.

Silva (2016:89), señala que en el mundo se advierte una constante y permanente preocupación por mejorar la calidad de la educación existente, claro está que educación se refiere no sólo a la dada y recibida en los salones de clases, sino extendida a todo tipo de enseñanza y de aprendizaje.

Para formar en valores, influyen el conocimiento de cuestiones morales, las definiciones de valor en general y en cada individuo en particular, aunque la dimensión cognoscitiva no puede estar ausente cuando se persigue este propósito, pues el razonamiento del sujeto juega un papel fundamental en el proceso. (Maldonado, 2010). Para este autor, en la base de todo acto y de todo valor, hay una finalidad última, por alguna razón los padres de familia, los profesores, las instituciones, comunidades o cultura promueven ciertos valores en las nuevas generaciones, ésta es la razón última o fin último de los valores.

Las participantes en este trabajo en su mayoría (98%) han cursado y aprobado la asignatura Ética, señalada como obligatoria en el plan de estudios de esta universidad. A través de ella, los estudiantes conocen y adquieren las pautas de valores que regirán su vida desde el entorno personal, familiar y profesional.

Aquí es donde el docente encargado de impartirla, puede "...desarrollar estrategias específicas y representaciones apropiadas para su contexto de trabajo" (Manso et al., 2011:66). Y es que en la sociedad que ellos viven, tan compleja por su crecimiento acelerado y del desarrollo científico y tecnológico, muchas veces llegan a la Universidad con un conjunto de valores desarticulados, que en la mayoría de los

casos se traduce en confusión o suplantación de valores.

## SEXTING

Desde sus inicios, las llamadas tecnologías de la comunicación han estado relacionadas con la innovación, y los jóvenes están estrechamente involucrados con todo lo que sea o esté nuevo o cause novedad. En lo que se refiere a internet Bonder (2008:920), considera que "Su impresionante diseminación global lleva consigo la puesta en juego de diversos intereses, preocupaciones y demandas de intervenciones de muchos sectores de las sociedades".

Para Rivero (2013:155), la globalización alguna vez, se percibe como una amenaza a la identidad que se escapa de las manos a la par que el rumbo de la vida y es considerada como un fenómeno invasivo en la familia y en la educación.

Sin embargo, también es percibida "...como un fenómeno que permite estar todos en comunicación, puesto que brinda infinitas oportunidades de estar informados..." (Rivero, 2013:155), y de conocer todo lo que ocurre más allá de las fronteras geográficas de un país o de un continente.

Antes de la transición digital, la toma de fotografías y la exhibición de éstas, se hacía de manera manual o mecánica; actualmente el cambio tecno-social derivado del uso de internet y las tecnologías de la información, ha provocado que esta realidad sea modificada, pudiendo las imágenes ser captadas y publicadas en el mismo momento, de manera fácil y rápida.

Las jóvenes universitarias (las menos), sienten el impulso de tomarse fotos de su cuerpo con poca o ninguna ropa y después compartirlas en las redes sociales, este impulso que muchas veces empieza como un pasatiempo o entretenimiento, llega al grado de denigrar la



integridad de las jóvenes y los valores que tienen o tuvieron en algún momento de sus vidas.

Empiezan tomándose fotos donde se muestran sus caras, y con el paso del tiempo fotografían partes o la totalidad de sus cuerpos sin prenda alguna, solo para obtener un mayor número de “like” en las redes sociales como Facebook, o más seguidores en Twitter o en Instagram.

Según señalan Pérez, et al. (2015: 125) “Las redes sociales se tejen en cualquier ámbito donde la interacción humana esté presente: en la vida social, laboral y familiar de cada persona; dentro de los círculos sociales, en los grupos informales y en los equipos de trabajo”. Entonces, “... las redes sociales que fueron diseñadas para establecer vínculos entre las personas, también pueden convertirse en una herramienta perjudicial, que puede causar daño...” (Aguirre et al., 2012:4).

### MARCO TEÓRICO

Este trabajo analiza desde dos perspectivas, los motivos por los cuales las universitarias tabasqueñas se toman fotos de su cuerpo vistiendo poca o ninguna ropa y después las suben a las redes, por un lado el empleo que ellas le dan a la tecnología (Cuadrado, 2008, García, 2013; Ortega, 2013), es decir, cómo éstas han modificado las formas en las que se estructura el pensamiento y la acción en las nuevas generaciones.

Con el desarrollo de los medios de comunicación, las nuevas tecnologías están siendo las herramientas de la comunicación social en este siglo (Cuadrado, 2008:14), y es que existe una conexión entre la comunicación social y el aprendizaje informal destinado a niños, jóvenes y adultos.

Los jóvenes se construyen en la sociedad red y se asumen como el grupo social que con mayor intensidad se posiciona en un contexto de

innovación tecnológica en permanente acción y recreación. García (2003:11), considera que la globalización acentúa la tendencia de la modernidad a crear mercados mundiales de bienes, mensajes, comunicación y migrantes, facilitando cada día más, el comercio. Este autor señala que “... extender el acceso a las redes digitales resulta clave para superar las brechas internas de cada nación...” (García, 2002:76), y es que existe una tendencia creciente de acceso a internet en todo el mundo, siendo las redes sociales las de mayor demanda entre los jóvenes.

“..la tradición virtual ... se trata de nuevos espacios comunicativos que son al mismo tiempo el medio y el mensaje” (Feixa, 2008: 8), y es que hablando de jóvenes, éstos están siempre a la vanguardia en lo que a innovaciones se refiere. Feixa (2003:23), señala que la juventud construye socialmente el tiempo, en la medida en que modela, readapta y proyecta nuevas modalidades de vivencia.

Por otro lado, el trabajo se fundamenta en la importancia que las universitarias le dan a los valores que ellas tienen desde el punto de vista ético. (Maldonado, 2010; Rodríguez, 2012).

Hablar de valores, siempre implica una complicación en el momento de definirlos, ya que éstos son objetos abstractos que se dificulta manejar, son cualitativos y están impregnados de todo.

El subjetivismo considera que el valor surge del sujeto y que es éste quien se lo atribuye al objeto, es decir, sin alguien que valore, los objetos y los hechos tendrían una existencia vacía. Desde el punto de vista objetivista, los valores son independientes del sujeto y van siendo descubiertos poco a poco por el hombre. Aunque en el presente documento se toma en cuenta los valores desde el punto de vista ético, éstos no son los únicos que las personas



tienen. Valoran el avance en sus carreras, arte, proyectos que ellas han trabajado duro y largamente en muchas cosas con justicia y moralidad, (Maldonado, 2010:19), por lo tanto el concepto valor ha sido objeto de numerosos estudios y, conceptualizado de muy diversos enfoques.

Los jóvenes en su transición a la adultez presentan características propias del momento por el que están pasando, Aberastury (1987:21), considera que ellos sienten que deben planificar su vida, controlar los cambios, necesitan adaptar el mundo externo a lo que ellos están viviendo. "Su nuevo plan de vida, les exige plantearse el problema de los valores éticos intelectuales, afectivos, implica el nacimiento de nuevos ideales y la adquisición de la capacidad de luchar por conseguirlos" (Aberastury, 1987:22). Y es así como ellos crean una nueva plataforma de lanzamiento desde la cual podrán iniciar conexiones con nuevos objetos del mundo externo y preparan la acción.

Con frecuencia se escucha que los universitarios se volvieron individualistas, preocupados por sí mismos y egoístas a causa de la modernidad, que se volvieron ateos y perdieron la fe en los dogmas religiosos, van por el mundo carentes de valores. (Bauman, 2005:12).

En la licenciatura en Economía de esta Universidad, se imparte como obligatoria dentro del plan de estudios, la asignatura Ética cuyo objetivo es, que quienes la cursen, analicen los valores a partir de las experiencias vividas, construyendo un código de manera tal que le permita actual con sentido integral en su ejercicio holístico.

También se busca que quien la cursa, desarrolle habilidades y actitudes para reconocer su dimensión ético-moral en los aspectos personal, social y profesional, de manera tal, que le permita actuar con espíritu crítico, analítico y

reflexivo.

Como esta asignatura es común y obligatoria en todas las licenciaturas que oferta esta institución, también considera que el alumno refuerce la conciencia de regir su comportamiento de acuerdo a los valores fundamentales del ser humano, a fin que pueda asumirlos en su vida privada, profesional y social.

Se pretende contribuir a este propósito, puesto que la Ética deberá aportar los criterios para clarificar los valores en la confusión actual, llegando al reconocimiento de algunos valores como fundamentales: Honestidad, Responsabilidad, Tolerancia y Respeto; sexualidad al servicio del desarrollo humano; Justicia Social, Protección al Medio Ambiente; Respeto a los Derechos Humanos; el Bien Común.

Para Maldonado (2010), cuando se opta por un valor o por el otro, detrás de tal decisión está un motivo por el cual se ha elegido éste, un motivo significativo para la persona que elige y que repercute en sus necesidades individuales. Es así como en los valores se encuentra implícita una finalidad inmediata y una finalidad de fondo. Rodríguez (2012:28) considera que cuando de valores se trata, la educación formal y la educación informal van de la mano, ya que es evidente que la educación es un aspecto que no puede estar desligado de la educación que un joven o una joven recibe.

Esta autora, Rodríguez (2012: 25) considera que tomando como base el informe Delors (1996), en el que se establece que la educación en su pleno desarrollo exige basarse en cuatro pilares fundamentales: Aprender a conocer, Aprender a hacer, Aprender a vivir juntos y Aprender a ser, los dos primeros se trabajan de manera habitual en la Universidad, pero en ocasiones se dejan de lado los dos últimos.



Bauman señala que el comportamiento ético correcto, en esta época, comienza a evaluarse como moralmente admisible a partir que las acciones pueden estar correctas en un sentido y equivocadas en otro, es decir, "...estar en lo correcto no es una elección, sino, por el contrario, evitar la elección y seguir una forma de vida habitual". (2005:10).

En el momento en el que el joven tenga "...madurez afectiva e intelectual... estará equipado de un sistema de valores, de una ideología que confronta con la de su medio y donde el rechazo a determinadas situaciones se cumple en una crítica constructiva. Confronta sus teorías políticas y sociales y se embandera, defendiendo un ideal. (Aberastury, 1987:17).

Educación en valores no consiste en un esfuerzo aislado y solo correspondiente a la familia o a la escuela, es función de todas las instituciones que conforman la sociedad, desde la familia hasta la nación completa incluyendo organismos internacionales. (Maldonado, 2012).

Este autor considera que los profesores son un factor central en la formación de los valores, pues su continuo contacto con los estudiantes y la influencia que ejercen sobre ellos les posibilitan asentar los valores y principios éticos. Cuando un joven decide ingresar a la Universidad, tiene la oportunidad de encontrar la manera de ser útil a la sociedad, a su familia, a él mismo "... de ejercer su identidad sin estigmatizaciones y no sólo reducir la educación superior a una fábrica que produzca una serie de profesionistas que no terminarán ejerciendo su profesión..." (Benavides, 2015:171).

Porque la Universidad se debe a la sociedad y tiene una responsabilidad con ésta, en el sentido de formar los mejores profesionales, se hace necesario introducir actitudes y comportamientos a través de los cuales se favorezca entre otras cuestiones, el respeto por uno mismo y por los

demás. . "...esta preocupación, profundamente arraigada refleja el reconocimiento de que la enseñanza es fundamental..." (Boyer, 2003: 104).

Cuando los estudiantes deciden ingresar a esta institución de educación superior en el estado de Tabasco, dentro del mapa curricular de las licenciaturas aquí ofertadas, se encuentra como obligatoria la asignatura Ética.

Esta obligatoriedad se debe a que los seres humanos en sus interacciones generan una serie de relaciones sociales que los llevan a la condición de tomar decisiones, por lo que éstas deben ser tomadas en cuenta a partir de la importancia que tienen sus vidas y las del prójimo.

## **METODOLOGÍA**

La investigación que nos ocupa se realizó en una Institución de Educación Superior pública, ubicada en el estado de Tabasco, en el sureste de la República Mexicana, a ochocientos cuarenta kilómetros de distancia de la capital del país.

Esta Universidad cuenta con 30,186 estudiantes distribuidos en 12 divisiones académicas ubicadas a lo largo y ancho del territorio tabasqueño.

## **PARTICIPANTES**

El estudio empírico se basó en una muestra intencional o de conveniencia de 66 estudiantes del género femenino, de un total de 98, quienes al momento de aplicar los cuestionarios cursaban la licenciatura en Economía.

Se han elegido mujeres pertenecientes a la licenciatura en economía porque además de ser una licenciatura con poca población, (218 en total incluyendo hombres y mujeres), es de todos conocidos que "uno de los grandes ausentes en las miradas hacia los jóvenes y sus



expresiones culturales, así como de las políticas oficiales que intentan apoyarles, es lo referente a la cuestión de género” (Marcial, 2012:47).

Los cuestionarios fueron llenados por las propias alumnas y las preguntas abiertas fueron producto de una entrevista a profundidad con los casos más significativos, los cuales sirvieron para dar sentido a las preguntas cerradas y construir los hechos de manera analítica.

### INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados para la medición fueron dos cuestionarios semiestructurados y aplicados en distintos momentos durante los meses de enero a octubre del 2016. El cuestionario de entrada consta de 15 preguntas de opción múltiple y sirvió para detectar a la población con las características que se requerían: universitarias inscritas en la licenciatura en Economía y conocedoras del sexting. En un segundo momento se administró un segundo cuestionario de 10 preguntas semiestructuradas a estudiantes que respondieron afirmativamente al 70% de los reactivos de la encuesta de entrada.

### RESULTADOS

Ciclo	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
1	1	2
2	15	23
3	4	6
4	9	14
5	7	11
6	6	9
7	6	9
8	6	9
9	7	11
10	5	8
Total	66	100%

Tabla n°1 Ciclo que cursa

Fuente: elaboración propia

A la pregunta sobre si les gustan tomarse selfies, el 85% (56) de las participantes respondió que sí,

y es que ellas están consuetudinariamente en internet haciendo uso de los nuevos dispositivos que tienen a su alcance.

Respuesta	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí	56	85
No	10	15
Total	66	100%

Tabla n°2 Le gustan las selfies

Fuente: elaboración propia

De este 85% que respondió afirmativamente, el 43% (28) señala que le gusta porque le recuerda momentos agradables. Para el 18% (12), es divertido. Al 11% (7), le gusta como se ve. Al resto, 15% (9), le parece que están de moda y que son fáciles de tomar.

Tabla n°3 ¿Por qué?

Respuesta (Sí)	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Guardar fotos de todo lo que hace	1	2
Es agradable	1	2
Es moderno	1	2
Es fácil de tomar	2	3
Está de moda	4	6
Les gusta cómo se ven	7	11
Recordar momentos	28	43
Es divertido	12	18
Total	56	85%

Fuente: elaboración propia

El 15% (10) que opinó que no gusta de tomarse selfies, argumentó que le desagrada tomarse



fotos en general, además que no se ve bien en ese tipo de fotos.

Cuando se les preguntó con quien les gustaba tomarse selfies, el 33% respondió que con amigos, el 11% prefiere retratarse sola, en tanto que el 23% señaló que con su familia.

Para el 56%, el lugar ideal para retratarse es en las fiestas, en tanto que el 21% opinó que en lugares recreativos.

El 73% dice ser poco adicta a este tipo de fotos, mientras que el 11% señala tener una pasión desmedida por autorretratarse, estas respuestas van de la mano con las obtenidas en la pregunta sobre si consideran que el sexting está de moda. El 74% así lo considera, contra el 26% que respondió que no, en las entrevistas a profundidad explican que aunque está de moda, ellas no están de acuerdo con esta modernidad. "Aunque nadie me vigila lo que hago con mis fotos, no las publico en ninguna red social". (Claudia, 22 años).

"...porque a mí no me gustaría que hija lo hiciera" (Ruth, 25 años).

"Considero que es impropio, crecí con mi abuela y ella me ha enseñado a respetar mi cuerpo, creo que si lo hago y se entera sufriría mucho" (Beni, 20 años).

"...mi religión me lo prohíbe, ocupo cargo de elección en mi iglesia. Perdería todo por nada, además tengo hermanas menores que vigilan e imitan todo lo que hago, finalmente soy un ejemplo para ellas" (Nidia, 22 años).

"Considero que internet ha modificado la forma en la que pensamos y actuamos los jóvenes actualmente, ya que es una gran ayuda para la realización de las actividades académicas, y podemos comunicarnos siempre con quienes nosotros queremos, además podemos ver películas, descargándolas, a mí me gusta

compartir comentarios y fotos y videos, pero no considero que se deba compartir nuestra intimidad" (Carla, 19 años).

Aguirre et al. (2012:3) consideran que en el ciberespacio, la cultura, las formas de relacionarse, el lenguaje y las expresiones son algunos de los ejemplos de este devenir tecnológico que se está instalando en la vida pública y privada de los individuos, sobre todo para los nativos digitales, como estas chicas. Casi la mitad del total de las chicas, 47%, dice fotografiarse una vez a la semana, el 23% lo hace a diario. Ellas comentan que si les toman una foto en bikini y las comparten en las redes sociales: 41% obtiene mayor número de like, retweets o comentarios, el 14% la establece como foto de perfil y el 15% etiqueta a sus amigos o conocidos.

El 53% de ellas, dice no haberse tomado nunca una foto en bikini, del 47% restante, que sí lo ha hecho, de este porcentaje, el 76% no las ha compartido en las redes sociales.

Cuando se les preguntó si alguna vez habían tomado fotos de su cuerpo, el 32% respondió que sí, contra el 68% que jamás ha retratado su cuerpo.

Ellas consideran que no lo ha hecho porque sus valores no se los permiten. Consideran que cuando ejerzan su carrera, les puede traer problemas, señalan que en algunas empresas (cada día menos), se han establecido juicios morales para contratar personal, por ejemplo tatuajes, aretes o piercings, uñas largas, etc. Del 32% que reconoce haber tomado y publicado en redes sociales, fotos de su cuerpo, el 48% señala que su publicación ha sido en Facebook, contra el 45% que se ha decantado por Instagram. Gutiérrez señala que "... las redes sociales son las páginas más consumidas por internautas mexicanos... México es el segundo país de Latinoamérica con un mayor número de



usuarios". (2014:94)

Lo cierto es que una de las realidades del siglo XXI, es la expresión de las redes, éstas son una gran oportunidad para socializar, aprender, enseñar y mantenerse informados de todos los acontecimientos ahí publicados. (Parra, 2010:111).

Cuando se les preguntó si consideraban que el sexting daña la imagen de las personas que en él participan, el 86% opinó que sí, en tanto que el 14% restante señala que no, no pasa nada, que ni el envío de fotos, ni las redes sociales, ni internet en sí implican ningún riesgo para nadie que las maneje.

Y es que, el amplio conocimiento de la tecnología no es inherente a un uso coherente y racional. Partiendo de esta afirmación, las "... tecnologías no son malas ni perjudiciales en sí mismas, el objetivo debería ser el conseguir que el uso de las herramientas digitales constituya un beneficio para sus usuarios, y nunca un perjuicio". (Yanci, 2015:2).

Estas respuestas anteriores vienen a corroborar lo que ellas expresan cuando se les cuestiona si consideran como fundamental la formación en valores para su desarrollo personal, el 89% así lo considera, contra el 11% que respondió de manera negativa.

Tabla 4 Considera fundamental la formación de valores.

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	59	89
No	7	11
Total	66	100

Fuente: Elaboración propia

A la pregunta sobre si habían cursado la materia Ética, los resultados se enuncian a continuación

en la tabla 5, en la que se observa que de las 66 participantes en este estudio, tres no han cursado esta materia, en ella, los estudiantes se plantean la necesidad de recuperar aquellos valores personales que se reflejarán en beneficio de la sociedad, logrando una formación profesional que les permita mostrar esta compleja competencia en el mercado ocupacional.

Tabla 5 Ha cursado la materia Ética

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Si	63	95
No	3	5
Total	66	100

Fuente: Elaboración propia

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Para este estudio se han elegido mujeres, porque como refiere Marcial (2012:47), son pocas las investigaciones sobre el estudio de género en mujeres jóvenes, y el papel que juegan en la sociedad es importante y diferente al de los varones. Ellas viven su juventud en una multiplicidad de escenarios. "Una de las características... de juventud, es la influencia de las nuevas tecnologías de la comunicación..." (Feixa, 1999:45).

Feixa (2003:10), considera que la experiencia que se vive en esta etapa de la juventud, se refiere a cuestiones generacionales que se adquieren en espacios institucionales (como la escuela, la universidad), los medios de comunicación, la familia etc., espacios en los que se convive con otros jóvenes y empieza la identificación con determinados comportamientos y valores.

Las participantes en este estudio, en su mayoría disfrutaban tomarse selfies, ese autorretrato digital, cuyo propósito es mostrar lo que se quiere, a quien se quiere y en un momento determinado. Castillo (2014:61) señala que "El ojo digital



se coloca entre los dedos y se extiende hasta alcanzar su objetivo. El dedo acciona y la imagen es visible al instante...”

Gran parte de las universitarias consideran que el sexting es de moda, lo que quiere decir que están a la vanguardia en cuanto al empleo de estas “...poderosas herramientas de difusión de imágenes personales de carácter y contenido sexual con provocaciones en las poses y la ropa...” (Aguirre et al., 2012:20).

Aunque ellas consideran una moda y no ser aficionadas al sexting, es innegable, como señalan Aguirre et al. (2012:6), que el desarrollo de la tecnología y sus dispositivos está regido por una intencionalidad social que resulta en este caso de la convergencia de intereses, presiones, necesidades y objetivos de la juventud y de la sociedad en general. La minoría de las participantes señala haberse tomado fotos en bikini, y de ésta, gran parte, no las ha publicado en ninguna red social, Colás et al. (2013:16), señalan que éstas “... constituyen un importante estadio en el desarrollo del uso de internet, de ahí que sean objeto de investigación creciente en los últimos años...”

Esta pequeña parte, que admite compartir sus fotos en redes sociales, señala Facebook como favorita para publicar, aunque Facebook “... no fue la primera red social que apareció en el ciberespacio, sí ha logrado consolidarse como la más popular en la actualidad. (Aguirre et al. 2012:13).

Una posible explicación para no publicarlas, podría estar en el control paterno o familiar, o también en el hecho (como señalaron en las entrevistas a profundidad) de pertenecer activamente a alguna iglesia. Para muchas de ellas, señala Feixa (2008:90), ser joven ha consistido en el tránsito de una dependencia familiar, a otra.

Al respecto Bonder señala “... que el uso de las TIC no se inserta en sujetos ... sin historias ni contextos, sino que se entrelazan con ellas y las modifican ... en virtud de las necesidades, probabilidad y creatividad de las personas”. (2008:920).

Marcial (2012:43), considera que algunas jóvenes están demostrando que a pesar de vivir en un mundo violento, están dispuestas a comprometerse con ciertos ideales, y valores interesándose en temas como la tolerancia social, étnica, sexual y cultural.

Para algunas de ellas, el parámetro de sus valores está representado en la materia Ética, en la cual, consideran que desarrollaron habilidades y actitudes para reconocer su dimensión humana y es que “... necesitan referencias y referentes, acciones simbólicas e iconos, valores y significados...” (De la Villa y Ovejero 2004:72).

También consideran haber logrado la identificación de los valores éticos en sus vidas desde diversos aspectos, el más importante, en sus personas como seres pensantes.

En definitiva, lo que aquí se ha formulado permite sostener que las universitarias, motivo de este trabajo, futuras licenciadas en economía, no acostumbran publicar sus fotos en las redes sociales, mostrándose con poca o ninguna ropa. La evolución de las nuevas tecnologías de información pueden afectar principalmente a los jóvenes cuando no se usan correctamente. El sexting es como una moda para los adolescentes, sin embargo cuando se ha llegado a la etapa de la juventud y la madurez, el proceso de valoración del ser humano supone una serie de fases: autoestima, juicios, toma de decisiones, sensaciones y sentimientos.

Las universitarias están conscientes del peligro que conlleva el sexting, el material puede



alcanzar una difusión muy amplia, perdiendo absolutamente el control. Su reputación y dignidad como futuras profesionistas son primordiales, debido a que el uso indebido les sobrelleva una serie de acosos, bromas, insultos, ridiculización y burla, por lo que, estaría propiciando el ciberbullying.

Los valores son guías para el comportamiento y necesidades de los seres humanos, ellos deciden si se desprenden u orientan sus acciones a la realidad.

## REFERENCIAS

- ABERASTURY, Arminda (1987), "El adolescente y la libertad", *Revista Uruguaya de Psicoanálisis*, vol. XI, núm. 2, pp. 15-34 en <http://www.apuruguay.org/apurevista/1960/168872471969110202.pdf> (consulta: 29 de abril del 2016).
- AGUIRRE, Patricia, Armando Zavariz-Vidaña y Javier Casco-López (2012), *El sexting ¿Exhibición o violencia simbólica en los jóvenes? Sexting, lo público, lo privado y lo íntimo de una práctica juvenil, Alemania, Editorial Académica Española*.
- BAUMAN, Zygmunt (2005), *Ética posmoderna*, México, Siglo XXI Editores.
- BECK, Ulrich (2006), México, Fondo de Cultura Económica.
- BENAVIDES, Mario (2015), "Juventud, desarrollo humano y educación superior: una articulación deseable y posible", *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, vol. VI, núm. 16, pp. 165-173.
- BONDER, Gloria (2008), "Juventud, género & tic: Imaginarios en la construcción de la sociedad de la información en América Latina", *Arbor*, vol. 184, núm. 733, pp. 917-934, en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/234/235> (consulta: 23 de mayo del 2016).
- BOYER, Ernest (2003), *Una propuesta para la educación superior del futuro*. México: Fondo de Cultura Económico
- CASTILLO, Alberto (2014), "De Rembrandt al selfie. Tecnología transparente y herramientas incorporadas como generadores de la imagen del artista en el autorretrato con dos artículos de Rembrandt Van Rijn y el ego-shot Petra Cotright-selfie", *artnodes*, núm. 14, pp. 57-64.
- COLÁS, Pilar, Teresa González y Juan de Pablos (2013), "Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes", *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, vol.20, núm.40 pp. 15-23.
- CUADRADO, Toni (2008), *La enseñanza que no se ve*, España, Narcea.
- DE LA VILLA, María y Anastasio Ovejero (2004), "Jóvenes, globalización y postmodernidad: Crisis de la adolescencia social en una sociedad de adolescentes en crisis", *Papeles del Psicólogo*, núm. 87, pp. 72-79
- DELORS, Jacques (1996), *La educación encierra un tesoro, informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI*, Madrid, Santillana.
- ELIAS, Arturo y Guillermo Domínguez (2016), "Presencia digital universitaria", en Florentino Vázquez (coord.), *Nuevas tecnologías y su impacto en la educación*, México, Universidad Centro de Estudios Cortazar, pp. 69-90.
- FEIXA, Carles (1999), *De jóvenes, bandas y tribus*, Barcelona, Ariel.
- FEIXA, Carles (2003), "Del reloj de arena al reloj digital. Sobre las temporalidades juveniles", *JÓVENes*, vol. 7, núm. 19, pp. 6-27.
- GARCÍA, Néstor (2002), *Latinoamericanos buscando lugar en este siglo*, Argentina, Paidós.
- GARCÍA, Néstor (2003), "Noticias recientes sobre la hibridación", *Trans*, núm.7, pp. 1-16.



- GARCÍA, Néstor (2013), "Jóvenes creativos trabajando en la red: una visión multidisciplinaria", en Néstor García y Ernesto Piedras (coord.), *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales*, México, UAM, pp. 9-22.
- GUTIÉRREZ, Irma (2014), "Cyberbullying y sexting: Percepción y propuestas de estudiantes universitarios", *multidisciplina*, núm.17, pp. 93-119, en <http://revistas.unam.mx/index.php/multidisciplina/article/view/50686> (consulta: 23 de mayo del 2016)
- MALDONADO, Héctor (2010), *Lo esencial de los valores*, México, Altos Estudios.
- MALDONADO, Héctor (2012), "Educando para reforzar los valores", en Leonel García León (coord.), *Problemas socio históricos de educación, género y cultura*, México, Editorial Flores, pp.427-449.
- MANSO, Micaela; Paula Pérez, Martha Libedinsky, Daniel Light y Magdalena Garzón (2011), *Las Tic en las aulas*, Argentina, Paidós.
- MARCIAL, Rogelio (2012), "Culturas juveniles en Guadalajara: expresiones de identidad y visibilización femenina", *Revista del Centro de Investigación. Universidad la Salle*, vol. 10, núm. 37, pp. 41-52.
- MCLUHAN, Marshall y Bruce R. Powers (1995), *La aldea global*, España, Gedisa.
- ORTEGA, Enedina (2013), "Jóvenes techsetters y emprendizaje en el contexto de la economía creativa", en Néstor García y Ernesto Piedras (coord.), *Jóvenes creativos. Estrategias y redes culturales*, México, UAM, vol. I, pp. 155-177.
- PARRA, Eucario (2010), "Las redes sociales de internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios", *Anagramas*, vol. 9, núm. 17, pp. 107-116.
- PÉREZ, José Eduardo, Gabriel Valerio y Lucía Rodríguez-Aceves (2015), "Análisis de redes sociales para el estudio de la producción intelectual en grupos de investigación", *Perfiles Educativos*, vol. XXXVII, núm. 150, pp. 124-142.
- RIVERO, Raquel (2013), "Educación y Pedagogía en el marco del neoliberalismo y la globalización", *Perfiles Educativos*, vol. XXXV, núm. 142, pp.149-166.
- RODRÍGUEZ, Rosa María (2012), *Educación en valores en el ámbito universitario, propuestas y experiencias*, España, Narcea.
- SILVA, Marisol (2016), "Competencias de estudiantes iberoamericanos al finalizar la educación secundaria", *Perfiles Educativos*, vol. XXXVIII, núm. 152, pp.88-108.
- YANCI, Leire (2015), "Actuación docente ante situaciones conflictivas por el uso de las TIC", *Arista Digital*, núm. 56, pp. 1-5 en [http://www.afapna.es/web/aristadigital/archivos\\_revista/2015\\_mayo\\_3.pdf](http://www.afapna.es/web/aristadigital/archivos_revista/2015_mayo_3.pdf)



## Anexo n° 1

Hola, te pido que por favor respondas las siguientes preguntas, las cuales serán tomadas en cuenta para un proyecto de investigación. Las respuestas obtenidas serán anónimas.

Edad: \_\_\_\_\_ Licenciatura: \_\_\_\_\_ Ciclo: \_\_\_\_\_

1. ¿Te gustan las selfies?

- a) Sí
- b) No

¿Por qué?

2. ¿Con quién (es) te gusta tomarte selfies?

- a) Sola
- b) Con amigos
- c) Con mi pareja
- d) Con mi familia
- e) Todas las anteriores

3. ¿En qué lugar te gusta tomarte las selfies?

- a) En tu casa (especificar lugar)  
\_\_\_\_\_
- b) En la escuela
- c) En las fiestas o reuniones
- d) Lugares recreativos

4. ¿Qué tan adicta eres a las selfies?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Mucho

5. Te gusta tomarte una selfie para:

- a) Compartirla en tus redes sociales
- b) Divertirte
- c) Guardar tus recuerdos o momentos
- d) Otro motivo: \_\_\_\_\_

6. ¿Cuántas veces te fotografías?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Mensual
- d) Anual

7. Si te tomaran alguna foto en bikini (cuando estás en la playa o el algún parque acuático) y la compartes en tus redes sociales:



- a) Obtienes mayor número de likes, retweets y comentarios
- b) La estableces como tu foto de perfil o portada
- c) Etiquetas a tus amigos o conocidos
- d) Otro motivo: \_\_\_\_\_

8. ¿Te has tomado alguna foto en bikini?

- a) Sí
- b) No

9. ¿Haz compartido en tus redes sociales tus fotos en bikini?

- a) Sí
- b) No

10. ¿Te has tomado una fotografía de tu cuerpo?

- a) Sí
- b) No

11. ¿Cuál red social prefieres para compartir tus fotografías?

- a) Facebook
- b) Twitter
- c) Instagram
- d) Snapchat
- e) Otro \_\_\_\_\_

12. ¿Has visto en tus redes sociales fotografías o vídeos de tipo sexual o erótico (sexting)?

- a) Sí
- b) No

13. ¿Qué opinas sobre el sexting (Consiste en el envío de mensajes, fotos o videos de contenido sexual)?

14. ¿Crees que daña la reputación de aquellas personas que han practicado el sexting?

- a) Sí
- b) No
- ¿Por qué?



15. ¿Crees que el sexting está de moda?

a) Sí

b) No

¿Por qué?

Anexo nº 2

Hola, te pido que respondas por favor el siguiente cuestionario, los resultados obtenidos serán anónimos y utilizados para una investigación acerca del "Sexting y los valores", de antemano muchas gracias.

**Sexting:** Consiste en el envío a través de medios electrónicos de contenido de tipo sexual.

1. ¿Consideras que es fundamental la formación de valores y el respeto a uno mismo?

a) Sí

b) No

2. ¿Has cursado la materia de ética?

a) Sí

b) No

Si tu respuesta es no, agradecemos tu participación

3. ¿Consideras que los valores influyen en el uso del internet?

a) Sí

b) No

¿Por qué?

4. ¿Crees que es "normal" practicar el sexting?

a) Sí

b) No

5. ¿Consideras que los maestros debería proporcionar orientación a sus alumnos acerca de las repercusiones del sexting?

a) Sí

b) No

