



Un proyecto de documental interactivo sobre la seguridad y la
responsabilidad en internet

DOSSIER DE PRODUCCIÓN

Eneritz Casanova Torres

Proyectos audiovisuales: Documental interactivo
Director: Edorta Arana Arrieta

Curso 2016-2017

30 de mayo de 2017

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Grado en Comunicación Audiovisual

eman ta zabal zazu



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo el diseño de un documental interactivo que sirva como herramienta didáctica para concienciar a los adolescentes sobre el uso seguro y responsable de internet. También va dirigido al profesorado y a las madres y padres, ofreciendo recursos útiles para educar a los menores en esta materia.

Palabras clave

Adolescentes, educación, educativo, interactivo, internet, responsabilidad, seguridad, transmedia.

Abstract

The goal of this project is to design an interactive documentary that serves as a didactic tool to raise awareness between teenagers about the safe and responsible use of the Internet. It is also aimed at teachers and parents, offering useful resources to educate children on this matter.

Key words

Education, educational, interactive, Internet, responsibility, safety, teenagers, transmedia, webdoc.

Índice

1. Introducción	4	3. Plan de producción	33
1.1. Objetivo de este trabajo	5	4. Financiación	35
1.2. Nuevas narrativas	5	5. Presupuesto	38
1.3. Jóvenes e internet	8	6. Distribución	41
2. El proyecto	13	7. Conclusiones	44
2.1. Sinopsis	14	7.1. Valoración de la labor desempeñada	45
2.2. Target	14	7.2. Apreciaciones personales	45
2.3. Temáticas y objetivos	16	8. Bibliografía y otras fuentes de información ..	47
2.4. Referencias	19	8.1. Bibliografía	48
2.4.1. Referencias temáticas	19	8.2. Otros recursos y fuentes de información	49
2.4.2. Referencias narrativas	21		
2.4.3. Referencias estéticas	24		
2.5. Metodología	27		
2.6. Universo transmedia	29		
2.7. Organización de contenidos en el webdoc	30		
2.8. Viabilidad	31		

1. Introducción



1. Introducción

1.1. Objetivo de este trabajo

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como finalidad elaborar un proyecto de documental interactivo. Es, por tanto, un trabajo de diseño cuyo resultado es un dossier de producción que posibilite su posterior realización. El proceso de diseño comprende la idea original, la investigación sobre el estado de la cuestión y los temas a tratar, la toma de referencias, la construcción del universo transmedia, la elección de los contenidos del webdoc, la planificación de las vías de financiación y distribución, la fijación de un calendario de producción y la estimación de un presupuesto. Todas las fases han sido ideadas atendiendo a los factores de actualidad, relevancia, eficacia, viabilidad y estética, con el fin de obtener un producto enriquecedor, atractivo y factible.

Así, este proyecto de webdoc gira en torno a la seguridad y la responsabilidad en internet, como parte de una iniciativa a implementar en los centros educativos. El principal foco son los niños entre 12 y 14 años (1º y 2º de ESO), sus profesores, madres y padres. El webdoc será también accesible por el público general fuera de las aulas y estará abierto a adolescentes de cualquier edad.

Los objetivos de **ON & OK** son, por una parte, concienciar sobre el uso responsable de internet y las consecuencias a medio y largo plazo de las acciones en la red y, por otra parte, proporcionar información y recursos a los educadores y progenitores para que puedan conocer la realidad en internet y hablar sobre esos temas con los niños.

Los dos focos principales de este proyecto son las amenazas externas a las que se exponen los internautas y las actitudes y comportamientos personales que pueden causar problemas y malestar a uno mismo o a otros usuarios. De este modo, se pretende no sólo ayudar a proteger a los niños de virus, estafas, contenido inapropiado, etc.; sino también a educarlos en el respeto hacia los demás y que el anonimato que proporciona internet no sea una excusa para llevar a cabo prácticas nocivas, hirientes o discriminatorias.

1.2. Nuevas narrativas

La era digital ha supuesto una transformación de las formas de comunicación a muchos niveles. Con nuevos dispositivos y tecnologías a su alcance, tanto usuarios como productores y creadores de contenido se encuentran ante un cambio en los usos, las formas de acceso e incluso los modelos de negocio. E irremediamente, tal y como ha ocurrido históricamente con cada avance técnico, las posibilidades que abren los nuevos canales y sistemas hacen que surjan también formas innovadoras de contar historias (Freitas & Castro, 2010). Las nuevas narrativas incorporan dos características que hasta ahora no se habían explotado plenamente: la no linealidad y la interactividad.

En las narrativas secuenciales existe una única línea temporal o un orden lógico inamovible en el que se deben consumir los contenidos. Permiten saltos en el tiempo (prolepsis, analepsis) pero dentro de

una única línea de tiempo. Por ejemplo, un programa de televisión o una obra de teatro presentan una estructura narrativa lineal. Las narrativas no lineales, por contra, presentan múltiples ejes temporales alternativos o bien la posibilidad de acceder a los contenidos sin un orden preestablecido. Un ejemplo de narrativa no lineal analógica serían los libros tipo *Elige tu propia aventura*, que envían al lector a una u otra página según las decisiones que tome acerca de la trama. Ya en el entorno de lo digital, una página web tampoco es secuencial, puesto que el usuario puede navegar por ella libremente y hacer *click* en los distintos hipervínculos sin que exista un único orden para ello.

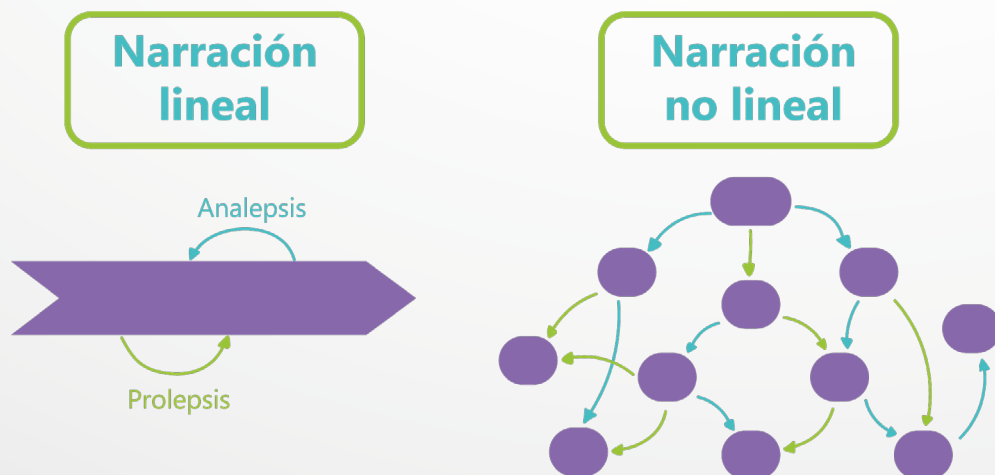


Imagen 1. Fuente: elaboración propia.

La interactividad, por su parte, no es un término absoluto, sino que se da en diferentes grados. Los medios tradicionales (prensa escrita, radio, televisión) ofrecen un nivel de interactividad bajo: el usuario elige el medio y, en el caso de la prensa escrita, cuándo, dónde y qué leer; además, la respuesta de la audiencia influye en el tipo de con-

tenidos que se ofertan y en la continuidad o no de los mismos. Por tanto, los usuarios tienen una cierta influencia sobre los medios, pero en su mayoría no son partícipes de los relatos. Existen unas pocas excepciones: la prensa escrita (informativa o no), puesto que además de permitir al lector interactuar físicamente con el producto y elegir qué partes quiere leer, dónde y en qué momento, también le ofrece una posibilidad de participación mediante las cartas al director; las llamadas en directo de los radio-oyentes o televidentes; o las quejas de las asociaciones de televidentes y usuarios.

Las nuevas formas de comunicación, como la prensa digital, la televisión a la carta o los documentales web, ofrecen no sólo un nivel más alto de interactividad, sino también un valor añadido: la inmediatez. En la era digital no hay que esperar a que una carta al director llegue a la redacción y supere los filtros necesarios para que sea publicada; basta con escribir un comentario en la sección designada para ello, justo al pie de la noticia, y pulsar el botón de enviar. La interacción está al alcance de un click.

Bien es cierto que, antes de que cada programa de televisión tuviese su propia cuenta en Twitter y designase un hashtag para cada episodio o emisión, ya se incorporó una forma de participación al alcance de la tecnología del momento: los mensajes de texto enviados con el móvil o SMS. Sin embargo, esos mensajes aparecían en pantalla en rápida sucesión y raramente se comentaban o repercutían en el programa, por lo que se trataba de una comunicación efímera y pasa-

jera. No quedaba registrada y no ofrecía una verdadera bidireccionalidad, ni tampoco permitía un debate común entre todos los espectadores. Twitter ha venido a llenar ese vacío, ofreciendo una comunicación de ida y vuelta y horizontal, además de conservada (y etiquetada) para la posteridad.

Uno de los aspectos más destacables de los modelos de comunicación interactivos es que la interacción con el usuario se prevé desde el inicio del diseño de producción. No es un mero añadido al producto (como el mencionado caso del ya arcaico envío de SMS a un programa de televisión), sino que aporta un valor significativo o incluso fundamental, de acuerdo con los criterios y objetivos fijados en la fase de diseño.

En este punto, es conveniente aclarar la terminología y distinguir algunos conceptos clave en el ámbito de las nuevas formas de comunicación. Los términos multiplataforma, crossmedia, multimedia, hipermedia y transmedia hacen referencia al uso de múltiples medios y recursos dentro de un mismo proyecto o producto, pero el papel que juegan dichos medios dentro de la narratología es diferente, y también lo es el nivel de interactividad que ofrecen. En ocasiones, incluso entre los académicos existen discrepancias sutiles a la hora de definir estos conceptos, ya que se emplean en diversas disciplinas, por lo que desde cada disciplina se toman en cuenta aspectos diferentes (Boumans, 2005, 127).

El término multiplataforma se refiere a la optimización de producto para que pueda ser consumido en distintas plataformas o dispositivos. Los productos crossmedia, por su parte, constan de una única narrativa, adaptada para consumirse en diferentes formatos (Larrondo, 2015). En este caso, la utilización de diversos medios aporta nuevas opciones de accesibilidad al contenido, pero no expande el universo narrativo. Sería el caso de adaptaciones de novelas a películas, por ejemplo. Desde el punto de vista del diseño de la producción, se aprovechan las características específicas de cada canal para que una misma narrativa se pueda consumir de forma óptima a través de múltiples medios. Se trata de producciones integradas en las que los diferentes medios se apoyan entre sí (Boumans, 2005, 127-128). Sin embargo, a la hora de definir este concepto no se tiene en cuenta la participación del consumidor. Su papel se limita a elegir el medio al que acceder, sin influir en la narración ni generar un proceso comunicativo.

Por otro lado, los proyectos multimedia integran diversos recursos textuales (textos escritos, imágenes, vídeos y/o archivos de audio) dentro de un mismo soporte. Aunque se suele relacionar el término multimedia con contenidos digitales, un medio analógico puede ser multimedia: por ejemplo, un artículo periodístico que incluya infografías o fotografías es un producto multimedia, estrictamente hablando. La hipermedialidad, por su parte, se refiere a la presencia de hipervínculos que permiten navegar por los contenidos (dentro de un producto multimedia), lo cual implica necesariamente medios digitales

(Larrondo, 2015). En este caso el usuario puede elegir a qué contenidos acceder y en qué orden, pero la interacción se limita a eso.

Las narrativas transmedia hacen uso de diversos medios (tradicionales o no) para desarrollar el contenido tomando en cuenta las características de los distintos medios y sus lenguajes. Esos contenidos están conectados entre sí, formando un universo transmedia que se expande conforme se van añadiendo medios a la arquitectura del proyecto. Pero la expansión no queda ahí, porque entran en juego nuevos agentes en el proceso comunicativo: los prosumidores (Scolari, 2013). Es decir, consumidores que, a la vez, son productores de nuevo contenido, tomando como base algún personaje o pasaje en particular. De ese modo se incorporan fan art, fan fiction, parodias, etcétera.

En resumen, Scolari define las narrativas transmedia como “un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (2013, 45). En productos de no ficción parece difícil que creen comunidades fan en torno al proyecto, pero eso no quiere decir que los usuarios no puedan aportar contenidos y enriquecer la narración. El grado de transmedialidad es variable de un producto a otro, y a menudo la línea entre crossmedia y transmedia resulta algo difusa (Scolari, 2013).

Atendiendo a sus características, **ON & OK** se puede definir como un documental interactivo de carácter educativo basado en la

web. Cumple los principios de no linealidad y de interactividad, dado que el usuario puede elegir navegar por los contenidos en el orden que desee, si bien presenta un grado de transmedialidad bajo. La expansión a un proyecto transmedia más completo es factible, mediante la adhesión de recursos complementarios utilizando otros canales y soportes (como unidades didácticas o eventos educativos, por ejemplo). Sin embargo, la envergadura de un producto de esas características supera las posibilidades y la factibilidad de en un trabajo de fin de grado, de modo que en nuestro caso nos centraremos en el diseño del webdoc.

1.3. Jóvenes e internet

En junio de 2014, el Ministerio del Interior publicó los resultados de la *Encuesta sobre hábitos de uso y seguridad en internet de menores y jóvenes en España*. En ese estudio se encuestó a menores de entre 10 y 17 años y a sus progenitores o tutores sobre sus hábitos y preocupaciones en torno a la utilización de internet. A continuación se destacan y analizan los aspectos más relevantes de dicha investigación en relación con este proyecto:

El 76,5% de los menores utiliza internet en una habitación común, como el salón, y el 49,8% lo hace además desde su habitación. El 30,8% tiene acceso desde su *smartphone* o tableta, lo que permite

hacer uso de internet en cualquier momento y lugar; si bien no se relacionan estos datos ni con la edad de estos menores ni con el grado de control que ejercen los padres sobre el uso de estos dispositivos.

Mientras que más de la mitad de los menores puede navegar por internet, usar aplicaciones de mensajería y ver vídeos en internet en cualquier momento, entre el 32% y el 46% realiza estas actividades bajo supervisión. Las redes sociales, descargas de contenidos y acciones de compartir fotos y vídeos están más monitorizadas por los adultos, y tres cuartos de los menores no tienen permiso para proporcionar datos personales ni realizar compras por internet en ninguna circunstancia.

Conforme los niños se hacen mayores, ganan en independencia para utilizar internet. Por ejemplo, a mayor edad, se da una mayor frecuencia de uso de internet, redes sociales y compartición de archivos.

Esto muestra la gran penetración que está ganando internet entre los niños y adolescentes (asciende a un 98,3% entre los jóvenes de entre 16 y 24 años según datos del INE de 2014, aunque esa franja de edad se salga del *target* al que va dirigido este proyecto). Además, también permite constatar que los padres se interesan por las actividades que sus hijos realizan en internet y llevan un cierto control sobre el tiempo que les dedican o el uso que hacen de este medio, aunque varíen las restricciones.

En ese sentido, según el estudio los progenitores creen que tanto ellos como sus hijos e hijas, en mayor o menor medida, son capaces de afrontar las diferentes contingencias que puedan encontrar en internet.

Por otra parte, los problemas que más preocupan a los padres son que sus hijos sufran repercusiones negativas: que sean contactados por extraños, víctimas de delitos o de acoso por parte de otros niños... Sin embargo, la situación que los encuestados marcaron como menos preocupante es que sus hijos cometan delitos; es decir, existe una tendencia a preocuparse más por los comportamientos ajenos que por los propios.

No obstante, el 20,9% de los padres afirma que sus hijos fueron maltratados en internet por otro menor (incluyendo burlas y exclusiones), lo cual pone de manifiesto la importancia de educar a los niños y adolescentes en el respeto, tanto en su vida offline como online, y a mantener interacciones sanas y responsables en internet. Este será uno de los puntos en torno a los que girará **ON & OK**.

En cuanto a la monitorización del uso que hacen los niños de internet, se plantea la línea entre la preocupación y la vulneración de la intimidad. El 61,8% de los adultos encuestados comprueba el historial de navegación de sus hijos y el 37,6%, la composición de los grupos en aplicaciones y servicios de mensajería (como Whatsapp). El 33,1% admite leer los emails y mensajes que reciben los menores y el 19,2%

utiliza algún tipo de software espía que graba su actividad en internet. No todo es control. Las cifras de padres y madres que hablan con sus hijos sobre por qué unas páginas web son buenas o malas, sobre seguridad o sobre cómo comportarse con otras personas en internet son bastante positivas: alrededor del 79%, 69% y 60%, respectivamente.

A pesar de todo, el 88,6% de los encuestados afirma no saber si sus hijos han accedido a páginas donde se incitan comportamientos nocivos como violencia, suicidio, mensajes de odio, trastornos alimenticios o consumo de drogas. Esto plantea una importante cuestión: si se leen los mensajes y se registra la actividad de los niños en internet y aun así no se sabe a qué páginas acceden, ¿cuál es el objetivo de esa intromisión y cómo de eficaz es realmente?

Aproximadamente un tercio de los adultos afirman que sus hijos han visto imágenes con contenido violento o sexual (incluyendo dibujos y ficción en general). Tal vez esa disparidad en cuanto a saber o desconocer qué contenidos ven los niños venga por el propio conocimiento que tengan los padres sobre la existencia de los mismos. Acostumbrados a monitorizar el contenido de entretenimiento que consumen en televisión, por ejemplo, se traslada esa práctica al contenido que ven por internet. Sin embargo, las apologías de la violencia, el odio o los trastornos alimenticios no son habituales y de fácil acceso en los medios tradicionales, por lo que es posible que se subestime su presencia en internet y, en consiguiente, no se compruebe su aparición. Este es, por tanto, otro de los aspectos sobre los que incidirá

ON & OK.

Por lo que respecta a los menores encuestados, el 21% afirma haber visto contenido violento o sobre herirse a uno mismo. Alrededor del 9% ha visto contenido con mensajes de odio, que fomentan la anorexia y la bulimia o sobre consumo de drogas. El 25,7% ha visto algún tipo de contenido que les ha hecho sentir incómodos o disgustados, aunque no se especifica qué causó la molestia. No son cifras alarmantes, ni acceder a esos contenidos implica necesariamente verse negativamente influenciado por ellos, pero es un dato a tener en cuenta a la hora de diseñar este webdoc.

Alrededor de un tercio de los encuestados afirma estar en contacto mediante mensajería instantánea y redes sociales con personas a las que no conoce pero que son familiares o amigos de otras personas a las que sí conoce. En cuanto al contacto online con personas totalmente desconocidas, las cifras son de un 8,3% para las apps de mensajería, un 9,9% en chats y un 13% para las redes sociales. Esta cifra es mayor en el caso de los juegos en línea, ascendiendo hasta un 25%.

El *ciberbullying*, definido como “una agresión intencional y repetida utilizando cualquier tipo de aparato tecnológico” (Garmendia, Jiménez, Casado, & Mascheroni, 2016) se traduce en un 13% de los menores que afirman haber sido víctimas de comportamientos hirientes o desagradables. La mayoría se dan a través de apps de mensajería (55,9%) y redes sociales (39%), y mediante mensajes enviados personalmente (43,6%) o publicados en internet (21%).

Por último, el 42,3% de los encuestados afirma haber visto imágenes que le resultaron groseras, con más frecuencia por los adolescentes más mayores. Los accesos a ese tipo de imágenes se produjeron en su mayoría a través de pop-ups y páginas de vídeos. Sin embargo, también es destacable que entre los mayores de 14 años, un tercio de ellos vieron estas imágenes en redes sociales.

El informe Net Children Go Mobile realizado entre 2010 y 2015 (Garmendia et al., 2016) amplía la información y pone de relieve que las prácticas de riesgo o nocivas han aumentado en ese periodo. Los menores que afirmaron haber sufrido *bullying* pasaron de un 15% a un 31%; los que contactaron en la vida real con personas que habían conocido por internet subieron de un 9% a un 11%; los que vieron imágenes sexuales, de un 11% a un 52%; y los que enviaron o recibieron mensajes de contenido sexual (práctica conocida como *sexting*) aumentaron de un 9% a un 31%. El uso de las tecnologías está cada vez más normalizado entre los menores, por lo que éstos, nativos digitales, ahondan más en las posibilidades que ofrece internet, tanto beneficiosas como peligrosas.

Como la mayoría de los supuestos, el *sexting* es más habitual entre los adolescentes más mayores: entre los 11 y los 12 años se sitúa en un 19%, un 34% para la franja entre 13 y 14 años y de los 15 a los 16 años, un 42%.

Más allá de los hábitos de uso, hay que considerar las implicaciones de las prácticas habituales en internet. El uso de las redes sociales se incrementa conforme los niños van creciendo, sin que sean plenamente conscientes de las repercusiones que puede tener a medio y largo plazo. Sin los adecuados filtros de privacidad, el contenido y la información que uno sube en las redes sociales puede ser vista y utilizada por cualquier persona sin consentimiento (Fernández, 2015), por no hablar de los permisos concedidos automáticamente al aceptar los Términos de Servicio y las Condiciones Legales, documentos que rara vez se leen con detenimiento. Así, el dueño del contenido pierde el control sobre él, su uso y su difusión. La realidad es que no existe una regulación legal específica en cuanto a menores y redes sociales (Fernández, 2015), por lo que al desconocimiento o descuido personal se le suma la falta de amparo legal suficiente. Es importante que los padres conozcan esta realidad para poder educar a sus hijos en consecuencia.

En el caso del *sexting*, las implicaciones legales pueden ser mucho más graves. Si bien esta práctica se limita a imágenes tomadas por uno mismo, al tratarse de menores de edad, se enmarca dentro de la pornografía infantil (Contreras, Cabrera, & Martínez, 2016). En internet, ya sea mediante redes sociales, chats o aplicaciones de mensajería, no siempre es posible estar seguro de la identidad de nuestro interlocutor, de modo que eso añade otro factor de riesgo al *sexting* (además de la imposibilidad de controlar lo que hace la otra persona con las fotografías o vídeos enviados).

Ese otro factor es el grooming, es decir, el conjunto de prácticas que realizan algunos adultos para ganarse la confianza de los menores, mediante el engatusamiento, el engaño o utilizando perfiles falsos, con el fin de obtener algún tipo de satisfacción sexual, incluso imágenes de menor desnudo o realizando alguna práctica sexual ('Internet Grooming | Contra el grooming sexual de menores en Internet').

Todos estos casos son claros ejemplos de las carencias que existen a la hora de enfrentarse a internet, tanto desde el punto de vista del uso cotidiano como desde el prisma de la educación en el empleo seguro y correcto de este medio. Por tanto, son los aspectos en los que incidirá **ON & OK**, adecuando los enfoques pertinentes a los tres públicos a los que va dirigido.

2. El proyecto



2. El proyecto

2.1. Sinopsis

ON & OK es un proyecto educativo interactivo sobre seguridad y responsabilidad en internet. Está dirigido a niñas y niños entre 12 y 14 años (1º y 2º de ESO) por una parte; al profesorado, madres y padres, por otra. Pretende ser una herramienta de concienciación sobre el uso responsable de internet y proporcionar información y recursos a los educadores y progenitores para que puedan estar al día de la realidad en internet y tratar estos temas con los menores.

Para ello se realizará un webdoc con contenidos orientados a los tres segmentos del target: alumnado, profesorado y madres y padres. Se utilizará una gran variedad de recursos: vídeos cortos, viñetas, artículos, encuestas, infografías y una sección de preguntas frecuentes (FAQ). En ellos se combinarán testimonios personales, consejos de profesionales de diversas áreas (informática, redes sociales, psicología, etcétera) y recreaciones, con el fin de ofrecer una visión global sobre todos los temas tratados.

Si bien el webdoc como herramienta didáctica está planteado para introducirse en los cursos de 1º y 2º de Educación Secundaria, la web será accesible para el público general y, por tanto, apta para adolescentes de todas las edades y cualquier madre, padre o educador

interesado en la materia. El acceso libre se promocionará en eventos especiales, como el PIN o la Euskal Encounter, a través de *stands* y actividades complementarias.

2.2. Target

ON & OK se dirige a tres públicos específicos: adolescentes, sus padres y sus profesores. Como proyecto educativo y de cara a enmarcarse dentro del currículum escolar, se situará en los dos primeros cursos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), es decir, cuando los menores tienen entre 12 y 14 años. Por tanto, se implicará también de forma directa a sus padres y educadores. Por un lado, para facilitar la incorporación de este recurso en las aulas; por otro, para fomentar la comunicación bidireccional entre los menores y sus padres y profesores en torno al uso de internet.

La edad seleccionada es apropiada porque en esa etapa los adolescentes empiezan a explorar en internet con mayor libertad y a basar una parte importante de sus interacciones sociales en redes sociales y aplicaciones de mensajería. Por eso es necesario que conozcan bien el medio al que se enfrentan y que aprendan a utilizarlo de forma segura y responsable cuando se está a tiempo de prevenir riesgos. Al mismo tiempo, son suficientemente maduros como para comprender y reflexionar sobre temas éticamente complejos y para aprender a valorar la repercusión y consecuencias de sus acciones.

Asimismo, el proyecto se basa en un webdoc accesible para el público general y, de hecho, se promocionará en eventos a los que acudirán familias con niños de edades muy diversas. Por ello, se buscará en todo momento que el webdoc sea apropiado para todos los públicos. El área dedicada a los padres será especialmente importante para que conozcan bien los contenidos que aparecen en el webdoc y valoren cómo abordar esos temas con sus hijos, incluso acompañándolos en la exploración de la web si así lo desearan.

Para que **ON & OK** resulte atractivo para los adolescentes y lograr una implicación e inmersión óptimas, es conveniente aplicar el mapa de la empatía a este segmento del target, para así comprender mejor sus preocupaciones y motivaciones y aprovecharlas en favor del proyecto.

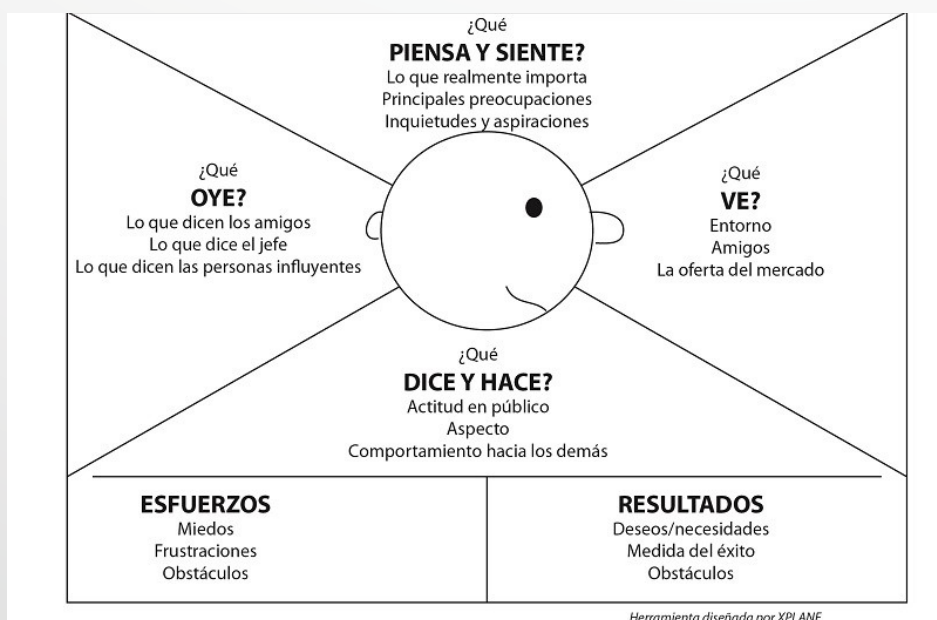


Imagen 2. Fuente: <http://innokabi.com/mapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente/>

Lo que piensa y siente: los adolescentes están en proceso de definir su identidad y de encontrar su lugar en el mundo. Buscan su propia independencia y la integración y la aprobación de su grupo social. En cuanto al uso de las tecnologías e internet, basan una parte importante de su vida social en las aplicaciones de mensajería, redes sociales y juegos online. Al ser nativos digitales y manejar los dispositivos de forma intuitiva, no se paran a reflexionar sobre el uso que hacen de ellos.

Lo que dice y hace: comparten parte de su vida, sus opiniones y sus pasiones en internet, especialmente a través de redes sociales. Además, internet es un punto de conexión con sus iguales, a través del cual encuentran y comparten aficiones y gustos comunes. Es habitual el consumo colectivo de contenidos, por ejemplo, el visionado de vídeos en YouTube como parte del tiempo de ocio.

Lo que ve: su entorno lo componen su familia, sus amigos, sus compañeros de clase y sus profesores. Además, se añaden los medios como la televisión, el cine y especialmente internet, y cada vez más dispositivos como el móvil, la tablet y el ordenador.

Lo que oye: al entrar en la adolescencia los padres y profesores empiezan a perder influencia, para ganarla las personas de su misma generación (amigos, compañeros de clase, pareja). También sus ídolos (cantantes, actores, etc.) ocupan un lugar importante en su vida.

2.3. Temáticas y objetivos

Atendiendo a las necesidades detectadas y explicadas en el apartado 1.3. *Jóvenes e internet*, **ON & OK** cubrirá diversos temas relacionados, por una parte, con las amenazas externas que se pueden encontrar en internet y, por otra, con las actitudes personales que tenemos como internautas y que pueden influir en los demás usuarios y en nuestra vida offline.

De este modo, en los apartados relativos a las amenazas externas se ofrecerán recursos y ejemplos prácticos que ayuden a los usuarios a evitar, prevenir y reaccionar adecuadamente a situaciones desagradables o de riesgo; mientras que en las secciones centradas en las propias actitudes el enfoque será muy humano, basado en las experiencias personales, y buscará concienciar sobre las consecuencias a corto y largo plazo de las acciones en la red y de lo que cada persona puede hacer para mejorar su experiencia y la de los demás internautas.

AMENAZAS EXTERNAS

1

Acceso a contenidos inapropiados

Ilegales: incitación a la violencia, pro trastornos alimenticios...
Legales: contenido orientado a mayores de edad.

2

Seguridad y privacidad en RRSS y apps de mensajería

Permisos y condiciones de servicio, cookies, ajustes de privacidad, tratamiento de datos personales...

3

Cómo prevenir y enfrentarse a situaciones conflictivas

Acoso, cyberbullying, grooming, sexting.

4

Identificar y evitar riesgos

Estafas, suplantación de identidad, malware...

ACTITUDES PERSONALES

1

Cuando el problema es uno mismo

Sensibilización sobre la propia actitud en situaciones conflictivas (acoso, cyberbullying, sexting).

2

Inteligencia emocional en internet

Cómo enfrentarse a la crítica y a las opiniones contrarias.

3

Los trolls

No alimentarlos: ignorar y bloquear.

4

Identidad digital

Construcción de la identidad digital a medio y largo plazo.
Anonimato como escudo y personalidad en internet.

Imagen 3. Fuente: elaboración propia.

Amenazas externas

- Acceso a contenidos inapropiados

En internet se puede acceder libremente a muchos contenidos que pueden ser inapropiados para los menores. Algunos de ellos son legales, como aquéllos destinados a usuarios mayores de edad (que incluyen violencia, sexo, lenguaje vulgar, pornografía...), pero no existe un control ni una regulación sobre este tipo de contenidos, como ocurre en otros medios como el cine, la televisión o los videojuegos.

Otros contenidos son ilegales, pero de difícil seguimiento dada la naturaleza de internet, y los menores podrían encontrarse con ellos. Es el caso de los que incitan a la violencia, al odio o a diferentes tipos de discriminación, o que promueven trastornos alimenticios. Los adolescentes se encuentran en una etapa en la que están construyendo su propia identidad y la necesidad de autoafirmación y de pertenencia a un grupo (Tesouro, Palomanes, Bonachera, & Fernández, 2013) pueden volverles más influenciables ante este tipo de contenidos.

Por un lado, es importante que los padres tengan constancia de la existencia de estos materiales y su fácil acceso y, por otro, que tanto los padres como los educadores sepan cómo dialogar con los menores sobre esos temas. También conviene aconsejar a los adolescentes sobre cómo identificar posibles peligros y qué hacer al encontrarse contenidos desagradables en internet.

- Seguridad y privacidad, con énfasis en RRSS y aplicaciones de mensajería

Este apartado tratará sobre la información que los usuarios comparten en internet y cómo proteger la propia privacidad, especialmente en redes sociales y aplicaciones de mensajería, ya que son los medios en los que los adolescentes comparten más imágenes y datos. Hay información que se otorga de forma automática mediante cookies, permisos y condiciones de servicio de las webs y aplicaciones. Conviene ser conscientes del tratamiento que las compañías dan a los datos personales y la información compartida a través de las webs o aplicaciones para poder utilizarlas de forma segura.

Además, a veces los menores no tienen en cuenta los riesgos de compartir o publicar información e imágenes de carácter sensible. La comunicación, especialmente con sus padres, es esencial para que sean capaces de valorar qué contenidos pueden compartir y con quién. A ese respecto, en el webdoc también se ofrecerán consejos sobre cómo establecer los controles de privacidad y gestionar los contactos en las redes sociales y las aplicaciones de mensajería.

- Cómo prevenir y enfrentarse a situaciones conflictivas

Las interacciones sociales en internet pueden resultar problemáticas por diversas razones: en algunos casos por la falta de la información obtenida gracias a la comunicación no verbal, lo que puede dar lugar a malentendidos; en otros, los menores se pueden sentir aislados y sin ayuda en una situación ante la que no saben reaccionar.

Algunas interacciones pueden tener su origen en la vida real, como el acoso o el *sexting*, y otras se originan en internet. Aun así, los problemas raramente se quedan en la red (pueden tener consecuencias graves en la vida real) y hay que enseñar a los adolescentes a enfrentarse a estas situaciones tanto *online* como *offline*. Es especialmente peligrosa la práctica del *grooming*, ya que los menores se pueden sentir presionados o coaccionados. En cualquier caso, es fundamental que se protejan ante esas situaciones y sepan que pueden denunciarlas y apoyarse en sus padres y profesores.

- Identificar y evitar riesgos

Otros de los peligros que se encuentran en la red pueden vulnerar seriamente la seguridad de los usuarios. Es el caso de las estafas, la suplantación de identidad (*phishing*), el *malware* y el *hackeo*. Mediante diversas técnicas, otros usuarios pueden robar nuestro dinero o nuestros datos personales, o incluso lograr acceso a nuestro dispositivo y todos los archivos que se encuentren en él.

Se ofrecerán consejos prácticos para identificar los peligros, como fijarse bien en los dominios desde los que se reciben mensajes sospechosos o tener cuidado con las redes wifi públicas, así como los mecanismos disponibles para protegerse de ellos y denunciarlos si se diera el caso. Para ello se contará con el asesoramiento de profesionales de la informática y seguridad en la red.

Actitudes personales

- Cuando el problema es uno mismo

Bien es sabido que en algunas de las situaciones conflictivas mencionadas anteriormente ambas partes son menores. De modo que en este caso el énfasis se pondrá en la sensibilización sobre la actitud propia en las interacciones en internet. Dentro de la educación de los adolescentes es fundamental tratar las consecuencias que las propias acciones tienen sobre los demás, incluso cuando parece que se trata de una simple diversión en internet. Para ello el método más efectivo es conocer de primera mano las consecuencias del *ciberbullying* o el *sexting*, mediante el testimonio personal de las víctimas.

- Inteligencia emocional en internet

Los adolescentes están aprendiendo a desarrollar su inteligencia emocional en general, pero en internet puede haber más complicaciones por las características propias del medio. Por una parte, los nativos digitales se han visto inmersos en un medio que, en general, sus padres y profesores conocen peor que ellos y, por tanto, no siempre pueden prepararles para desenvolverse bien. Por otra, la interconexión con personas de diversas culturas y la comunicación masificada añade complejidad a las interacciones en internet.

Con el fin de ayudar a moverse por este terreno complejo se ofrecerán consejos para enfrentarse a la crítica y a las opiniones contrarias manteniendo una actitud asertiva y calmada, teniendo en cuenta la opinión de profesionales de la psicología y la educación. De este modo se complementarán las enseñanzas que adquieren los menores en torno a la inteligencia emocional en casa, en los centros educativos y a través de la experiencia.

- Los *trolls* en internet

Hay personas a las que les divierte molestar o que simplemente quieren ver el mundo arder. Lo peor que se puede hacer es entrar en su juego, ya que estos *trolls* no buscan razonar ni mantener una discusión civilizada, simplemente quieren divertirse a costa de otros. Cuanto más se les responde, más munición se les proporciona. La clave está en ignorarles e incluso bloquearles y denunciar los comentarios en caso de que resulten insultantes o incumplan la normativa de la web.

De ese modo no nos causarán ningún disgusto y no lograrán su objetivo.

- Identidad digital

Todos los contenidos que las personas publican en internet van conformando su identidad digital: quiénes son, cómo se muestran, cómo les conocen los demás internautas y las impresiones que causan sobre ellos. Además, también influyen las opiniones que se publican sobre ellos y las personas con las que se relacionan (Pérez Subías, 2012). Los adolescentes no suelen tener en cuenta las consecuencias a medio y largo plazo de sus acciones en internet y cómo éstas pueden contribuir a su identidad digital. Los consejos de profesionales como *community managers*, cuyo trabajo implica gestionar la identidad digital de las empresas o marcas para las que trabajan, serán muy útiles para ayudar a los menores a construir sus identidades digitales de la mejor manera posible.

Por otra parte, también se pretende subrayar que la forma en la que uno se comporta en internet se debería corresponder con su forma de ser en la vida real. El anonimato que ofrece internet no es excusa para mostrar actitudes y comportamientos que no se llevarían a cabo fuera de ese medio.

2.4. Referencias

2.4.1. Referencias temáticas

Con el fin de que la labor de diseño sea rigurosa y que este proyecto suponga una innovación relevante y útil, es pertinente repasar el estado de la cuestión y comparar qué iniciativas didácticas existen en el ámbito de la seguridad en internet.

Klik eta Klik es una propuesta que, de mano de la empresa Digital Vasca, trabaja para la promoción de valores universales como la formación, la constancia o el trabajo en equipo, a través de la competición entre alumnos de varios centros educativos guipuzcoanos ('Klik eta Klik', n.d.). Por una parte, y de forma indirecta, los valores que promocionan son necesarios también en el uso cotidiano y las interacciones a través de internet. Por otra parte, una de las pruebas consiste en buscar información en internet, por lo que se fomenta la educación en la utilización práctica de las nuevas tecnologías. Asimismo, los premios ofrecidos están constituidos por dispositivos electrónicos. **ON & OK** se diferencia de este proyecto en la especificidad de los contenidos, la disponibilidad de todos los recursos en la red y el enfoque informativo más que competitivo.

ESTÁS AL LORO? **TOMA Y DÁGA** **EN BUSCA DEL TESORO** **39 GIMNASIA DE CIFRAS Y LETRAS** **ENIGMA EMPRENDE**

> Euskara
> ¿Qué es KLIK eta KLIK?

Entrega de premios de la 9ª edición de KEK

Leer artículo > Ver fotos >

PARTICIPANTES:

Hondarribia
Donostia
Irun
Errenteria
Hernani
Umieta
Elgoibar
Andoain
Azpeitia
Villabona
Ordizia
Oñati

Conoce los colegios participantes de cada localidad >>
Conoce los participantes de cada colegio >>

CLASIFICACION	TOTAL
Umietako Sakelar Eskola (Umieta)	1539
San Jose Sakelara (Hondarribia)	1506
San Juan Sakelara (Donostia)	1499
Alta Larramendi Sakelara (Andoain)	1494
Egabe Sakelara (Umieta)	1427
Bidebatako Institutua (Donostia)	1329

>> Clasificación pueblos >> Clasificación completa >>

PASATIEMPOS
Aquí tienes unos cuantos juegos y sorpresas halladas en internet para que pases aburras

Imagen 4. Fuente: kliketaklik.com

Pantallas amigas es una iniciativa impulsada por la organización EDEX para fomentar el uso seguro y saludable de las nuevas tecnologías, así como la creación de una ciberciudadanía responsable ('Pantallas Amigas', n.d.). Se ocupan de diversas actividades, como la creación de recursos didácticos y artículos, la organización de eventos o la elaboración de estudios y encuestas. Sin embargo, aunque puedan parecer proyectos similares, existen grandes diferencias entre *Pantallas amigas* y **ON & OK**. El primero elabora recursos aislados, unidades didácticas o juegos online referentes cada uno a un único tema. Es una organización que ofrece servicios variados a diversas instituciones y entidades. El segundo es un único elemento didáctico que reúne todos los temas y recursos dentro de una misma web, fácil de navegar y acce-

sible directamente por los menores de modo que ellos mismos puedan decidir sobre los contenidos que quieren visitar.

PantallasAmigas desde 2004 **Por una Ciudadanía Digital Responsable**

Internet Smartphones Videogames

Dossier Mediateca Contacto/Prensa Blog EN PT

12 años **PantallasAmigas** 2004 - 2016

DOCE AÑOS POR LA CIUDADANÍA DIGITAL, LOS DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA ONLINE

PantallasAmigas cumple 12 años de trabajo caracterizados por la constante innovación, la calidad y variedad de sus propuestas, el reconocimiento de los agentes (instituciones, industria, docentes, padres y madres, niños, niñas y adolescentes) y una clara vocación global sustentada por unas sólidas bases metodológicas y el diario contacto directo con la realidad.

1 Presentación

Portada-Inicio
Proyectos, ¿qué hacemos?
Confían en PantallasAmigas
Habilidades para la Vida
Comunicación Educativa
Recursos educativos
Sensibilización v

PantallasAmigas es una iniciativa que tiene como misión la promoción del uso seguro y saludable de las nuevas tecnologías y el fomento de la ciudadanía digital responsable en la infancia y la adolescencia.

- Seguro, evitando riesgos o reduciendo sus consecuencias
- Saludable, buscando el pleno bienestar físico, mental y social, individual y colectivo.
- Ciberciudadanía, desarrollando competencias ciudadanas plenas, valores y habilidades.

Servicios

Formación y Consultoría
Centro Ayuda Internet CAI / Help Lines
Sensibilización y Comunicación
YouTube Educativo

Recursos Educativos / Material Didáctico

- Pensar antes de sextear**: Campaña "Pensar antes de sextear"
- 14 Razones para NO realizar SEXTING**: Campaña "Pensar antes de sextear"
- Redes Sociales Seguras**: Multimedia educativa para el uso sin riesgos de las Redes Sociales
- Uso Seguro y Saludable de Internet**: Guía para docentes y educadores
- PILAR y su CELULAR**: Programa educativo para el uso saludable smartphones
- Guía Violencia Sexual en Internet**: Guía para la prevención de la violencia digital sexual de género
- Amy...is, una historia de sextorsión**: Multimedia educativa para la prevención de la sextorsión y la violencia digital de género
- Guía Ciberviolencia de Género**: Ciberviolencia de género y sexual en la adolescencia. Guía de apoyo para profesionales
- SmartPRIVIAL**: App SmartPRIVIAL. Trivial para el manejo inteligente de la privacidad
- Protocolo escolar Cyberbullying**: Protocolo EMICI de actuación escolar ante el Cyberbullying
- Peter y Twitter**: Proyecto para educación para la convivencia y la ciudadanía digital
- cuida tu IMAGEN on line**: CuidaTuImagenOnline. ¡Piensa antes de publicar!
- ¡cuidado con la Webcam!**: Cuidado con la Webcam. Uso sin riesgos de la cámara web

Imágenes 5 y 6. Fuente: <http://www.pantallasamigas.net/>

EducaLIKE, el Observatorio para la Promoción del Uso Saludable de la Tecnología, es una entidad de naturaleza privada compuesta por profesionales de diversos ámbitos, como la educación, el derecho o la informática ('EducaLIKE', n.d.). Además de ofrecer formación para profesores, pediatras, trabajadores sociales y empresas, elaboran material didáctico y llevan a cabo labores de investigación sobre el uso de las TIC. Si bien **ON & OK** comparte ciertos objetivos y enfoques con esta iniciativa, la metodología de *EducaLIKE* se basa en libros de texto, guías impresas y formación presencial. En ese sentido, **ON & OK** propone una mayor innovación en los métodos de enseñanza y fomenta un uso seguro y responsable de internet desde el propio medio. Por ello, resulta mucho más dinámico y atractivo para los usuarios.

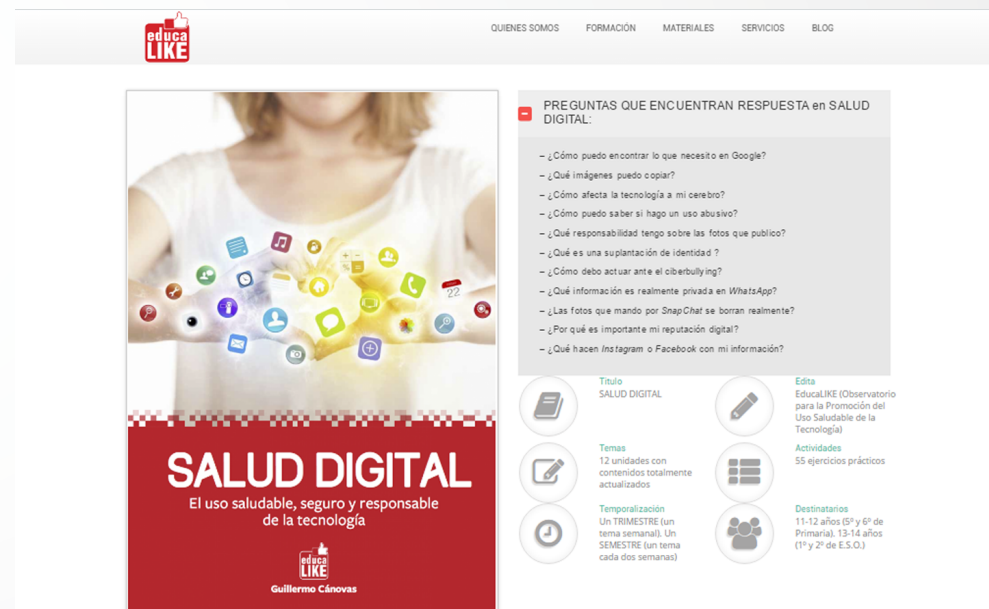


Imagen 8. Fuente: educalike.es



Imagen 7. Fuente: educalike.es

2.4.2. Referencias narrativas

El primer contrato es una iniciativa de Euskaltel cuyo objetivo es guiar a los padres y madres en el proceso de comprar a sus hijas e hijos su primer teléfono móvil. Con un enfoque positivo, humano y basado en la experiencia, se ofrecen recursos como artículos de opinión, consejos y recomendaciones sobre el uso seguro y eficiente de los smartphones. Los aspectos clave que se toman como referencia son el enfoque y el tratamiento que se le da a la información.



Imágenes 9 y 10. Fuente: <http://elprimercontrato.eus/>

Seven Digital Deadly Sins es un webdoc que relaciona las actividades llevadas a cabo en el mundo digital con los pecados capitales. Está centrado en las experiencias cotidianas, por lo que invita a reflexionar sobre los hábitos de los internautas. Utiliza encuestas breves en las que pide al usuario, primero, que absuelva o condene una situación y, después, que conteste si la suele llevar a cabo o no. De este modo incorpora las opiniones y hábitos de las personas usuarias y mantiene los datos actualizados. De esta referencia se tomará la organización de contenidos por temáticas comunes (aunque sin la alusión a los pecados), los testimonios personales y el recurso de las encuestas.

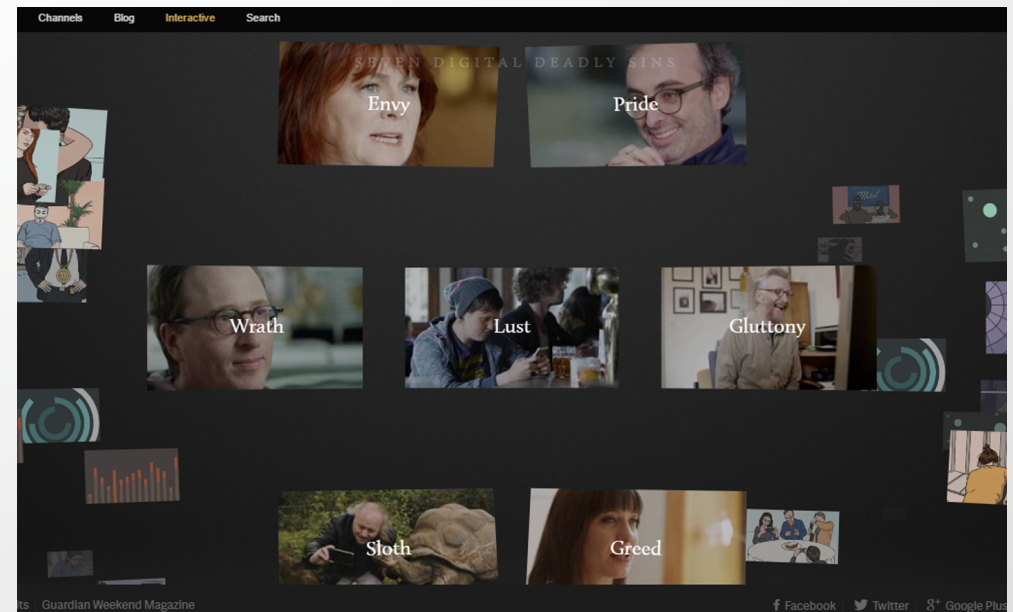
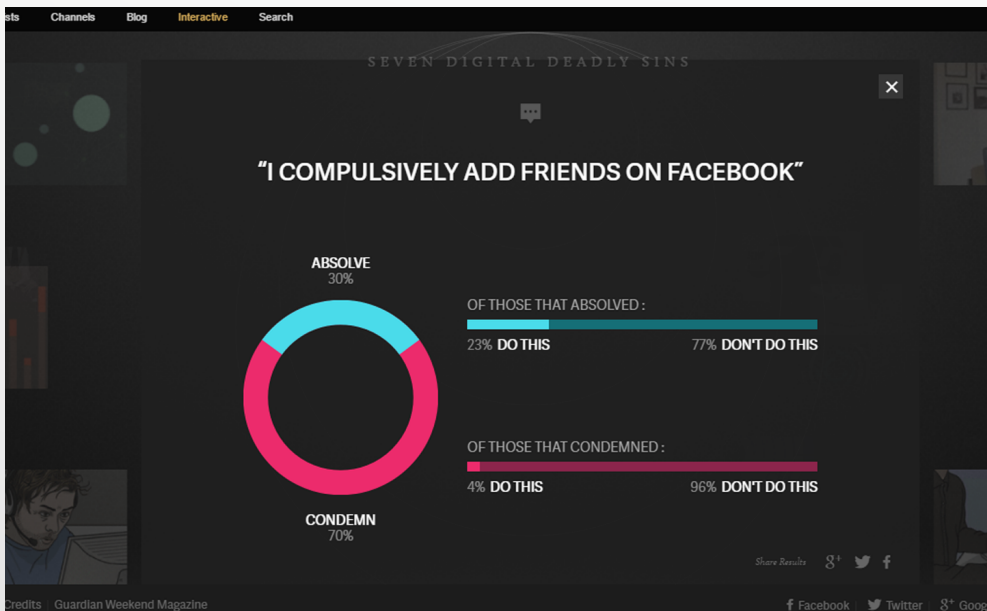
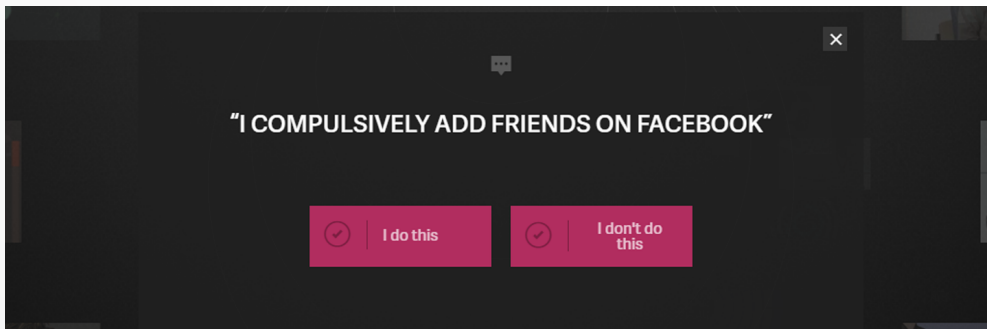
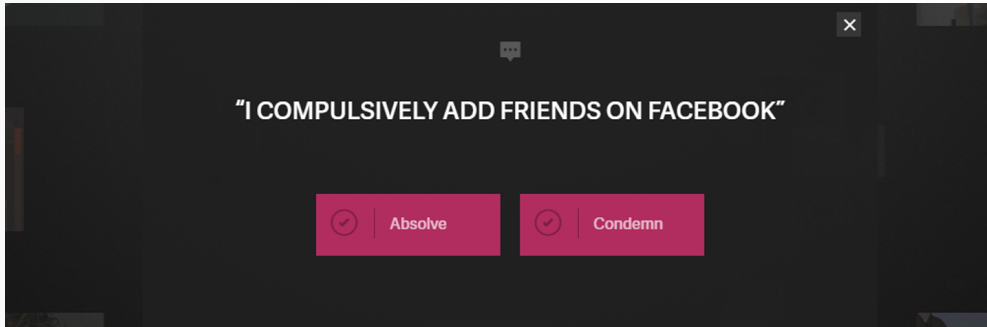


Imagen 11. Fuente: <http://sins.nfb.ca/>



Imágenes 12, 13 y 14. Fuente: <http://sins.nfb.ca/>

Soy el número 16 (Luis Cardona, 2015) es un cortometraje documental que narra la experiencia del propio autor, periodista mexicano, al ser secuestrado. Se trata de un cortometraje de animación acompañado del testimonio del protagonista, narrado en voz en off. En ON & OK se empleará este recurso para recoger testimonios personales de adolescentes sobre sus experiencias en internet.



Imagen 15. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=cSkDEL4P-b0>

Tirabirak / Tiras que aflojan es un proyecto transmedia que, a partir de viñetas publicadas en prensa, narra el conflicto vasco desde la transición hasta la época actual. El elemento que se toma como referente es la incorporación de un texto introductorio que resume los contenidos de cada sección.

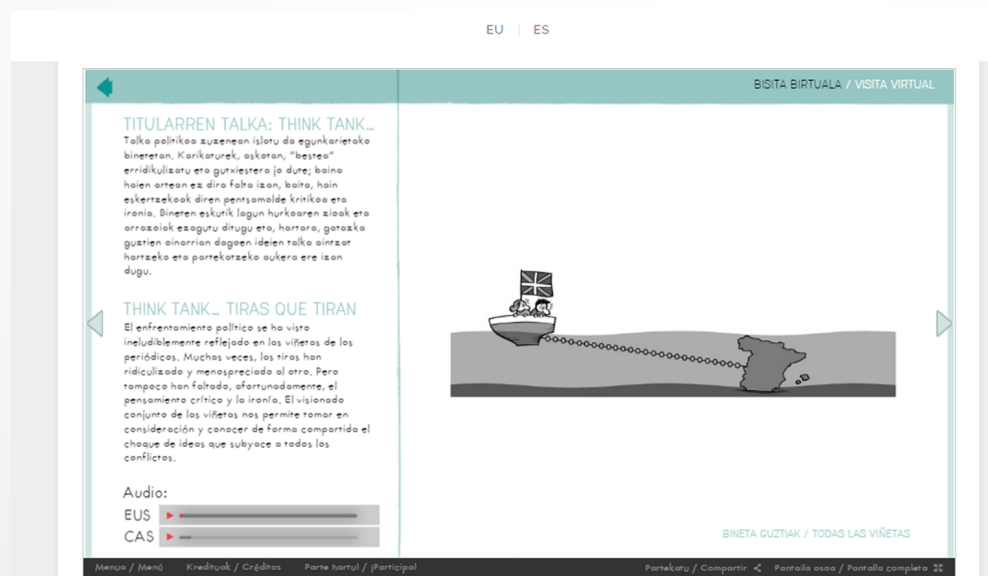


Imagen 16. Fuente: http://www.tirabirak.eus/es/webdoc-es/#Bisita_birtuala_Visita_virtual

Universe Within es un documental interactivo englobado dentro del proyecto Highrise. Al comenzar a navegar por el documental, se pide al usuario que seleccione un guía, quien lo acompañará durante la exploración de los diferentes contenidos. En ON & OK se seguirá ese modelo para filtrar los tres segmentos del target. No se establecerán guías durante el documental, pero se dará la opción de identificarse con un público específico: alumnado, profesorado o padres y madres.

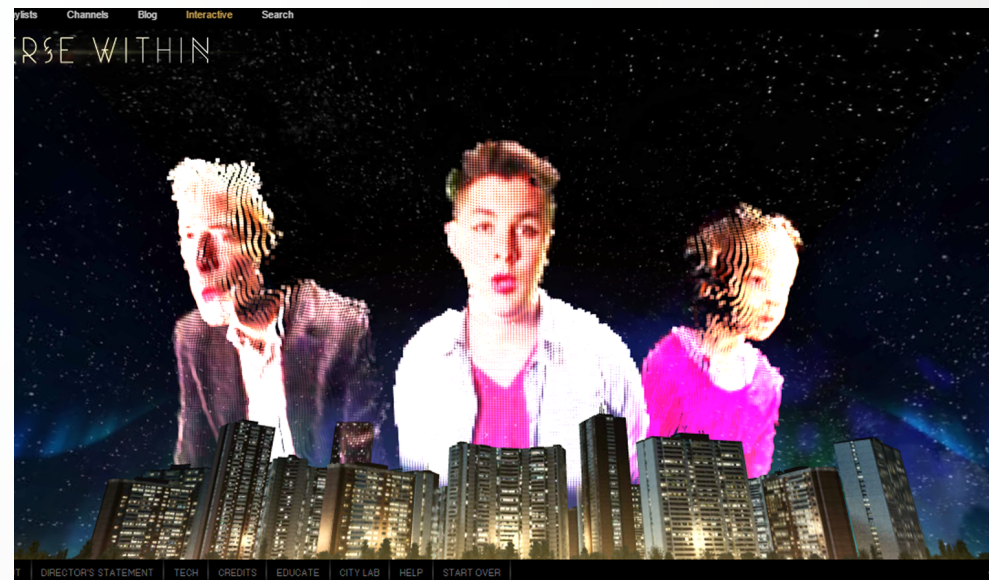


Imagen 17. Fuente: <http://universewithin.nfb.ca/desktop.html>

2.4.3. Referencias estéticas

A continuación se muestran diversos trabajos de animación que sirven como referencia para realizar los vídeos que se incluirán en el documental interactivo. Algunos son vídeo infografías y otros son cortometrajes tanto de ficción como de no ficción. Los aspectos a tener en cuenta, si bien no todos ellos se encuentran en todas las piezas, son: la sencillez de los dibujos; los fondos inanimados; los bordes gruesos, siguiendo el estilo típico de los cómics; el minimalismo; los colores vivos; y las recreaciones de pantallas y páginas web.

By alle skone dinge (To all things beautiful), Naomi van Niekerk (2015)



Imagen 18. Fuente: <https://vimeo.com/130479337>

¿Dónde está la diferencia?, Colombia Diversa (2011)



Imagen 20. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=NDNCQJHcH1E>

Catherine, Britt Raes (2016)

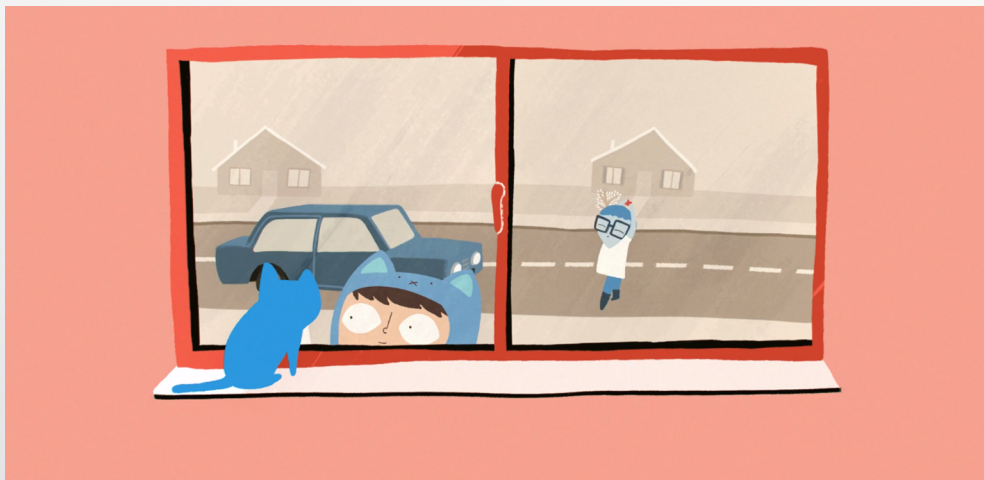


Imagen 19. Fuente: <https://vimeo.com/169825442>

Infografía animada: Vídeo online 2015, Operary (2014)

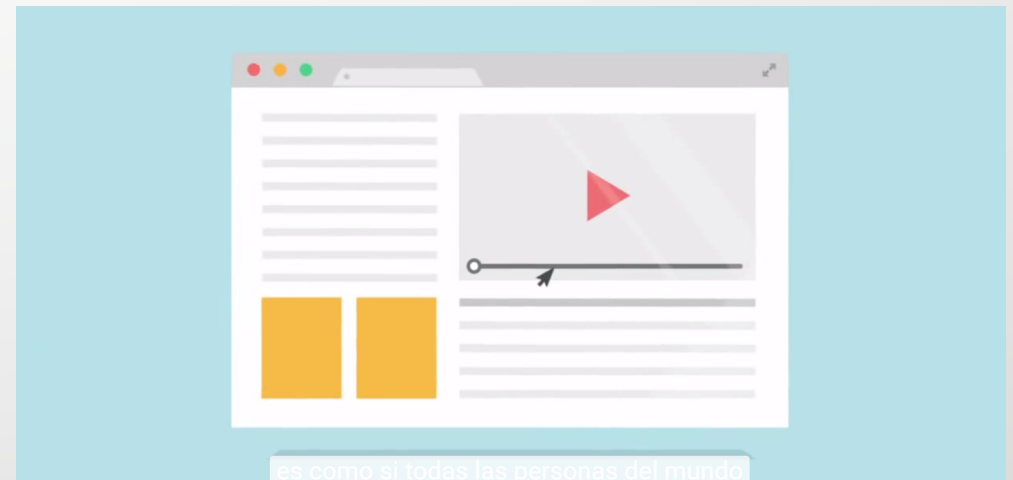


Imagen 21. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=ax3pbZnWibg>

Mentes invisibles, Sergio Juarros (2014)



Imagen 22. Fuente: <http://sergiojuarros.com/trailer/mentes-invisibles/>

Soledad, Leonardo Campasso (2006)



Imagen 24. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=c3Q4j7nBtJ0>

Outsider, Mohit Bhasin y Aditya Tawde (2016)



Imagen 23. Fuente: <https://vimeo.com/184319992>

Tirabirak - vídeo introducción, grupo EMAN (2016)

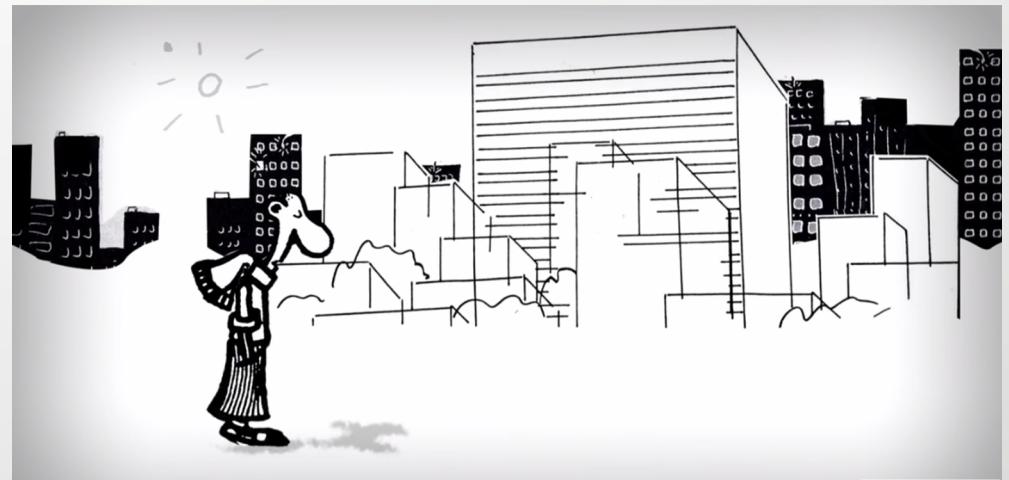


Imagen 25. Fuente: <http://www.tirabirak.eus/es/webdoc-es/#Intro>



Imagen 26. Fuente: <https://vimeo.com/70459669>

2.5. Metodología

En este apartado se definirán el planteamiento del proyecto y el tratamiento que se le va a dar al contenido, teniendo en cuenta los objetivos planteados y el público al que va dirigido. En cuanto al enfoque general, destacan dos máximas: no sembrar el pánico y no culpabilizar a las víctimas. Al hablar de riesgos y peligros es fácil caer en el alarmismo, pero eso no sirve de ayuda. Por eso es importante centrarse en ofrecer recursos y soluciones prácticas. Además, hay que recalcar que al utilizar internet hay que ser responsable y precavido, pero la culpa en situaciones de acoso, estafas, etcétera, recae sobre el agresor o delincuente.

En cuanto al primer segmento del target, los adolescentes, se pondrá especial énfasis sobre las consecuencias a medio y largo plazo, que a veces no se suelen tener en cuenta en esa etapa, para luchar contra la falsa sensación de invulnerabilidad propia de la adolescencia. Por otra parte, para lograr que el proyecto resulte atractivo para este público se incorporarán los puntos de vista de menores de esas edades. De este modo, la identificación con los personajes será mayor y las vivencias y problemas expuestos les resultarán más cercanos. Para proteger la identidad de los menores participantes, sus testimonios se incluirán junto con animaciones, de forma que tan sólo se muestre su voz. Las animaciones serán sencillas, para no desviar la atención de la historia, y tendrán una estética tipo cómic.

En aras de mantener la coherencia visual y de hacer más llamativo el contenido, todos los vídeos incorporados en el webdoc se realizarán mediante animación basada en grafismos en movimiento (motion graphics). Los consejos de los expertos se acompañarán con vídeo infografías o recreaciones elaboradas con esta técnica.

En lo referente al segundo segmento, las madres y padres, se promoverá y resaltará la importancia de la comunicación con los hijos. El control y la invasión de la privacidad pueden parecer un arreglo fácil, pero no son más que un parche que no sólo no soluciona nada, sino que puede provocar más problemas como la desconfianza de los hijos. Por supuesto, cada progenitor valorará lo que es más adecuado para su familia, pero el enfoque de ON & OK será fomentar la comunicación y no la vigilancia.

Para adecuar el webdoc a las aulas y convertir el proyecto en una herramienta didáctica práctica y completa, irá acompañado de una guía docente. La clave para que sea efectivo es implantar un plan de transversalidad y actividades que complementen la exploración del webdoc, como debates, juegos o proyectos a realizar por parte de los alumnos. Es importante que el tema del uso responsable de internet se trate en más de una asignatura para que no se vea como algo anecdótico, sino como una cuestión importante también fuera del ámbito escolar. Así, se podrán realizar diferentes actividades en las clases de informática, ética o ciudadanía, e incluso en idiomas como euskera o inglés.

Con el fin de que la oferta de información y recursos sea útil, variada y lo más exhaustiva posible, se recurrirá a profesionales de diversos ámbitos: profesores, psicólogos, informáticos, policías, especialistas en redes sociales... Sus consejos se acompañarán de animaciones, recreaciones, infografías, artículos y viñetas. Asimismo, para facilitar la resolución de dudas y la búsqueda de recursos, se incluirá en cada apartado una sección cerrada de preguntas frecuentes. En ella se dará respuesta a ciertas cuestiones preseleccionadas que resuman los contenidos de la sección y que sean especialmente relevantes por su utilidad práctica.

Para lograr todos los objetivos propuestos, se requerirán colaboraciones con diversas instituciones y asociaciones. Primero, con Berritzegunes, que se ocupan de la innovación y mejora de la educación

(‘Servicios de apoyo. Berritzegunes’, 2004), para elaborar la mencionada guía docente. Segundo, con asociaciones de internautas y contra el ciberbullying, para lograr puntos de vista profesionales y testimonios de experiencias personales que incorporar al proyecto. Merecen una mención especial las iniciativas Pantallas amigas y Educalike, compuestas por profesionales que elaboran recursos didácticos específicos para el uso seguro y saludable de las TIC, y cuyas aportaciones y colaboraciones en los contenidos del webdoc serían de gran valor.

Y tercero, con la fundación Euskaltel Konekta; para obtener financiación, como se explicará en el apartado dedicado a tal fin; y para acceder a espacios desde los que dar una mayor difusión al proyecto, como el Parque Infantil de Navidad (PIN), donde Euskaltel suele disponer de un stand, o los eventos Euskal, Araba y Gipuzkoa Encounter, patrocinados por la fundación.

2.6. Universo transmedia

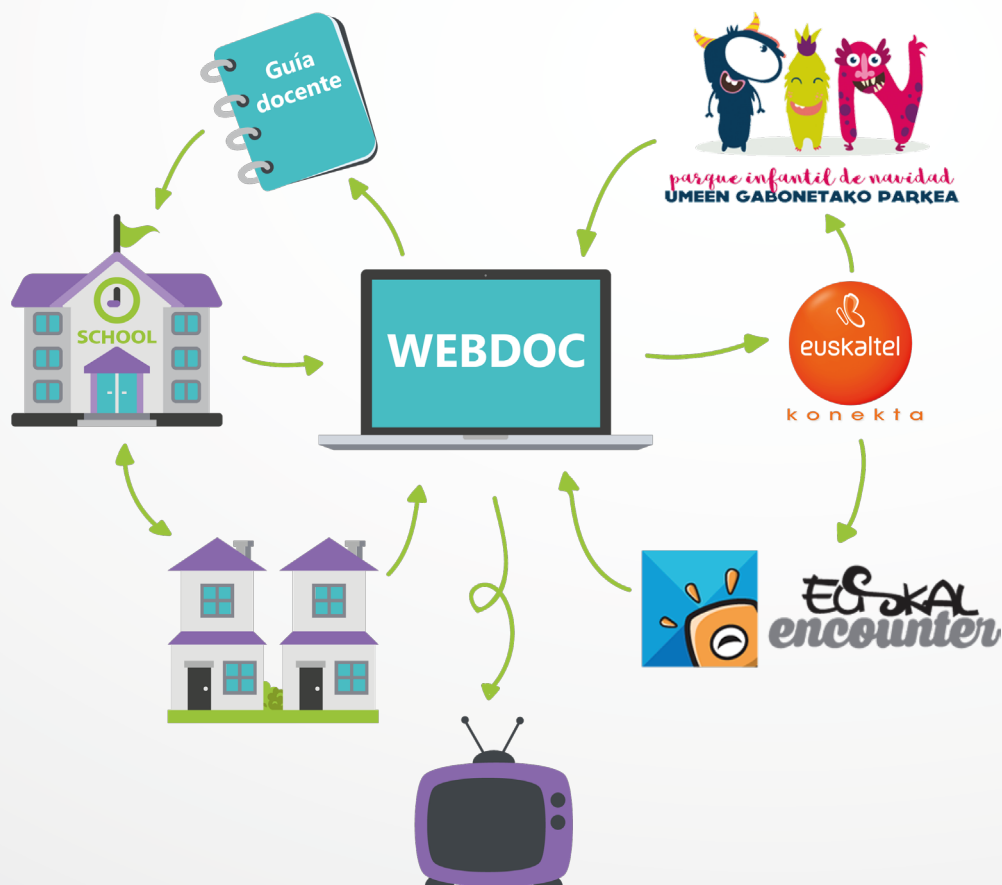


Imagen 27. Fuentes: recursos de emojione.com y elaboración propia. Logos propiedad de las respectivas entidades.

El centro del universo transmedia de este proyecto es el documental interactivo con base en la web. Al ser un proyecto educativo, se plantea como recurso didáctico en los institutos, acompañado de una guía docente que incluya un plan de transversalidad, con el objetivo de que los temas de responsabilidad y seguridad en internet se aborden

en diversas asignaturas. Asimismo, se fomentará la interacción entre los hogares y los centros educativos y especialmente la comunicación entre padres e hijos, que son claves para garantizar la efectividad de toda medida educativa.

El universo se expande con la colaboración de la fundación Euskaltel Konekta. A través de ella se pueden acceder a espacios como el Parque Infantil de Navidad, donde Euskaltel dispone de un stand, y los eventos Euskal, Araba y Gipuzkoa Encounter, patrocinados por la fundación. En estos eventos se promocionará el webdoc y se realizarán actividades complementarias.

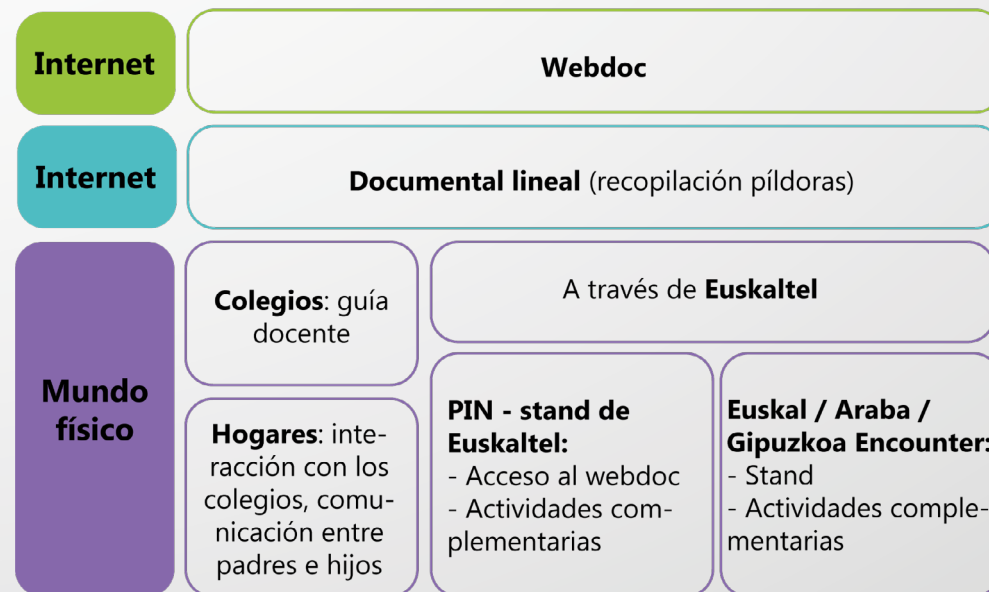


Imagen 28. Fuente: elaboración propia.

2.7. Organización de contenidos en el webdoc

A continuación se detallan todos los recursos que se incluirán en el webdoc y la organización de los mismos dentro de la estructura de la página web, acompañando las explicaciones con imágenes que ilustran cómo resultará el diseño en el proyecto final.

La página principal permitirá seleccionar un segmento del target (alumnado, profesorado o padres y madres), de forma que se filtren los contenidos adecuados para cada uno, así como el idioma en el que se quiere acceder.



Imagen 29. Fuentes: elaboración propia, con ilustraciones de Roberto Cajigas Valladolid.

Habiendo escogido una de las tres opciones, aparecerán los contenidos separados por temáticas (amenazas externas/actitudes personales...). El usuario podrá explorarlos libremente y volver a esta página en cualquier momento para seguir navegando por el webdoc.



Imagen 30. Fuentes: elaboración propia, con ilustración de Roberto Cajigas Valladolid.

En cada área temática se incluirán: un párrafo introductorio; un vídeo corto (píldora) de unos 4 minutos de duración, que tratará bien sobre un testimonio personal o bien sobre consejos proporcionados por un experto en la materia; una breve encuesta, a modo de las que se incluyen en el webdoc de referencia Seven Digital Deadly Sins; una sección de preguntas frecuentes; y material adicional, en función del tema y el público al que va dirigido (viñetas, artículos, infografías...).

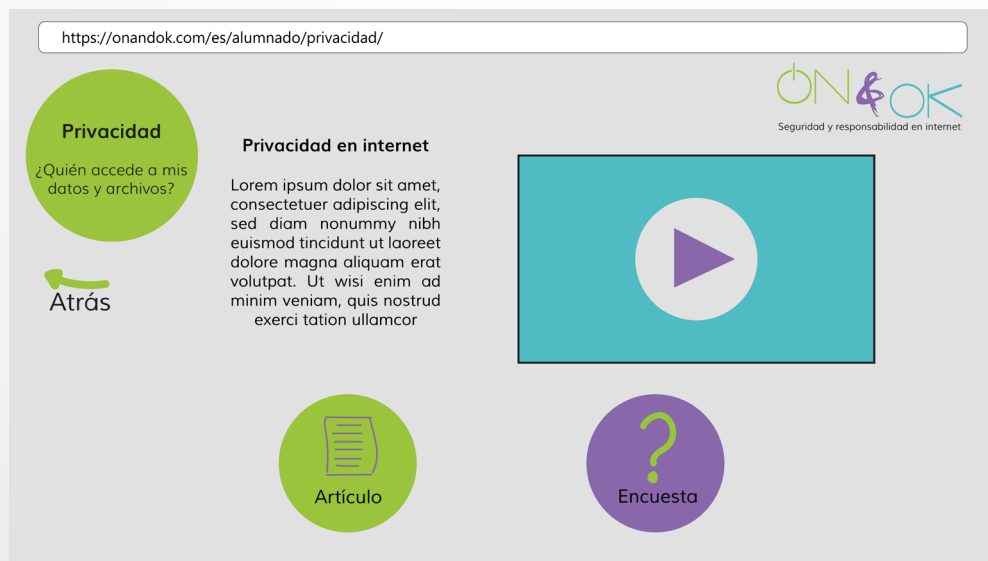


Imagen 31. Fuente: elaboración propia.

2.8. Viabilidad

En el estudio del Ministerio del Interior sobre hábitos de uso y seguridad en internet de menores y jóvenes en España, el 66% de los padres indicó que querría recibir información y consejos sobre uso seguro de internet en los centros educativos. Ciertamente, madres, padres y educadores deben trabajar juntos para establecer y enseñar normas de uso de internet y hábitos respetuosos y responsables en este medio (Bertran, 2015).

En la mencionada encuesta el 88,6% de los menores afirmó recibir consejos sobre el uso de internet por parte de sus padres, y el 68,8%, por parte de sus profesores. Por tanto, los datos apuntan que existe la voluntad de educar en el uso de las TIC. No obstante, en muchos casos los centros se encuentran desbordados o no disponen de las herramientas y formación necesarias para acometer esta tarea. Entre los adultos y las nuevas generaciones de nativos digitales hay una distancia que hay que salvar. **ON & OK** viene a llenar ese hueco, encajando asimismo en el marco de la colaboración entre educadores y familias.

Las iniciativas innovadoras en cuanto a la educación en el uso y repercusión de las nuevas tecnologías también se empiezan a hacer notar, aunque sea de modo más anecdótico que regulado. Un ejemplo reciente es el caso de Esmeralda Reviriego, la profesora de Geografía e Historia que inició el experimento de Nico para enseñar a sus alumnos

la rapidez con la que se propagan las imágenes en internet.



Imagen 32, 'Nico'. Fuente: http://verne.elpais.com/verne/2017/03/01/articulo/1488375981_628648.html

En cuestión de meros días, Nico recorrió España, llegó hasta diversos países de Europa y América e incluso se hizo un hueco en los informativos y la prensa. Es sin duda un referente en cuanto a utilización innovadora de técnicas y recursos, incorporación de tecnología en el aula y transversalidad (recordemos que la profesora enseña Geografía e Historia), pero no deja de ser un hecho aislado.

ON & OK supondría un paso adelante en la regulación de la educación en materia de uso de las TIC, imponiéndose como un recurso didáctico estable y continuado en el tiempo. Ya existen otras iniciativas que trabajan sobre el mismo tema, pero en general difieren tanto en los objetivos como en el enfoque.

En definitiva, aunque existen propuestas que por su temática siguen un camino similar al de **ON & OK**, no suponen una competencia ni una amenaza al proyecto. Al contrario, pueden constituir oportunidades de colaboración o, como mínimo, servir de referentes.

Por otro lado, generalmente las actividades que proponen este tipo de iniciativas son de tipo trivial o concurso, lo que conlleva un avance metodológico al incorporar la ludificación como forma de enseñanza. Sin embargo, el enfoque de **ON & OK** es más completo: además de proponer actividades complementarias, se centra en los aspectos más humanos y personales, necesarios para concienciar sobre las conductas apropiadas en las interacciones llevadas a cabo en internet. Así, el planteamiento de elegir la respuesta correcta se sustituye por mostrar una variedad de actitudes y sus consecuencias, para abrir de este modo el debate sobre la mejora de la experiencia de los usuarios de internet.

Por último, la naturaleza del proyecto y de los recursos a emplear hacen que los costes no se desborden. La producción puede ser acometida por un equipo reducido, no se requieren actores y la mayoría de los costes irán a parar a las ilustraciones, las animaciones y el diseño web, como se detallará posteriormente en el presupuesto. Todo ello hace que ON & OK sea un producto factible y de costes razonables.

3. Plan de producción

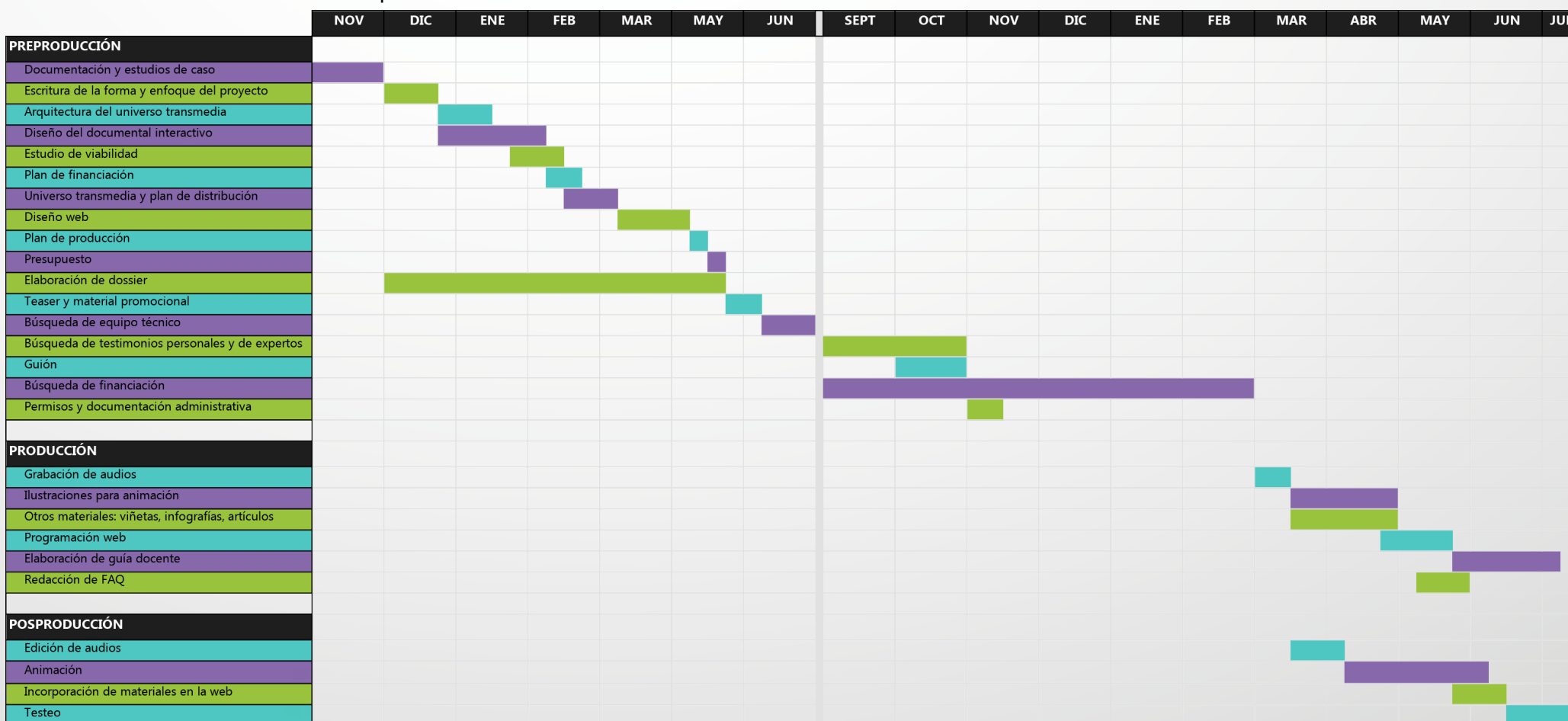


3. Plan de producción

La labor realizada en este trabajo comprende desde la documentación y estudios de caso hasta la elaboración del dossier de producción. Durante el mes de junio se prevé la búsqueda de personal para completar un equipo de producción que pueda llevar a cabo el proyecto. Las demás tareas de preproducción comenzarían en septiembre, con el fin de abordar la producción en marzo. Las fases de

producción y postproducción se solapan, puesto que la naturaleza del proyecto y la diversificación del equipo lo permiten. El webdoc quedaría completo a mediados de junio, lo que permite un amplio margen de tiempo para comprobar que la página web funciona correctamente, antes de su lanzamiento en septiembre, coincidiendo con el inicio del curso escolar.

El calendario de distribución se encuentra en su sección correspondiente.



4. Financiación



4. Financiación

En la actualidad no existen ayudas institucionales específicas para proyectos interactivos o innovadores en España. Añadiendo a ese obstáculo la imposibilidad de aplicar un modelo de distribución y retribución convencionales, como la emisión en televisión o salas de cine (Gifreu-Castells, 2015), debido a la naturaleza de este tipo de productos, hay que apostar forzosamente por la innovación también en los medios de financiación.

Aun así, la participación institucional en **ON & OK** es esencial para poder incorporarlo al currículo escolar. A falta de convocatorias de subvenciones o ayudas, se presentará la iniciativa al Gobierno Vasco y a las Diputaciones provinciales para que contribuyan al proyecto con las dotaciones presupuestarias de las correspondientes áreas de Educación. Se trabajará en contacto con los Berritzegunes, dependientes del Gobierno Vasco, para garantizar la idoneidad y adecuación de los recursos y contenidos a las necesidades educativas de los centros.

De forma adicional, y con el fin de no depender exclusivamente de financiación pública, se buscarán también inversores privados. En este punto es donde entra en juego Euskaltel, a través de su fundación Euskaltel Konekta. La misión de esta fundación es “contribuir a crear y fomentar la conexión entre personas, empresas e iniciativas en el contexto del uso de las TIC” y este proyecto encaja a la perfección en el marco de sus objetivos, en concreto en el de “impulsar la relación de los jóvenes con las TIC” (‘Euskaltel Konekta’, n.d.).

No en vano Euskaltel ha llevado a cabo iniciativas en la misma dirección que ON & OK, como el primercontrato.eus. Se trata de una web dedicada a fomentar el uso responsable y saludable de los móviles por parte de los menores y el aprovechamiento de las ventajas que ofrecen los dispositivos, lanzada junto a su campaña “Mi primer contrato”. ON & OK podría convertirse en una extensión de ese proyecto, con un enfoque más global y no restringido a los teléfonos móviles.

De este modo queda cubierto el ámbito autonómico. Ahora bien, para fortalecer el proyecto e incluso exportarlo a otras comunidades y países será necesario lograr inversores. Para ello se buscará la participación en pitchings y mercados especializados en productos interactivos y transmedia. A continuación se encuentra una selección de festivales que organizan pitchings y reuniones individuales con inversores, realizada en función de la especialización de los mercados, las ventajas que ofrecen y la viabilidad (teniendo en cuenta la tasa de inscripción y el coste del viaje).

Interactive Pitch es un evento para la financiación y promoción destinada a proyectos interactivos y transmedia dentro del festival DocsBarcelona. Cuatro proyectos son seleccionados cada año para realizar un pitching ante financiadores interesados y los asistentes al festival. Posteriormente se realizan reuniones individuales entre los posibles inversores y los representantes de los proyectos.

IDFA Crossmedia Forum es uno de los encuentros que organiza cada año el International Documentary FilmFestival Amsterdam (IDFA), con el apoyo de Europa Creativa, también centrado en productos documentales interactivos en diversas fases de su desarrollo. Consiste en pitchings ante diversas audiencias, dependiendo de la categoría para la que se seleccione el proyecto, además de reuniones individuales con financiadores de mercados internacionales y con organizadores del mercado de documental creativo Docs For Sale. Además, al completar el proyecto, se ofrece la posibilidad de incorporarlo directamente al catálogo de Docs For Sale y presentarse al festival IDFA de forma gratuita. Por otra parte, también existe un programa interactivo en colaboración con IDFA DocLab, que incluye la exhibición de proyectos interactivos (finalizados) con premios a Narrativa Digital y a No-Ficción Inmersiva.

Content Market, dentro del evento Cross Video Days, es el mercado líder de contenido digital en Europa, también apoyado por el programa Europa Creativa. Se organizan reuniones de negocio entre los productores de proyectos seleccionados y financiadores y distribuidores internacionales de diversa índole.

Festival	Tipo	Plazo inscripción	Tasas	Lugar y fechas
Interactive Pitch DocsBarcelona http://www.docsbarcelona.com/es/docsbarcelona-2017/industria/interactive-pitch/	Pitching	Pendiente convocatoria 2018	Tasa selección 363 €	Barcelona Mayo
IDFA Crossmedia Forum International Documentary FilmFestival Amsterdam https://www.idfa.nl/en/info/idfa-crossmedia-forum	Pitching	1 de septiembre de 2017 Pendiente convocatoria 2018	Tasa inscripción 25 € Tasa selección 665'50 €	Amsterdam 15-26 noviembre 2017
Content Market Cross Video Days http://www.crossvideodays.com/en/call-for-projects/	Mercado	13 de junio de 2017 Pendiente convocatoria 2018	Tasa selección 360 €	París 3-4 octubre 2017

Imagen 33. Fuente: elaboración propia.

5. Presupuesto



5. Presupuesto

Se han elaborado dos presupuestos para este proyecto: uno de mercado, en base a las regulaciones salariales vigentes en el sector audiovisual ('BOE.es - Documento BOE-A-2017-4475'); y otro real, más ajustado a las posibilidades de financiación. El marco ideal sería lograr los fondos suficientes para desarrollar el proyecto con el presupuesto de mercado. En caso de que no se alcanzase esa cifra, el presupuesto real sería el mínimo con el que la realización sería posible.

PRESUPUESTO DE MERCADO						
DESGLOSE POR RUBROS						
CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
1	INVESTIGACIÓN Y REDACCIÓN DE GUIÓN					
1.1	Guión	1	1	2.003,89	€/ mes	2.003,89
SUBTOTAL RUBRO 1						2.003,89
2	PRODUCCIÓN					
2.1	PERSONAL PRODUCCIÓN					
	Productora Ejecutiva / Transmedia	1	12	1.934,61	€/ mes	23.215,32
	Jefa de producción	1	12	1.652,75	€/ mes	19.833,00
	Directora	1	1	1.652,75	€/ mes	1.652,75
	Continuista (script)	1	2	357,80	€/ semana	715,60
2.2	PERSONAL DE AUDIO					
	Sonidista	1	2	419,30	€/ semana	838,60
2.3	PERSONAL DE GRÁFICA					
	Diseñador Gráfico	1	6	337,30	€/ semana	2.023,80
	Ilustrador	1	6	337,30	€/ semana	2.023,80
2.4	OTROS					
	Redactor	3	1	1.159,49	€/ mes	3.478,47
SUBTOTAL RUBRO 2						53.781,34
3	GASTOS DE PRODUCCIÓN					
3.1	Transporte y viajes	1	1	100,00	Total estimado	100,00
3.2	Alimentación	5	10	12,00	€/ día	600,00
SUBTOTAL RUBRO 3						700,00
4	ALQUILER DE EQUIPOS					
5.1	Audio	1	14	95,00	€/ día	1.330,00
SUBTOTAL RUBRO 4						1.330,00
5	EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN					
5.1	Edición sonido	1	3	378,30	€/ semana	1.134,90
5.2	Animación	2	2	1.441,35	€/ mes	5.765,40
5.3	Software edición	1	1	200,00	Licencia	200,00
5.4	Música	8	1	50,00	Licencia	400,00
SUBTOTAL RUBRO 5						7.500,30
6	DISTRIBUCIÓN					
6.1	Programación web	1	1	3.000,00	Total estimado	3.000,00
6.2	Inscripciones festivales	1	1	1.413,50	Total	1.413,50
6.3	Desplazamiento festivales	1	1	1.500,00	Total estimado	1.500,00
SUBTOTAL RUBRO 6						5.913,50
7	ADMINISTRACIÓN					
7.1	Útiles / Papelería / Guiones	1	1	20,00	Total estimado	20,00
7.2	Traducciones	1	1	3.000,00	Total	3.000,00
SUBTOTAL RUBRO 7						3.020,00
8	OTROS					
8.1	Imprevisto 5%					3.700,00
SUBTOTAL RUBRO 8						3.700,00
TOTAL FINAL						77.949,03

PRESUPUESTO REAL

DESGLOSE POR RUBROS

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
1	INVESTIGACIÓN Y REDACCIÓN DE GUIÓN					
1.1	Guión	1	1	400,00	€ / mes	400,00
SUBTOTAL RUBRO 1						400,00

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
2	PRODUCCIÓN					
2.1	PERSONAL PRODUCCIÓN					
	Productora Ejecutiva / Transmedia	1	12	500,00	€ / mes	6.000,00
	Jefa de producción	1	12	400,00	€ / mes	4.800,00
	Directora	1	1	400,00	€ / mes	400,00
	Continuista (script)	1	2	150,00	€ / semana	300,00
2.2	PERSONAL DE AUDIO					
	Sonidista	1	2	100,00	€ / semana	200,00
2.3	PERSONAL DE GRÁFICA					
	Diseñador Gráfico	1	1	1.000,00	Total	1.000,00
	Ilustrador	1	1	1.000,00	Total	1.000,00
2.4	OTROS					
	Redactor	3	1	400,00	€ / mes	1.200,00
SUBTOTAL RUBRO 2						14.900,00

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
3	GASTOS DE PRODUCCIÓN					
3.1	Transporte y viajes	1	1	100,00	Total estimado	100,00
3.2	Alimentación	5	10	6,00	€ / día	300,00
SUBTOTAL RUBRO 3						400,00

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
4	ALQUILER DE EQUIPOS					
5.1	Audio	1	14	95,00	€ / día	1.330,00
SUBTOTAL RUBRO 4						1.330,00

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
5	EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN					
5.1	Edición sonido	1	3	150,00	€ / semana	450,00
5.2	Animación	2	2	400,00	€ / mes	1.600,00
5.3	Software edición	1	1	200,00	Licencia	200,00
5.4	Música	8	1	50,00	Licencia	400,00
SUBTOTAL RUBRO 5						2.650,00

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
6	DISTRIBUCIÓN					
6.1	Programación web	1	1	2.000,00	Total estimado	2.000,00
6.2	Inscripciones festivales	1	1	1.413,50	Total	1.413,50
6.3	Desplazamiento festivales	1	1	1.500,00	Total estimado	1.500,00
SUBTOTAL RUBRO 6						4.913,50

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
7	ADMINISTRACIÓN					
7.1	Útiles / Papelería / Guiones	1	1	20,00	Total estimado	20,00
7.2	Traducciones	1	1	2.000,00	Total	2.000,00
SUBTOTAL RUBRO 7						2.020,00

CÓDIGO	ÍTEM	UNIDADES	JORNADA	VALOR UNITARIO	DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL
8	OTROS					
8.1	Imprevisto 5%					1.000,00
SUBTOTAL RUBRO 8						1.000,00

TOTAL FINAL						27.613,50
--------------------	--	--	--	--	--	------------------

6. Distribución



6. Distribución

Para definir los modos de distribución del proyecto es necesario volver al mapa del universo transmedia y materializarlo en un calendario. Recordemos:

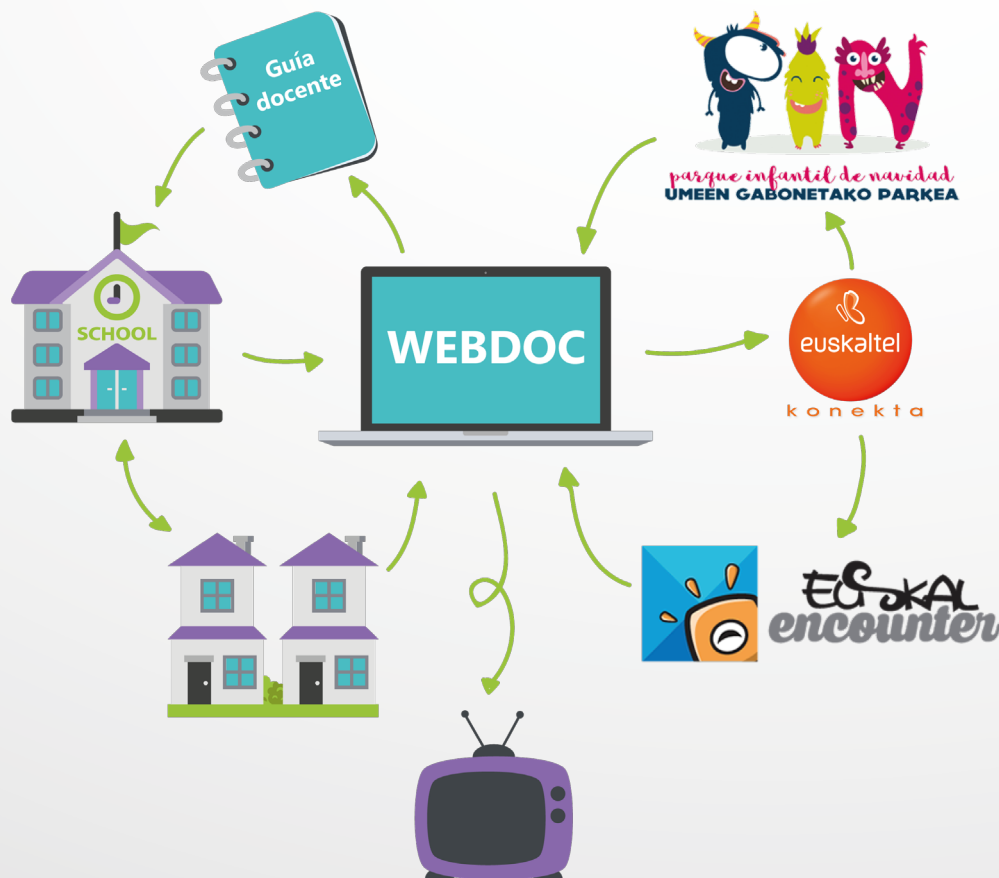


Imagen 27 (bis). Fuentes: recursos de emojione.com y elaboración propia. Logos propiedad de las respectivas entidades.

El webdoc, la base del proyecto, estará disponible y accesible por el público general durante todo el año. Desde los centros educativos, se empleará este recurso didáctico a lo largo de todo el curso académico, con ayuda de la guía docente y las actividades complementarias propuestas en la misma.

En el mundo físico, las vías de distribución se encuentran a través de los eventos Araba Encounter, que se celebra en octubre en Vitoria-Gasteiz; Gipuzkoa Encounter, que tiene lugar en Tolosa en el mes de marzo; Euskal Encounter, celebrado en Bilbao en Julio; y el Parque Infantil de Navidad, organizado en las tres capitales vascas entre finales de diciembre y principios de enero.

También hay que tener en cuenta la participación en festivales, que se puede dar previamente al lanzamiento del proyecto, cuando aún esté en fases de preproducción o producción; o bien una vez lanzado el proyecto, dependiendo de las necesidades de financiación. Por ejemplo, se podría presentar en mayo al Interactive Pitch de DocsBarcelona, estrenarse el proyecto en septiembre y después asistir a los mercados internacionales de Cross Video Days e IDFA en octubre y noviembre, respectivamente.

El calendario de distribución, por tanto, quedaría de la siguiente manera:

Festivales		Cross Video Days	IDFA					Docs Barcelona			
	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	May.	Jun.	Jul.	Ago.
Internet	Webdoc										
Mundo físico	Centros educativos: actividades complementarias planteadas en la guía docente										
		Araba Encounter		PIN	Gipuzkoa Encounter				Euskal Encounter		

Imagen 34. Fuente: Elaboración propia

7. Conclusiones



7. Conclusiones

7.1. Valoración de la labor desempeñada

En este trabajo de fin de grado ha resultado un ejercicio exhaustivo de diseño y planificación. Más allá del tema del webdoc que se presenta, el objeto primordial ha sido la ideación de un documental interactivo de modo que resulte aplicable. Esto supone valorar la viabilidad del proyecto, adecuar las ideas y objetivos a las posibilidades reales y materializarlas en recursos concretos.

Durante el proceso se han aplicado de forma directa algunas aptitudes aprendidas y desarrolladas en asignaturas como Gestión de la Producción, así como conocimientos transversales adquiridos en otras asignaturas: Estrategias de Programación, Teorías de la Comunicación, Tendencias de la Comunicación, Diseño Gráfico y Entornos Multimedia...

Tiene especial relevancia la asignatura de Gestión de la Producción, donde la autora de este proyecto ya tuvo la oportunidad de diseñar un proyecto transmedia que le reportó competencias prácticas para el desarrollo de este tipo de productos y la elaboración de un dossier de producción. Gracias a esa asignatura también tuvo noticia de la convocatoria Next Station, impulsada por Eiken y Eitb, donde pudo seguir desarrollando dicho proyecto. Esto le dio una visión diferente y un contacto directo con el mundo profesional que han sido muy útiles a la hora de elaborar este trabajo.

Si bien se ha tratado de diseñar un producto viable y factible, con vistas a llevarlo a cabo en el futuro, el universo transmedia del que nace el proyecto es ampliable. La naturaleza del Trabajo de Fin de Grado requiere que todos los aspectos del mismo los idee y elabore la autora. Sin embargo, para poder acometer la tarea de diseñar un producto transmedia más completo de forma eficiente es necesario un equipo de trabajo. Por tanto, actualmente este proyecto se encuentra en fase de preproducción, con vistas a incorporar más personas al equipo de producción y, de este modo, expandir la arquitectura del proyecto y llevarlo a cabo.

7.2. Apreciaciones personales

A título personal, este proyecto ha permitido a la autora continuar llevando a cabo tareas de producción y diseño, sus dos principales áreas de interés profesional. De este modo, su formación se completa de un modo específico enfocado en la producción, el diseño de proyectos y las nuevas narrativas. Además, al haber elaborado otros dossiers de producción con anterioridad, se han podido incorporar las experiencias y conocimientos adquiridos, a la vez que se expandía la formación en ese campo.

En definitiva, se abren caminos en el ámbito profesional, hacia la producción en general y hacia a la producción transmedia en particular. El objetivo es continuar sumando proyectos, trabajando en el

diseño y desarrollo de productos interactivos y transmedia, con independencia del tema o género.

Por último, a la autora le gustaría agradecer a su director, Edorta Arana, su colaboración, consejo y guía en este proceso de aprendizaje y de crecimiento profesional. El interés mostrado tanto en la tutorización como en el proyecto en particular ha enriquecido el trabajo y ha supuesto una gran motivación para proseguir la formación y el trabajo en las áreas de producción y comunicación transmedia.

8. Bibliografía y otras fuentes de información



8. Bibliografía y otras fuentes de información

8.1. Bibliografía

Bertran, L. A. (2015). Infancia, juego y fantasía en el mundo digital. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, (8), 28–32.

Boumans, J. (2005). Cross-Media on the Advance. In P. D. P. A. Bruck, Z.

Karssen, D. A. Buchholz, & D. A. Zerfass (Eds.), *E-Content: Technologies and Perspectives for the European Market* (pp. 127–141). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/3-540-26387-X_7

Bruck, P. A., Buchholz, A., Karssen, Z., & Zerfass, A. (2006). *E-Content: Technologies and Perspectives for the European Market*. Springer Science & Business Media.

Cloquell Lozano, A. (2015). Usos sociales de internet entre los adolescentes españoles. *Revista Sobre La Infancia Y La Adolescencia*, 8, 1–14.

Contreras, C. T. M., Cabrera, F. J. P., & Martínez, K. I. M. (2016). Sexting: su definición, factores de riesgo y consecuencias. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, 0(10), 1–18. <https://doi.org/10.4995/reinad.2016.3934>

Elordui, A., & Arana, E. (2015). *Transmedia Komunikazio Estrategiak: gaurkotasun-edukiak diseinatzeko eta hedatzeko bide berriak*. Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.

Fernández, F. R. (2015). Menores y redes sociales: cuestiones legales. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, (8), 33–43.

Freitas, C., & Castro, C. (2010). Narrativas audiovisuales y tecnologías interactivas. *Revista Estudios Culturales*, (5), 19–42.

García Carrizo, J., Heredero Díaz, O., García Carrizo, J., & Heredero

Díaz, O. (2015). Propuesta de modelo genérico de análisis de la estructura de las narrativas transmedia. *Icono 14*, 13(12), 260–285.

Garmendia, M., Jiménez, E., Casado, M. Á., & Mascheroni, G. (2016). *Net Children Go Mobile: Riesgos y oportunidades en internet y el uso de dispositivos móviles entre menores españoles (2010-2015)* (p. 112). Madrid: UPV-EHU. Retrieved from <http://www.ehu.es/documents/1370232/0/Informe+NET+CHILDREN+RED.ES+Espa%C3%B1a+2016.pdf>

Gifreu-Castells, A. (2015). Dokumental interaktiboen eta transmedia-dokumentalen negozio- eta finantziaketa-ereduak. In A. Elordui & E. Arana (Eds.), *Transmedia Komunikazio Estrategiak: gaurkotasun-edukiak diseinatzeko eta hedatzeko bide berriak* (pp. 173–190). Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.

Giones-Valls, A., & Serrat i Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, (24), 4.

Larrondo, A. (2015). Transmedia kontzeptua kazetaritzan. In A. Elor-
dui & E. Arana (Eds.), Transmedia Komunikazio Estrategiak: gaurkota-
sun-edukiak diseinatzeko eta hedatzeko bide berriak (pp. 13–31). Bil-
bao: Udako Euskal Unibertsitatea.

Mnisterio del Interior. (2014). Encuesta sobre hábitos de uso y se-
guridad de Internet de menores y jóvenes en España (p. 52). Mnis-
terio del Interior. Retrieved from [http://www.interior.gob.es/
documents/10180/2563633/Encuesta+sobre+h%C3%A1bitos+
de+uso+y+seguridad+de+internet+de+menores+y+j%C3%B3ve-
nes+en+Espa%C3%B1a/b88a590a-514d-49a2-9162-f58b7e2cb354](http://www.interior.gob.es/documents/10180/2563633/Encuesta+sobre+h%C3%A1bitos+de+uso+y+seguridad+de+internet+de+menores+y+j%C3%B3venes+en+Espa%C3%B1a/b88a590a-514d-49a2-9162-f58b7e2cb354)

Murcia, A. F. (2016). La iniciación del menor a la infracción 2.0. Uso
irresponsable de las TIC. Revista sobre la infancia y la adolescencia,
(10), 35–53.

Pérez Subías, M. (2012). Identidad digital: Introducción. Telos: Cuader-
nos de comunicación e innovación, (91), 54–58.

Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios
cuentan. Grupo Planeta (GBS).

Tesouro, M., Palomanes, M. L., Bonachera, F., & Fernández, L. M. (2013).
Estudio sobre el desarrollo de la identidad en la adolescencia. Tenden-
cias pedagógicas, (21), 211–224.

8.2. Otros recursos y fuentes de información

Araba Encounter. Retrieved 24 March 2017, from [https://arabaencoun-
ter.org/araba3/es/](https://arabaencounter.org/araba3/es/)

Bhasin, M., & Tawde, A. (2016). Outsider. Retrieved from [https://vimeo.
com/184319992](https://vimeo.com/184319992)

Berritzeguneak. Retrieved 23 May 2017, from [http://www.berritzegu-
neak.net/berritzeguneak.php?id=es](http://www.berritzegu-
neak.net/berritzeguneak.php?id=es)

BOE.es - Documento BOE-A-2017-4475. Retrieved 20 May 2017, from
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-4475

Campasso, L. (n.d.). Soledad. Retrieved from [https://www.youtube.
com/watch?v=c3Q4j7nBtJ0](https://www.youtube.
com/watch?v=c3Q4j7nBtJ0)

Cantó, P. (2017, March 2). ¿Ya llegó Nico a tu WhatsApp? El dibujo salió
de este instituto de Madrid. Verne - El País. Retrieved from [http://ver-
ne.elpais.com/verne/2017/03/01/articulo/1488375981_628648.html](http://ver-
ne.elpais.com/verne/2017/03/01/articulo/1488375981_628648.html)

Colombia Diversa. (2011). ¿Dónde está la diferencia? Retrieved from
<https://www.youtube.com/watch?v=NDNCQJHcH1E>

EducaLIKE. Retrieved 2 March 2017, from <http://educalike.es/>

El primer contrato. Retrieved 2 March 2017, from [http://elprimercon-
trato.eus/](http://elprimercon-
trato.eus/)

Euskal Encounter. Retrieved 24 March 2017, from <https://www.euskal.org/>

Euskaltel Konekta. Retrieved 19 March 2017, from <http://www.euskaltel.com//konekta/es/quienes-somos.html>

Gipuzkoa Encounter. Retrieved 24 March 2017, from <https://gipuzkoaencounter.org/es/>

Internet Grooming | Contra el grooming sexual de menores en Internet. Retrieved 9 April 2017, from <https://internet-grooming.net/>

Klik eta Klik. Retrieved 26 March 2017, from http://www.kliketaklik.com/cas/que_es.htm

Mapa de empatía Explicado Paso a Paso. El Secreto para conseguirlo. (2013, August 13). Retrieved 2 May 2017, from <http://innokabi.com/mapa-de-empatia-zoom-en-tu-segmento-de-cliente/>

Mentes Invisibles | Sergio Juarros. (n.d.). Retrieved 26 March 2017, from <http://sergiojuarros.com/trailer/mentes-invisibles/>

Multimedia. (2017, February 12). In Wikipedia, la enciclopedia libre. Retrieved from <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Multimedia&oldid=96863575>

Operary. (2014). Infografía animada: Vídeo online 2015. Retrieved from Infografía animada: Vídeo online 2015

Pantallas Amigas. Retrieved 2 March 2017, from <http://www.pantallasamigas.net/>

¿Qué es el 'grooming'? Retrieved 9 April 2017, from <http://www.muyinteresante.es/curiosidades/preguntas-respuestas/ique-es-el-grooming>

Raes, B. (2016). Catherine. Retrieved from <https://vimeo.com/169825442>

Riaño, A. (2009). Violeta. Retrieved from <https://vimeo.com/70459669>

Servicios de apoyo. Berritzegunes. (2004, September 9). Retrieved 11 May 2017, from http://www.hezkuntza.ejgv.euskadi.eus/r43-2459/es/contenidos/informacion/did3/es_2054/berritzegune.html

Van Niekerk, N. (2015). By alle skone dinge (To all things beautiful). Retrieved from <https://vimeo.com/130479337>