



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero  
en Diseño Gráfico

**“Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes  
de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”**

**AUTOR:** Constante Portero Daniel Dario

**TUTORA:** Ing. Mg. Santillán Meneses Véronica Elizabeth

**Ambato- Ecuador**

**Marzo - 2018**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el “Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”, del alumno Daniel Constante, estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico Publicitario de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Marzo del 2018

TUTOR



**Verónica Santillán**

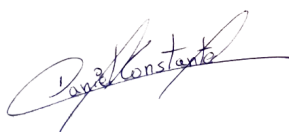
**C.C.:060425849-1**

## **AUTORÍA DEL TRABAJO**

Los criterios emitidos en el proyecto de Investigación Tema“Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autor de éste trabajo de grado.

Ambato, Marzo del 2018

### **EL AUTOR**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Daniel Constante', written in a cursive style.

Constante Portero Daniel Darío

**C.C.: 1804575288**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de éste Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora

Ambato, Marzo del 2018

## **AUTOR**

.....  
Constante Portero Daniel Darío

**C.C.: 1804575288**



## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema “Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”, de Constante Portero Daniel Darío estudiante de la carrera de, estudiante de la Carrera de Diseño Gráfico Publicitario, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, Marzo del 2018

Para constancia firman:

.....  
PRESIDENTE

C.C.:

.....  
MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

.....  
MIEMBRO CALIFICADOR

C.C.:

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco a mi abuelito Isidoro Constante por siempre apoyarme en mi vida además de mi formación académica, siempre con su amor, sus consejos y su gran ejemplo de vida, que me inspira a ser una mejor persona de bien para la sociedad, a mi madre Marina Constante que cree en mí, además de impulsarme a crecer más en este mundo y finalmente a mi gran amiga Mireya Campos que me enseñó el valor de una gran amistad.*

***Daniel Constante***

## DEDICATORIA

*Dedico este trabajo a mi querido abuelito Isidoro Constante y a la memoria de mi abuelita Clelia Portero, quienes siempre supieron enseñarme he inculcarme desde niño grandes valores como la humildad y el respeto, ante todo, por todo su esfuerzo y en fe en mí.*

***Daniel Constante***

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO .....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE GENERAL .....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO .....	XIV
ABSTRACT.....	XV
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Tema .....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Contextualización .....	3
1.3.1. Macro .....	3
1.3.2. Meso.....	5
1.3.3. Micro.....	8
1.4. Árbol de problemas.....	9
1.4.1. Análisis crítico .....	10
1.4.2. Prognosis.....	10
1.5. Redes conceptuales .....	12
1.6. Constelación de ideas.....	13
1.6.1. Constelación de Ideas – Variable Independiente .....	13
1.6.2. Constelación de Ideas – Variable Dependiente.....	14
1.7. Delimitación del objetivo de estudio .....	15
1.8. Justificación .....	15
1.9. Objetivos.....	16

1.9.1. Objetivo General .....	16
1.9.2. Objetivos Específicos.....	16

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

2.1. Antecedentes investigativos.....	17
2.2. Bases teóricas.....	20
2.3. Definiciones teóricas.....	21
2.3.1. Definición teórica de la variable independiente - Redes Sociales .....	21
2.3.2. Definición teórica de la variable dependiente - Grooming.....	30
2.4. Fundamentación legal .....	39
2.5. Fundamentación axiológica .....	43
2.6. Fundamentación ontológica.....	44
2.7. Formulación de la hipótesis .....	44
2.7.1. Hipótesis General.....	44
2.7.2. Hipótesis Alternativa.....	45
2.7.3. Hipótesis Nula.....	45
2.8. Conclusiones .....	45

**CAPÍTULO III**  
**MARCO METODOLÓGICO**

3.1. Diseño metodológico .....	47
3.2. Enfoque de la investigación.....	48
3.2.1. Investigación Cuantitativa.....	48
3.2.2. Investigación Cualitativa.....	49
3.3. Población y muestra.....	49
3.3.1. Población.....	49
3.3.2. Muestra.....	50
3.4. Operacionalización de las variables.....	51
3.4.1. Operacionalización de la Variable Independiente.....	53
3.4.2. Operacionalización de la Variable Dependiente .....	54
3.5. Técnicas de recolección de datos .....	55
3.5.1. Cuestionario .....	55
3.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información. ....	55

3.6.1. Procesamiento de información.....	55
3.6.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.....	55
3.6.3. Análisis e Interpretación de Resultados.....	56
3.6.4. Verificación de Hipótesis.....	73
3.7. Conclusiones.....	77

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

4.1. Datos informativos.....	80
4.1.1. Tema.....	80
4.1.2. Institución Ejecutora.....	80
4.1.3. Beneficiarios.....	80
4.1.4. Ubicación.....	80
4.1.5. Tiempo estimado para la ejecución.....	80
4.1.6. Equipo técnico responsable.....	80
4.2. Objetivos.....	81
4.2.1. Objetivo General.....	81
4.2.2. Objetivos Específicos.....	81
4.3. Antecedentes de la propuesta.....	81
4.4. Justificación.....	82
4.5. Importancia.....	84
4.6. Priorización y abordaje estratégico de públicos.....	84
4.6.1. Priorización por interés y poder.....	85
4.7. Análisis de factibilidad.....	85
4.8. Fundamentación científico – técnica.....	86
4.9. Estrategia de información.....	87
4.10. Artes publicitarias.....	94
4.11. Caracterización de medios.....	106
4.12. Administración de la propuesta.....	107
BIBLIOGRAFÍA.....	109
LINKOGRAFÍA.....	115
ANEXOS.....	124

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.- Árbol de Problemas .....	9
Gráfico N° 2.- Redes Conceptuales .....	12
Gráfico N° 3.- Constelación de Ideas – Variable Independiente .....	13
Gráfico N° 4.- Constelación de Ideas – Variable Dependiente .....	14
Gráfico N° 5.- Red Social .....	57
Gráfico N° 6.- Cuenta Activa .....	58
Gráfico N° 7.- Red social más Utilizada.....	59
Gráfico N° 8.- Tiempo en las redes sociales.....	60
Gráfico N° 9.- Con qué fin utilizas las redes sociales .....	61
Gráfico N° 10.- Contenidos en su red social .....	62
Gráfico N° 11.- Privacidad en la red social .....	63
Gráfico N° 12.- Solicitudes de desconocidos .....	64
Gráfico N° 13.- Contactos que mantiene en su red social .....	65
Gráfico N° 14.- Agresor.....	66
Gráfico N° 15.- Amistades en las redes sociales .....	67
Gráfico N° 16.- Relación sentimental por medio de redes sociales.....	68
Gráfico N° 17.- ¿qué es el Grooming? .....	69
Gráfico N° 18.- Intimidación que se ha dado en las redes sociales .....	70
Gráfico N° 19.- Contenido visual privado .....	71
Gráfico N° 20.- Difundir sobre el abuso sexual en redes sociales.....	72
Gráfico N° 21.- Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado – V.I. ....	73
Gráfico N° 22.- Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado – VD.....	74
Gráfico N° 23- Logotipo de Campaña.....	83
Gráfico N° 24.- Ejemplo de Stand.....	90
Gráfico N° 25.- Arte publicitaria Ejemplo N° 1 .....	96
Gráfico N° 26.- Arte publicitaria Ejemplo N° 2 .....	96
Gráfico N° 27.- Arte publicitaria Ejemplo N° 3 .....	97
Gráfico N° 28.- Arte publicitaria Ejemplo N° 4 .....	97
Gráfico N° 29.- Arte publicitaria Ejemplo N° 5 .....	98
Gráfico N° 30.- Arte publicitaria Ejemplo N° 6 .....	98
Gráfico N° 31.- Arte publicitaria Ejemplo N° 7 .....	99
Gráfico N° 32.- Arte publicitaria Ejemplo N° 8 .....	99

Gráfico N° 33.- Arte publicitaria Ejemplo N° 9 .....	100
Gráfico N° 34.- Arte publicitaria Ejemplo N° 10 .....	100
Gráfico N° 35.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 1 .....	101
Gráfico N° 36.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 2.....	101
Gráfico N° 37.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 3.....	102
Gráfico N° 38.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 11.....	102
Gráfico N° 39.- Material P.O.P. Ejemplo N° 7.....	103
Gráfico N° 40.- Tríptico.....	104
Gráfico N° 41.- Tríptico.....	104
Gráfico N° 42.- Facebook Montaje 1.....	105
Gráfico N° 43.- Facebook Montaje 2.....	105
Gráfico N° 44.- ¿Qué edad tiene el menor afectado por el grooming?.....	125
Gráfico N° 45.- ¿A través de qué medios accedió el grooming?.....	125
Gráfico N° 46.- Porcentaje de usuarios Ecuatorianos que poseen una red social y aplicaciones de comunicación en el Ecuador.....	125
Gráfico N° 47.- Distribución usuarios Facebook Ecuador por ciudades Enero 30 del 2016.....	126



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.- Población: Estudiantes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato .....	50
Tabla N° 2.- Cálculo de Muestra .....	50
Tabla N° 3.- Tabla de Apoyo al cálculo del tamaño de la muestra .....	51
Tabla N° 4.- Operacionalización de la Variable Independiente: Redes Sociales .....	53
Tabla N° 5.- Operacionalización de la Variable Dependiente: “grooming” .....	54
Tabla N° 6.- Red Social .....	57
Tabla N° 7.- Cuenta Activa.....	58
Tabla N° 8.- Red social más Utilizada.....	59
Tabla N° 9.- Tiempo en las redes sociales.....	60
Tabla N° 10.- Con qué fin utilizas las redes sociales.....	61
Tabla N° 11.- Contenidos en su red social.....	62
Tabla N° 12.- Privacidad en la red social .....	63
Tabla N° 13.- Solicitudes de desconocidos .....	64
Tabla N° 14.- Contactos que mantiene en su red social .....	65
Tabla N° 15.- Agresor.....	66
Tabla N° 16.- Amistades en las redes sociales .....	67
Tabla N° 17.- Relación sentimental por medio de redes sociales.....	68
Tabla N° 18 .- ¿Qué es el Grooming?.....	69
Tabla N° 19.- Intimidación que se ha dado en las redes sociales .....	70
Tabla N° 20.- Contenido visual privado .....	71
Tabla N° 21 .- Difundir sobre el abuso sexual en redes sociales.....	72
Tabla N° 22 .- Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado- V.I. ....	73
Tabla N° 23 .- Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado – VD.....	74
Tabla N° 24.- Grados de Libertad.....	76
Tabla N° 25.- Frecuencias Observadas.....	76
Tabla N° 26.- Frecuencias Esperadas .....	76
Tabla N° 27.- Calculo de Chi-cuadrado.....	77

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La tecnología en cada momento histórico ha tenido la función de crear nuevas formas de pensar, actuar, comunicar e interactuar, esto es esencial para los jóvenes, ya que permiten la expresión individual, algo relevante para la etapa donde están en busca de su propia identidad. Esta relación entre la tecnología y las personas se da por curiosidad o para de alguna manera mantenerse en contacto con familiares o amistades que se encuentran lejos, pero la gran mayoría terminan volviéndose adictos y los más propensos son los niños/as y jóvenes ya que ellos se encuentran al alcance de la tecnología por el simple hecho de investigar y estar a la moda. Pero de esto ha hecho que personas indecorosas (Pedófilos) busquen un beneficio económico vinculándose directamente al llamado grooming. En los últimos años, el mal uso de las redes sociales en la comunicación viene aumentando en gran escala, permitiendo la interacción e intercambio de información personal entre la sociedad, pero los más afectados son los niños/as y jóvenes, pues están propensos a recibir una amenaza de violación o muerte dentro de una red social, dejando cicatrices mentales y emocionales, es ahí donde el presenté estudio implantara estrategias comunicacionales, focalizada a una campaña publicitaria la misma que se manejará dentro de un eje central que aporte directamente a la sociedad Ambateña, partiendo de un enfoque altruista, informativo y preventivo dirigida directamente a los adolescentes de 12 a 17 años de las instituciones educativas como principales actores, siendo los afectados directamente por este tipo de acoso llamado "Grooming".

**PALABRAS CLAVE: REDES SOCIALES/ GROOMING/ VIDA PRIVADA/ TRASTORNOS EMOCIONALES/ DISEÑO GRÁFICO.**

## **ABSTRACT**

Technology in each historical moment has had the function of creating new ways of thinking, acting, communicating and interacting, this is essential for young people, since they allow individual expression, something relevant to the stage where they are in search of their own identity . This relationship between technology and people is due to curiosity or to somehow keep in touch with relatives or friends who are far away, but the vast majority end up becoming addicted and the most likely are children and young people as they Are within reach of technology for the simple fact of investigating and being fashionable. But this has made indecent people (Pedophiles) seek an economic benefit by linking directly to the so-called grooming. In recent years, the misuse of social networks in communication has been increasing on a large scale, allowing the interaction and exchange of personal information between society, but the most affected are children and young people, as they are likely to receive A threat of rape or death within a social network, leaving mental and emotional scars, is where the present study will implement communication strategies, focused on an advertising campaign that will be handled within a central axis that contributes directly to the company Ambateña , Starting from an altruistic, informative and preventive approach directed directly to the adolescents of 12 to 17 years of the educational institutions as main actors, being directly affected by this type of harassment called "Grooming".

**Keywords: SOCIAL NETWORKS/ GROOMING/ PRIVATE LIFE/ EMOTIONAL DISORDERS/ GRAPHIC DESIGN**

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, se encuentra enfocado a “Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”, la misma que se encuentra dividida en los siguientes capítulos que se detallan a continuación:

**En el Capítulo I**, se define el problema, el tema de investigación, el planteamiento del problema, la formulación del problema, la delimitación del problema, la justificación, el objetivo general y los objetivos específicos.

**En el Capítulo II**, encontramos el marco teórico que sirve para sustentar el trabajo investigativo, además tenemos los antecedentes investigativos, la fundamentación legal, el marco teórico, la hipótesis general y específica.

**En el Capítulo III**, tenemos el marco metodológico, que está conformado por la modalidad de la investigación, el nivel de la investigación, métodos técnicas e instrumentos, la población, la muestra, el análisis

**En el Capítulo IV**, Análisis e Interpretación de Datos; Se presenta el análisis e interpretación de resultados, interpretación de datos se establece en este punto tablas y gráficos estadísticos, con el propósito de descifrar los datos y verificar la hipótesis planteada en el estudio, finalmente se realiza la verificación de la hipótesis mediante el estimador estadístico de Chi-cuadrado.

**En el Capítulo V**, Propuesta; En la misma se especifica lo siguiente: Datos Informativos , Objetivos, Antecedentes, Justificación, Importancia, Análisis de Factibilidad, Estrategias de Información , Artes Publicitarias, Administración.

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1.Tema

“Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

### 1.2.Planteamiento del problema

Hoy en día las redes sociales han afectado directamente el entorno social, tanto en la forma de relacionarse, como el de conocer personas, esto conlleva muchas ventajas, pero también algunos inconvenientes ya que las mismas facilitan y permiten la comunicación desde cualquier parte del mundo, pero más allá de todo existe una gran inquietud, la influencia que estas redes sociales pueden causar en el comportamiento de los usuarios porque se puede encontrar cualquier persona a través de ‘Facebook’ o ‘Twitter’, desde niños/as, jóvenes adolescentes y hasta figuras públicas.

Esta relación entre la tecnología y las personas se da por curiosidad o para mantenerse en contacto con familiares o amistades, pero la gran mayoría terminan volviéndose adeptos y los más propensos son los niños/as y jóvenes ya que ellos se encuentran al alcance de la tecnología por el simple hecho de investigar y estar a la moda.

Cabe aclarar que el mal uso de las redes sociales puede terminar en una terrible dependencia psicológica, además de otros daños como casos de tratos de personas, la pornografía infantil y el llamado Grooming (abuso sexual), ya que el mal manejo de la información que se publica en los perfiles y páginas, en muchos de los casos son tan personales que dan hincapié a que personas inescrupulosas se conviertan en falsas amistades y comience un diálogo de comprensión hacia la víctima, trayendo consigo futuras consecuencias de traumas psicológicas que podrán marcar la vida de un niño/a o un adolescente.

## **1.3.Contextualización**

### **1.3.1. Macro**

La tecnología hoy en día ha tenido la función de crear nuevas formas de comunicar e interactuar, esto ha sido esencial para los jóvenes, ya que permite la expresión individual, y la búsqueda de su propia identidad. Pero de esto ha hecho que personas indecorosas busquen un beneficio económico vinculándose directamente al llamado grooming. ¿Pero qué es el llamado grooming?: es cual alude directamente al contacto con menores a través de sistemas informáticos los mismos que son acosados por adultos con falsas identidades, con el fin de ganarse su confianza e inducirlos a tratar temas de tipo sexual en muchas ocasiones.

En base a la interrogante que plantea Goujon (2013) estudio realizado en Argentina sobre: ¿cuán frecuente creen que ocurre los casos de grooming?:

Un 68.3% de los encuestados afirmó pensar que se dan con mucha frecuencia, es importante mencionar que el grooming es la persuasión de un adulto hacia un niño con la intención de generar una relación de confianza para que el menor realice actividades sexuales, en algunos casos, el adulto se hace pasar por un infante de la misma edad para posteriormente concretar un encuentro personal (Goujon, 2013, p.23).

En base a la pregunta planteada, el 26.3% de los encuestados afirmaron conocer a un niño que ha sido víctima de grooming, con respecto a las edades de estos menores, un 52.9% tiene entre 11 a 15 años, le siguen aquellos que tienen entre 7 y 10 años con el 33.7%.

Es necesario indicar que el medio por el cual fue perpetrado el ataque de grooming, un 75.4% de los encuestados aseveró que las redes sociales como Facebook y Twitter fueron las principales vías para concretar esta acción, considerando este antecedente, es importante que los padres o tutores legales vigilen el uso de este tipo de servicio por parte de los niños. (Ver gráfico N° 2)

Por su parte Gonzáles y Fernández (2014) estudio realizado en Colombia, presenta un análisis de la red social Facebook, la misma que expresa que la concienciación social sobre el uso de las redes sociales y la formación en su correcto empleo:

Considero que aparte que se imponen políticas de privacidad en las redes sociales, hace falta una concienciación social de los peligros y riesgos de la Red, pero no sólo denunciando los casos, sino formando a los ciudadanos, jóvenes, estudiantes, usuarios reales o potenciales de estas redes, en su uso (González y Fernández, 2014, p.85).

Yucatán (2016) de la ciudad de Cali, menciona en su título de investigación “Ciberacoso en redes sociales afecta a cada dos de siete menores”, menciono que:

El ciberacoso en contra de menores de edad en redes sociales, también llamado grooming, ha registrado una mayor incidencia este año, por lo que entre uno y dos de cada siete menores de edad en el país es potencial víctima de este delito, denunció la fundación Responsabilidad Civil Infantil (RSI) (Yucatán, 2016, p.85).

Es claro evidenciar que el ciberacoso o llamado también grooming es un delito en el que un adulto con un perfil falso en las redes sociales, trata de entablar amistad con un menor de edad para persuadirlo de cosas indebidas, como podría ser acosado sexual o ser parte de un ciberbullying. Pero es claro también evidenciar que los jóvenes tienden a poseer libertad en el manejo y la aplicación de este medio. No es necesario culpar a las redes sociales de estos hechos, sino el de trabajar por el adecuado uso de información que se suministra en las redes sociales.

Resulta oportuno indicar que en Europa se realiza un evento cada año como en el caso de España que se llevó el tema Joven y en Red donde varias organizaciones europeas se reunieron para dar inicio al uso seguro y responsable de la tecnología digital para niños y jóvenes. Este evento conocido como Safer Internet Day (2014) , se enfocó en las nuevas redes sociales que se han generado por los sistemas de mensajería instantánea.

Cabe señalar que en los países de Latinoamérica si se han presentado casos de grooming como es en el país de México, Caso de LAURA:

Laura era una adolescente mexicana que por medio de internet conoció a un chico. Tras conversar en varias ocasiones a través de las redes sociales, este chico la invitó a salir. Laura se resistió pero él fue insistente hasta que logró ganarse su confianza y despertó el interés de la chica por conocerlo. Cuando por fin accedió, Laura fue secuestrada y sufrió toda clase de maltratos. Su amigo de Internet la obligó a prostituirse hasta que fue rescatada. Ahora comparte su caso

en foros para prevenir a las adolescentes que, como ella, creen que pueden encontrar amigos o al hombre de sus sueños a través de Internet (EDEX CRC, 2015, p.56).

Posteriormente Pastrana (2016), en la página web LA NACIÓN menciona lo siguiente:

ALTA.- Un hombre de 42 años fue detenido por seducir a una adolescente mediante internet y obligarla a mantener relaciones con la amenaza de publicar en las redes sociales unas fotos, según informó la Policía. El hombre había conocido a la menor de 15 años a través de Facebook, diciéndole que era integrante de las fuerzas de seguridad. Luego de varios contactos por internet la convenció de que se conocieran personalmente, y mediante engaños la llevó a un albergue clandestino ubicado en Gorriti al 700, unas 10 cuadras al suroeste del microcentro de la capital, en el lugar tuvieron relaciones sexuales y el hombre fotografió a la adolescente (Pastrana, 2016, p.63).

Por otro lado el tema de las redes sociales y el grooming ha llegado a ser un tema tratante por varios países como Colombia, el mismo que aplico una línea virtual de denuncia anónima llamada Te Protejo, para la protección tanto de la infancia como de la adolescencia creada en el año 2012. La denuncia realizada a través de esta línea virtual ha sido de mucha ayuda para los menores de edad cubriendo casos como: intimidación estudiantil, acoso sexual, maltrato, abandono y trabajo infantil. Lo que permite que cada denuncia sea tratada por profesionales y a su vez brindando una solución a este problema. Moro (2016) alude que: “en febrero de cada año se lleva a cabo un evento siendo este un Encuentro Internacional cuyo fin busca avanzar en la protección, prevención y manejo del riesgo infantil como adolescencia” (p.98). Organizaciones a nivel mundial se unen en este encuentro con el fin de llevar a cabo dicho problema brindando concientización, ayuda y confianza en los menores de edad.

### **1.3.2. Meso**

En el Ecuador los adolescentes cuentan con un fácil acceso al uso de redes sociales y el principal problema no radica en dichas redes sino en el mismo adolescente quien no hace un buen manejo de las mismas y está exponiendo en riesgo su intimidad y seguridad; tanto padres como docentes deben de estar alertados con dicho fenómeno y que sucede con los menores de edad (Jaramillo, 2014).



Cabe destacar que ya existen casos relacionados directamente con el Grooming como lo relata Diario el Telégrafo (2017), en su artículo publicado “El grooming amenaza a los menores que utilizan las redes sociales” donde que:

En el 2016, la Fiscalía registró 10 casos de grooming. Es el caso de Kevin que conoció a través de Facebook a un hombre de 40 años, que se hacía pasar por promotor de modelos. De esta manera convenció al menor de enviarle fotos y prometió pagarle \$ 400 por cada desfile, pero antes lo citó para una entrevista de trabajo. El menor fue abusado sexualmente por el supuesto promotor de modelos; días después se suicidó. La madre de la víctima encontró conversaciones y fotos comprometedoras en la computadora de su hijo, que fueron parte de las evidencias en el caso (Diario el Telégrafo 2017, p.68-69).

Chávez Soria (2013), indica que esta acción ilícita es la puerta de entrada para otros delitos, como la pornografía infantil. “Solo la propuesta ya es un delito de acción pública. Las amenazas son de carácter sexual; los infractores les dicen a sus víctimas que publicarán sus fotos. Las personas que incurrir en este delito son abusadores sexuales” (p.65)

En el Ecuador cerca de un 98% de personas que están sobre la franja de edad de los 12 años, ya poseen una cuenta en Facebook. Así lo demuestran los resultados obtenidos por el INEC, ya que menciona que el Facebook se convierte en la red social más utilizada dentro del país en comparación con el Twitter, YouTube u otras. Indicó además, que la información recabada fue empleada mediante una encuesta que estuvo dirigida a todos los miembros del hogar con informantes directos para la población de 12 años en adelante, aplicado a las 24 provincias del país. También, pese a haber recibido críticas a sus políticas de privacidad y uso de imagen, el acceso de menores, las políticas de publicación y de contenidos, Facebook se mantiene como la red social más popular a nivel nacional con un 97.9% en referencia a Twitter, YouTube, Skype, Whatsapp, entre otras redes sociales. (Ver en anexos – Gráfico 25)

En efecto el investigador Espinosa (2014), menciona que:

El 25% de los usuarios de las redes sociales, entre adolescentes y niños, sufren o han sufrido un ataque de grooming o ciberbullying. En junio de 2009 se conoció

un grave caso de grooming múltiple realizado a 250 menores de diversos países por un joven español, quien conocía a sus víctimas a través de chats y redes sociales utilizando más de doce personalidades de ambos sexos y un variado rango de edad (p.98).

Según Juan Carlos Brito, director de la compañía de seguridad informática ESET-Ecuador, la técnica del grooming es lo mismo que cyberbullying (ciberacoso) y busca principalmente ganarse la confianza del menor, llevándolo a sentirse muy cómodo en su trato con el desconocido para luego acceder a sus caprichos, tiende a subirle la autoestima, para luego convencerlo de mostrar su cuerpo o dejarse ver por la cámara web.

A pesar de que decenas de instituciones educativas en el país realizan campañas para evitar que los menores caigan en la trampa de los delincuentes, ESET informa que el 25% de niños y adolescentes ecuatorianos, usuarios de Internet, sufren o han sufrido algún tipo de acoso o engaño (Espinosa, 2014, p.47-48).

Por este motivo, se hace mención que la mayor prevención inicie en el hogar ya que los padres deben procurar estar muy atentos de lo que sus hijos hacen en internet y de educarlos en el uso de estas herramientas. Con el experto informático, coincide la psicóloga educativa Marixa Jaén, quien invita a los padres de familia a ser menos reacios al uso de la tecnología y desechar la idea de que los menores lo "saben todo", Espinosa (2014),

Ante la situación planteada la psicóloga además afirma que el dolor y la humillación que sienten los niños que son víctimas del ciberacoso pueden dejar cicatrices mentales y emocionales. Espinosa (2014), cita que "Los niños víctimas del ciberacoso son más propensos a mostrar síntomas de depresión, tener pensamientos suicidas y desarrollar síntomas psicóticos en la adolescencia" (p.99).

En este origen de ideas se puede indicar que las Redes Sociales digitales son una nueva forma de infringir los derechos de la niñez y adolescencia en el Ecuador, el mismo que es aceptado y divulgado en el país; contar con una ley que abarque este tipo de problema se ha vuelto una necesidad urgente en el Ecuador.

El autor Fernández (2014), alude que: “El acoso o también llamado *Grooming* a través de las redes sociales deben ser valorados como una forma de violencia e intimidación debido a que infringe el derecho a la libertad e integridad sexual tanto en niños como adolescentes” (p.34). Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos e ideas de libre expresión.

### **1.3.3. Micro**

Durante la recopilación de información no se ha encontrado ninguna investigación en Ambato referente a las redes sociales vinculadas con casos de grooming, cabe indicar que esta ciudad no está exenta a esta situación. En las provincias del Guayas y Pichincha se han presentados casos relacionados con el tema de estudio, pero es necesario mencionar que en muchos de los casos no existe castigo o no se ha hecho referencia alguna a los casos presentados dentro del Consejo de la Judicatura y han dejado un lado las respectivas investigaciones.

A lo largo de los planteamientos realizados en el presente estudio es necesario mencionar que esta investigación está vinculada a la protección de los niños/as y las jóvenes entre 12 a 17 años de edad debido a que son más propensos a recibir una amenaza de violación o muerte dentro de una red social, ya que al analizar la composición de la utilización de las redes sociales en Ecuador existe una audiencia de 8'900.000 de usuarios, de los cuales 1'400.000 son administradores de páginas Facebook, señalando que esta página atrae más a menores de edad por sus múltiples actividades, a esto añade Alcazar (2016) que “las grandes ciudades como Guayaquil cuenta con un 30.34%, de usuarios, posteriormente Quito con un 26.9%, seguida de Ambato con un 4.61% “ (p.45) a esto es necesario indicar que Ambato no está exenta de casos relacionados con el grooming.

### 1.4.Árbol de problemas

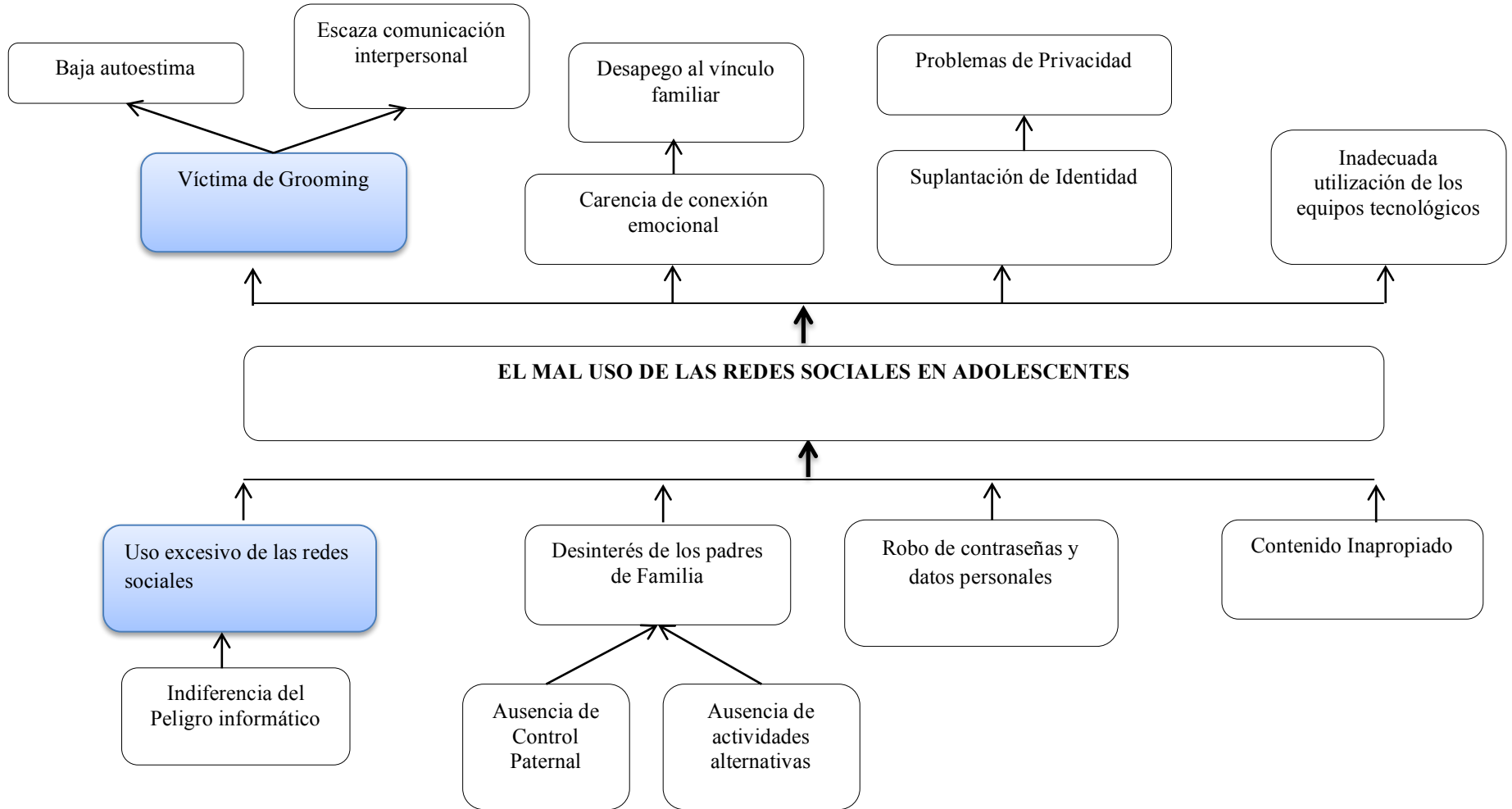


Gráfico N° 1. Árbol de Problemas

### **1.4.1. Análisis crítico**

En base a la información recabada, mediante un análisis crítico y propositivo se puede determinar que: El mal uso de las redes sociales en adolescentes se da por el uso excesivo de las mismas, ya que existe una indiferencia en el peligro informativo que en muchos de los casos los usuarios pueden ser víctimas del grooming.

Nadie se puede negar al beneficio que las redes sociales brinda, pero es claro evidenciar que existe un gran desinterés de los padres de familia hacia sus hijos, dados por la ausencia del control paternal y la ausencia de actividades alternativas, provocando que exista carencias de conexión emocionales dentro de su mundo donde se sienten solos.

Cabe señalar que las redes sociales son muy populares hoy en día como Facebook, por ejemplo, el mismo que puede ser utilizado y manipulado por el robo de contraseñas y datos personales, ocasionando una suplantación de identidad, el mismo que puede actuar de manera indecorosa hacia otros miembros de la red social ocasionando problemas de privacidad.

En muchas de las ocasiones, el abuso de las redes sociales ha provocado que se ingrese información o contenidos inapropiados por parte de los jóvenes y señoritas, suscitando de esta manera problemas de privacidad ya que muchos de los que observan las publicaciones o comentan no tienden a reaccionar positivamente, por lo que en mensajes privados solicitan fotografías más extravagantes, las mismas que pueden ser utilizadas como amenazantes para tenerlo como víctima de un abuso sexual o pueden ser utilizadas para la pornografía infantil.

### **1.4.2. Prognosis**

En las redes sociales se encuentra de todo: amigos, colegas, compañeros, pareja para salir, pero también se encuentra lo contrario: odios, mentiras, chantajes y frustraciones. La vida online está muy ligada también al acoso, o en este caso al “grooming”. Los jóvenes son más vulnerables o tal vez más inocentes, se creen

cualquier cosa y no tienen formado su autoestima dentro del manejo de las redes sociales para decir 'basta' o parar a tiempo.

En base a las situaciones planteadas se menciona que al no realizar el presente estudio tanto jóvenes como niños van a continuar siendo víctimas directas de personas inescrupulosas que actúan indecorosamente, creando perfiles falsos con información además de edades falsas entre otras, dentro de las redes sociales y así poderse vincular en una vida fantasiosa con el victimario. Cabe considerar que el impacto de las redes sociales se ha extendido en todas, las edades y a todos los ámbitos, incluyendo los grupos conformados por niños, niñas y adolescentes; los mismos que piensan que las redes sociales como Facebook son parte de su mundo, en donde se sienten comprendidos y se identifican, generando una sensación errónea de proteccionismo.

## 1.5.Redes conceptuales

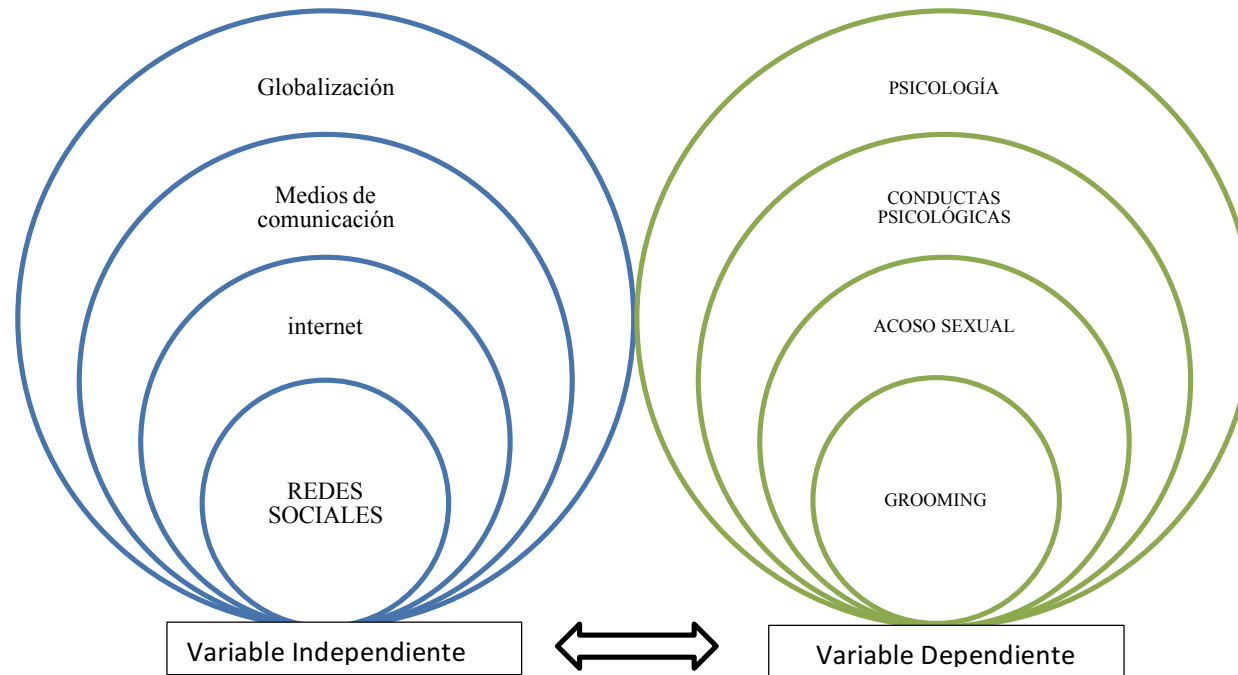


Gráfico N° 2.- Redes Conceptuales

## 1.6.Constelación de ideas

### 1.6.1. Constelación de Ideas – Variable Independiente

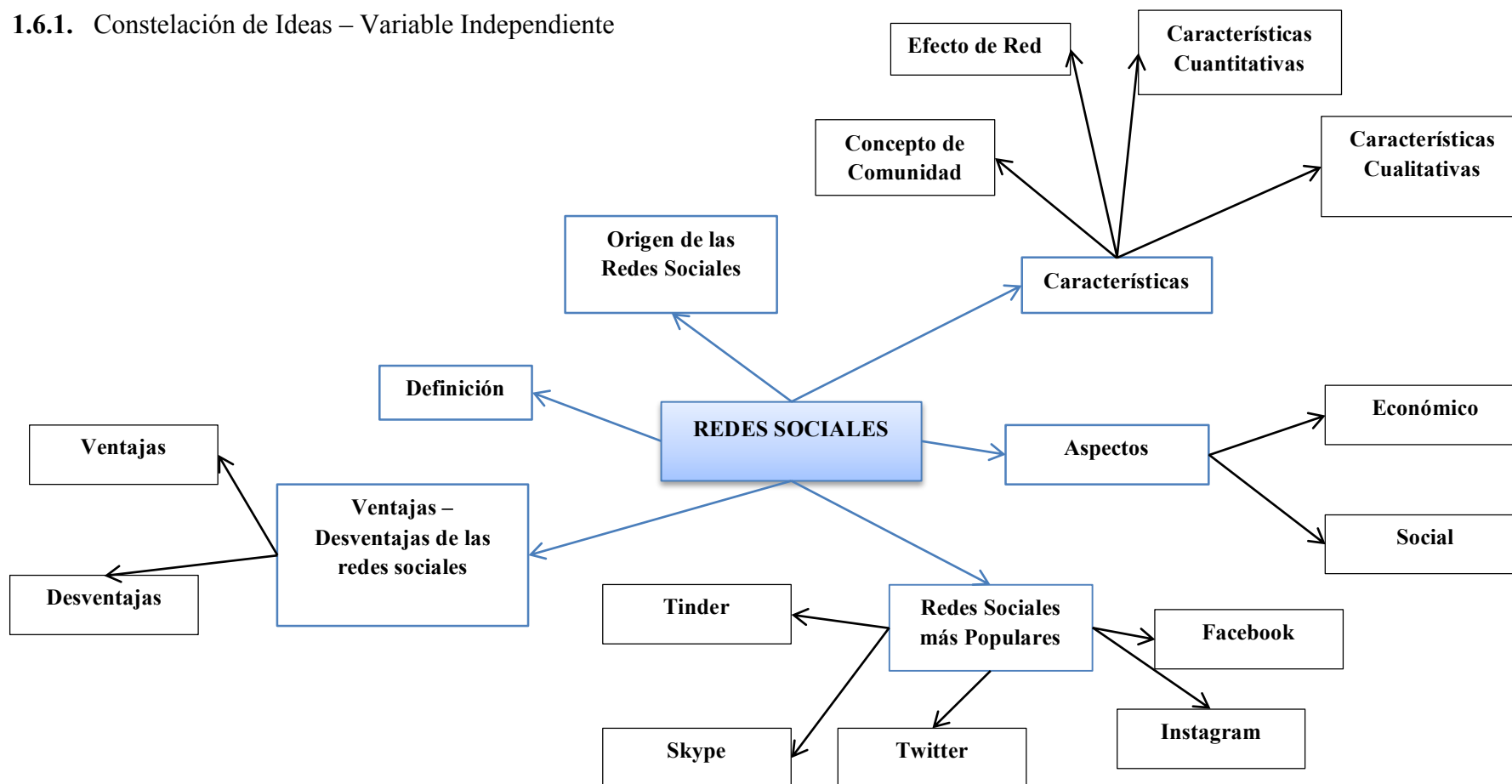


Gráfico N° 3.- Constelación de Ideas – Variable Independiente



1.6.2. Constelación de Ideas – Variable Dependiente

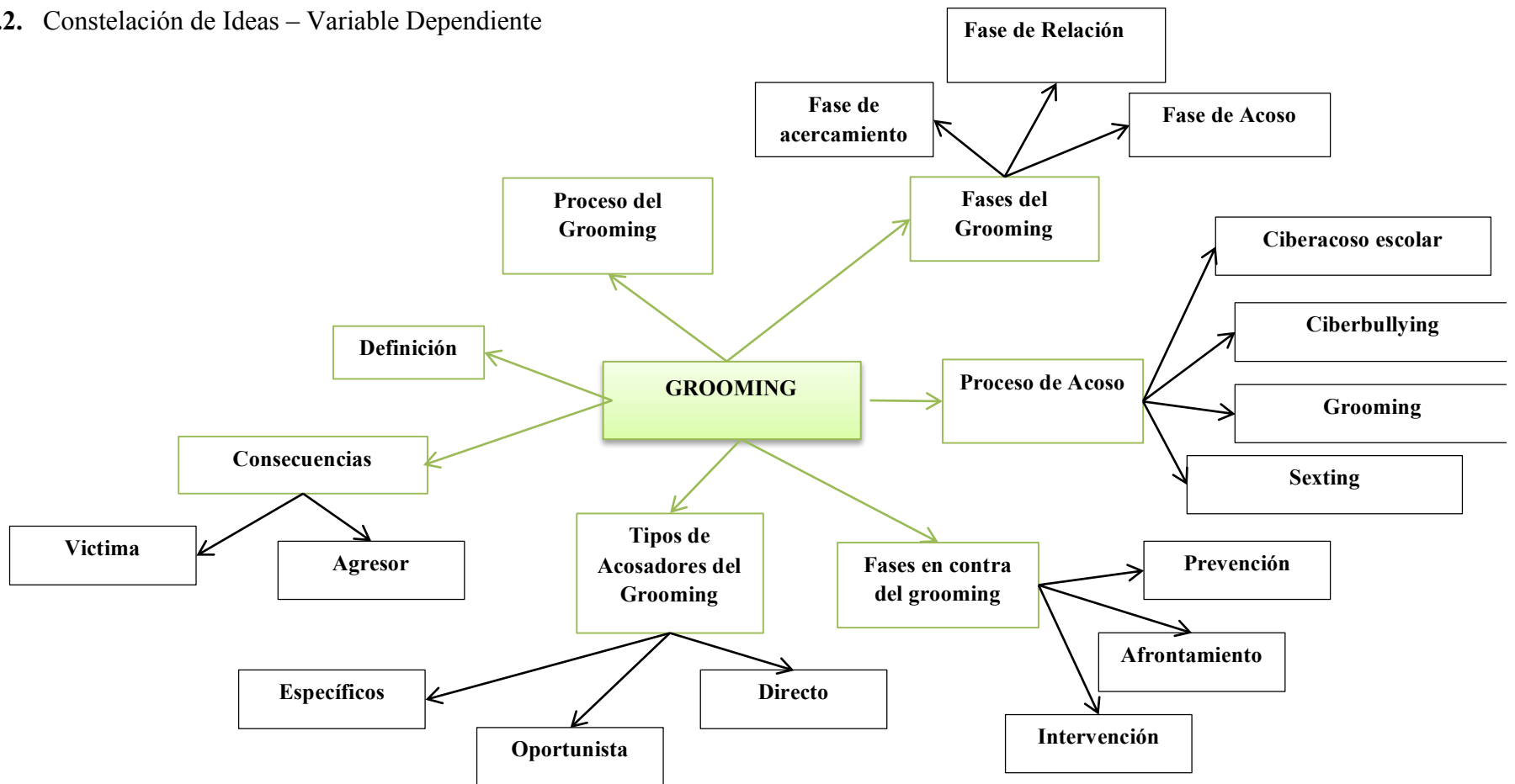


Gráfico N° 4.- Constelación de Ideas – Variable Dependiente

## 1.7. Delimitación del objetivo de estudio

El presente estudio se enmarco en las siguientes delimitaciones que contiene:

- **Campo:** Diseño gráfico
- **Área:** Procesos y medios comunicacionales
- **Aspecto:** Las redes sociales como plataforma para el grooming
- **Delimitación Espacial:** La ciudad de Ambato
- **Delimitación Temporal:** Marzo 2017 - Septiembre 2017
- **Unidad de Observación:** Jóvenes entre de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato

## 1.8. Justificación

La selección del presente tema, se justifica por el **interés** que ha generado en los últimos años las redes sociales vinculadas directamente a las tendencias tecnológicas, debido a que se encuentra estrechamente relacionadas con la sociedad, incrementando día tras día miembros, en su mayor parte conformados por jóvenes y señoritas, entre edades de 12 a 17 años, los mismos que se encuentran propensos para el grooming.

Por otro lado, la **importancia** de realizar el presente estudio, es para definir una estrategia comunicacional que permita prevenir el grooming, derivado del mal uso de las redes sociales, es ahí donde se recabará información y se llegará a los información concreta dentro de la investigación, tomando en cuenta aspectos importantes como: las principales redes sociales que hoy en día manejan los jóvenes y la percepción de los mismos frente al grooming,

A su vez es de gran **interés social**, ya que las redes sociales pueden ser positivas y educativas por las características que poseen, pero según información recabada anteriormente, también se están utilizando para facilitar actos de secuestro, fraude y el llamado grooming, sobre todo en niñas, niños y adolescentes, los mismos que sienten que las redes sociales son su mundo donde se sienten comprendidos y se identifican teniendo en su mente la sensación de proteccionismo, es aquí donde

aprovechan los hackers y secuestradores para infiltrarse y lograr que les cuenten sus secretos tanto así que se infiltran en su vida privada o íntima, con los que luego son amenazados por publicar fotografías o hechos que difunden su intimidad, siendo víctimas en muchos de los casos de abusos sexuales o utilizados para pornografía infantil.

Además es **factible y beneficiario**, ya que se pone hincapié a que futuras investigaciones tengan un punto de partida para continuar con la investigación.

Finalmente los **resultados** que se logren obtener en el estudio permitirán diseñar estrategias comunicacionales para prevenir sobre el “*grooming*”, en el circuito de la red social más utilizada por los jóvenes. Siendo los principales beneficiarios los mismos y padres de familia, y como beneficiarios secundarios las unidades educativas de la ciudad de Ambato y ciudadanía en general, sirviendo así como punto de partida para futuras investigaciones.

## **1.9.Objetivos**

### **1.9.1. Objetivo General**

- Investigar el uso y riesgo de las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato.

### **1.9.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las causas del grooming existentes.
- Investigar el uso de las redes sociales por parte de los jóvenes
- Analizar sobre las redes sociales y su relación con el grooming en adolescentes.
- Desarrollar una estrategia comunicacional para informar e instruir sobre el grooming en la red social más utilizada por los adolescentes.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes investigativos

En los últimos años, el uso de las redes sociales en la comunicación científica se ha incrementado en gran escala, por lo cual han sido creadas plataformas específicas para la interacción e intercambio de información entre la sociedad.

Es por esta razón que el presente estudio está basado en trabajos investigativos a nivel internacional, nacional y local, los mismos que se detallan a continuación:

García (2015), en su investigación titulada "Victimización de menores por actos de ciberacoso continuado y actividades cotidianas en el ciberespacio" hace menciona lo siguiente:

De todos los ataques que se pueden llevar a cabo en el ciberespacio contra los menores, los que pueden afectar a la indemnidad y la libertad sexual, son los que crean más alarma social. La unión de los prefijos online o cyber al término grooming (online grooming o cybergrooming) se emplea para hacer referencia a las conductas llevadas a cabo por un adulto en un contexto virtual para ganarse la confianza del menor y acceder a información esencial para la posterior agresión. (p. 120)

La creación de internet ha puesto en marcha a grandes sitios de redes sociales como el caso de Facebook, que permite publicar estados de ánimo a cualquier momento, siendo ahí donde atacan los pedófilos los mismos que buscan a menores que aún no han desarrollado su personalidad o carecen de afectos por parte de su familia.

La conducta del grooming es en realidad un largo proceso, que comienza con la elección por parte del depredador sexual de una plataforma digital atractiva para el menor o adolescente, en su mayoría estas son redes sociales. Habitualmente, busca objetivos débiles de carácter, especialmente aquellos con vulnerabilidades relacionadas con la incomprensión familiar o social, o el simple hecho de no socializarse ante el medio, es ahí donde actúa y da comienzo el grooming.

Por otro lado en una investigación realizada en España, titulada “***Educación para la salud para evitar el acoso sexual a través de las redes sociales en adolescentes con edades entre 12 y 16 años “grooming”***” del autor Luminita (2015), indica que:

Los adolescentes están mucho más expuestos y sobre todo más desprotegidos a la hora de utilizar las redes sociales, ya que el uso de internet es accesible desde cualquier sitio, a cualquier hora, de forma totalmente anónima y sin un control adecuado para los diferentes contenidos, espacios y servicios que se pueden utilizar en la red. (p.96)

El grooming es un tipo de acoso realizado por un adulto (pedófilo), en donde se llevan a cabo ciertas acciones para establecer una relación o un control emocional sobre un niño/a o adolescente, con el fin de prepararlo para el abuso sexual del menor, se trata en si el acoso con un contenido sexual, en la cual se establecen relaciones por internet con el fin de que haya encuentros presenciales entre el adulto acosador y la víctima, llevándole a un trastorno durante toda su vida.

Por ello, es de gran importancia que nuestra población disponga de todo tipo de información para saber actuar frente a este tipo de situaciones. La nueva generación de jóvenes ha nacido y crecido en un entorno de nuevas tecnologías, utilizando como principales medios de comunicación el internet y las Redes Sociales.

Para los autores Bonilla y Bargas, (2012) de Costa Rica menciona en su tema de análisis “Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras y de la escuela Saint Jude” menciona que:

Hoy en día, las tecnologías de comunicación y de información se han vuelto parte de la vida de las personas ya que las redes sociales constituyen uno de los ejemplos de las aplicaciones más populares en Internet. Estas se han convertido en una herramienta: muy útil, accesible y fácil de usar; que ha generado toda una revolución en la manera de comunicarse (Bonilla y Bargas, 2012, p.34).

Las redes pueden ser positivas y educativas por las características que poseen pero según diferentes noticias publicadas en los medios de comunicación, también se están utilizando para facilitar los actos de secuestro, fraude y demás actos de delincuencia, sobre todo en niñas, niños y adolescentes que carecen de atención.

Según el estudio antes mencionado, es necesario informar que en la actualidad, empresas de tecnología alertan sobre diversos peligros que existen en las redes sociales, especialmente en Facebook, ya que esta red social posee un gran número de herramientas sujetas a los usuarios, cualquiera puede ver quiénes son sus familiares, el lugar donde trabaja, dónde estudia y que películas le gusta, mientras más se comparte, mayor es el riesgo. En general, el mayor peligro de Facebook viene dado por los contenidos que se comparte y con quienes lo realizan, ya que en algunos casos ello puede conllevar casos de acoso, violación a la privacidad, chantajes, amenazas, usurpación de perfiles, robos de identidad, etc.

Por otro lado, el autor Mejía (2015) de la ciudad de Guayaquil en su tema de estudio: *“Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los Colegios del Cantón Yaguachi”*, alude que:

Se establece que las redes sociales son espacios que permiten comunicarse con otras personas de manera inmediata y frecuente que influyen en la vida de un estudiante de manera positiva y a su vez negativa sino son usadas de forma correcta. Los estudiantes desconocen de lo influyente que pueden llegar a ser las redes sociales, motivo por el cual se vuelven adictivos a las mismas y olvidan su compromiso como estudiantes situación que se vuelve incomoda tanto para padres como para profesores. (p.69)

Es claro evidenciar que en el estudio presentado por el autor, las redes sociales son una adicción para los jóvenes, motivo por el cual en muchas ocasiones se vuelven dependientes a las mismas; no obstante, no todos los jóvenes están totalmente seguros de su adicción, ya que argumentan que las redes sociales sin duda

alguna son una influencia positiva en la vida de ellos, siempre y cuando sean utilizadas moderadamente, ya que también es un medio por el cual se pueden realizar tareas y planificar actividades grupales. El problema radica en sí, cuando los jóvenes abusan de esta y dejan a un lado su vida normal para tener una vida virtual.

Se podría mencionar que, el mundo tecnológico y la publicidad que hoy en día invade la vida de las personas. Invita constantemente a los menores y jóvenes a dedicar una gran parte de su tiempo libre a utilizar medios digitales que facilitan la comunicación, cada vez desde más temprana edad. Esto supone un gran beneficio social y comunitario, pero a su vez esta situación implica el necesario conocimiento de su uso y la responsabilidad de informar debidamente para evitar los riesgos que lleva su mala utilización. Es en este punto la prevención en el hogar por parte de los padres es fundamental, inculcando valores y normas familiares que creen vínculos entre padres e hijos.

## **2.2.Bases teóricas**

El autor Scrivener (2009) resalta que “el empleo del término investigación en prácticas proyectuales está sujeto a que el objeto resultante de dicho proceso sea un aporte inédito de conocimiento para la disciplina” (p. 23). En otras palabras, Scrivener explica que una investigación académica se considera como tal sí y solo sí es sistemática metodológica, es conducida intencionalmente para adquirir nuevos conocimientos, puede ser comprobada y además dichos nuevos conocimientos adquiridos pueden ser transmitidos y dados a conocer.

La creciente popularidad de las redes sociales (RS) está causando preocupación por la privacidad y la seguridad de los usuarios, particularmente de los adolescentes que muestran diversas formas de conductas de riesgo en las redes sociales. En este contexto Vanderhoven (2015) menciona:

Prácticamente en todo el mundo, los adolescentes constituyen uno de los principales grupos de usuarios de las redes sociales. Con respecto a los riesgos de las redes sociales, son necesarias más investigaciones para determinar los factores críticos que cambian las conductas de riesgo así como desarrollar

materiales que puedan lograr todos los objetivos que se propusieron. Idealmente, la investigación seguirá un enfoque basado en el diseño, que comienza a partir de los problemas prácticos observados (por ejemplo, conductas de riesgo), y utiliza ciclos iterativos de pruebas de soluciones en la práctica (p.123)

Por lo tanto, el diseño se incluye dentro de las ciencias prácticas ya que uno de sus objetivos constitutivos es el desarrollo de productos para los miembros de una sociedad, donde la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, efectos psicológicos y materiales, se interrelacionan con el entorno y el medio ambiente.

Por último, Scrivener (2009) describe la investigación del grooming como “Un estudio cuyo objetivo principal es desarrollar una efectiva y eficiente capacidad para desarrollar posibles futuras estrategias proyectuales, además de la creación de un objeto final de diseño”. (p.109).

## **2.3. Definiciones teóricas**

### **2.3.1. Definición teórica de la variable independiente - Redes Sociales**

#### ***INFORMÁTICA***

Para el autor Martínez y Raya (2010), en su libro titulado "*Informática Básica*" hace mención que:

La informática es una disciplina que puede ser clasificada como ciencia, puesto que aplica el método científico para establecer sus principios, pero también utiliza las prácticas de la tecnología para el desarrollo de procesos y técnicas que permitan automatizar de forma eficiente la resolución de los problemas con los que se enfrenta. (p.123)

La informática se refiere al procesamiento automático de información mediante dispositivos electrónicos y sistemas computacionales. Los sistemas informáticos deben contar con la capacidad de cumplir tres tareas básicas: entrada (captación de la información), procesamiento y salida (transmisión de los resultados). El conjunto de estas tres tareas se conoce como algoritmo, (Steinbuch, 2013, p. 56)



La informática reúne técnicas específicas que el hombre ha desarrollado con el objetivo de potenciar sus capacidades de pensamiento, memoria y comunicación, utilizando en la gestión de negocios, en el almacenamiento de información, en el control de procesos, en las comunicaciones, en el transporte, en la medicina y en muchos otros sectores, abarcando también los principales fundamentos de las ciencias de la computación, como la programación para el desarrollo de software, la arquitectura de las computadoras y del hardware, las redes como Internet y la inteligencia artificial.

### ***DISEÑO MULTIMEDIA***

El diseño multimedia integra distintos soportes de comunicación (texto, imágenes, sonido, animación gráfica y vídeo) de una forma interactiva, creando un vínculo participativo con el usuario. El autor Quilly (2014), menciona que: “Es la combinación o utilización de dos o más medios de forma concurrente. El término multimedia sigue siendo confuso pues todavía no ha sido bien definido y sus límites resultan difusos” (p.84).

Por otro lado el autor Erazo (2017), cita que:

Si a finales de la década de los 70, multimedia era la integración de voz, texto, datos y gráficos, en los 90 a estos elementos se suman los gráficos interactivos, las imágenes en movimiento, las secuencias de audio y vídeo, las imágenes en tres dimensiones, la composición de documentos digitales y la realidad virtual. (p. 45)

Está compuesto por la combinación de diversas ramas, que engloban texto, fotografías, videos, sonido, animación, manipulada y volcada en un soporte digital. Algunas de estas ramas pueden ser: Diseño gráfico, Diseño editorial, Diseño Web, etc. Herrera (2014) alude que, “El diseño facilita la usabilidad y visibilidad de los contenidos. Además de ser un elemento estético, aporta la funcionalidad en la virtualización de los contenidos” (p.23).

## ***INTERACCIÓN DIGITAL***

El Autor Villanueva (2014), expresa lo siguiente:

Es un espacio mutante de presentación, exhibición, educación y teorización para generar diálogo e intercambio cultural, análisis y reflexión que permita a la escena local. Entre sus prioridades se encuentra la creación de una red latinoamericana de integración artista, teniendo como prioridad los países limítrofes. INDI, es una iniciativa independiente, creada el 2011 por Daniel Rico y María Schneider. Experimenta- Interactúa-Innova ( p. 115).

Mediante la interacción digital se promueve varias expresiones como las creativas y artísticas, empleado tecnologías similares para manifestar nuevos lenguaje. Además permite establecer un intercambio de culturas con el fin de tener y mejorar las oportunidades del país, como objetivo primordial es crear una red latinoamericana, pues este aspecto es una iniciativa independiente.

## ***REDES SOCIALES***

### ***Definición***

Para el autor Alvarez (2015), hace mención que:

Las redes sociales en internet son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos, estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Existen varios tipos de redes sociales: **1.- Redes sociales genéricas.** Son las más numerosas y conocidas. **2.- Redes sociales profesionales.** Sus miembros están relacionados laboralmente. Pueden servir para conectar compañeros o para la búsqueda de trabajo. **3.- Redes sociales verticales o temáticas.** Están basadas en un tema concreto. (p.45)

En si las redes sociales son web que permiten a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos o contactos que se encuentran dentro de su propia red, en el cual pueden intercambiar fotos, vídeos, mensajes instantáneos, comentarios en fotos etc. Borja (2012), menciona que “la facilidad de estar en contacto con personas de la sociedad ha producido que las redes sociales sean actualmente el boom del internet” (p.54).

Ante todo y mediante las redes sociales las personas pueden mantener un vínculo, actualmente las redes sociales más conocida es el Facebook que posee más de 1300 millones de usuarios los mismos que intercambian mensajes que pueden ser amistosas, comerciales, entre otras, posteriormente tenemos a la linkedin, pues este tiene como finalidad reunir a profesionales para fomentar el negocio y el aspecto laboral, el YouTube es una red social que publica videos de manera gratuita, de igual manera puede comunicarse con personas de todo el mundo. En si las redes sociales ayudan a contactar a las personas de todos los países, pues hasta pueden reencontrarse con amigos de la niñez, si se lo utiliza bien se obtendrá varios beneficios.

- ***Concepto de Comunidad***

Entiéndase por comunidad a un grupo de personas asociadas con el objeto de llevar una vida en común, basada en una permanente ayuda mutua. Según el Autor Belisle (2012) alude que:

La comunidad es el conjunto de actores absolutamente articulados y funcionando como una red en sí misma, tomando como base una relación sinérgica convergente que se fundamenta en la comunicación, transparente, llana, crítica y sincera, la cual se basa, a su vez, sobre la idea de entender que se tienen raíces comunes, problemas comunes, aspiraciones comunes, un hábitat compartido, y sobre todo, un destino común. (p. 23)

- ***Efecto de Red***

Se conoce como efecto red al tipo particular de externalidad que se produce cuando cada nuevo usuario añade valor a un producto por el hecho de unirse a la comunidad de usuarios. Para esto Morales (2010) cita lo siguiente:

El efecto de red (“network effect” en inglés) es una ventaja competitiva que se da cuando el valor de un determinado bien o servicio se incrementa tanto para los usuarios nuevos como para los usuarios ya existentes a medida que el número de usuarios del bien o servicio aumenta. (p.87)

En si se conoce como efecto red al tipo particular de externalidad que se produce cuando cada nuevo usuario añade valor a un producto por el hecho de unirse a la comunidad de usuarios.

### *Aspectos de las redes sociales*

- ***Económico***

Las redes sociales pueden convertirse en un detonador económico si se utilizan de la manera adecuada y con objetivos muy claros, afirma Paz (2016), En su libro, titulado “Redes sociales: la nueva oportunidad”. El estudio desarrollado por la consultora McKinsey (2014), denominando “***The social economy: Unlocking value and productivity through social technologies***”, señala:

El potencial impacto que estas redes pueden alcanzar, ya que el estudio cifra en un número que se mueve entre 900.000 y 1.300.000 millones de dólares nivel mundial en el impacto económico de estas tecnologías, lo cual es varias veces el producto interno bruto de varios países de la región. (p.25)

- ***Social***

Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están conectados por décadas denominadas lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco, entre otros.

Villamizar (2015) alude que: La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias (p.24).

Las redes sociales también pueden convertirse en un detonador económico si se emplea adecuadamente, además es necesario tener claro los objetivos pues, las investigaciones emiten cifras alrededor de 900.000 y 1.300.000 millones de dólares ese es el impacto económico de este tipo de tecnologías, posteriormente el aspecto

social se encuentra compuesto por un conjunto de personas u organizaciones los mismos que pueden interactuar opiniones ideas y más.

### ***Redes sociales más Populares***

- ***Facebook***

Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard, su objetivo era diseñar un espacio en el que los alumnos de dicha universidad pudieran intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de Internet. Fue tan innovador su proyecto que con el tiempo se extendió hasta estar disponible para cualquier usuario de la red.

Según el análisis de los autores Pérez y Gardey (2012), firman que:

Si una persona quiere abrir una página personal en Facebook debe realizar una serie de pasos, en primer lugar debe registrarse con su nombre y apellido y dar una dirección de correo electrónico de contacto, con la cual podrá ingresar en su cuenta, una vez que esta se halle habilitada una vez aceptada la solicitud, (Pérez y Gardey, 2012, p.46):

- Puede comenzar a publicar información en su perfil que será a partir de entonces su espacio personal dentro de la red social.
- Puede subir en su muro (del inglés “wall”: el espacio en el perfil de cada miembro) textos, vídeos, fotografías y cualquier otro tipo de archivo digital a fin de que las personas que él desea puedan verlos, compartir, comentar o expresar que les gusta.
- En este tipo de páginas el contenido puede publicarse o compartirse de forma pública (con todos los usuarios de la red social), o privada (únicamente con aquellos que forman parte de la red de contactos o amigos de dicho usuario)

El Facebook fue creado con el propósito de generar una comunicación fluida, con el fin de compartir ideas, pues por lo tanto se lo considera como inventor, como se puede ver en la actualidad este proyecto se ha expandido por todos los países, para acceder al servicio simplemente se debe seguir una serie de pasos y al culminar ya forma parte de esta red social.

- ***Instagram***

Según el autor Gálvez, (2016) en su libro titulado “**Facebook para empresas y emprendedores**”, alude que:

El Instagram es una red social cuyo objetivo principal es compartir fotos y vídeos con el resto de la comunidad. Su principal diferenciación reside en los múltiples efectos y filtros fotográficos que los usuarios les pueden aplicar a sus imágenes con un simple clic, y además con un toque clásico: todos los recursos subidos son recortados en forma cuadrada, recordando a las cámaras Kodak o Polaroid. (p. 45)

Se podría mencionar entonces que el Instagram es una aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos, como por ejemplo, filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro, o vintage, para compartirlas no sólo en Instagram, sino en Facebook, Twitter, etc.

Al igual que el resto de las redes sociales, el Instagram ha ido evolucionando a lo largo de los años, su vertiginoso crecimiento en números de usuarios la ha empujado, además, a incorporar opciones implantadas en otras redes, como la posibilidad de añadir etiquetas en las fotos o el uso de hashtags, que permite al usuario filtrar entre categorías de imágenes que corresponden a la misma temática.

- ***Twitter***

Para el autor Garrido (2014) señala que:

Twitter es una aplicación web gratuita de microblogging que reúne las ventajas de los blogs, las redes sociales y la mensajería instantánea. Esta nueva forma de comunicación, permite a sus usuarios estar en contacto en tiempo real con personas de su interés a través de mensajes breves de texto a los que se denominan. (p.53)

Por otro lado el autor Evan (2016), afirma que:

Una de las redes sociales más populares es el twitter, que permite establecer una comunicación entre las personas sobre un determinado tema, este igual que el Facebook es una aplicación gratuita, de la misma manera posee una serie de ventajas como chatear con amigos, buscar amigos, invitar amigos entre otras cosas más. (p.92)

- *Skype*

Alternativa de llamada gratuita que abarata costos

La fabulosa aplicación **Skype** se ha convertido en los últimos años en una de las herramientas más utilizadas que las costosas comunicaciones telefónicas convencionales, ya que permite a través de una simple conexión a Internet que diversos usuarios establezcan una conversación de voz en tiempo real. Martínez (2014) alude que: “Skype se ha transformado en una alternativa gratuita para poder comunicarse en el mundo digital, siendo una alternativa de comunicación, se puede tener una alternativa donde intercambiar información audiovisual de manera directa” (p.67).

- *Tinder*

Tinder, una de las aplicaciones más populares a nivel mundial para conocer personas y concretar citas, anunció hace unos días la disponibilidad de Tinder Social en América Latina.

Para esto el Diario el Espectador (2017), menciona que:

Tinder Social es una nueva función que permite a los usuarios crear grupos, conocer nuevas personas y planear actividades juntos. Con Tinder Social, pueden hacerse conexiones de la misma forma que en el mundo real: con grupos de amigos, compartiendo intereses en común y experiencias en persona. (p.54)

Tinder es una aplicación móvil que apareció en el 2012 y que actualmente tiene más de 50 millones de usuarios alrededor del mundo. En el 2014 fue nominada a la App del Año en los Premios Enter.Co. Al día en el que se escribió este post, se encontraba en el lugar 47 de las aplicaciones en tendencia de la App Store y en el lugar 98 de Google Play. Basave (2014), alude que:

Miles de personas tengan citas con personas que conocen a través de este medio, la misma que tiene como objetivo la búsqueda de tu “otra mitad” y que actualmente tiene un record de por lo menos más de 20 mil millones de parejas compatibles alrededor del mundo. (p.34)

## ***Ventajas y Desventajas de las Redes Sociales***

Las redes sociales están cobrando gran importancia en la sociedad actual, reflejando la necesidad del ser humano de expresión y reconocimiento, bien lo dijo Aristóteles ¿el hombre es un ser sociable por naturaleza?, pues para satisfacer sus exigencias físicas y espirituales necesita vivir en sociedad, ya que al ser una criatura racional e individual, no es autosuficiente y requiere la ayuda y protección de los demás de su especie, por ello forma comunidades?

### **Ventajas**

- Reencuentro con conocidos.
- Oportunidad de integrarse a Flashmobs (reuniones de diseño breves vía online con fines lúdicos y de entretenimiento con el propósito de movilizar a miles de personas)
- Excelentes para propiciar contactos afectivos nuevos como: búsqueda de pareja, amistad o compartir intereses sin fines de lucro.
- Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas (Hernández, 2016, p.32).

### **Desventajas**

- Son peligrosas si no se configura la privacidad correctamente, pues exponen nuestra vida privada.
- Pueden darse casos de suplantación de personalidad.
- Falta en el control de datos (Hernández, 2016, p.32)

Cabe destacar que las redes sociales se han posesionado en toda la sociedad, pero tienen varias ventajas y desventajas según como lo utilicen las personas, pues es muy ventajoso porque satisface varios requerimientos de los seres humanos uno de los principales es la comunicación, pues mediante las redes sociales los individuos se comunican constantemente, pero entre las principales desventajas tenemos que existe mucha información que no es válida para los adolescentes.



### **2.3.2. Definición teórica de la variable dependiente - Grooming**

#### ***PSICOLOGÍA***

La psicología es la ciencia que se ocupa tanto teórica, como prácticamente, al estudio de los aspectos biológicos, sociales y culturales del comportamiento humano, tanto a nivel social como individual, así como también del funcionamiento y desarrollo de la mente humana.

Para la autora Valero (2014), señala que:

La psicología lo que hace básicamente es estudiar directamente a los individuos, aunque también suele utilizar algunos animales de laboratorio para los estudios, cuyos comportamientos son en algunos casos equivalentes a los de los seres humanos, y centra su atención en cómo sienten, piensan, se adaptan al medio en el que viven y en cómo este también los define, para después, todas las conclusiones producto de ese análisis y observación directa, volcarlas en teorías que servirán de guía para conocer, explicar e incluso hasta predecir acciones futuras. (p.23)

Mattozzi (2017) menciona que: “implica no sólo las acciones de las personas sino también sus pensamientos, sentimientos, percepciones, procesos de razonamiento, recuerdos e incluso las actividades biológicas que mantienen el funcionamiento corporal”. (p.34)

#### ***CONDUCTAS PSICOLÓGICAS***

Las conductas según el autor Issler (2012):

Son acciones del hombre en relación con el medio, manifestándose como la búsqueda de equilibrio; por ellas se integran sus necesidades con las posibilidades que le presenta el medio. Dichas acciones no son siempre visibles desde el exterior sino que se manifiestan en dos dimensiones: la exterior y la interior. La dimensión exterior se refiere a las conductas observables, tales como la expresión de júbilo. La dimensión interior aquellas conductas que no se ven, pero acontecen, tales como las de un sujeto que permanece quieto pero piensa. (p.48)

La psicología intenta conocer los mecanismos que influyen en nuestra conducta. Tradicionalmente la psicología se ha ocupado de los aspectos mentales que determinan nuestras acciones. Sin embargo, la corriente del conductismo ha cambiado esta tendencia. Navarro (2015), como su mismo nombre indica, “los

psicólogos conductistas se centran en la conducta, es decir, en lo que realizamos y no en los procesos internos que nos impulsan a la acción”. (p.24).

### ***ACOSO SEXUAL***

Podemos definirlo como la situación en que se produce un comportamiento no deseado, relacionado con el sexo de una persona, con el propósito o el efecto de atentar contra la dignidad de la persona y de crear un entorno.

Así también el autor Morales y Cabrera, (2015), menciona que:

El acoso sexual es un problema mucho más frecuente en el ámbito sanitario de lo que se pueda pensar a priori, desee una perspectiva amplia se puede decir que el acoso sexual se define como cualquier tipo de comportamiento ofensivo con connotaciones sexuales, no deseado por la persona a la que va dirigida, y que afecta su dignidad e incide negativamente sobre su situación laboral. (p. 67)

El acoso sexual puede tomar diferentes formas que varías en intensidad Dejourns y Gernet (2014), mencionan que:

Se produce Acoso Sexual cuando una persona - hombre o mujer - realiza en forma indebida, por cualquier medio, requerimientos de carácter sexual, no consentidos por la persona requerida - hombre o mujer - y que amenacen o perjudiquen su situación laboral o sus oportunidades en el empleo. En si el acoso sexual es considerado como un evento traumático que constituye un riesgo elevado para la salud. (p.154)

El acoso sexual en si hace referencia a insinuaciones sexuales inapropiadas, demandas de favores sexuales o cualquier otra conducta verbal o no verbal o en últimos casos física de naturaleza sexual no deseada, que se produce en el entorno personal o profesional de una persona, cabe señalar que aunque es rechazada ante la sociedad, todavía existe una serie de conductas que consiguen hacerse invisibles y a las que se les debe poner total atención para poder terminar con las mismas

## ***GROOMING***

### ***Definición***

Para este análisis el autor Campo (2011), cita que:

“Esto es un acoso ejercido por un adulto y se refiere a acciones realizadas deliberadamente para establecer una relación y un control emocional sobre un niño o niña con el fin de preparar el terreno para el abuso sexual del menos (p.98).

El grooming es un proceso gradual mediante el que una persona establece una relación de confianza con menores, relación enmascarada como de amistad, en la que abundan los regalos y las muestras de atención y afecto.

Ibañez y Fuentes (2014), alude que:

Se podría decir que son situaciones de acoso con un contenido sexual explícito o implícito, a pesar que este tipo de comportamiento comienza a través de la red, con frecuencia suelen trascender al mundo físico, llegando incluso a tratarse de casos que se convierten en otros delitos, como tráfico de pornografía infantil o abusos físicos a menores, con encuentros presenciales entre el acosador y la víctima. (p.38)

El grooming hace referencia a una serie de conductas y acciones deliberadamente emprendidas por un adulto con el objetivo de ganarse la amistad de un menor de edad, creando una conexión emocional con el mismo, con el fin de disminuir las inhibiciones del niño y poder abusar sexualmente de él. López (2015), cita que: “En algunos casos, se puede buscar la introducción del menor al mundo de la prostitución infantil o la producción de material pornográfico”. (p. 69)

Por otro lado el autor Bisquerra (2014), alude lo siguiente:

El grooming es una forma de acoso que empieza en los espacios, blogs y chats donde acuden niños y adolescentes es ahí donde el adulto (agresor) intenta ganarse la confianza del menor fingiendo complicidad, presentándose bajo otra identidad, para obtener imágenes de partes íntimas del menor o realizando actos sexuales, está relacionado con la pederastia y la pornografía infantil; a menudo es precursor del abuso sexual. (p. 43)

## **Proceso del Grooming**

El grooming está claramente relacionado con la pederastia y la pornografía infantil, pues viene hacer el “engatusamiento” que el agresor lleva a cabo para engañar a la víctima y obtener de él lo que busca, imágenes, vídeos o un contacto real para abusar sexualmente.

Por lo cual el autor Tébar (2014), implantan las siguientes fases:

### **Fase de acercamiento**

Donde el adulto está estudiando al menor en la Red, observa sus intereses, sus comentarios, en qué servicios o webs está presenta y actúa, etc. Una vez analizado se hace pasar por otro menor de edad similar a la de la víctima e intenta establecer contacto con él, diciéndole que tiene gustos similares, visita los mismos servicios de la Red, etc. (p.67)

### **Fase de relación**

El adulto ahora intenta consolidar la confianza con el menor haciéndole confesiones que son inventadas, compartiendo supuestos secretos con él o contándole cosas íntimas y personales. (p. 72)

### **Fase de acoso**

Una vez que ha logrado afianzar la confianza se lanza a pedirle imágenes desnudo o con poses provocativas, vídeos o que lo haga delante de la webcam, en ocasiones prometiéndole que él hará lo mismo también. Si lo consigue, lo utilizará para chantajearle y pedirle cada vez más o con mayor contenido sexual, amenazándole de que si no lo hace difundirá lo que tiene y se lo contará a sus familiares. Para en ocasiones presionarle aún más y tener un contacto real donde abusar sexualmente de él. (p.75)

### ○ ***Ciberacoso escolar***

El ciberacoso escolar es el proceso a través del cual niños o jóvenes son acosados por compañeros de su edad utilizando cualquiera de los medios electrónicos habitualmente: móviles e internet fundamentalmente, hasta hace bien poco era algo de lo que apenas si se hablaba, pero comienza a aparecer de manera creciente en los medios de comunicación como una forma de acoso entre menores ciertamente importante.

Avellanosa (2011) menciona que:

Se puede definir entonces como una serie de acciones que utilizan las tecnologías de la información y la comunicación para denigrar a una persona de forma continuada. Se pueden producir insultos o agresiones verbales, pero los casos más graves están relacionados con cuestiones que afectan a la intimidad personal o a la imagen que dicha persona puede tener en internet. (p.63).

El ciberacoso escolar o ciberbullying es un tipo concreto de ciberacoso aplicado en un contexto en el que únicamente están implicados menores. Feldman (2016) alude que : “Se puede definir el ciberbullying de una manera sencilla y concisa como el daño intencional y repetido infligido por parte de un menor o grupo de menores hacia otro menor mediante el uso de medios digitales”. (p.63)

#### ○ ***Ciberbullying***

Según el autor Feldman (2016) menciona que:

Aunque los menores realizan ciberbullying de muy diversas formas, y estas dependen en gran medida de las nuevas tendencias en el uso de las tecnologías, los métodos y medios más representativos actualmente incluyen:

- ✓ Ataques directos: insultos o amenazas enviadas directamente a la víctima a través de redes sociales, mensajería instantánea y correo electrónico.
- ✓ Robo de contraseñas para el secuestro y cierre de perfiles en redes sociales y otros servicios web, y para el robo de recursos en juegos en línea.
- ✓ Envío de virus informáticos para manipular el ordenador de la víctima.
- ✓ Publicaciones y ataques públicos: rumores, mensajes hirientes, fotos o videos humillantes publicados en redes sociales, blogs, foros, o enviados a través de la mensajería instantánea y del correo electrónico, y exclusión de grupos en línea, con los que denigrar a la persona implicada.
- ✓ Ciberbullying mediante terceros: uso de otras personas y mecanismos para ejercer el ciberacoso.
- ✓ Suplantación de identidad y creación de perfiles falsos en redes sociales y juegos en línea para enviar mensajes amenazantes o provocativos exponiendo a la víctima al escrutinio de terceros.
- ✓ Explotación malintencionada de los mecanismos de seguridad en plataformas de redes sociales con lo que conseguir el cierre su cuenta. (p.79)

#### ○ ***Grooming***

El grooming es una forma de acoso que empieza en los espacios, blogs y chats donde acuden niños y adolescentes. El adulto (agresor) intenta ganarse la confianza

del menor fingiendo complicidad, presentándose bajo otra identidad, para obtener imágenes de partes íntimas del menor o realizando actos sexuales, está relacionado con la pederastia y la pornografía infantil; a menudo es precursor del abuso sexual

- ***Sexting***

Para el autor González (2016) denomina al sexting:

Al envío de contenidos de tipo sexual (fotos o videos) a través del teléfono móvil u otro dispositivo tecnológico, cuando intervienen menores se convierten en un problema grave a diferencia del grooming, aquí el menor graba sus imágenes y las envía de forma voluntaria. (p.39)

Para el autor Bisquerra (2014, p. 97) menciona que: “Es un fenómeno vinculado con el grooming es el sexting (contracción de sex y texting), que describe el envío de contenidos eróticos claramente pornográficos por las redes sociales”.

Este fenómeno comenzó con el envío de SMS de naturaleza sexual pero actualmente, con los avances de la telefonía móvil y la facilidad de transmisión a las redes sociales, puede tener una dimensión más devastadora por la difusión a terceros sin control de la persona que los ha emitido. Es una práctica común entre jóvenes, y cada vez más entre adolescentes.

### ***Fases en contra del grooming***

El grooming comienza con el contacto del abusador con el menor a través de Internet donde se hará pasar por uno más de ellos. Para esto el autor Zapata (2015), señala que:

Tras encontrar algún interlocutor receptivo, se irá ganando su confianza y lo que al principio serán inofensivas conversaciones sobre temas infantiles, poco a poco irán derivando hacia la obtención de datos personales. La segunda fase es la provocación: el abusador comienza a dirigir las conversaciones a temas sobre sexo e incluso envía imágenes pornográficas. En la tercera fase es típico preguntar al menor si se ha masturbado, ante la respuesta negativa comienza la “educación”, por parte del abusador. (p. 65)

Con la grabación en su poder se pasa a la fase final, el control. El que hizo pasar por otro menor, colega de confianzas, se transforma de repente en un tirano adulto que posee información confidencial y que amenaza con hacerla pública, desde ese momento el niño pasa a ser un simple objeto sexual y se convierte en una marioneta en manos del abusador. Generalmente termina cuando los padres o cuidadores descubren lo que está ocurriendo, alertados por los cambios en la conducta del menor.

Para el autor Omatos (2016) menciona que “el grooming de menores en Internet es un fenómeno que podríamos traducir como engatusamiento y que se utiliza para describir las prácticas online de ciertos adultos para ganarse la confianza de un (o una) menor fingiendo empatía, cariño, etc.”(p.99), lo cual lo señala en las siguientes fases:

### **Prevención**

¿Cómo podemos prevenir el grooming?- Debemos educar a nuestros hijos en la precaución: que jamás proporcionen imágenes comprometedoras o datos de carácter personal. Debemos evitar que consigan el elemento fuerza. Esto es posible si mantenemos una actividad proactiva en el tema de la privacidad, (González, 2016, p. 65).

Cada caso es diferente y la manera de abordarlo también. En determinadas circunstancias, incluso puede ser recomendable seguir la corriente del acosador para tratar de identificarle. En otras, la denuncia inmediata a la policía es la opción más razonable. No obstante, las anteriores son orientaciones que pueden funcionar bien en la mayoría de los casos y mientras la policía ofrece su asistencia.

### **Afrontamiento**

1. No ceder al chantaje en ningún caso puesto que ello supone aumentar la posición.
2. Pedir ayuda.
3. Evaluar la certeza de la posesión por parte del depredador.
4. Limitar la capacidad de acción del acosador. (Omatos, 2016. P. 67)

## **Intervención**

1. Analizar en qué ilegalidades ha incurrido el acosador y cuáles pueden ser probadas. Puede ser inviable probar que el depredador dispone de ciertas imágenes o informaciones o que las ha hecho públicas.
2. Buscar y recopilar las pruebas de la actividad delictiva: capturas de pantalla, conversaciones, mensajes
3. Formular una denuncia. Con un adecuado análisis de la situación y elementos de prueba que ayuden a la investigación. (Omatos, 2016. P. 67)

Cada caso es diferente y la manera de abordarlo también. En determinadas circunstancias, incluso puede ser recomendable seguir la corriente del acosador para tratar de identificarle, en otras, la denuncia inmediata a la policía es la opción más razonable, no obstante, las anteriores son orientaciones que pueden funcionar bien en la mayoría de los casos y mientras la policía ofrece su asistencia.

## ***Tipos de acosadores***

- ***Directo***

Vedruna (2015), cita que:

Son aquellos que frecuentan foros, chats, redes sociales o páginas con el objetivo de buscar menores, una vez identificados realizan de forma directa propuestas de tipo sexual, o solicitan al menor él envíe imágenes íntimas, con frecuencia presionan para conseguir que el menor conecte su web cam, con la intención de conseguir las primeras imágenes. (p.89)

- ***Oportunista***

Elige a sus víctimas por las fotos con contenido sexual que encuentra a través de Internet y las convierte en su objeto de acoso. Realiza un fuerte chantaje sobre el menor, con la amenaza de difundir las imágenes o vídeos en la red o incluso con sus amigos y familiares.



Para el autor Vedruna (2015), alude que:

Se trata de aquellos individuos que encuentran en internet imágenes íntimas de menores, no necesariamente pornográficas, y las convierten en objeto de un acoso, es una de las posibles consecuencias del llamado “sexting”, o tendencia de algunos menores a realizarse fotografías íntimas y colgarlas en determinados lugares en Internet. (p. 67)

- ***Específicos***

Su objetivo es obtener imágenes sexuales del menor y establecer contacto sexual con él. Se trata de un pedófilo que dedica tiempo a una primera fase de acercamiento, para ganarse progresivamente la confianza del menor.

Se trata de pedófilos con un objetivo muy claro: obtener de las menores imágenes pornográficas y, si las distancias lo permiten, establecer contacto sexual con el menor. Normalmente se trata de individuos que dedican tiempo al acercamiento, que pretenden ganarse primero la confianza del menor y que intentan pasar desapercibidos, son los más difíciles de identificar y los que más información e imágenes suelen obtener. (p. 78)

### ***Consecuencias del grooming en la víctima y agresor***

Por lo mencionado anteriormente este delito tiene graves consecuencias, tanto para la víctima como para el agresor: Es indispensable indicar que las víctimas son las más afectadas ya que desarrollan un cambio de personalidad debido al trauma producido: Las conductas autodestructivas, el empeoramiento del nivel escolar y las depresiones, son las consecuencias más leves.

### ***Victima***

Las consecuencias, además de serias, son graves para el menor y su familia:

- Daños psicológicos en la víctima: depresión infantil, descenso de la autoestima, desconfianza, cambios de humor repentinos y bruscos, bajo rendimiento académico, aislamiento, alteraciones del sueño y de la alimentación, ideas e intentos de suicidio...
- Daños físicos en la víctima: heridas, traumatismos o lesiones derivadas de los actos sexuales denigratorios que el ciberacosador lleva a cabo sobre la víctima violaciones, vejaciones, etc.
- Daños a nivel familiar: falta o empeoramiento de las relaciones y de la comunicación a nivel familiar, chantajes a la propia familia por parte del acosador, etc., (Cortejoso, 2016, p. 119).

## *Agresor*

En el grooming el agresor se hace pasar por tu amigo para obtener información personal con el fin de chantajear o abusar sexualmente. Pero que todas esas conductas conlleva a tener consecuencias las mismas que son:

- Aprende a relacionarse a través de la burla, agresión, humillación...
- Insensibilidad.
- Fracaso escolar.
- Baja responsabilidad.
- Falta de empatía.
- Dificultades para tener amigos de verdad.
- Conductas delictivas y problemas con las autoridades (Amado, 2016, p. 113).

## **2.4.Fundamentación legal**

El Grooming no es un problema reciente, en mayor o menor medida los acosos a niños y niñas son una constante histórica que se produce en todas las culturas, en todas las sociedades y en cualquier estrato social. Este fenómeno provoca importantes y perdurables efectos sociales, físicos y psicológicos, tanto a corto como a largo plazo, y lejos de creer que se tratan de hechos aislados, debemos comprender que este delito ocurre en mayor proporción al momento de que menores de edad forman parte de una red social ya que los mismos publican estados de ánimo a cualquier hora dando hincapié a que los pedófilos actúen inmediatamente.

Es necesario enfatizar que en Ecuador ya existen leyes que amparan a la niñez y adolescencia, los mismos que se cita a continuación:

Según el:

**CÓDIGO DE LA NIÑEZ Y ADOLESCENCIA LIBRO PRIMERO LOS  
NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES COMO SUJETOS DE DERECHOS  
TITULO III DERECHOS, GARANTÍAS Y DEBERES**

**Art. 23.- Protección prenatal.-** Se sustituirá la aplicación de penas y medidas privativas de libertad a la mujer embarazada hasta noventa días después del parto, debiendo el Juez disponer las medidas cautelares que sean del caso. El Juez podrá ampliar este plazo en el caso de madres de hijos con discapacidad grave y calificada por el organismo pertinente, por todo el tiempo que sea menester, según las necesidades del niño o niña. El responsable de la aplicación de esta norma que viole esta prohibición o permita que otro la contravenga, será sancionado en la forma prevista en este Código.

## **CAPÍTULO II DERECHOS DE SUPERVIVENCIA**

**Art. 31.- Derecho a la seguridad social.-** Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la seguridad social. Este derecho consiste en el acceso efectivo a las prestaciones y beneficios generales del sistema, de conformidad con la ley.

## **CAPÍTULO III DERECHOS RELACIONADOS CON EL DESARROLLO**

Art. 47.- Garantías de acceso a una información adecuada.- Para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

- a) Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;
- b) Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Ministerio encargado de los asuntos de inclusión económica y social;
- c) Promover la producción y difusión de literatura infantil y juvenil;
- d) Requerir a los medios de comunicación la producción y difusión de programas acordes con las necesidades lingüísticas de niños, niñas y adolescentes pertenecientes a los diversos grupos étnicos;
- e) Impedir la difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes;
- f) Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación del menor; y,

g) Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia. Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor. En cualquier caso, la aplicación de medidas o decisiones relacionadas con esta garantía, deberán observar fielmente las disposiciones del Reglamento para el Control de la Discrecionalidad de los Actos de la Administración Pública, expedido por el Presidente de la República.

A su vez el:

**CÓDIGO ORGÁNICO INTEGRAL PENAL**  
**SECCIÓN CUARTA DELITOS CONTRA LA INTEGRIDAD SEXUAL Y**  
**REPRODUCTIVA**

**Artículo 173.-** Contacto con finalidad sexual con menores de dieciocho años por medios electrónicos.- La persona que a través de un medio electrónico o telemático proponga concertar un encuentro con una persona menor de dieciocho años, siempre que tal propuesta se acompañe de actos materiales encaminados al acercamiento con finalidad sexual o erótica, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años. Cuando el acercamiento se obtenga mediante coacción o intimidación, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años. La persona que suplantando la identidad de un tercero o mediante el uso de una identidad falsa por medios electrónicos o telemáticos, establezca comunicaciones de contenido sexual o erótico con una persona menor de dieciocho años o con discapacidad, será sancionada con pena privativa de libertad de tres a cinco años.

**Artículo 174.-** Oferta de servicios sexuales con menores de dieciocho años por medios electrónicos.- La persona, que utilice o facilite el correo electrónico, chat, mensajería instantánea, redes sociales, blogs, fotoblogs, juegos en red o cualquier otro medio electrónico o telemático para ofrecer servicios sexuales con menores de

dieciocho años de edad, será sancionada con pena privativa de libertad de siete a diez años.

Por otro lado la:

**LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN  
CAPÍTULO II DERECHOS A LA COMUNICACIÓN  
SECCIÓN I DERECHOS DE LIBERTAD**

**Art. 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación.-** Habrá lugar a responsabilidad ulterior de los medios de comunicación, en los ámbitos administrativo, civil y penal cuando los contenidos difundidos sean asumidos expresamente por el medio o no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen, salvo que los medios omitan cumplir con una de las siguientes acciones:

1. Informar de manera clara al usuario sobre su responsabilidad personal respecto de los comentarios emitidos;
2. Generar mecanismos de registro de los datos personales que permitan su identificación, como nombre, dirección electrónica, cédula de ciudadanía o identidad, o;
3. Diseñar e implementar mecanismos de autorregulación que eviten la publicación, y permitan la denuncia y eliminación de contenidos que lesionen los derechos consagrados en la Constitución y la ley. Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona.

Finalmente la:

## **SECCIÓN II DERECHOS DE IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD**

**Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social.-** Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

**Art. 34.- Derecho al acceso a frecuencias.-** Todas las personas en forma individual y colectiva tienen derecho a acceder, en igualdad de condiciones, al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico, asignadas para los servicios de radio y televisión abierta y por suscripción en los términos que señala la ley.

**Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación.-** Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

### **2.5.Fundamentación axiológica**

En palabras de Valmaseda (2014, p. 86), manifiesta que: La Axiología es la ciencia que estudia los valores, ya que en griego, axios, significa lo que es valioso o estimable, y logos, ciencia, teoría del valor o de lo que se considera valioso, también nos indica que la axiología no sólo trata de los valores **positivos**, sino también de los contravalores, analizando los principios que permiten considerar que algo es o no valioso, y considerando los fundamentos de tal juicio.

Es por esta razón que la presente investigación se encuentra apegada con los valores **científicos**, metodológicos y académicos necesarios para el desarrollo de la misma, como:

La **Exactitud de los datos**, vinculados directamente con la población en estudio, la **Honradez**, seriedad y preocupación ante el problema planteado, la **Rectitud en los procesos**, cada paso dado será de gran beneficio para la investigación, y finalmente la **aceptación de los resultados**, estará vinculado con la propuesta planteada en los siguientes capítulos. En base a lo planteado es necesario dar a conocer que el grooming ante la sociedad es visto como un tipo de acoso por parte de pedófilos y pederastas para abusar de niños y adolescentes, a través de una página de red social.

## **2.6.Fundamentación ontológica**

De acuerdo a Echeverría (2015) dice: La ontología hace referencia a nuestra comprensión genérica —nuestra interpretación— de lo que significa ser humano. Cuando decimos de algo que es ontológico, hacemos referencia a nuestra interpretación de las dimensiones constituyentes que todos compartimos en tanto seres humanos y que nos confieren una particular forma de ser. (p. 76)

La ontología es una parte esencial dentro de la filosofía que estudia al ser y su existencia en general. Es decir que es necesario tener en cuenta varios aspectos, uno de ellos es que muchos pensadores para investigar se han preocupado por resolver un problema planteado en la antigüedad, es ahí donde el presente tema de estudio se encuentra vinculado ya que este problema se viene dando desde que las redes sociales dieron apertura a que jóvenes interactúen de forma directa con estas redes, ya que para ser parte de estas redes sociales es necesario que cumplan con la mayoría de edad pero es ahí donde los jóvenes ingresan datos faltos, con la intención directa de formar parte de estas redes.

## **2.7.Formulación de la hipótesis**

### **2.7.1. Hipótesis General**

- “Las redes sociales influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

### **2.7.2. Hipótesis Alternativa**

- “Las redes sociales **SI** influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

### **2.7.3. Hipótesis Nula**

- “Las redes sociales **NO** influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

## **2.8. Conclusiones**

Podría afirmarse, por tanto, que pese a las problemáticas planteadas por investigaciones existe la irresponsabilidad en el manejo adecuado de las redes sociales, debido a que sitios como FACEBOOK que vincula como amistad a personas de cualquier parte del país inclusive del mundo, permitiendo publicar constantemente el estado de ánimo, fotografías y demás información que los jóvenes desconocen y por obtener tal vez una mayor visita, publican cosas muy personales que pueden ser vinculadas a hechos bastante peligrosos.

Con referencia a lo anterior se podría mencionar que las redes sociales facilitaron establecer nuevos vínculos con muchas personas, estén cerca o en distintas partes del mundo, sean amistados o simplemente contactos ya que no requieren de un conocimiento previo cara a cara, pueden surgir como vínculos netamente virtuales a través de un amigo en común, de un chat, o de ver una foto en un perfil y solicitar la incorporación como contacto, entre otras formas.

En este orden de ideas se puede citar que en los últimos años, las formas que adoptan las relaciones interpersonales juveniles han incluido drásticamente el uso de dispositivos digitales para la comunicación y, muy especialmente, los contactos a través de las redes sociales virtuales. Así, muchos de los problemas relacionales escolares y juveniles han encontrado un escenario virtual que ha ido desplazando algunos casos de bullying y en este caso de grooming, teniendo ciertas características propias derivadas del entorno virtual, tales como el anonimato y la enorme audiencia que lo vinculan lentamente a los me gusta.



El grooming es moneda corriente en la actualidad y cobra a diario víctimas que guardan un promedio de edad que comprende de 12 a 17 años, es por esta razón que los padres y las instituciones educativas deben tomar conciencia de esta modalidad delictiva que tiene particular cuna en las redes sociales, las que decididamente no constituyen una moda pasajera. Cabe considerar que la tarea de supervisión de los padres y madres o cuidadores y cuidadoras deben necesariamente, ir de la mano con la construcción de un vínculo de confianza que permita un diálogo fluido con los niños, niñas y jóvenes que son los más propensos para ser víctimas de personas inescrupulosas.

En este artículo de reflexión se concluye que el “Grooming” es un acto de carácter sexual grave, ya que el acosador, al ganarse la amistad de la víctima (sea esta niño, niña o jóvenes) y al crear una conexión emocional con la misma, disminuye las inhibiciones del menor y se facilita el acercamiento progresivo, propiciando el abuso sexual fuera de lo virtual, no obstante, esta clase de conductas de peligro deben ser tipificadas en el código de la niñez y adolescencia, código orgánico integral penal y por ende en la ley orgánica de comunicación.

Ahora bien para poder disminuir casos de Grooming es necesario aplicar estrategias que vinculen a las propias redes sociales a dar informativos, como una alerta tanto a niños, niñas, jóvenes y padres de familia, debido a que la accesibilidad a los medios informáticos ayudarán a transmitir fácilmente la información, para concientizar, educar e informar a la población sobre temas de importancia, en este caso el llamado “Grooming” de toda una población. Es importante destacar que esta forma de comunicación es una de las más efectivas y menos costosas. Igualmente, los docentes y padres de familia, pueden contribuir exponiendo casos que se han dado alrededor del mundo como medida de precaución.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Diseño metodológico**

La metodología es el conjunto de procedimientos y ordenamientos de métodos por los cuales se regirá una investigación, para aclarar un hecho o fenómeno para resolver un problema y éste pueda ser detectado con claridad; el desarrollo de la investigación en la asignatura de los valores humanos en el proceso de enseñanza-aprendizaje se describe en la metodología, es decir la forma en que se va a realizar la investigación cuando no hay claridad de conocimientos no puede existir una metodología.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación se elaborará bajo las modalidades de investigación bibliográfica-documental y de campo, las cuales se describen y analizan a continuación:

##### **3.1.1. Investigación bibliográfica-documental**

Para Sandoval (2007), en su libro titulado "Abordaje Hermeneutico de la Investigación Cualitativa", menciona que:

La investigación documental es un instrumento o técnica de investigación, cuya finalidad es obtener datos e información a partir de documentos escritos o no escritos, susceptibles de ser utilizados dentro de los propósitos de un estudio concreto. Mientras más fuentes se utilizan, más fidedigno será el trabajo realizado. (p.34)

Se puede definir entonces que la investigación documental es una técnica que a través de la recopilación de información mediante documentos físicos tales como libros, revistas, diarios, artículos científicos, entre otros; permite ampliar la gama de conocimientos y sustentar el tema de investigación.

### **3.1.2. Investigación de Campo**

Para el autor Jañez (2008), alude que:

La aplicación del método científico en el tratamiento de un sistema de variables y sus relaciones, enriqueciendo un campo específico del conocimiento es decir es un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la presente investigación. (p.24)

El presente estudio se fundamentará en la investigación de campo el mismo que permite describir el comportamiento de las variables establecidas es decir: Redes sociales (Variable Independiente) y Grooming (Variable Dependiente), estableciendo de esta manera estrategias que permitan identificar las falencias y errores para poder ser descrito e interpretado desde su naturaleza.

### **3.2. Enfoque de la investigación**

#### **3.2.1. Investigación Cuantitativa**

Para los autores Hernández y Fernández (2010), alude que este tipo de investigación “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 56).

La presente investigación es predominante al enfoque cuantitativo ya que se utilizará la recolección y el análisis de datos que permitan definir correctamente el problema, para contestar preguntas de investigación y aprobar la hipótesis planteada mediante la aplicación de un estimador estadístico, para de esta manera establecer patrones de comportamiento de una población mediante relación funcional de las variables para el correcto análisis de la información, de acuerdo a este enfoque, se medirá el grado de relación que tiene la variable independiente Redes Sociales, con la variable dependiente grooming.

### **3.2.2. Investigación Cualitativa**

Como señala, Pulido, Ballen , y Zuñiga (2010), en su libro titulado "Abordaje Hermenéutico de la Investigación Cualitativa" alude que:

El enfoque de investigación de tipo cualitativo implica no solamente describir sino interpretar y teorizar; inicialmente fue utilizado para estudiar comunidades étnicas y culturales y desde hace algún tiempo lo han acogido a otras disciplinas de las ciencias sociales. (págs. 31,32)

En base a lo expuesto por el autor, dentro del estudio se procederá a describir e interpretar la realidad del problema, en un espacio contextualizado en una perspectiva de adentro hacia afuera, ya que este tipo de investigación orientara el descubrimiento de la hipótesis planteada, además pondrá énfasis en el proceso de investigación, cabe señalar que se trabajará con una población pequeña que ayudará en el desarrollo del trabajo de campo.

### **3.3.Población y muestra**

#### **3.3.1. Población**

Según el autor (Rienzo ( 2010), menciona que “la población es un conjunto de elementos demarcados en el tiempo determinado, con una característica medible” (p.24).

Es así que se recepto la siguiente información proporcionada por el Ministerio de Educación dando una población de 15048 estudiantes entre las edades de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato, cabe señalar que al ser una población grande es necesario aplicar el cálculo de la muestra para poseer una población objetiva y clave para el estudio.

### 3.3.2. Muestra

Al aplicar un enfoque cuantitativo en una investigación es necesario que la población de interés que se define o delimita matemáticamente, debe ser representativo determinando de esta manera el objetivo planteado por la presente investigación.

Es así que la muestra permitirá establecer el grupo de individuos que realmente se estudiarán, ya que es un subconjunto de la población, dicha muestra deberá ser representativa de la población para que los resultados obtenidos se los puedan generalizar.

#### Desarrollo:

**Tabla N° 1.**

Población: Estudiantes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato

<b>Categorías</b>	<b>Casos</b>
Estudiantes	15.048
Total	15048

#### Formula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

**Tabla N° 2.**

Cálculo de Muestra

Z nivel de confiabilidad	95%	47,50%	Z= 1,96
P probabilidad de ocurrencia	50%		Z <sup>2</sup> = 3,8416
Q probabilidad de no ocurrencia	50%		
N Población	15048		
e error de muestreo	5%		
<b>n Muestra</b>	<b>375</b>		

**Fuente:** Investigación

**Tabla N° 3.**

Tabla de Apoyo al cálculo del tamaño de la muestra

ZPQN	14452,0992
ZPQ	96%
e <sup>2</sup>	0,0025
Ne <sup>2</sup>	37,62

Por lo tanto la aplicación de las encuestas se realizará a 375 estudiantes, con el fin de obtener información objetiva y detallada, y así llevar a cabo la investigación.

### **3.4.Operacionalización de las variables**

Para el autor Atagua, (2010), señala que: “Es un proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles a los que se les llama indicadores” (p.54-58).

El proceso obliga a realizar una definición conceptual de las variables para romper el concepto difuso que ella engloba y así darle sentido concreto dentro de la investigación, luego en función de ello se procede a realizar la definición operacional de la misma para identificar los indicadores que permitirán realizar su medición de forma empírica y cuantitativa, al igual que cualitativamente llega el caso.

En el proceso de Operacionalización de las variables es necesario determinar parámetros de medición a partir de los cuales se establecerá la relación de variables enunciadas por la hipótesis (o idea a defender), para lo cual es necesario tener en cuenta lo siguiente:

El enunciado de la hipótesis, debe estar respaldado por una realidad o situación problemática. Realidad o situación problemática: Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato.

En la operacionalización de variables es necesario tener en cuenta dos factores de importancia:

- La lógica
- El conocimiento: Es necesario la reformación pertinente, lo cual permitirá construir dimensiones e indicadores.

La información mínima necesaria para el análisis en una investigación proveniente de la Operacionalización de las variables, ya que los instrumentos de recolección de los datos se constituyen a partir de las dimensiones e indicadores de la variable.

### 3.4.1. Operacionalización de la Variable Independiente

Tabla N° 4.

Operacionalización de la Variable Independiente: Redes Sociales

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	RESPONSABLES
Las redes sociales son comunidades virtuales las mismas que ofrecen la posibilidad de que todos los usuarios se conecten por uno o varios tipos de relaciones, de forma fácil y rápida con sociedades diversas, permitiendo compartir contenidos personales a través de fotografías, videos y de estados.	Comunidad Virtual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook.</li> <li>• Twitter</li> <li>• Watshap</li> <li>• Instagram</li> </ul>	¿Es parte de una red social? ¿En cuántas redes sociales tiene usted una cuenta activa? ¿Cuál es la red social que más utiliza? ¿Cuánto tiempo dedica a las redes sociales?	<b>Cuestionario Encuestas Planteles Educativos – Estudiantes</b>	<b>Investigador</b>
	Tipos de Relaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspecto financiero</li> <li>• Aspecto amigable</li> <li>• Contacto con amistades</li> <li>• Sociabilizarse</li> <li>• Para Juegos</li> </ul>	¿Con que fin utilizas las redes sociales?		
	Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estético</li> <li>• Entretenimiento</li> <li>• Publicidad</li> </ul>	¿Qué tipo de contenidos comparte en su red social?		
	Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización de las redes Sociales</li> </ul>	¿Conoce sobre el manejo de privacidad en su red social ?		

Fuente: Investigación



### 3.4.2. Operacionalización de la Variable Dependiente

Tabla N° 5.

Operacionalización de la Variable Dependiente: “grooming”

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	RESPONSABLE
El grooming es una serie de conductas y acciones deliberadamente emprendidas por un adulto (agresor) con el objetivo de ganarse la amistad de un menor de edad, creando una conexión emocional con el mismo, con el fin de disminuir las inhibiciones del infante y poder abusar sexualmente de él.	Conductas	<b>Agresiva</b> <b>Pasivo</b> <b>Asertiva</b>	¿Con qué frecuencia aceptas solicitudes de desconocidos?	<b>Cuestionario Encuestas</b> <b>Planteles Educativos – Estudiantes</b>	<b>Investigador</b>
	<b>Adulto (agresor)</b>	<b>Agredido</b> <b>Agresor</b>	¿Ha sido agredido alguna vez por los contactos que mantiene en su red social? ¿Qué entiende usted por agresor?		
	<b>Conexión Emocional</b>	<b>Afectiva</b> <b>Intimidación</b>	¿Realiza nuevas amistades mediante una red social? ¿Tendría una relación sentimental por medio de redes sociales?		
	<b>Abuso sexual</b>	<b>Perfiles Falsos</b> <b>Identidad débil</b>	¿Conoce usted lo que es el Grooming? ¿Usted conoce casos de Intimidación que se ha dado en las redes sociales? ¿Compartirías contenido visual privado con un contacto de tu red social? ¿Estás de acuerdo que es necesario difundir sobre el abuso sexual en redes sociales?		

Fuente: Investigación

### **3.5. Técnicas de recolección de datos**

#### **3.5.1. Cuestionario**

El cuestionario es un instrumento de suma importancia, debido a que busca obtener a través de preguntas coherentes, organizadas secuenciadas y estructuradas, respuestas que sustenten la investigación para que de esta manera este fundamentada al estudio del tema planteado.

### **3.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.**

#### **3.6.1. Procesamiento de información**

Este proceso de investigación consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto del estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados a partir de los cuales se realizará un análisis según los objetivos y la hipótesis o preguntas de la investigación realizada o de ambos (Carrillo Parra, 2012, p. 22-24).

Para el trabajo investigativo se llevará a cabo el procesamiento de la información obtenida, de manera que se realice lo siguiente:

- ✓ Se tabularán los datos obtenidos y se presentarán gráficos y tablas para tener una visión objetiva del análisis efectuado.
- ✓ Se realizarán representaciones gráficas a través de barras y cuadros, los cuales serán utilizadas para la presentación de la información sobre las alternativas, frecuencias y totales.
- ✓ Se analizará los datos obtenidos mediante las gráficas analizadas.
- ✓ Se propondrá la estrategia de comunicación.

#### **3.6.2. Plan de análisis e interpretación de resultados**

Se procederá a la interpretación de los resultados obtenidos dentro de la investigación de la siguiente manera:

- ✓ Analizar los resultados obtenidos y verificar si se relaciona con la hipótesis planteada y con los objetivos investigativos.
- ✓ Interpretar los resultados con el apoyo del marco teórico para conocer la realidad del problema en estudio.
- ✓ Realizar la correlación entre las variables en base a los resultados obtenidos.
- ✓ Comprobar la hipótesis.
- ✓ Establecer recomendaciones y conclusiones finales.

### **3.6.3. Análisis e Interpretación de Resultados**

Después de haber recabado la información necesaria a través de la aplicación de la encuesta a los jóvenes entre los 12 y 17 años de edad, y en base a la muestra antes especificada (375), a continuación se presentan los resultados obtenidos en el estudio realizado.

#### ***3.6.3.1. Interpretación de datos***

Una vez que han sido tabulados los resultados obtenidos en la presente investigación, se procede en este capítulo a organizar, analizar e interpretar los resultados. El procesamiento de los datos se realizará mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, utilizando una hoja electrónica en Excel 2013, la misma que permitirá establecer la presentación de los resultados en sus respectivas tablas y gráficas que se representa a continuación:

## CUESTIONARIO

### 1. ¿Es parte de una red social?

Tabla N° 6.

Red Social

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
1	Si	375	100%
	No	0	0%
	Total	375	100%

Fuente: Investigación

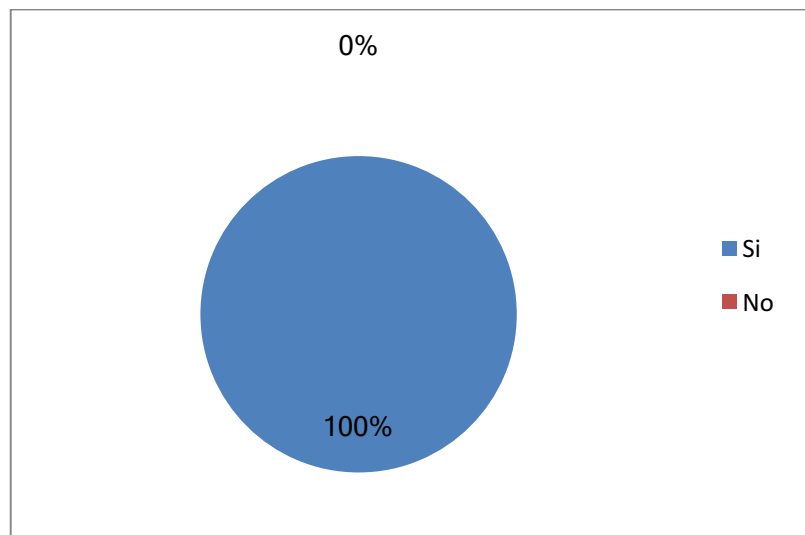


Gráfico N° 5.- Red Social

Fuente: Investigación

### Análisis e Interpretación:

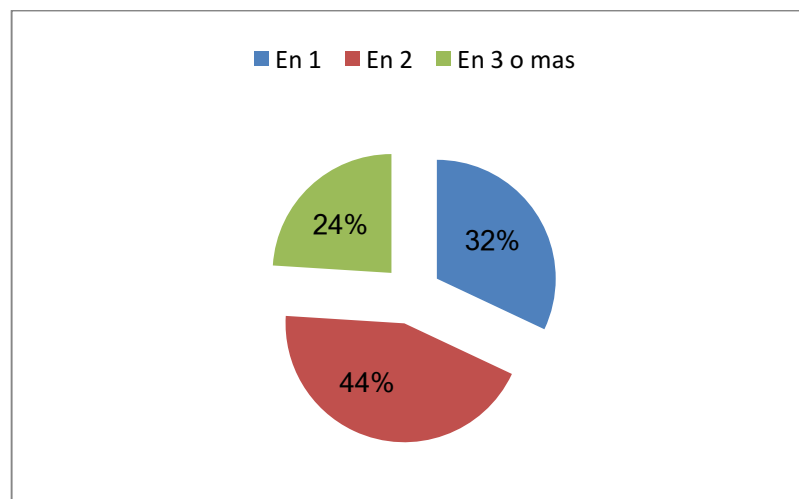
En base a la tabla y gráfica estipulada se puede mencionar que el mayor porcentaje de la población encuestada es parte de una red social, afirmando que poseen cuentas dentro de redes sociales tales como: Facebook, Instagram, Twitter, Skype y Tinder.

2. ¿En cuántas redes sociales tiene usted una cuenta activa?

**Tabla N° 7.**  
Cuenta Activa

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
2	En 1	120	32%
	En 2	165	44%
	En 3 o mas	90	24%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 6.-** Cuenta Activa

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

La tabla N° 7 y la gráfica N° 6 indica que el mayor porcentaje de la población encuestada poseen por lo general dos cuentas activadas en redes sociales, ya que señalan que les permiten interactuar con otras personas, y a su vez utilizan frecuentemente para realizar comunicados entre compañeros de clase.

3. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

Tabla N° 8.-  
Red social más Utilizada

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
2	Facebook	106	28%
	Skype	51	14%
	Instagram	100	27%
	Twitter	88	23%
	Tinder	30	8%
	Total		375

Fuente: Investigación

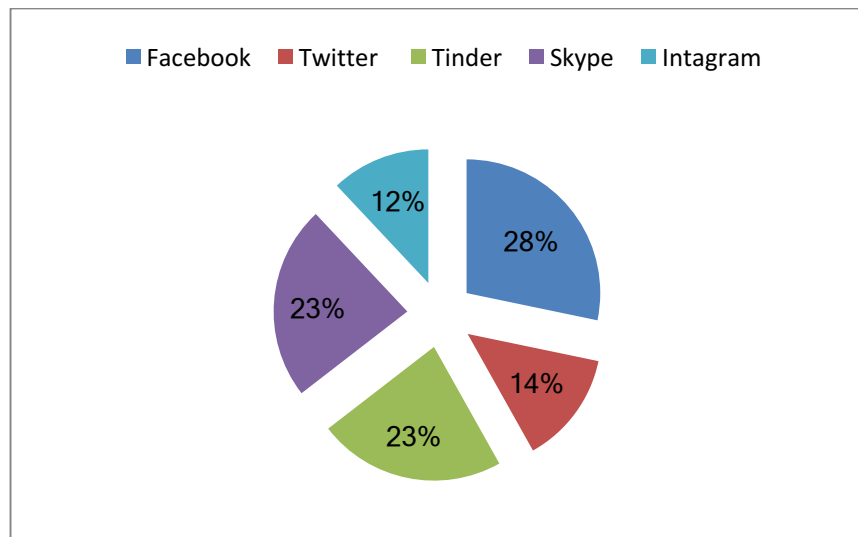


Gráfico N° 7.- Red social más Utilizada

Fuente: Investigación

**Análisis e Interpretación:**

En base a la pregunta planteada se puede manifestar que un grupo considerable utiliza la red social Facebook seguida de, Instagram, Twitter, Skype, y finalmente Tinder.

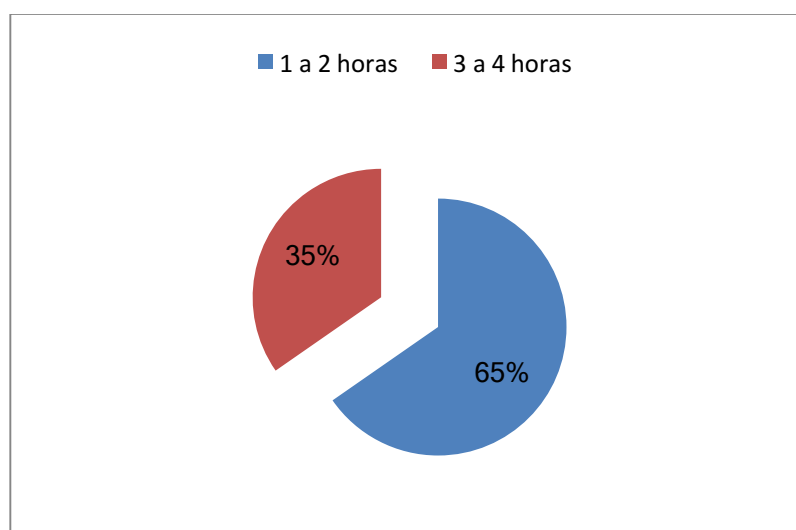
#### 4. ¿Cuánto tiempo dedica a las redes sociales?

**Tabla N° 9.**

Tiempo en las redes sociales

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
4	1 a 2 horas	245	65%
	3 a 4 horas	130	35%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 8.-** Tiempo en las redes sociales

**Fuente:** Investigación

#### **Análisis e Interpretación:**

Es indispensable indicar que la mayor parte de la población dedica entre 1 a 2 horas en las redes sociales representando a un total de 245 personas, mientras que las 130 están entre 3 a 4 horas.

5. ¿Con qué fin utilizas las redes sociales?

Tabla N° 10.

Con qué fin utilizas las redes sociales

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
4	Para estar en contacto con tus amigos	144	38%
	Para conocer gente nueva	98	26%
	Para buscar información	88	23%
	Para hacer tareas	45	12%
	Total	375	100%

Fuente: Investigación

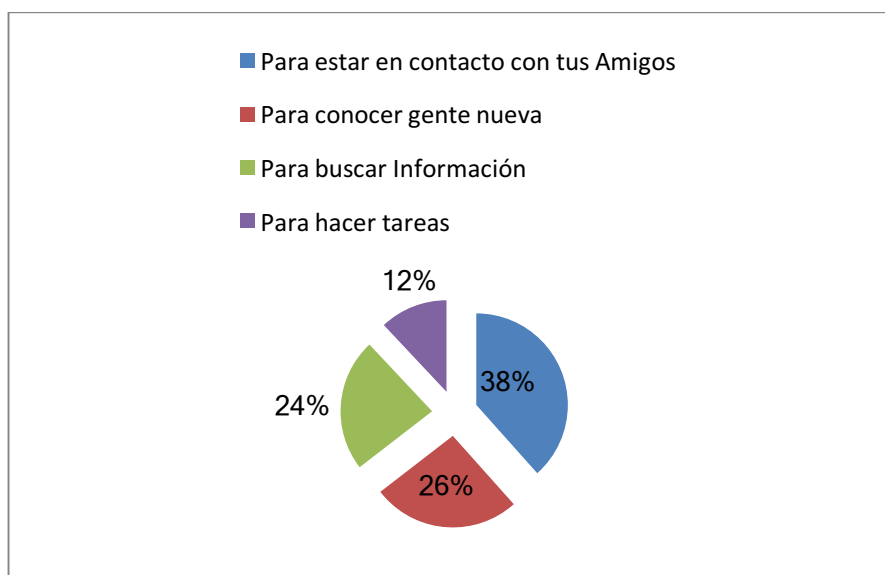


Gráfico N° 9.- Con qué fin utilizas las redes sociales

Fuente: Investigación

**Análisis e Interpretación:**

Un alto número de encuestados indican que el fin de utilizar las redes sociales es para estar en contacto con sus amigos y conocer sobre tareas y novedades de otras personas.

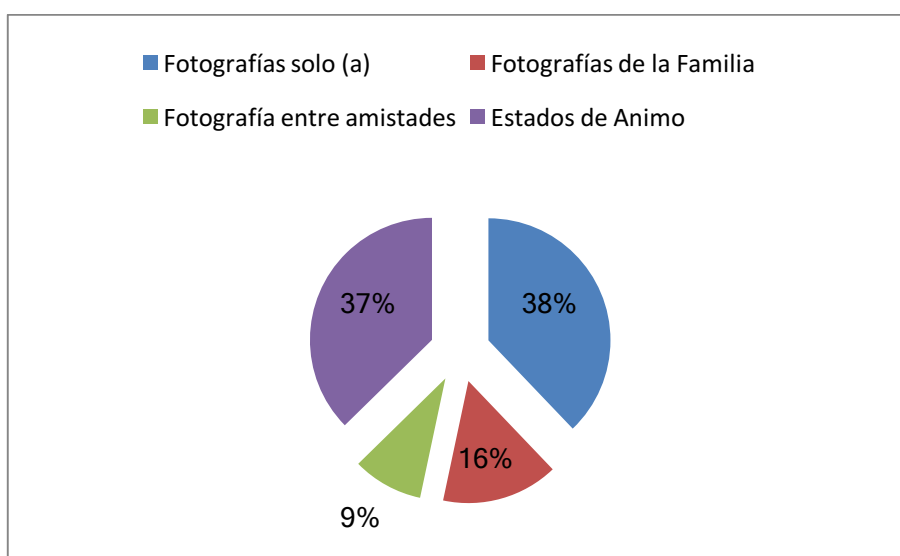


6. ¿Qué tipo de contenidos comparte en su red social?

**Tabla N° 11.**  
Contenidos en su red social

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
5	Fotografías solo (a)	142	38%
	Fotografías de la Familia	58	15%
	Fotografías entre amistades	35	9%
	Estados de Animo	140	37%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 10.-** Contenidos en su red social

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

Según la encuesta planteada se puede mencionar que la mayor parte de la población encuestada afirma que los contenidos que comparte en su red social son fotografías personales.

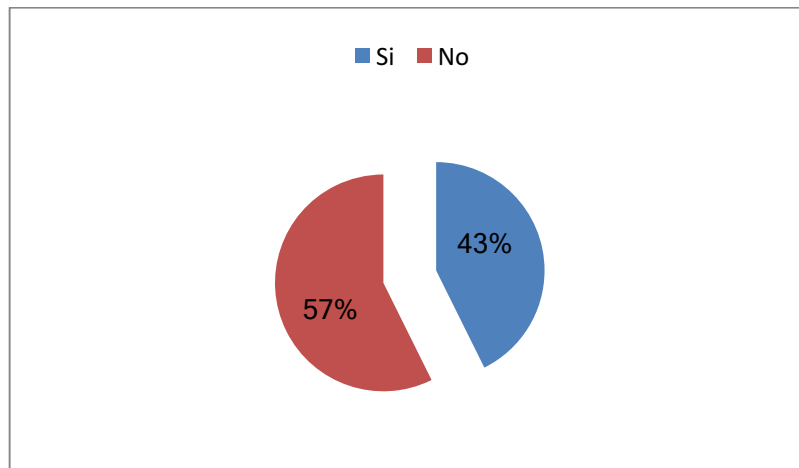
7. ¿Conoce sobre el manejo de privacidad en su red social?

**Tabla N° 12.**

Privacidad en la red social

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
6	Si	160	43%
	No	215	57%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 11.-** Privacidad en la red social

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

En la información obtenida es importante dar a conocer que el mayor porcentaje de la población encuestada afirma que no conoce sobre el manejo de privacidad en su red social.

8. ¿Con qué frecuencia aceptas solicitudes de desconocidos?

Tabla N° 13.

Solicitudes de desconocidos

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
7	Siempre	165	44%
	Algunas Veces	89	24%
	Nunca	121	32%
	Total	375	100%

Fuente: Investigación

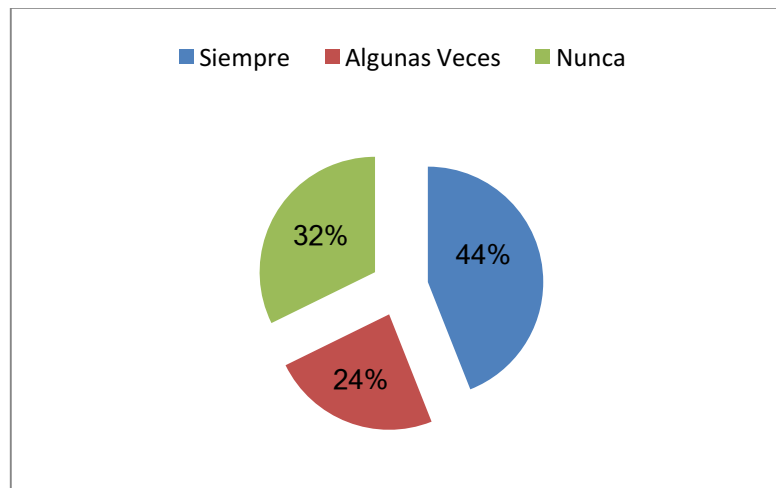


Gráfico N° 12.- Solicitudes de desconocidos

Fuente: Investigación

**Análisis:**

En base a la pregunta planteada se menciona que la mayoría de encuestados han aceptado solicitudes de desconocidos, esto les ha llevado a poseer malas experiencias, cuenta una señorita que en ocasiones le habían enviado fotografías bastante obscenas, y que tomo la decisión de bloquear e eliminarla a esa persona de sus amistades

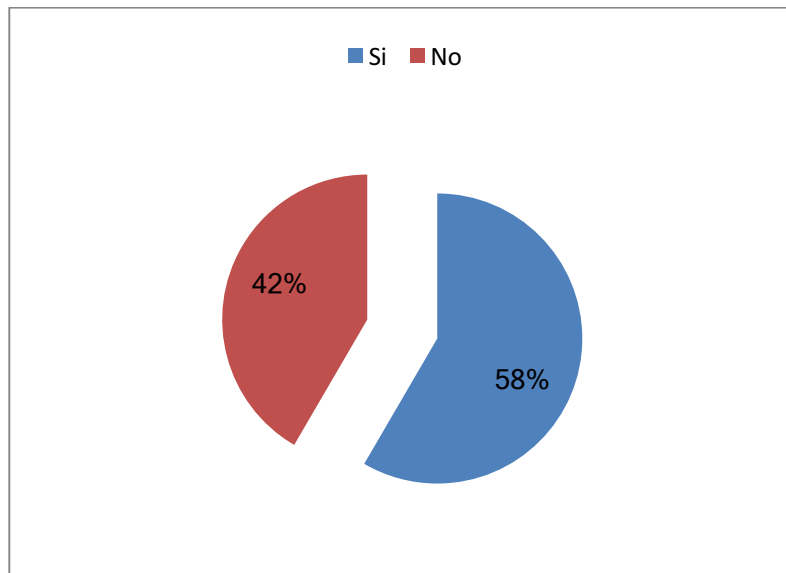
9. ¿Ha sido agredido alguna vez por los contactos que mantiene en su red social?

**Tabla N° 14.**

Contactos que mantiene en su red social

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
8	Si	219	58%
	No	156	42%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 13.-** Contactos que mantiene en su red social

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

De la encuesta planteada y en base a los resultados obtenidos se puede mencionar entonces que la mayor parte de la población si han sido víctimas de agresores.

10. ¿Qué entiende usted por agresor?

Tabla N° 15.

Agresor

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
9	Es aquella persona que ataca o agrede	131	35%
	Es aquella persona que selecciona la víctima	96	26%
	Es aquella persona que provoca daños a Terceros	148	39%
	Total	375	100%

Fuente: Investigación

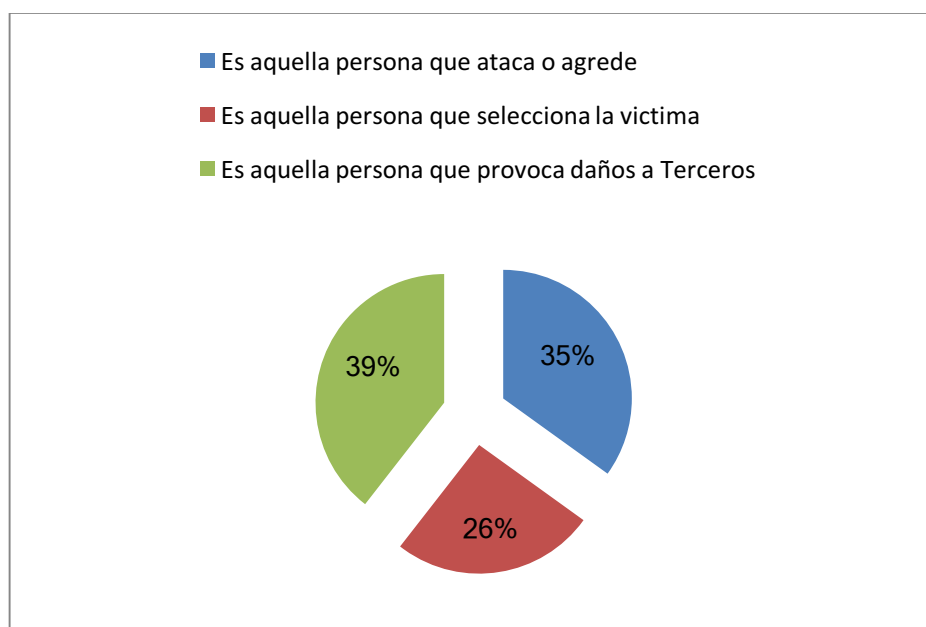


Gráfico N° 14.- Agresor

Fuente: Investigación

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo con los datos estadísticos hallados se menciona que la mayor parte de la población analizada alude que entienden, por agresor a aquella persona que provoca daños a terceros.

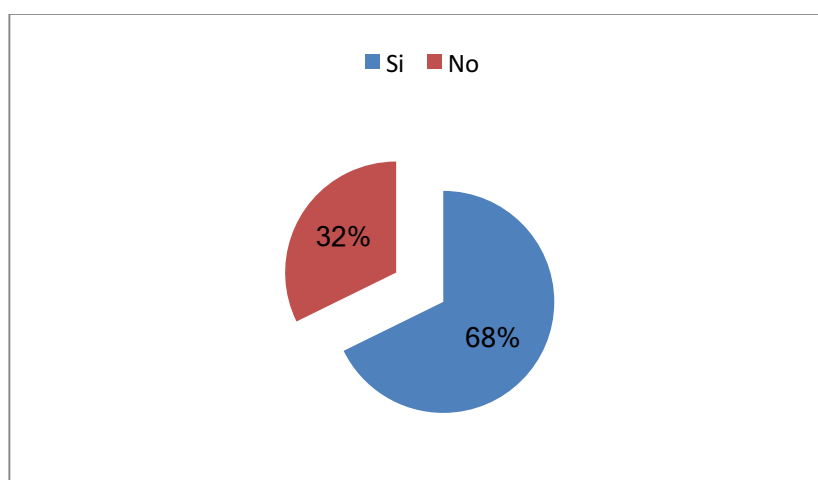
**11. ¿Realizas nuevas amistades mediante una red social?**

**Tabla N° 16.**

Amistades en las redes sociales

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
10	Si	254	68%
	No	121	32%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 15.-** Amistades en las redes sociales

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

Los datos tanto de la tabla con la gráfica revelan que la mayor parte utilizan las redes sociales para obtener nuevas amistades, sin embargo existe la otra parte no realiza este tipo de amistad por red social.

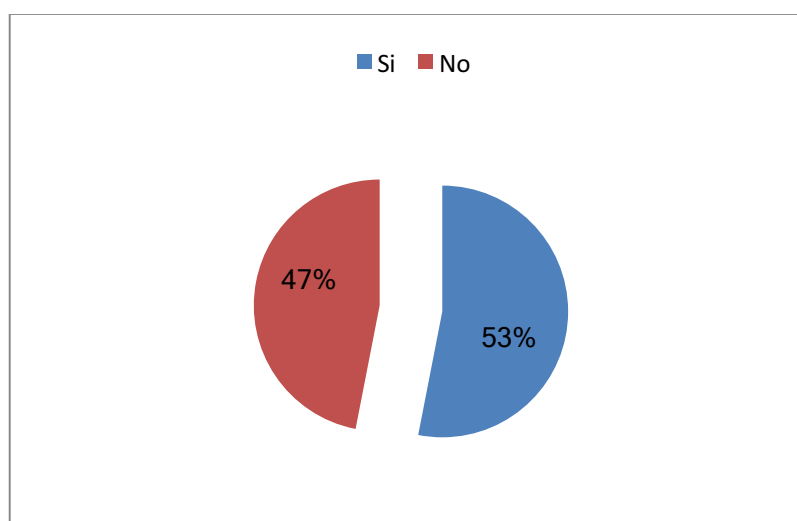
## 12. Tendría una relación sentimental por medio de redes sociales?

**Tabla N° 17.-**

Relación sentimental por medio de redes sociales

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
11	Si	199	53%
	No	176	47%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 16.-** Relación sentimental por medio de redes sociales

**Fuente:** Investigación

### **Análisis e Interpretación:**

Considerando los resultados obtenidos anteriormente se hace mención que la mayor parte de la población si ha tenido y que si es capaz de tener una relación sentimental por medio de redes sociales.

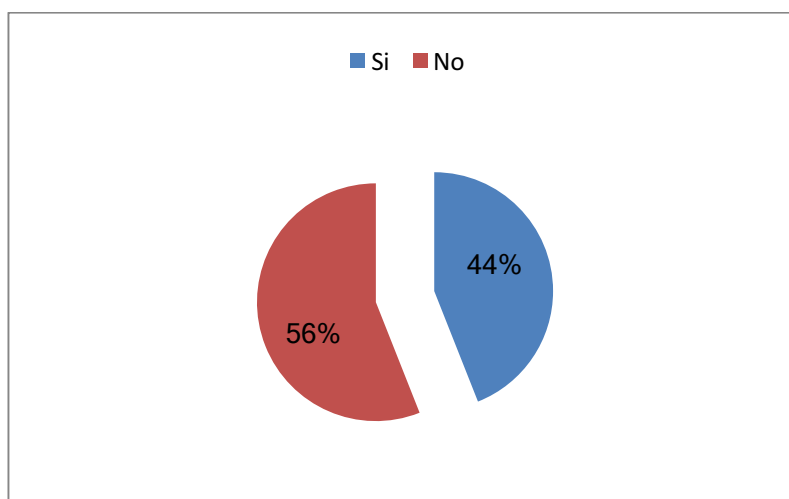
13. ¿Conoce usted lo que es el Grooming? (Acoso ejercido por medio de plataformas digitales)

**Tabla N° 18 .**

¿Qué es el Grooming?

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
12	Si	165	44%
	No	210	56%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 17.-** ¿qué es el Grooming?

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

En base a los resultados obtenidos de la presente pregunta se llega a la conclusión de que la mayor parte de la población no conoce que significa GROOMING, por lo que es necesario establecer estrategias comunicacionales para informar e instruir sobre el tema.



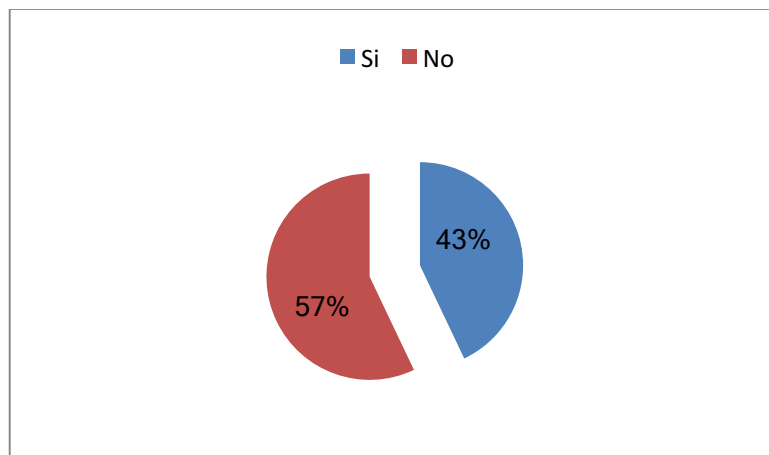
14. ¿Usted conoce casos de Intimidación que se ha dado en las redes sociales?

**Tabla N° 19.**

Intimidación que se ha dado en las redes sociales

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
13	Si	161	43%
	No	214	57%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 18 .-** Intimidación que se ha dado en las redes sociales

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

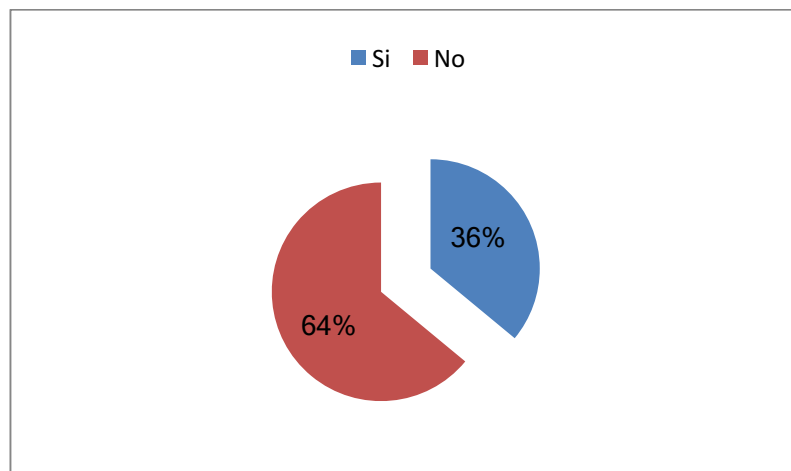
Mediante la investigación realizada es necesario dar a conocer que la mayor parte de la población hace mención que no ha conocido casos de intimidación que se ha dado en las redes sociales.

15. ¿Compartirías contenido visual privado (Fotografías y videos personales) con un contacto de tu red social?

**Tabla N° 20.**  
Contenido visual privado

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
14	Si	135	36%
	No	240	64%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 19 .-** Contenido visual privado

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

Es ineludible señalar que la mayor parte de la población encuestada afirma que no compartiría contenido visual privado con un contacto de su red social, pero a su vez se reflejan que un gran grupo si lo han realizado.

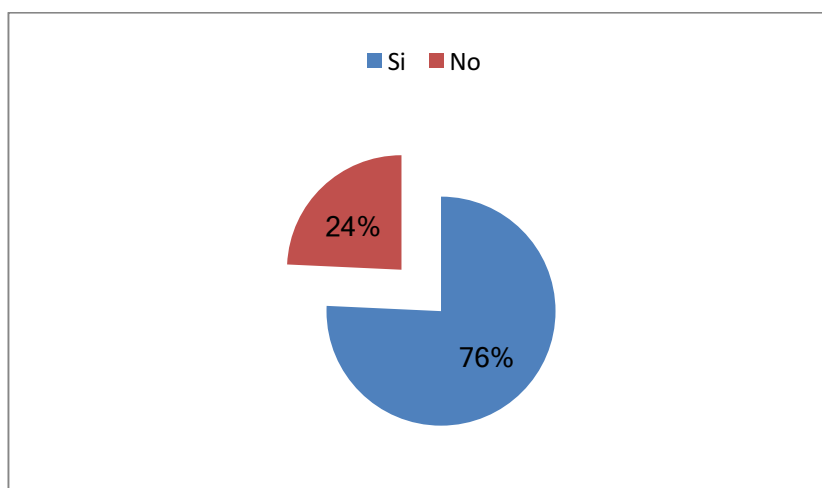
**16. ¿Estás de acuerdo que es necesario difundir sobre el abuso sexual en redes sociales?**

**Tabla N° 21 .**

Difundir sobre el abuso sexual en redes sociales

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
15	Si	284	76%
	No	91	24%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 20 .-** Difundir sobre el abuso sexual en redes sociales

**Fuente:** Investigación

**Análisis e Interpretación:**

En base a la pregunta planteada y a los resultados obtenidos se concluye que la mayor parte de la población afirma que si es necesario difundir sobre el abuso sexual que se da en las redes sociales.

### 3.6.4. Verificación de Hipótesis

Una vez determinado el problema y realizado la investigación de campo, se procede a la verificación de la hipótesis planteada anteriormente mediante el estimador estadístico CHI-CUADRADO, el mismo que permite establecer la correspondencia de los valores observados y esperados, permitiendo la comparación total del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se quiere verificar y con el propósito de comprobar si los valores de la frecuencia obtenida son representativos.

#### 3.6.4.1. Preguntas Extraídas

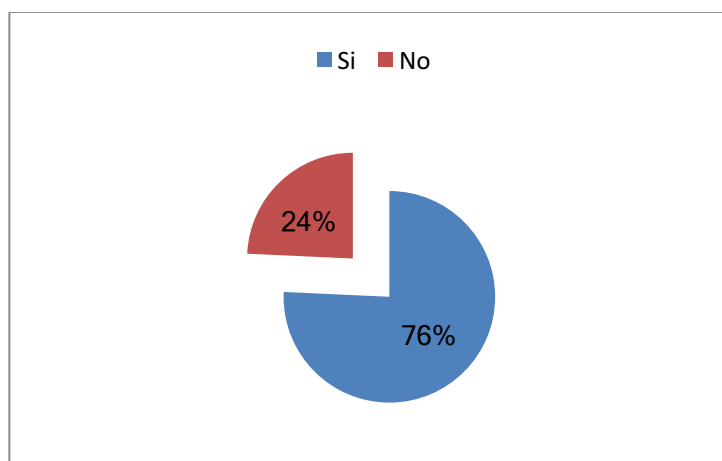
**Pregunta N° 16 Variable Independiente:** ¿Estás de acuerdo que es necesario difundir sobre el abuso sexual en redes sociales?

**Tabla N° 22 .**

Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado- V.I.

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
15	Si	284	76%
	No	91	24%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 21.-** Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado – V.I.

**Fuente:** Investigación

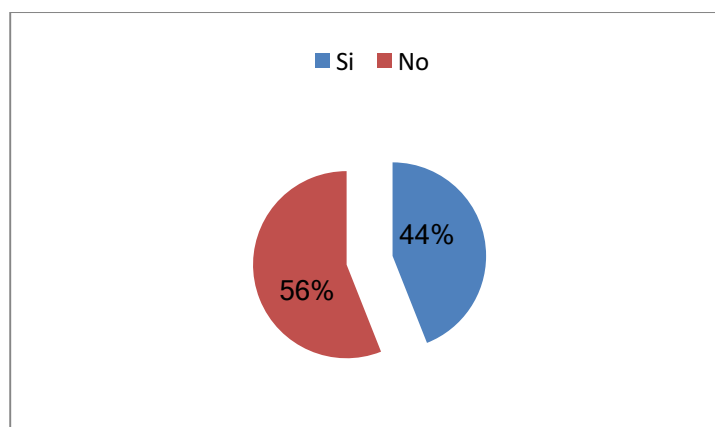
**Pregunta N° 13 Variable Dependiente:** ¿Conoce usted lo que es el Grooming?

**Tabla N° 23 .**

Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado – VD.

ÍTEM	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
12	Si	165	44%
	No	210	56%
	Total	375	100%

**Fuente:** Investigación



**Gráfico N° 22 .-** Pregunta extraída – Cálculo de Chi-Cuadrado – VD.

**Fuente:** Investigación

#### ***3.6.4.2.Hipótesis General***

“Las redes sociales influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

#### ***3.6.4.3.Planteamiento de Hipótesis***

Para el cálculo de la verificación, se toma en cuenta dos variables de la hipótesis ya planteada de la siguiente manera:

#### ***3.6.4.4.Hipótesis Alternativa***

- “Las redes sociales **SI** influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

### **3.6.4.5.Hipótesis Nula**

- “Las redes sociales **NO** influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

### **3.6.4.6.Estimador Estadístico**

Formula Chi-cuadrado

$$\sum \frac{[f(o) - f(e)]^2}{f(e)} = X^2$$

### **3.6.4.7.Modelo Matemático**

**H<sub>0</sub>**= Hipótesis Nula

**H<sub>a</sub>**= Hipótesis Alternativa

**X<sup>2</sup>** = Chi-cuadrado

**F(0)**= Frecuencias Observadas

**F (e)**= Frecuencias Esperadas

**GI**= Grados de Libertad

**F**= Filas

**C**= Columnas

### **3.6.4.8.Margen de Error**

$\infty = 0.05 \rightarrow 5\%$

### **3.6.4.9.Distribución Muestral**

**GI**= (F-1) (C-1)

**En donde:**

**GI**= (2-1) (2-1)

**GI**= (1) (1)

**GI**= 1

Los grados de libertad ayudaron a realizar el cálculo de la hipótesis nula en base a la siguiente tabla:

**Tabla N° 24.**  
Grados de Libertad

Grados de libertad (Gl)	Margen de error aceptable 0.05	Margen de error aceptable 0.01
1	3.841	6.635
2	5.991	9.210
3	7.815	11.345
4	9.488	13.277

**3.6.4.10. Cálculo Matemático**

**Tabla N° 25.**  
Frecuencias Observadas

ALTERNATIVAS	ESTUDIANTES		TOTAL
	PREGUNTA 12	PREGUNTA 15	
SI	165	284	449
NO	210	91	301
<b>TOTAL</b>	<b>375</b>	<b>375</b>	<b>750</b>

**Fuente:** Investigación

**Fórmula para el Cálculo de las Frecuencias Esperadas**

$$f_e = \frac{(\text{Total o marginal de renglon})(\text{total o marginal de columna})}{N}$$

**Tabla N° 26.**  
Frecuencias Esperadas

ALTERNATIVAS	ESTUDIANTES		TOTAL
	PREGUNTA 12	PREGUNTA 15	
SI	224,5	224,5	449,0
NO	150,5	150,5	301,0
			750,0

**Tabla N° 27.**

Calculo de Chi-cuadrado

PREGUNTAS	O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup>
					E
(PREGUNTA 12/ si	165	224,5	-59,50	3540,25	15,77
PREGUNTA 12/ No	210	150,5	59,50	3540,25	23,52
(PREGUNTA 15 / Si	284	224,5	59,50	3540,25	15,77
PREGUNTA 15 / No	91	150,5	-59,50	3540,25	23,52
$X^2 =$					78,59

**Fuente:** Investigación

### **3.6.4.11. Decisión**

**Conclusión:** Si el factor de comprobación  $X^2$  calculado  $\geq$  que el establecido en la tabla  $X^2$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa (Ha).

**Entonces:**  $78.59 \geq 3.841$ , por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa (Ha).

**Es decir que:** “Las redes sociales **SI** influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato”

### **3.7.Conclusiones**

Dentro del presente estudio, como metodología de recolección de información, se utilizó la investigación de campo y la bibliográfica; la primera permitió reunir la información necesaria recurriendo fundamentalmente al contacto directo con los hechos, es decir, que se juntó la información que ayudó a establecer métodos de apoyo para la captación directa de hechos y sucesos, utilizando como herramienta principal la aplicación de un cuestionario.

A su vez, la investigación bibliográfica ayudó en el proceso de investigación documental involucrando una serie de técnicas y procedimientos para alcanzar los



objetivos planteados dentro de la presente investigación. En este caso, consistió en establecer un estudio minucioso en base a datos históricos y escritos como fuentes de datos principales, realizando un proceso investigativo óptimo y factible al analizar, conocer, evaluar y conceptualizar definiciones de diferentes autores referentes al objetivo de estudio, apoyándose en autores de libros, folletos, revistas científicas, documentos, internet y por ende en datos.

Mediante el cálculo del estimador estadístico CHI-CUADRADO, se pudo verificar que los valores de la frecuencia obtenida son representativos, dando resultados positivos para proceder con la investigación, ya que sin duda las redes sociales SI influyen como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato.

Así mismo es necesario enfatizar que muchos de los estudiantes encuestados poseen cuentas en las redes sociales, los mismos que manifiestan que el fin de utilizar las redes sociales es para estar en contacto con sus amigos y hacer nuevas amistades, pero a esto señalan que si han sido víctimas de agresores, y que en ocasiones los han tenido amenazados, ha esto han acudido personalmente con sus padres a realizar las respectivas denuncias pero no han sido tomadas en cuenta y las autoridades pertinentes no han dado solución alguna...

La red social Facebook, es una de las más populares y que en su mayoría son menores de edad por sus múltiples actividades. Facebook es una de las redes sociales más populares del momento, ya que cuentan con 1'400.000 de usuarios los mismos que comparten a diario sus estados de ánimo, fotos, videos, juegos, en fin, la red social se ha convertido en un punto de encuentro digital en donde virtualmente se forman comunidades de usuarios que intercambian abiertamente toda clase de contenidos. Si bien es cierto Facebook no permite que menores de 13 años puedan usar la red social, pero ¿Dónde queda los jóvenes que poseen edades entre 14 y 18 años? En Ecuador según el artículo 2 del Código de la niñez y adolescencia menciona que sujetos protegidos son aplicables a todo ser humano, desde su concepción hasta que cumpla dieciocho años de edad. Por excepción, protege a

personas que han cumplido dicha edad expresamente contemplados en el código. Por otro lado señala en el art. 4 que niño o niña es la persona que no ha cumplido doce años de edad, Adolescente es la persona de ambos sexos entre doce y dieciocho años de edad.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1. Datos informativos**

##### **4.1.1. Tema**

Desarrollar una estrategia comunicacional para informar e instruir sobre el grooming, en la red social más utilizada por los adolescentes (Facebook).

##### **4.1.2. Institución Ejecutora**

- Ministerio de Educación

##### **4.1.3. Beneficiarios**

- Beneficiarios directos adolescentes y padres de familia
- Beneficiarios indirectos instituciones educativas y ciudadanía en general

##### **4.1.4. Ubicación**

- Ecuador - Provincia de Tungurahua - Cantón Ambato

##### **4.1.5. Tiempo estimado para la ejecución**

- La elaboración de la propuesta inicia el 1 de Abril de 2017 y finaliza el 18 de Agosto de 2017.

##### **4.1.6. Equipo técnico responsable**

- **Investigador:** Daniel Constante
- **Tutora:** Ing. Mg. Verónica Santillán

## **4.2.Objetivos**

### **4.2.1. Objetivo General**

- Desarrollar, informar e instruir una estrategia comunicacional sobre el grooming, en la red social más utilizada por los adolescentes (Facebook).

### **4.2.2. Objetivos Específicos**

- Informar sobre el uso y riesgo de la red social más popular como plataforma para el grooming dirigidos a los adolescentes y padres de familia.
- Comunicar al grupo objetivo acerca de los riesgos que se puede tener del manejo irresponsable de las redes sociales.
- Prevenir tanto a los jóvenes como padres de familia mediante elementos publicitarios para impactar a estos sobre lo que puede ocasionar el grooming.

## **4.3.Antecedentes de la propuesta**

La estrategia comunicacional se maneja dentro de un eje central que aporta a la sociedad Ambateña, partiendo de un enfoque altruista, informativo y preventivo dirigida a los adolescentes de las instituciones educativas como principales actores, siendo los afectados directamente por este tipo de acoso llamado "Grooming". Incluyendo también a los responsables directos de los jóvenes como los son los padres de familia como elementos participes ya que están al cuidado de los mismos y por ende a la ciudadanía en general para prevenir sobre el manejo de plataformas digitales que actualmente está en auge dentro de nuestro medio, por lo cual es necesario alertar acerca de esta problemática debido a que se está presentando en nuestra sociedad y así prevenir daños a la población adolescente que día a día se encuentran en contacto constante con estos medios y muchas de las veces ignoran personas o usuarios que hacen un mal uso de estos elementos digitales debido a que no se ha realizado este tipo de comunicación en la zona.

#### **4.4. Justificación**

El uso inadecuado de plataformas digitales se ha visto afectado por varios factores a nivel mundial, por escasas de información por parte del usuario sobre la seguridad brindada al momento de la creación de un perfil de Facebook, el mal intencionado manejo por parte de los usuarios dentro de la plataforma, entre otros, en nuestra ciudad no se ha realizado sistemas comunicacionales para informar o prevenir a tanto a los adolescentes como a los padres sobre esta problemática, ya que la regularización de leyes ecuatorianas no cubren este tipo actos inmorales, además el bajo interés o quizás desconocimiento por parte de instituciones tanto educativas como instituciones relacionadas con la protección y educación de los jóvenes.

Muchos jóvenes no tienen conocimientos sobre lo que es el "grooming" o le dan poca importancia ya que creen que es un tema de poco interés y lejos de su alcance. Para que los adolescentes hagan conciencia sobre el tema, se propone la realización de un sistema comunicacional para informar y prevenir a cerca de esta problemática social.

La estrategia comunicacional tiene como nombre directo "GROOMING" por ser el termino técnico de este tipo de comportamiento cibernético ejercido por una persona mayor con el propósito de ganarse la confianza y por ende la amistad de un adolescente creando una supuesta falsa conexión emocional que disminuirá la inhibiciones del mismo y de esta manera creando la puerta abierta para poder abusar del menor, se reforzara con "CUIDADO CON EL LOBO" el cual nace de la metáfora de los cuentos y juegos que formaron parte de la niñez de muchos haciendo alusión aquel lobo dispuesto hacer cualquier acción no benefactora como lo es en el cuento de la "La caperucita roja", el cuento del "Lobo y los 3 cerditos" o el juego de "Juguemos en el bosque, hasta que el lobo aparezca" ya que se encuentra posicionados en la mente de todo adolescente y adulto donde el manejo intrínseco da la narrativa de que el lobo realiza distintos actos para cometer su objetivo creando una metáfora entre el adolescente como aquel ser indefenso y el acosador como aquel lobo inescrupuloso capaz de hacer distintos actos con la finalidad de cometer su propósito malicioso a través de un medio digital.

Se ha estructurado distintas etapas además de piezas gráficas publicitarias con el objetivo de comunicar a través de varios elementos como: publicidad digital, afiches, trípticos, spot publicitario audiovisual, entre otros en el cual se manejarán elementos familiares que aporten a tener una uniformidad publicitaria, de esta forma creando una asociación igualitaria entre ellas, un manejo adecuado de tipografía complementaria como lo es "Giorgia Bold" para la estructura de la palabra GROOMING y para la formulación de "Cuidado con el lobo" se ha utilizado "Champagne Limousines Bold", de esta forma, las tipografías usadas en los mensajes textuales de los artes irán complementado de manera directa a la marca.

Se ha diseñado la integración tipográfica de la palabra "Grooming" donde se le ha complementado con tratamiento digital un elemento denotativo de un lobo sosteniendo en su mano la careta o imagen falsa de un chico adolescente, haciendo alusión a un groomer con el objetivo de comunicar de manera directa el término acuñado a este tipo de actividad, además del complemento del manejo cromático del identificador está basado en las connotaciones que estos llegan a transmitir siendo así como elemento la tonalidad amarilla, ya que este color connota al individuo la reacción de advertencia y precaución por sus tonalidades, además estructurado con el color negro y su denotación de oscuridad, de esta manera obteniendo una imagen de campaña limpia, clara y concisa para poder comunicar.



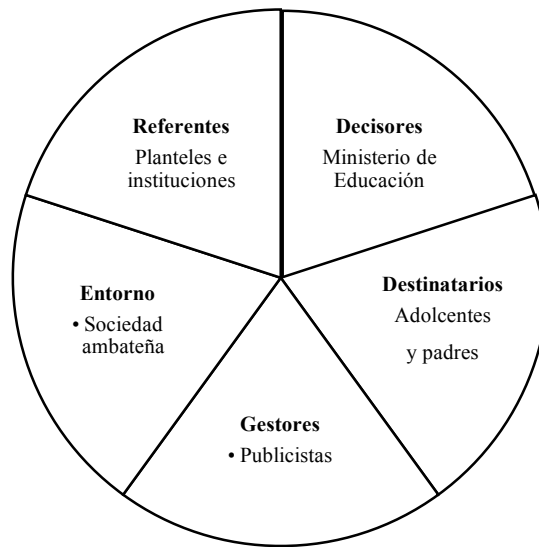
Gráfico N° 23- Logotipo de Campaña

#### 4.5. Importancia

La sociedad Ecuatoriana esta involucrada en diferentes problemas sociales, los cuales deben ser tratados de distintas formas con el objetivo de obtener resultados positivos y mejorar la calidad de vida como sociedad, existen varios elementos además de canales que pueden llegar a cumplir parte de esa meta, como lo es el campo publicitario que busca crear una reacción de actitudes y conductas sobre los individuos con la finalidad de contrarrestar los diferentes tipos de problemáticas. En nuestro modo de vida moderno hemos visto como ha ido evolucionando la tecnología con todo el beneficio de comunicación que este nos a brindado a la gran parte de población, conjuntamente con este crecimiento y modificación de vida, se ha dado el auge de las redes sociales, que nos abren ese gran mundo de interacción digital, donde millones de usuarios cada día se comunican, existiendo a mas de ello usuarios que rondan estas plataformas con planes maléficis, como es el caso presentado en la investigación del Grooming, el cual consiste en que un adulto busca a un menor a través de una plataforma digital, generalmente lo hace con información falsa de sí mismo para abrir la puerta hacia otro tipos de delitos, como pornografía infantil, trata de blancas, extorsión entre otros, es importante prevenir e informar a la adolescencia ambateña y padres de familia canales de información sin fines de lucro sobre este tipo de problemática, es una labor que involucra a instituciones a cargo del bienestar y protección de los mismos, además de ello padres y población en general, con la finalidad de informar, prevenir y concientizar para evitar que no haya victimas en un futuro no muy distante.

#### 4.6. Priorización y abordaje estratégico de públicos

	<b>Bajo</b>	<b>Interés</b>	
		<b>Bajo</b>	<b>Alto</b>
<b>Poder</b>	<b>Alto</b>	Sociedad Ambateña	Planteles educativos e instituciones de apoyo
		Ministerio de educación	Adolescentes y padres de familia



#### ***4.6.1. Priorización por interés y poder***

- A.** Sociedad Ambateña
- B.** Planteles educativos e instituciones de apoyo( ministerio de educación)
- C.** Padres de familia.
- D.** Adolescentes

#### **4.7. Análisis de factibilidad**

La ejecución del proyecto se rige por una previa investigación a través de canales involucrados directamente como los adolescentes de las instituciones educativas de la ciudad de Ambato siendo estas regularizadas y protegidas por el Ministerio de Educación de Tungurahua, los cuales suministran información y apoyo necesario para llevar a cabo este tipo de proyectos que colaboran con la población de manera altruista, apoyándonos en materiales técnicos bibliográficos que permiten afianzar y sustentar la investigación.

La adolescencia ambateña debe tener más conciencia y conocimiento sobre este supuesto delito cometido a través de medios digitales, es importante la protección y prevención ante estos sujetos maliciosos. Las instituciones, padres, adolescentes y



ciudadanos ambateños en general, son parte importante para evitar este tipo de actos inmorales que llega afectar directamente a nuestra sociedad.

#### **4.8. Fundamentación científico – técnica**

Para la ejecución de la presente propuesta se ha tomado como un punto de aportación del Objetivo N° 1 del Plan Nacional del Buen Vivir, el mismo que se define de la siguiente manera: Las ecuatorianas y ecuatorianos hemos decidido construir una sociedad que respeta, protege y realiza los derechos, en todas sus dimensiones, a lo largo del ciclo de vida, de todas las personas –individuales y colectivas–, para asegurar una vida digna con iguales oportunidades para todos y todas.

Posteriormente se hace énfasis en la política **1.5.**, que menciona lo siguiente: Fortalecer la **protección social, protección especial, atención integral y el sistema de cuidados durante el ciclo de vida de las personas**, con énfasis en los grupos de atención prioritaria.

De igual manera se toma también el Objetivo N° 8 del Plan Nacional del Buen Vivir, el mismo que menciona lo siguiente: Promover la transparencia y la Corresponsabilidad para una Nueva Ética Social, es decir: Una sociedad que actúe de manera ética y transparente hará cada día más difícil que la corrupción esté presente.

Para esto, la educación, **la información y la comunicación** toman un rol fundamental en un proceso de transformación ética construido sobre valores que duren para toda la vida, como la transparencia, la honestidad, la verdad, la solidaridad y el respeto por los demás.

#### **Los estilos de vida a los que se dirige es a:**

**Escolares:** Principalmente compuesto por estudiantes, que tienen poca responsabilidad, pero sustentan deseos de formar parte de un grupo, además de compararse entre dichos grupos, las jornadas cotidianas suelen ser repartidas entre el

establecimiento educativo secundario, sus amigos, incluyendo los pasatiempos de los mismos, muchos de ellos aficionados a plataformas digitales además a un deporte en especial. En su mayoría la actitud es netamente positiva y jovial, muchos de ellos sienten deseos de aportar a la sociedad, siendo vulnerables o influenciables a cualquier tipo de actividad peculiar no siempre encaminada a lo positivo.

Padres de familia con edades comprendidas entre 30 y 45 años de edad, por lo general son los responsables del cuidado del adolescente, estos distribuyen el tiempo entre su actividad económica, el hogar y actividades de distracción.

### **Objetivo General de etapas**

- Desarrollar una estrategia comunicacional para informar e instruir sobre el grooming, en la red social más utilizada por los adolescentes (Facebook).

<b>ETAPA 1 INFORMATIVA</b>	<b>ETAPA 2 COMUNICACIONAL</b>	<b>ETAPA 3 PREVENCIÓN</b>
Informar sobre el uso y riesgo de la red social más popular como plataforma para el grooming dirigidos a los adolescentes y padres de familia.	Comunicar al grupo objetivo acerca de los riesgos que se puede tener del manejo irresponsable de las redes sociales.	Prevenir tanto a los jóvenes como padres de familia mediante elementos publicitarios para impactar a estos sobre lo que puede ocasionar el grooming.

### **4.9.Estrategia de información**

Se establece elementos informativos que ayudan a dar a conocer el grooming dirigido al público objetivo para que tenga conocimiento sobre esta actividad cibernética ejercida principalmente por personas que dan un mal manejo a la red social más utilizada por adolescentes.

#### ***4.9.1. Etapas Estratégicas***

##### **A) Etapa Informativa**

###### **La adecuación de una etapa informativa**

Un sistema informativo que permita conocer ¿Qué es la Grooming? Además, de generar contenido informativo que vaya enlazando al público objetivo sobre este término y problema.

Captar la atención del público objetivo para suministrar información sobre el grooming y sus efectos.

La estructuración de esta etapa tiene la finalidad de informar a los adolescentes y padres de familia sobre el grooming.

### ETAPA INFORMATIVA

**Objetivo:** Informar sobre el uso y riesgo de la red social más popular como plataforma para el grooming dirigidos a los adolescentes y padres de familia.

Estrategias	Táctica	Acción	Descripción	Medios	Responsables
Difusión estratégica de mensajes	Sistema informativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contenido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar contenido que intercepte al público objetivo captando su interés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digitales (Facebook, Instagram)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicistas</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Retroalimentación de contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suministrar información complementaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digitales (Facebook, Instagram)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Profesionales</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación de la problemática Grooming</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indicativos de información directa acerca del grooming</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prensa</li> <li>Radio (Expertos hablando del tema )</li> </ul>	

## B) Etapa Comunicacional

- Se establecieran alianzas estratégicas con movimientos juveniles para tener un mayor impacto, se les ubicara en lugares estrategicos de la ciudad.
- Se realizará conferencias con el proposito de informar sobre el Grooming para evitar posibles victimas, dentro de estas conferencias contaremos con material publicitario de apoyo, banner, tripticos, spot publicitario y otros, los mismos que estarán manejados con información de manejo adecuado de Facebook.
- Para validar la información suministrada en dichas conferencias se guiará una prueba interactiva escrita de diagnostico combinada con la interacción con los adolescentes mediante estrategias de comunicación verbal para considerar su aporte directo con este tema, los cuales ayudarn a reforzar el concepto y tener un mayor uso responsable de estas tecnologías.



**Gráfico N° 24.-** Ejemplo de Stand.

**ETAPA COMUNICACIONAL**

**Objetivo Prevenir tanto a los jóvenes como padres de familia mediante elementos publicitarios para impactar a estos sobre lo que puede ocasionar el tema**

<b>Estrategias</b>	<b>Táctica</b>	<b>Acciones</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medios</b>	<b>Responsables</b>
<b>Manejo estratégico comunicacional</b>	Sistema estratégico de comunicación	Estrategias de difusión de alto impacto social	Establecer alianzas estratégicas con movimientos juveniles que aporte a la difusión del proyecto.	Stands informativos en puntos estratégicos (Grupo scouts)	Scouts
		Capacitación de direccionamiento educativo	Charlas institucionales impuestas por el ministerio de Educación de Tungurahua en los planteles educativos	Disertación técnica (Docentes, Psicólogos educativos)	Publicistas
		Interactividad participativa con el medio	Actividad escolar de interacción sobre el grooming.		
		Utilizar las plataformas de control y seguimiento estudiantil que involucra sociabilidad con los padres de familia (Sesión).	Medios impresos (banner, flyers, trípticos)		

### **C) Etapa de Prevención**

Mediante el planteamiento de desarrollo de las etapas anteriores para el reforzamiento del sistema comunicacional se implementa metodología publicitaria con la finalidad, de que el público objetivo sea prevenido y no caiga en las redes de este supuesto delito.

Mediante canales se direccionara el mensaje a través de soportes publicitarios los cuales están estructurados para brindar información sobre esta problemática.

Se realizara elementos tácticos como banners, afiches, y demás. El objetivo es que exista información suministrada a los adolescentes y personas a cargo de su cuidado educando al público objetivo cómo debe evitar este tipo de problemática que aqueja las plataformas digitales.

**ETAPA DE PREVENCIÓN**

**Prevenir tanto a los jóvenes como padres de familia mediante elementos publicitarios para impactar a estos sobre lo que puede ocasionar el grooming.**

<b>Estrategias</b>	<b>Táctica</b>	<b>Acciones</b>	<b>Descripción</b>	<b>Medios</b>	<b>Responsables</b>
<b>Impacto Social</b>	Publicidad	Publicidad ATL	Adecuación de elementos publicitarios para generar un mensaje de prevención.  Video publicitario del peligro del grooming.	Radio Prensa Redes sociales Parada de buses interactividad directa en medio Digitales	Publicistas
		Elemento audiovisual de soporte	Implementación de un BTL vivencial que muestre el peligro que están expuesto los adolescentes en la actualidad  Se utilizara un soporte BTL que este ubicado en el centro de la ciudad, cuestionando si realmente conoces a tus amigos de la red social.	Redes sociales	



#### **4.10. Artes publicitarias.**

##### **Spot**

##### **Ejemplo de guion de spot**

##### **Sinopsis**

CARLA (14) está testeando muy emocionada en su celular. Manda y recibe mensajes cariñosos, palabras, emojis, imágenes. Ella coloca el celular en su pecho y lo abraza fuertemente. Con quien chatea le envía un mensaje diciendo que salga y que escapen juntos. Ella lo piensa un momento y luego él le manda un mensaje con el que Carla se decide. Comienza a empacar ropa en una mochila, está nerviosa pero emocionada. Termina de empacar, cierra la mochila y sale. En la entrada de su casa, de entre las sombras sale un HOMBRE (35) quien le tiende la mano. Ella sonrío y le da también la mano, ambos se van por la calle oscura. El cuadro se funde a negro y luego aparece.

##### **Guion**

INTERIOR. CUARTO. TARDE. CARLA (15) está acostada en su cama con un celular en sus manos. Su cuarto está decorado con posters coloridos de adolescentes y su cama está llena de peluches. Sus dedos se mueven para teclear en la pantalla mientras su rostro sonrío de felicidad. En su pantalla se miran emojis con corazones, besos y palabras cariñosas que envía y recibe constantemente. Carla suspira cuando recibe una cara con corazones, ella envía un beso.

El celular de Carla suena, ella lo revisa. El mensaje dice que quiere verla. Ella duda, no sabe qué responder. Luego de un rato recibe otro mensaje, sonrío y se levanta de la cama.

Saca una mochila de su armario y comienza opacar un poco de ropa. Finalmente se pone una capucha roja, coge su mochila, uno de los peluches y sale.

EXTERIOR. CALLE. NOCHE. Carla sale de su casa y mira a todos lados buscando. De las sombras sale un HOMBRE (35) que avanza lento. Carla lo mira, pero no se mueve, temerosa. Hombre se acerca más y le extiende la mano, le sonrío. Carla camina un paso, lo mira y le da la mano. Ambos se alejan caminando.

INTERIOR. CUARTO OSCURO. TARDE. Carla aparece maltratada en una cama sucia puesta su capucha roja. Solloza y llora desesperada. Aparece una cámara que es encendida por Hombre vestido de lobo. Hombre avanza mientras los lamentos de Carla aumentan. Hombre se quita el disfraz de lobo mientras se acerca más hacia Carla. La pantalla se funde a negro y se escucha el grito de Carla.

### **Voz en Off**

Cuidado con el Lobo (Voz en Off) Todo comenzó con una solicitud, un like y un hola qué tal. Nadie antes me había brindado tanta atención. Me hiciste sentir especial, me hiciste sentir querida. Corazones, sonrisas y besos virtuales fueron la alegría de cada día. Hasta que llegó ese mensaje. Qué hacer si nunca antes te había visto en persona...Pero me convenciste. Me levanté y comencé a empacar, no sólo ropa, sino también esperanzas, sueños e ilusiones. Tú me hacías sentir única y quería vivir eso por siempre. Salí, te busqué y allí estabas. Esperándome. Mis nervios no podían más, pero eras tú y me ofrecías irme contigo. Cómo negarme a eso. Pero todo resultó mal, el sueño que anhelaba se convirtió en una pesadilla. Eras tú, un lobo disfrazado de niño y ahora muero cada día deseando nunca haber sido tu caperucita.



Gráfico N° 25.- Arte publicitaria Ejemplo N° 1



Gráfico N° 26.- Arte publicitaria Ejemplo N° 2



Gráfico N° 27.- Arte publicitaria Ejemplo N° 3



Gráfico N° 28.- Arte publicitaria Ejemplo N° 4



Gráfico N° 29.- Arte publicitaria Ejemplo N° 5



Gráfico N° 30.- Arte publicitaria Ejemplo N° 6





Gráfico N° 31.- Arte publicitaria Ejemplo N° 7



Gráfico N° 32.- Arte publicitaria Ejemplo N° 8



Gráfico N° 33.- Arte publicitaria Ejemplo N° 9



Gráfico N° 34.- Arte publicitaria Ejemplo N° 10



Gráfico N° 35.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 1



Gráfico N° 36.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 2





Gráfico N° 37.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 3



Gráfico N° 38.- Arte publicitaria portada de facebook Ejemplo N° 11



Gráfico N° 39.- Material P.O.P. Ejemplo N° 7

## TRÍPTICO

Habitualmente, los pedófilos buscan objetivos débiles de carácter, especialmente aquellos con vulnerabilidades relacionadas con la incomprensión familiar o social, o el simple hecho de no socializarse ante el medio, es ahí donde actúa y da comienzo el grooming.

**Grooming**  
cuidado con el lobo

Un engaño pederasta<sup>1</sup>, más conocido por el anglicismo grooming (en español «acicalando»), es una serie de conductas y acciones deliberadamente emprendidas por un adulto con el objetivo de ganarse la amistad de un menor de edad, creando una conexión emocional con el mismo, con el fin de disminuir las inhibiciones del infante y poder abusar sexualmente de él.

Marixa Jaén, psicóloga educativa, invita a los padres de familia a ser menos reacios al uso de la tecnología y desechar la idea de que los menores lo "saben todo"

El dolor y la humillación que sienten los niños que son víctimas del ciberacoso pueden dejar cicatrices mentales y emocionales consiguientes.

Fernández (2014), alude que: "El acoso o también llamado Grooming a través de las redes sociales deben ser valorados como una forma de violencia e intimidación debido a que infringe el derecho a la libertad e integridad sexual tanto en niños como adolescentes"

Gráfico N° 40.- Tríptico

Los niños/as y las jóvenes entre 12 a 17 años de edad debido a que son más propensos a recibir una amenaza de violación o muerte dentro de una red social.

Ambato cuenta con un 4,61% de usuarios en Facebook y la mayoría son jóvenes a esto es necesario indicar que Ambato no está exenta de casos relacionados con el grooming.

Nadie se puede negar al beneficio que las redes sociales brinda pero es claro evidenciar que existe un gran desinterés de los padres de familia hacia sus hijos dados por la ausencia del control paternal, provocando que exista carencias de conexión emocionales dentro de su mundo donde se sienten solos.

Habitualmente, los pedófilos buscan objetivos débiles de carácter, especialmente aquellos con vulnerabilidades relacionadas con la incomprensión familiar o social, o el simple hecho de no socializarse ante el medio, es ahí donde actúa y da comienzo el grooming.

La creciente popularidad de las redes sociales (RS) está causando preocupación por la privacidad y la seguridad de los usuarios, particularmente de los adolescentes que muestran diversas formas de conductas de riesgo en las redes sociales.

la facilidad de estar en contacto con personas de la sociedad ha producido que las redes sociales sean actualmente el boom del internet"

Marixa Jaén, psicóloga educativa, invita a los padres de familia a ser menos reacios al uso de la tecnología y desechar la idea de que los menores lo "saben todo"

El dolor y la humillación que sienten los niños que son víctimas del ciberacoso pueden dejar cicatrices mentales y emocionales consiguientes.

Fernández (2014), alude que: "El acoso o también llamado Grooming a través de las redes sociales deben ser valorados como una forma de violencia e intimidación debido a que infringe el derecho a la libertad e integridad sexual tanto en niños como adolescentes"

Gráfico N° 41.- Tríptico

# Facebook Montaje



Gráfico N° 42.- Facebook Montaje 1

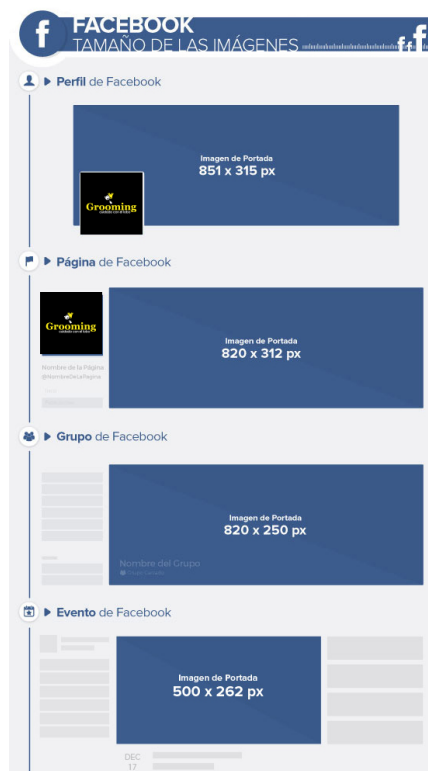


Gráfico N° 43.- Facebook Montaje 2

#### 4.11. Caracterización de medios

Nuestro público objetivo llega a la información publicitaria mediante elementos tecnológicos, editoriales, diseño de rotulación los cuales se han convertido en canales eficientes, la accesibilidad de nuestros usuarios se debe primordialmente con el uso de la tecnología se demuestra que ellos responden mejor a estas percepciones publicitarias ya que al estar comprendidos principalmente por un público que interactúa constantemente con el auge de la tecnología.

Hemos considerado primordial pautar en distintos medios como lo son:

- **Medios Impresos:** Utilizaremos este canal para gestionar elementos publicitarios los cuales estén dirigidos y compuestos al público potencial mediante una infraestructura gráfica publicitaria que permita visualizar distintos objetivos planteados para abarcar el medio.
  - **Periódicos**
  - **Revistas**
  
- **Medios Exteriores:** Estructuración de artes gráficas en rotulación que permita comunicar distintos mensajes latentes de nuestro producto.
  - **Banners**
  - **Parada de buses ubicada estratégicamente en Ambato**
  
- **Medios Digitales:** El pautaje se da principalmente por el medio que el público utiliza más a menudo, siendo este la red social Facebook.
  - **Cubriendo estrategias publicitarias se utilizará este medio para.**
  
- **Social Media:** Con la construcción de un sistema comunicativo de redes sociales principalmente Facebook donde podremos tener un contacto a tiempo real con nuestro público objetivo.

- Manejo de redes Sociales en Facebook, Instagram opcionalmente con la adaptabilidad de ingresar a las nuevas redes sociales latentes de crecimiento.

#### 4.12. Administración de la propuesta

- Recursos
- Presupuestos
- Piezas gráficas

Medio	Tamaño	Cantidad	Descripción	Valor Unit.	Valor Total
<b>Volantes</b>	A5	5000	Papel Couche	0.20	1000
<b>Trípticos</b>	A4	5000	Papel Couche	1.50	7.500
<b>Banner</b>	78 x 2.20 m	30	Impresión en lona con sistema incluido	450	450.00
<b>Infografía</b>		1		350.00	350.00
<b>Gigantografía</b>	3 x 1.50 m	2	Impresión en lona, full color tipo solvente, incluida la colocación	350.00	350.00
<b>Publicidad en Parada de buses</b>		6	Impresión y colocada	2000	250.00
<b>BTL (Materiales)</b>		1	Costo por un mes	1200	120
<b>Viáticos</b>			Autoridades	2000	2200.00
			<b>TOTAL</b>		<b>12.220</b>

#### **4.12.1 Gastos Varios**

Bibliografía	350.00
Especializada:	
Transporte	300.00
Fotocopias	250.00
Impresiones	100.00
Empastado	20.00
Internet	100.00
Alimentación	200.00
Gastos varios	250.00
<b>Total</b>	<b>1570.00</b>

#### **4.12.2. Costos Totales**

<b>Piezas Gráficas</b>	<b>17.959</b>
<b>Gastos varios</b>	<b>1570.00</b>

## BIBLIOGRAFÍA

- Allen F, F. (2013). *"Importancia del sector privado"*. Costa Rica : San Jose .
- Alvarado M, M. (2015). Obtenido de "Productos Financiero":  
<https://unicoop.jimdo.com>
- Alvarez C, C. (2015). *"Redes sociales en internet"*. Fotonostra.
- Álvarez M, M. (2013). *"Las nuevas tecnologías en Educación. El diseño asistido por ordenador"*. España: wanceulen.
- Alzate L, J. (2012). *"Administración y costos de cocina"*. Lima: Jaime Alzate Editor.
- Amado R, R. (2016). *"BULLYING, CIBERBULLYING y NUEVAS TECNOLOGÍAS"*.  
centrodelta.
- Avellanosa I, I. (2011). *"En clase me pegan: Una guía sobre el acoso imprescindible para padres y ..."*. EDAF.
- Azogues M, M. (2014). *"La Cultura Empresarial Hoy Día"*. Madrid: Diaz de Santos .
- Bacallao M, M. (2014). *"Génesis del control interno"* . México.
- Barros A, A. (2014). Obtenido de "Inversión": <http://www.eco-finanzas.com>
- Belisle L, L. (2012). *"Redes Sociales Comunitarias"*. Copiryng.
- Bermúdez L, L. (2013). *"Investigación en la gestión empresarial"*. Colombia: ECOE, Ediciones.
- Bernard J, J. (2015). *"Semiótica y Teoría del Derecho"*. Madrid: Norma .
- Berrazueta M, M. (2012). Obtenido de "Cooperativas de Ahorro y Crédito en Cotopaxi": [epositorio.espe.edu.ec](http://epositorio.espe.edu.ec)
- Bisquerra R, R. (2014). *"Prevención del acoso escolar con educación emocional"*.  
Desclée De Brouwer.
- Bolaños G, G. (2016). *"Educación Por Medio Del Movimiento Y Expresión Corporal"*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia .
- Bonta P, P., & Farber M, M. (2011). *"199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad"*. Lima : Copiryng.
- Borja Fernandez C, C. (2012). *"Las Redes Sociales. Lo que hacen sus hijos en Internet"*. San Vicente - Alicante: ECU .



- Campo J, J. C. (2011). *"Xxxii Jornadas de Estudio de la Abogacía. El Nuevo Código Penal"*. Madrid: Gobierno de España .
- Cardenas A, A. (2016). Obtenido de "El ciclo de vida de un producto técnico en la inf
- Chavéz J, J. (2011). *"Conocimiento técnico e información"*. México: Norma.
- Ciraolo S, S. (2014). *"Psicología de la conducta"*. Bleger.
- Cisneros A, A. (2015). *"Neuromarketing y neuroeconomía: Código emocional del consumidor"*. España: Paraninfo.
- Conejero J, J. (2016). *" Las finanzas ética"*. Barcelona - España: UOC.
- Cortejoso D, D. (2016). *"Consecuencias del Grooming o ciberacoso"*. Copiryng.
- Cortina H, H. (2015). *"Identificación e imagen"*. México: FCE.
- Díaz I, I. (2010). *"Bases de la terapia de grupo"*. México: PAX.
- Duarte C, C. (2012). Obtenido de "Auditoría de Gestión Empresarial":  
www.gerencie.com
- Durán E, E. (2012). *"Semiótica"*. MÉXICO: rED TERCER mILENIUM.
- Duran R, R. (2013). Obtenido de "Auditoria de Gestión": <http://diposit.ub.edu>
- Echeverría R, R. (2015). *"Ontología del Lenguaje"*. Lom Ediciones S.A.
- Elisaldez C, C. (2013). Obtenido de "La Cobranza": <https://www.afinsa.com.ni>
- Erazo C, C. (2017). *"Diseño Básico de Multimedia"*. ic editorial.
- Estupiñan A, A. (2016). *"La comunicación Visual"*. Lima: ecured.
- Evan W, W. (2016). *"Qué es Twitter y cómo funciona"*. Norma.
- Feldman D, D. (2016). *"Capacitación en materia de seguridad TIC para padres, madres, tutores y educadores de menores de edad"*. Madrid: (INTECO).
- Flores H, H. (2015). *Semiotica* . España: Díaz de Santos .
- Frascara J, J. (2015). *"Diseño gráfico para la gente: comunicación de masa y cambio social"*. Buenos Aires : Ediciones Infinito .
- Fuentes A, A. (2012). *"Visión gerencial. Prospectiva de gestión y estrategia empresarial."*. Lulu com.
- Gálvez I, I. (2016). *"Facebook para empresas y emprendedores"*. IC editorial.

- Garces J, J. (2011). *"MERCADO LABORAL "*. Madrid: Costa Rica .
- García P, P. (2006). *"Introducción a la investigación bioantropológica en actividad física "*. Caracas: Faces.
- Garrido A, A. (2014). *"La red Social"*.
- Garzón M, M. (2016). *"Modelo intraemprendedor para la innovación"*. México: Universidad del Rosario.
- Giesecke F, F. (2016). *"Dibujo y comunicación gráfica"*. México: Pearson Educación.
- Gómez R, R. (2012). *"Aprendizaje organizativo y sistemas complejos con capacidad de adaptación ..."*. México: Athenea.
- Gómez R, R., & Camisión C, C. (2012). *"Aprendizaje organizativo y sistemas complejos con capacidad de adaptación ..."*. Athenea.
- González M, M. (2014). *"El Síndrome de Agotamiento Profesional en Oncología"*. Colombia : Panamericana .
- González O, Ó. (2016). *"Escuela de Padres de adolescentes: Educar con talento"*. Barcelona :
- Gray D, D. (2014). *"Marketing de productos: guía de planificación para pequeñas empresas"*. España: Granica.
- Guerrero J, J. (2016). *"La fórmula millonaria: Descubre cómo ganar dinero por Internet"*. Mestas ediciones.
- Hernández R, R. (2016). *"Las redes sociales"*. bligoo.
- Hernández R, R., & Fernández C, C. (2010). *Metodología de la Investigación* . ECUADOR: Copirying.
- Herrera D, D. (2014). *"Multimedia"*. ic editorial.
- Ibañez J, J. A., & Fuentes L, L. (2014). *"Aprendizaje Ético-Cívico en Entornos Virtuales: Simposio Internacional de ..."*. Las Rozas Madrid: Universidad Internacional de Rioja .
- Ibáñez M, M. (2013). *"UF0345 - Apoyo administrativo a la gestión de recursos humanos"*. Bogotá: Eco ediciones .
- Issler E, E. (2012). *"Psicología:Conducta"*. Slideshare.
- Kandel E, E. (2015). *"EXCELLENCE MANAGEMENT"*. México: Excellence Management.

- Larrea C, C. (2017). Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/servicio/>
- Lastra J, J. (2014). *"Conocer y Ser"*. Venezuela : Panamericana .
- Lois O, O. (2014). Obtenido de "La Percepción (Psicología)":  
<http://www.philosysofia.com>
- López A, Á. (2015). *"Guía para gestionar los datos personales"*. Madrid : Alianza Formación Empresarial.
- Lozano J, J. (2011). *"Reflexiones sobre pedagogía"*. Bogotá: Librería de la U.
- Manco J, J. (2014). *"Elementos básicos del control, la auditoría y la revisoría fiscal"*. Copyright.
- Margalef J, J. (2016). *"Percepción, desarrollo cognitivo y artes visuales"*. España : Editorial del Hombre .
- Martínez F, F., & Raya J, J. (2010). *"Informática Básica"*. Lima - Perú: RA-MA S.A. Editorial y Publicaciones.
- Martínez G, G. (2015). *"Manual básico de caligrafía e iluminación"*. Universidad Iberoamericana.
- Mattozzi R, R. (2017). *"Teoría y Psicología"*. Blogger.
- Medina P, P. (2014). *"Dirección empresarial para publicitarios"*. Madrid: Dykinson.
- Merinero A, A. (2016). *"Marketing y ventas en la oficina de farmacia"*. México: Díaz de Santos.
- Moles A, A., & Costa J, J. (2013). *"Publicidad y diseño"*. Infinito.
- Monreal A, A. (2016). *"Qué significa creatividad - Información, significado y ejemplos de oraciones con creatividad"*. México: definiciones DE.
- Montaño J, J. (2016). *"La calidad es más que ISO 9000"*. EE.UU: Copyringht.
- Morales C, C., & Cabrera L, L. (2015). *"Los efectos del trabajo en el personal sanitario"*. Dykinson.
- Morales L, L. (2010). *"Etiología Equina"*. Colombia : Copiryng .
- Morales V, V. (2010). *"Redes Sociales"*. ic editorial.
- Moratalla F, F. (2012). *LA AGENDA DE LA EFICACIA DE LA AYUDA EN AMÉRICA LATINA. Cooperación Hispano- Venezolana*. Madrid: EUMED.
- Muzo G, G. (2015). *"Sociedad y Comunidad"*. México: Copyringth.

- Navarrete J, J. (2017). *"El diseño"*. México: Demsecres.
- Navarro J, J. (2015). *"Conducta y ética"*. Definición ABC.
- Núñez M, M. (2016). *"Formación y orientación laboral"*. Madrid: AKAL.
- Ortíz A, A. (2009). *"Educación Infantil: pensamiento, inteligencia, creatividad, competencias ..."*. España : elitoral.
- Ortíz J, J. (2015). Obtenido de "¿Qué son los procesos sensoriales?":  
es.answers.yahoo.com
- Ortiz L, L. (2009). *"LOS FUNCIONARIOS O SERVIDORES PÚBLICOS EN EL CÓDIGO PENAL"*. Perú.
- Padrón P, P. (2016). *"Asperger en el Aula"*. Madrid: Diaz de Santos.
- Paz M, M. (2016). *"Redes sociales: la nueva oportunidad"*. IC. editorial.
- Perez I, I. (2016). *"Historia de las Artes Gráficas:"*. Madrid: TENDENZIASMEDIA.
- Pérez Porto J, J., & Gardey A, A. (2012). *"Redes Sociales"*. Copiryng.
- Prieto C, c. (2014). *"Herramientas para la Administración de la Cobranza"*. Escuela Bancaria y Comercial.
- Quilly M, M. (2014). *"Preparación de proyectos de diseño gráfico. ARGG0110"*. Málaga: ic editorial.
- Quinn R, R. (2016). *"Maestría en la gestión de organizaciones: un modelo operativo de competencias"*. México: Díaz de Santos.
- Robles M, M. (2016). *"Diseño gráfico de envases: guía y metodología"*. México: Universidad Iberoamericana .
- Rodríguez H, H. (2016). *"Comunicación digital"*. Fotonostra.
- Rodríguez M, M. (2014). *"Investigacion doctoral: Momentos de la investigacion doctoral"*. Guatemala : Epojé S.A .
- Santamaria M, M. (2015). *"Crea una vida exitosa"*. México: APA.
- SEPS. (2016). Obtenido de "Consulta de Organizaciones":  
<https://servicios.seps.gob.ec/>
- Silva Y, Y. (2014). *"El trabajo independiente"*. Venezuela : Asovac .
- Siso J, J. (2010). *"Características más relevantes del paradigma socio-crítico".  
Universitaria - Investigación , 7-9.*

- Steinbuch K, K. (2013). *"La Informática"*. Colombia : Copiryng.
- Tébar M, M. (2014). *"Educar en las Nuevas Tecnologías. Prevención del ciberacoso"*. Marpadal.
- Tigse M, M. (2017). *"Patrones de interacción para la destreza oral (speaking) del idioma inglés en los estudiantes de novenos años de educación general básica de la Unidad Educativa "Los andes", del cantón Pillaro, provincia de Tungurahua"*. UTA.
- Tobar C, C. (2014). Obtenido de "¿Qué es un crédito?": <https://debitoor.es>
- Toledo R, R. (2016). *"Inventiva y el liderazgo"*. Venezuela: Norma.
- Valero S, S. (2014). *"Definiciones ABC"*. Copiryng.
- Vanderhoven E, E. (2015). Enseñar a los adolescentes los riesgos de las redes sociales: Una propuesta de intervención en Secundaria. *Revista Científica de Educomunicación*, 123-132.
- Vásquez L, L. (2016). *"Lineas de Investigación"*. Perú: Copiryng .
- Vedruna J, J. (2015). *"Educa Intenet"*. España: Macmillan.
- Vega J, J. (2015). *"Artes gráficas"*. Argentina.
- Véscovi E, E. (2016). Obtenido de "Definición del proceso": <https://es.slideshare.net>
- Villanueva A, A. (2014). *"Interacción Digital"*. Lima - Perú: INDI ARTE.
- Yanez C, C. (2013). *"Aplicar la creatividad es parte importante de la innovación."*. México: Copyright.
- Yanez C, C. (2016). *"Como Conseguir Trabajo en Tiempo de Crisis"*. Foro Comercial SA de CV.
- Yebra I, I. (2015). *"La importancia de un buen entorno laboral"*. México: Panamericana .
- Zapata R, R. (2015). *"Jornadas internacionales de investigación en educación y salud"*. Universidad de Almería.
- Zupiria X, X. (2016). *"Teoría del Rolf"*. Argentina: Norma.

## LINKOGRAFÍA

- Acevedo T, T. (2016). Obtenido de "Conceptos formales o Elementos del diseño (Visuales)": <http://mimente.com.mx/blog/conceptos-formales-o-elementos-del-diseno-visuales/>
- Acosta T, T. (2015). Obtenido de "Definición de indicadores financieros": <http://actualicese.com/2015/02/26/definicion>
- Alcazar J, J. P. (30 de Enero de 2016). Obtenido de "Estadísticas Facebook Ecuador": <http://blog.formaciongerencial.com/2016/02/01/estadisticasfacebookecuador/>
- Alfonso E, E. (2015). Obtenido de "El proceso de producción": <http://eco.unne.edu.ar/economia/catedras/micro1/Unidad4.pdf>
- Alvarado M, M. (2015). Obtenido de "Productos Financiero": <https://unicoop.jimdo.com>
- Alvarado Y, Y. (2015 ). Obtenido de "CAMPO LABORAL DE DISEÑO GRÁFICO EN MÉXICO": <http://www.improma.com/campo-laboral-de-diseno-grafico/>
- Alvarez J, J. (2011). "*Contabilidad financiera*". Obtenido de [https://www.ecured.cu/Contabilidad\\_financiera](https://www.ecured.cu/Contabilidad_financiera)
- Aragón M, M. (2007). "*Identidad Cultural*". Obtenido de <http://www.redaccionpopular.com/articulo/identidad-cultural-que-es-y-para-que-sirve?page=4>
- Arosemena C, C. (Noviembre de 2015). "*Concepto de finanzas*". Obtenido de <http://concepto.de/finanzas/>
- Basantes V, V. (2013). Obtenido de "Verdad o reto": <https://es.pinterest.com/pin/538109855456910406/>
- Basave A, A. (05 de 2014). Obtenido de "TINDER Y LA PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN": <http://komenko.mx>
- Bolaños C, C. (2016). "*Informatica Hoy*". <http://www.informatica-hoy.com.ar/skype/Que-es-y-como-funciona-Skype.php>.
- Bolaños K, K. (2012). Obtenido de "voz viva": <http://vozvivanacional.blogspot.com>
- Bonilla I, I., & Bargas E, E. (2012). Obtenido de "'Estudio exploratorio del uso y riesgos de las redes sociales por parte de los niños y niñas en edad escolar del Área Metropolitana: caso de la escuela Juan Rafael Mora Porras y de la escuela Saint Jude'": <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/755/1/estudio%20explor>

ratorio%20del%20uso%20y%20riesgos%20de%20las%20redes%20sociales.pdf

- Brook A, A. (2009). *"Definición de Administración"*. Obtenido de <http://administracionteoria.blogspot.com/2009/07/definicion-de-administracion.html>
- Caiza S, S. (2015). *Repositorio UTA*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/17414>
- Calatayud J, J. (2016). Obtenido de "La Percepción": <http://www.um.es>
- Calderón B, B. (2011). Obtenido de "La cobranza": [http://www.cefa.com.mx/art\\_art110727.html](http://www.cefa.com.mx/art_art110727.html)
- Calisto M, M. L., & Calderón G, G. (2014). Obtenido de "Diseño gráfico en Quito-Ecuador 1970-2005": <http://www.historiadisenos.ec>
- Cardenas A, A. (2016). Obtenido de "El ciclo de vida de un producto técnico en la informática": <http://ciclovidaproductotecnicoinformatic.blogspot.com/>
- Carrillo J, J. (2014). Obtenido de "Políticas de gestión de cobro": <http://www.alianza.coop/credito/politicas-de-gestion-de-cobro>
- Caseres V, V. (2016). Obtenido de "Ejemplo de Axiología": [http://www.ejemplode.com/55-filosofia/2577-ejemplo\\_de\\_axiologia.html](http://www.ejemplode.com/55-filosofia/2577-ejemplo_de_axiologia.html)
- Castillo A, A. (2014). Obtenido de "Definición de Cobranza": <https://definicion.mx/cobranza/>
- Cevilla J, J. (2012). Obtenido de "Finanzas": <https://jhoneduardgarciauzman.wordpress.com>
- Conrads R, R. (2015). Obtenido de "El origen de las Redes Sociales": [http://dgsei.edomex.gob.mx/tecnotips/el\\_origen\\_redes\\_sociales](http://dgsei.edomex.gob.mx/tecnotips/el_origen_redes_sociales)
- Dante O, O. (2012). Obtenido de "El sistema de control interno y su importancia en la auditoría": <http://www.facpce.org.ar>
- Diario el Telégrafo . (Julio de 2013). *"El 31,67% de la población se debe al sector cooperativo"*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec:> <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-3167-de-la-poblacion-se-debe-al-sector-cooperativo>
- Diario el Espectador. (Agosto de 2017). Obtenido de "Social Room": <http://blogs.elespectador.com>

- Diario el Telégrafo . (05 de Febrero de 2017). Obtenido de "El grooming amenaza a los menores que utilizan las redes sociales": <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo-dia/51/el-grooming-amenaza-a-los-menores-que-utilizan-las-redes-sociales>
- Diario el telégrafo. (2016). Obtenido de "El sector automotor recuperó sus ventas a finales de 2016": <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-sector-automotriz-recupero-sus-ventas-a-finales-de-2016>
- Diario Rotativo. (2016). "*Mujer trabajadora: efectos de la flexibilidad laboral*". Obtenido de <https://rotativo.com.mx/opinion/columnas/monedero/580934-mujer-trabajadora-efectos-la-flexibilidad-laboral/>
- Duarte C, C. (2012). Obtenido de "Auditoría de Gestión Empresarial": [www.gerencie.com](http://www.gerencie.com)
- Dürsteler J, J. (2016). Obtenido de "Estrategia Visual": <http://www.infonomia.com/estrategia-visual/>
- Echeverria P, P. (Septiembre de 2012). Obtenido de "La producción y productividad": <https://es.slideshare.net/Pamela143/la-produccion-y-productividad>
- Encimas V, V. (2011). "*Política Empresarial*". Obtenido de <http://politicaempresarialfaca.blogspot.com/>
- Espinosa G, G. (2014). Obtenido de "Menores vulnerables al ciberacoso": <http://tecnologiaexpreso.blogspot.com/2011/08/menores-vulnerables-al-ciberacoso.html>
- Fiallos C, C. (2014). Obtenido de "Depósitos a la Vista": <http://uniotavalo.fin.ec/issue/depositos-la-vista/>
- Freire E, E. (24 de Julio de 2017). Obtenido de "Quito pelea por mantener sus tradiciones": <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/107837-tradiciones-perdidas/>
- Gallardo N, N. (2011). Obtenido de "Fundamentacion Ontologica y Epistemologica de la Investigación": <http://noeninf.blogspot.com/2011/06/fundamentacion-ontologica-y.html>
- García N, N. (2015). *digitum.um.es*. Obtenido de "Victimización de menores por actos de ciberacoso continuado y actividades cotidianas en el ciberespacio": [https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/40868/1/Tesis%20Natalia\\_Garcia\\_Guilabert\\_Victimizaci%C3%B3n%20de%20menores%20por%20ciberacoso%20continuado.pdf](https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/40868/1/Tesis%20Natalia_Garcia_Guilabert_Victimizaci%C3%B3n%20de%20menores%20por%20ciberacoso%20continuado.pdf)



- González N, N., & Fernández V, V. (18 de Octubre de 2014). Obtenido de "Redes sociales: más allá de la privacidad": <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/julio/18.pdf>
- Goujon A, A. (Marzo de 2013). Obtenido de "Grooming, el 68,3% de los encuestados cree que es una amenaza muy frecuente": <https://www.welivesecurity.com/la-es/2013/03/13/grooming-683-encuestados-cree-amenaza-muy-frecuente/>
- Hé Hernández C, C. (2013). *"Metodología de la Investigación"*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/calva\\_p\\_db/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/calva_p_db/capitulo3.pdf)
- Hernández C, C. (2015). Obtenido de "Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia": <http://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Herrera Batista M, M. (2011). Obtenido de "Investigación y diseño: reflexiones y consideraciones con respecto al estado de la investigación actual en diseño": [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion\\_diseno.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/investigacion_diseno.htm)
- Hidalgo L, L. (2012). *"La Contabilidad. Conceptos y sistemas de relaciones del funcionamiento contable"*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos46/funcionamiento-contable/funcionamiento-contable2.shtml>
- Hualpa L, L. (Octubre de 2009). *"Identidad Cultural"*. Obtenido de <http://identidadculturalfacem.blogspot.com/>
- Huisa M, M. (08 de Octubre de 2009). *"Identidad cultural"*. Obtenido de <http://identidadculturalfacem.blogspot.com/>
- Jácome H, H. (10 de Noviembre de 2016). *"Ecuador tiene un total de 887 cooperativas de ahorro y crédito"*. Obtenido de <http://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>
- Jaen C, C. (2013). Obtenido de "El comportamiento del consumidor": <http://www4.ujaen.es/~osenise/tema%205.pdf>
- Jaramillo H, H. (2015). Obtenido de "Definición de Mercado": <http://conceptodefinicion.de/mercado/>
- Jarrpin Y, Y. (2015). Obtenido de "¿Que es un producto?": <http://psicologiayempresa.com/%C2%BFque-es-un-producto.html>

- Lois O, O. (2014). Obtenido de "La Percepción (Psicología)":  
<http://www.philosysofia.com>
- Lopéz. (2014). Obtenido de "La gallinita ciega. Juegos populares para niños":  
<http://www.conmishijos.com/ninos/ocio/la-gallinita-ciega-juegos-populares-para-ninos>
- Luminita L, L. (2015). Obtenido de " "Educación para la salud para evitar el acoso sexual a través de las redes sociales en adolescentes con edades entre 12 y 16 años "grooming""":  
<http://ddfv.ufv.es/bitstream/handle/10641/1120/TFG1415%20LAURA%20ENTEA.pdf?sequence=1>
- Martín S, S. (2016). "Finanzas". Obtenido de  
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/finanzas.html>
- Maslow A, A. (2014). Obtenido de "Las necesidades del consumidor":  
<https://sociologialabeyrie.wordpress.com/category/las-necesidades-del-consumidor/>
- McKinsey. (2014). Obtenido de "Redes sociales y la economía":  
<http://www.alejandrobarrros.com/redes-sociales-y-la-economia/>
- Mejía V, V. (2015). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de "Análisis de la influencia de las redes sociales en la formación de los jóvenes de los colegios del Cantón Yaguachi":  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7468/1/TESIS%20%20COMPLETA.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). Obtenido de "Sector automotriz":  
<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/automotriz/>
- Ministerio de Educación Ecuador. (2014). Obtenido de "Manual de enseñanza de Lenguas":  
[https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/RK\\_manual\\_ensenanza\\_lenguas.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/RK_manual_ensenanza_lenguas.pdf)
- Montero M, M. (2016). Obtenido de "PROCESOS SENSORIALES-VISIÓN AUDICIÓN": <https://es.scribd.com>
- Moreno C, C. (2014). Obtenido de "La expresión oral en la educación primaria":  
[http://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE000720.pdf](http://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE000720.pdf)
- Morillo D, D. (2013). Obtenido de "EL MERCADO LABORAL EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUCP": [https://btpucp.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2015/03/disenio\\_grafico.pdf](https://btpucp.pucp.edu.pe/wp-content/uploads/2015/03/disenio_grafico.pdf)

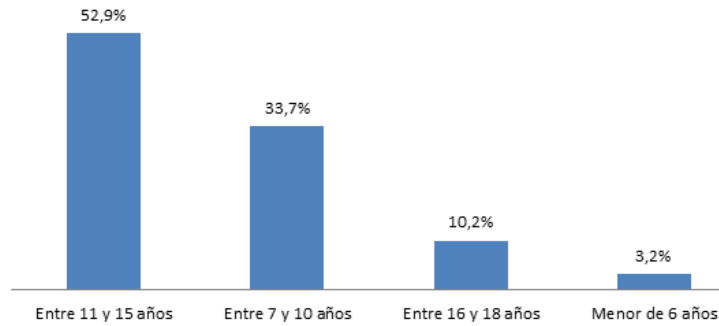
- Moro G, G. (03 de Marzo de 2016). Obtenido de "Colombia reafirma el Pacto Nacional de Cero Tolerancia con la pornografía Infantil en Internet ": <http://www.teprotejo.org/index.php/es/acciones-y-logros-2016>
- Muñiz R, R. (2012). Obtenido de " Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición ": <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
- Nava M, M. (2012). *"Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente"*. Obtenido de [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842009000400009](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009)
- Ochoa E, E. (2011). *"Valoración de un Producto Turístico"*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>
- Olivares J, J. (2015). Obtenido de "Percepción y Pensamiento Gráfico. Estrategias gestálticas en la docencia de E.G.A. y el Diseño Gráfico": <https://web.ua.es/va/ice/jornadas-redes-2014/documentos/comunicacions-posters/tema-2/394566.pdf>
- Omatos A, A. (2016). Obtenido de "Identidad Digital y Redes Sociales con menores": <https://sites.google.com/site/tallerid11/riesgos-de-la-red/grooming>
- Pastrana C, C. (2016). Obtenido de "Salta: un caso de grooming terminó en abuso sexual": <http://www.lanacion.com.ar/1712979-salta-un-caso-de-grooming-termino-en-abuso-sexual>
- Perdomo A, A. (2014). Obtenido de "Administración Financiera": <https://mundojuveniluniminuto.blogspot.com/>
- Peréz C, C. (2014). Obtenido de "Bingo carretera": <http://www.actiludis.com/2016/07/18/bingo-carretera/>
- Pino A, A. (05 de Junio de 2015). Obtenido de "Nuestras costumbres perdidas": [http://www.panoramacultural.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3303:nuestras-costumbres-perdidas&catid=8:opinion&Itemid=151](http://www.panoramacultural.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=3303:nuestras-costumbres-perdidas&catid=8:opinion&Itemid=151)
- Revista Culturamas . (2013). Obtenido de "Bullying, cyberbullying, sexting, grooming, gossip...": <http://www.culturamas.es/blog/2013/08/09/bullying-cyberbullying-sexting-grooming-gossip/>
- Revista Líderes. (08 de Julio de 2015). *"Las cooperativas crecen y se adaptan a nuevas regulaciones"*. Obtenido de <http://m.revistalideres.ec/articulo/lideres/cooperativas-ecuador-crecimiento-adaptan-nuevas>

- Rodriguez C, C. (2015). Obtenido de "Juegos Didácticos para desarrollar habilidades ortográficas en escolares": <http://www.monografias.com/trabajos95/juegos-didacticos-desarrollar-habilidades-ortograficas-escolares-del-4to-grado/juegos-didacticos-desarrollar-habilidades-ortograficas-escolares-del-4to-grado2.shtml>
- Romero J, J. (2009). "*¿Qué es contabilidad financiera?*". Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/que-es-contabilidad-financiera/>
- Ros V, V. (2008). Obtenido de "Bienestar Equina": <https://wildequus.org/2008/10/15/bienestar-equina-i-introduccion/>
- alcedo J, J. J. (2016). "*El gran desafío de Ecuador y su mercado laboral*". Obtenido de <http://www.ecuadoreconomica.com/2016/11/el-gran-desafio-de-ecuador-y-su-mercado.html>
- Sánchez I, I. (2014). Obtenido de "“La bombilla” de palabras": <http://www.actiludis.com/2014/10/25/la-bombilla-de-palabras/>
- Sánchez J, J. (2014). Obtenido de "Significado de Producto": <https://www.significados.com/producto/>
- SEPS. (2016). Obtenido de "Consulta de Organizaciones": <https://servicios.seps.gob.ec/>
- Serra R, R. (2015). Obtenido de "¿Qué es y para qué sirve un seguro de desgravamen?": <http://elcomercio.pe>
- Suaréz F, F. (2015). Obtenido de "Percepciones sobre el diseño gráfico en los estudios universitarios de Periodismo en España: contenidos, utilidad y nivel de capacitación", : <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/50914/47258>
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria . (2015). Obtenido de "Ecuador tiene un total de 887 cooperativas de Ahorro y Crédito": <http://www.seps.gob.ec/noticia?ecuador-tiene-un-total-de-887-cooperativas-de-ahorro-y-credito>
- Tablado F, F. (2015). Obtenido de "¿Cuál es el origen de las redes sociales?": <http://mundotrading.net/2014/01/18/cual-es-el-origen-de-las-redes-sociales/>
- Tamayo F, F. (Marzo de 2014). "*Registros Contables*". Obtenido de <http://es.slideshare.net/KarenzaSalinas/registros-contables-32199403>
- Tapia F, F. (2014). Obtenido de "Cobranza Judicial y Extrajudicial – Todo lo que debes saber": <http://www.adiosdeudas.cl/cobranza-judicial-y-extrajudicial/>

- Thompson I, I. (2015). Obtenido de "Definición de Servicios": <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Thomsom I, I. (2015). Obtenido de "Definición de Mercado": [http://webquest.carm.es/majwq/public/files/files\\_user/gerardobernabe/definicion\\_de\\_mercado.pdf](http://webquest.carm.es/majwq/public/files/files_user/gerardobernabe/definicion_de_mercado.pdf)
- omeo F, F. (2012). Obtenido de "Grooming: el delito de mayor impacto sobre adolescentes en la web": <http://www.lanacion.com.ar/1475169-grooming-el-delito-de-mayor-impacto-sobre-adolescentes-en-la-web>
- Ulloa J, J. (2014). Obtenido de "El buen servicio es una estrategia rentable": [http://www.elfinancierocr.com/gerencia/buen-servicio-estrategia-rentable\\_0\\_614338570.html](http://www.elfinancierocr.com/gerencia/buen-servicio-estrategia-rentable_0_614338570.html)
- UNESCO. (17 de octubre de 2003). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. Recuperado el 8 de julio de 2016, de Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>
- Unidad de Gestión Educativa Local Jauja. (2012). Obtenido de "Lectura lúdica para alumnas.": <https://es.slideshare.net/renbarzol/actividades-lidicasparafomentarlalecturayescritura>
- Universidad de Palermo . (2015). Obtenido de "Encuesta online Presente y Futuro del Diseño Latino": <http://fido.palermo.edu>
- Valero E, E. (2014). *"Valoración histórico-cultural de las tradiciones gastronómicas guanareñas (Venezuela)"*. Obtenido de <http://www.monografias.com/docs110/valoracion-historico-cultural-tradiciones-gastronomicas-guanarenas/valoracion-historico-cultural-tradiciones-gastronomicas-guanarenas.shtml>
- Valmaseda J, J. (2014). Obtenido de "Revelación Axiológica y Formación Humana": [http://letras-uruguay.espaciolatino.com/aaa/valmaseda\\_valmaseda\\_jorge/la\\_dimension\\_axiologica.htm](http://letras-uruguay.espaciolatino.com/aaa/valmaseda_valmaseda_jorge/la_dimension_axiologica.htm)
- illamizar Y, Y. (2015). Obtenido de "Impacto de las Redes Sociales en la Actualidad": [https://docs.google.com/document/d/1RVogjlzIRiSm-eRF\\_5XbbG4zwwfS5lwIG23f\\_C2E0Xs/edit?pli=1](https://docs.google.com/document/d/1RVogjlzIRiSm-eRF_5XbbG4zwwfS5lwIG23f_C2E0Xs/edit?pli=1)
- Warhol A, A. (2015). Obtenido de "Los elementos configurativos del Lenguaje Visual": [https://plasticamontepinar.files.wordpress.com/2012/03/ud-2-elementos\\_.pdf](https://plasticamontepinar.files.wordpress.com/2012/03/ud-2-elementos_.pdf)

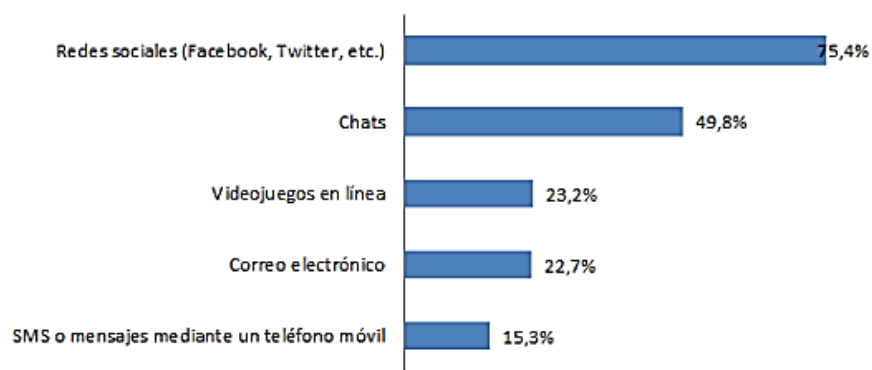
Yanez M, M. (2015). Obtenido de "El grooming, el acoso virtual que apunta directo a niños y adolescentes": <http://aprenderlyx.com/conectores-de-parrafos/>

# ANEXOS



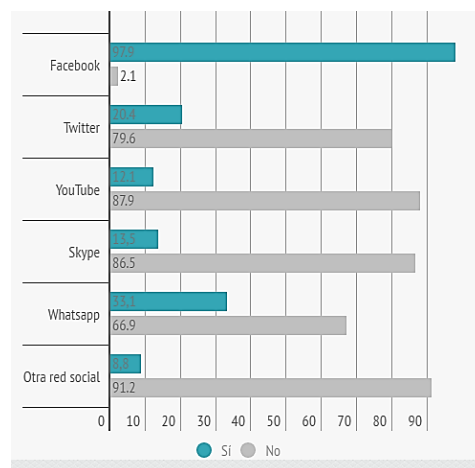
**Gráfico N° 44.-** ¿Qué edad tiene el menor afectado por el grooming?

**Fuente:** (Goujon A, 2013)



**Gráfico N° 45.-** ¿A través de qué medios accedió el grooming?

**Fuente:** (Goujon A, 2013)

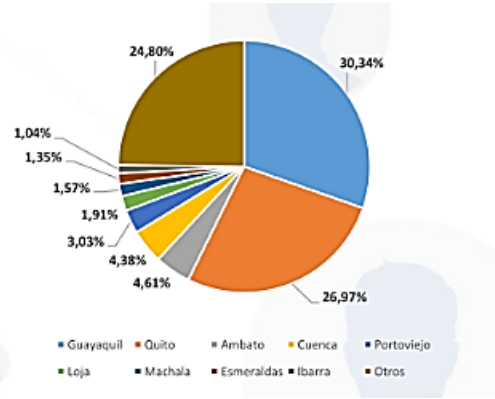


**Gráfico N° 46.-** Porcentaje de usuarios Ecuatorianos que poseen una red social y aplicaciones de comunicación en el Ecuador.

**Fuente:** INEC



Ciudad	Usuarios (miles)	%
Guayaquil	2700	30,34%
Quito	2400	26,97%
Ambato	410	4,61%
Cuenca	390	4,38%
Portoviejo	270	3,03%
Loja	170	1,91%
Machala	140	1,57%
Esmeraldas	120	1,35%
Ibarra	93	1,04%
Otros	2207	24,80%
<b>Total</b>	<b>8.900</b>	<b>100,00%</b>



**Gráfico N° 47.-** Distribución usuarios Facebook Ecuador por ciudades Enero 30 del 2016.

**Fuente:** (Alcazar J, 2016)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE DISEÑO ARQUITECTURA Y ARTES**  
**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO**



**MODALIDAD: PRESENCIAL**

**CUESTIONARIO**

**Tesis:** “LAS REDES SOCIALES COMO PLATAFORMA PARA EL GROOMING EN LOS JÓVENES DE 12 A 17 AÑOS DE LA CIUDAD DE AMBATO”

**Dirigido:** A niños/as y jóvenes entre 12 a 17 años de edad de la ciudad de Ambato.

**Objetivo:** Investigar el uso y riesgo de las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato..

**Motivaciones:** Saludos cordiales, le invitamos a contestar con la mayor seriedad el siguiente cuestionario con el fin de obtener información valiosa y confiable, que será de uso oficial y de máxima confidencialidad, con miras a investigar el uso y riesgo de las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato

**Instrucciones:** Seleccione la respuesta adecuada a su modo de pensar o su opinión según el caso. Procure ser objetivo y veraz.

**CUESTIONARIO**

1. ¿Es parte de una red social?

**Si (.....)**

**No (.....)**

2. ¿En cuántas redes sociales tiene usted una cuenta activa?

**En 1 (.....)**

**En 2 (.....)**

**En 3 o mas (.....)**

3. ¿Cuál es la red social que más utiliza?

**Facebook (.....)**

**Skype (.....)**

**Instagram (.....)**

**Twitter (.....)**

**Tinder (.....)**

4. ¿Cuánto tiempo dedica a las redes sociales?

**1 a 2 horas (.....)**

**3 a 4 horas (.....)**

5. ¿Con qué fin utilizas las redes sociales?

**Para estar en contacto con tus amigos (.....)**

**Para conocer gente nueva (.....)**

**Para buscar información (.....)**

**Para hacer tareas (.....)**

6. ¿Qué tipo de contenidos comparte en su red social?

**Fotografías solo (a) (.....)**

**Fotografías de la Familia (.....)**

**Fotografías entre amistades (.....)**

**Estados de Ánimo (.....)**

7. ¿Con qué frecuencia aceptas solicitudes de desconocidos?

**Siempre (.....)**

**Algunas Veces (.....)**

**Nunca (.....)**

8. ¿Ha sido agredido alguna vez por los contactos que mantiene en su red social?

**Si (.....)**

**No (.....)**

9. ¿Qué entiende usted por agresor?

**Es aquella persona que ataca o agrede (.....)**

**Es aquella persona que selecciona la víctima (.....)**

**Es aquella persona que provoca daños a Terceros (.....)**

10. ¿Realizas nuevas amistades mediante una red social?

**Si (.....)**

**No (.....)**

**11.** Tendría una relación sentimental por medio de redes sociales?

**Si** (.....)

**No** (.....)

**12.** ¿Conoce usted lo que es el Grooming? (Acoso ejercido por medio de plataformas digitales)

**Si** (.....)

**No** (.....)

**13.** ¿Usted conoce casos de Intimidación que se ha dado en las redes sociales?

**Si** (.....)

**No** (.....)

**14.** ¿Compartirías contenido visual privado (Fotografías y videos personales) con un contacto de tu red social?

**Si** (.....)

**No** (.....)

**15.** ¿Estás de acuerdo que es necesario difundir sobre el abuso sexual en redes sociales?

**Si** (.....)

**No** (.....)

***¡Gracias por su colaboración!***