

La aprobación de diferentes normativas de ámbito nacional y autonómico han favorecido la incorporación de las mujeres a la esfera pública. Una importante línea de trabajo se ha circunscrito en el contexto educativo, abogando por la integración del principio de igualdad entre hombres y mujeres al entender que no se debe asumir la desigualdad de género como un fenómeno natural (Rubia, 2013). Los desarrollos alcanzados en los últimos años han impulsado la instauración de Planes de Igualdad, en pro de los planes coeducativos, como herramientas para hacer efectiva esa igualdad en los centros educativos.

El objetivo de la investigación se centra en el análisis del proceso de instauración de un Plan de Igualdad en un centro de Educación Secundaria, atendiendo a su implantación progresiva, los logros que se han ido alcanzando y el papel que ejercen las TIC. Para ello, se ha realizado un estudio de caso con una metodología de tipo mixta, utilizando para la recogida de datos un cuestionario con indicadores de análisis establecidos por la Junta de Andalucía y una entrevista semiestructurada al coordinador del Plan como agente relevante del proceso, con la que se pretende recoger matices de este desarrollo.

Los resultados obtenidos evidencian mejoras muy significativas en un breve periodo de tres años. Se constatan desarrollos importantes a nivel de centro y una gran expansión en la creación de redes y nexos próximos al contexto educativo. Por otro lado, se evidencia una amplia utilización de la TIC como herramientas de visibilización, de trabajo y de contacto con otros agentes integrados en este proceso de implantación. También se evidencian deficiencias vinculadas con la escasa participación de las familias, aunque se están desarrollando diferentes estrategias para que se genere una mayor asunción e implicación de las mismas como elementos clave de este Plan.

Los aspectos tratados nos permiten dibujar el desarrollo de una intervención asentada en tres niveles. Un primer nivel estructural o de asentamiento de bases en el centro, un nivel de intervención o de desarrollo en el mismo y su contexto más próximo, siendo relevantes las redes establecidas con asociaciones próximas, y un nivel de expansión con el que se pretende dar amplitud a las redes con otros centros, con las familias y con asociaciones más allá del contexto próximo. En todo este proceso, las TIC se han ido integrando de forma progresiva, situándose como un elemento clave e importante de trabajo. Si bien, en un principio se utilizaban como herramientas de visibilización y acceso a contenidos, poco a poco sus usos se han ido ampliando como herramientas de trabajo y coordinación del equipo del Plan de Igualdad, para el establecimiento de grupos y redes sociales, de trabajo y de colaboración por parte de toda la comunidad educativa.

Los desarrollos llevados a cabo en estos años han destapado la presencia de asimetrías de género entre el alumnado, que han sido analizadas y tratadas mediante la realización de diagnósticos en diferentes momentos. En este sentido, aspectos como la utilización de redes sociales por parte del alumnado no eran foco de análisis y consideración. No obstante, la utilización de estas herramientas presenta una emergencia de comportamientos machistas, debiendo considerarse la instauración de diagnósticos específicos de análisis.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Rubia, F. A. (2013). LOMCE, una ley que apuesta por las desigualdades sociales. Documento presentado en el *Fórum de Aragón*, 7, 23-29. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4218606.pdf>

La “alegría plebeya” en *Twitter*: la pedagogía política emergente

Enrique Javier Díez Gutiérrez¹, Alba Torrego González² y José María Díaz Nafra³

¹ Universidad de León, España

² Universidad de Valladolid, España

³ Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

PALABRAS CLAVE: Pedagogía política, *Twitter*, ciudadanía digital.

Cada vez es más frecuente la utilización de entornos mediáticos para expresar posturas políticas y entablar conversaciones sobre temas políticos. En el caso de España, las redes sociales sirvieron a los jóvenes para movilizarse y dar visibilidad y viralidad al movimiento social conocido como 15M. Asimismo, las redes sociales se han convertido en instrumentos de comunicación cada vez más utilizados por los partidos políticos para conectar con el electorado. La red social *Twitter* permite a la clase política y a los candidatos y candidatas electorales interactuar con la ciudadanía a través del diálogo, de la mención, del *retweet* (Zugasti & Pérez, 2015), pero también del *gif*, del meme y de los *zasca*, que introducen el humor y la ironía en la comunicación política y se están convirtiendo en un fenómeno viral de expansión colectiva.

En este contexto, el objetivo de este trabajo es analizar la construcción del imaginario político colectivo en la red social *Twitter*, que desborda el modelo tradicional de comunicación política. Para ello, se analizan los mensajes de las cuentas de los 8 principales representantes de la coalición electoral Unimos Podemos.

En cuanto a la metodología, nuestro enfoque de investigación se centra en la comunicación mediada por ordenador (*computer-mediated communication*) (Herring, 2004) y, dentro de esta disciplina, en el análisis del discurso mediado por ordenador, puesto que se realizan observaciones empíricas de los mensajes producidos en *Twitter*. Para el análisis de los tuits, siguiendo a Torrego y Gutiérrez (2016) se ha empleado el enfoque cuantitativo «*coding y counting*».

Se han delimitado los términos y expresiones más recurrentes que han aparecido relacionados y se han formulado códigos concretos, en formato de categorías, que han podido ser contabilizados.

Las categorías utilizadas para clasificar los *tweets* fueron:

1. Categorías relacionadas con argumentos “serios” expuestos para exponer o defender propuestas programáticas.
2. Categorías relacionadas con contraargumentos “humorísticos”, “irónicos” o “zascas” utilizados para exponer o defender propuestas programáticas.
3. Categorías relacionadas con interacciones o respuestas “serias” dadas a temas de actualidad.
4. Categorías relacionadas con interacciones o respuestas con “ironía”, utilizando *memes* o *gifs*, surgidas ante temas de actualidad.

Para la formación del corpus de estudio de esta investigación se recopilamos mensajes difundidos en *Twitter* a través de 8 cuentas de los principales candidatos desde el 13 de mayo, hasta una semana después de las elecciones que ya se había pasado la euforia comunicativa en la red sobre la campaña electoral, es decir, hasta el 3 de julio.

A pesar de recibir críticas, incluso internas, cuestionando la posible “frivolización” de la política, lo cierto es que todos los mensajes, tuits, *gifs* y *memes*, tienen un trasfondo político, de denuncia social. Son lo que podríamos denominar la “alegría plebeya”, que desborda del discurso políticamente correcto.

Dentro de esta estrategia comunicativa, tanto el equipo de comunicación de Izquierda Unida como el propio Garzón han utilizado la denominada técnica del *zasca* que han conseguido viralizar en las contestaciones ingeniosas y que han buscado subvertir el mensaje inicial lanzado contra esta formación o su representante.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Herring, S. (2004). Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior. En S. A. Barab, R. Kling, & J. H. Gray (Eds.), *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning* (pp. 338-376). New York: Cambridge University Press.
- Torrego, A., & Gutiérrez, A. (2016). Ver y tuitear: reacciones de los jóvenes ante la representación mediática de la resistencia. *Comunicar*, 47, 9-17.
- Zugasti, R., & Pérez, J. (2015). La interacción política en *Twitter*: el caso de @ppopular y @ahorapodemos durante la campaña para las Elecciones Europeas de 2014. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 28. Recuperado de <http://goo.gl/vPrF5l>