



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**EL SEXTING EN LA APLICACIÓN WHATSAPP DE LOS JÓVENES
UNIVERSITARIOS.**

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciado en
Comunicación Social.

Autor:

Carlos Andrés Salas Robalino

Tutor: Mg. Carlos Martínez

Ambato – Ecuador

2020

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA:

Que el señor Carlos Andrés Salas Salas Robalino, portador de la CC. 1804226189, habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: EL SEXTING EN LA APLICACIÓN WHATSAPP DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS., previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 29 de julio de 2020

LO CERTIFICO:



.....
Mg. Carlos Martínez Bonilla PhD.

C.I 1803372471

AUTORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los contenidos, criterios, análisis, conclusiones, recomendaciones y propuestas emitidas en el trabajo de investigación: “EL SEXTING EN LA APLICACIÓN WHATSAPP DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 29 de julio 2020



.....
Carlos Andrés Salas Robalino

C.I. 1804226189

AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de ésta 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 autor.

Ambato, 29 de julio 2020

AUTOR



.....

Carlos Andrés Salas Robalino

C. C. 1804226189

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “EL SEXTING EN LA APLICACIÓN WHATSAPP DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS”, presentado por el Sr. Carlos Andrés Salas Robalino, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, de 2020

Para constancia firman

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación está dedicado a todos quienes luchan por una educación de calidad, para la actualidad y las futuras generaciones.

La educación es el pilar fundamental de la sociedad y es el aspecto más importante de desarrollo para el verdadero buen vivir.

La utilización correcta de las nuevas tecnologías, es el refugio para una nueva esperanza.

Andrés Salas

AGRADECIMIENTO

Dios el fundamento de mi vida, a quién debo todo mi andar humano, profesional y familiar, todo lo que he obtenido se lo debo todo a ÉL.

A mi familia que ha estado siempre brindándome su apoyo, aun cuando los tiempos no fueron fáciles, pero siempre decidieron mirar adelante y formar mi carácter para afrontar todo lo que la vida ha traído hasta la actualidad.

Fernanda Rojas, mi novia y mejor amiga, quién siempre me presiona para realizar mis sueños.

Andrés Salas

ÍNDICE

Índice de Tablas	x
Índice de Gráficos	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
Abstract	xiii
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
Antecedentes Investigativos.-	1
COMUNICACIÓN DIGITAL	5
Interactividad.....	7
Multimedialidad	8
Hipertextualidad	9
Riesgos de la Comunicación Digital	10
Internet	11
Whatsapp.....	13
“EL SEXTING”	15
Objetivos:	19
Objetivo General:	19
Objetivos específicos:	19
Hipótesis de estudio	19
CAPÍTULO II:	20
METODOLOGÍA	20
Materiales.....	20
Métodos y Técnicas.....	20
Investigación de campo.....	21
Investigación bibliográfica – documental	21
Nivel o Tipo de Investigación	21
Correlacional	21
Población y Muestra.....	22
Población.....	22
La muestra.....	22
CAPÍTULO III:.....	24
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	24
Análisis y discusión de los resultados.....	24

Análisis e interpretación.....	24
Análisis e interpretación.....	25
CAPÍTULO IV.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
Conclusiones	55
Recomendaciones.....	56
Bibliografía	57
Anexos.....	64

Índice de Tablas

Tabla 1. Riesgos de la comunicación.....	10
Tabla 2. Tabla cruzada Sexo - Universidad - Área.....	25
Tabla 3. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido envío texto.	25
Tabla 4. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido envío imagen.....	26
Tabla 5. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido en video.	27
Tabla 6. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido envío de audio.....	28
Tabla 7. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe texto.	29
Tabla 8. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe imagen.	30
Tabla 9. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe imagen.	31
Tabla 10. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe audio.	31
Tabla 11. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido recibe llamadas.....	32
Tabla 12. Tabla cruzada Sexo - Conocimiento sexting.....	33
Tabla 13. Tabla cruzada Sexo - Auto fotografiado - envío de imágenes.....	34
Tabla 14. Tabla cruzada Sexo - Mensajes recibidos - ¿Qué hace con los mensajes?	36
Tabla 15. Tabla cruzada Sexo - ¿De quién se trataba los mensajes? - Opcion de whatsapp.....	38
Tabla 16. Tabla cruzada Causa por las que se da el sexting - Sexo.....	40
Tabla 17. Tabla cruzada Sexting parte cultural - Sexting aceptado socialmente.....	41
Tabla 18. Tabla cruzada Sexo - Nivel de educacion sexting.....	42
Tabla 19. Tabla cruzada Sexo, sexting problema social - ¿Es un problema social?..	43
Tabla 20. Tabla cruzada sexting problema social - Sexo - Suicidio.....	45
Tabla 21. Tabla cruzada sexting problema social - Sexo - Depresión.....	46

Tabla 22. Tabla cruzada sexting problema social – Sexo – Machismo.	47
Tabla 23. Tabla cruzada sexting problema social – Sexo – Machismo.	48
Tabla 24. Tabla cruzada sexting problema social - Sexo – Sexismo.	49
Tabla 25. Tabla cruzada control de contenidos – Sexo.....	50
Tabla 26. Tabla cruzada Regulación por la ley – Sexo.....	52
Tabla 27. Constraste de hipótesis Chi-cuadrado.....	53
Tabla 28. Constraste de hipótesis Chi-cuadrado.....	54

Índice de Gráficos

Esquema 1. Esquema comunicacional básico.....	6
Esquema 2. Esquema comunicacional de las TIC's.....	6

Resumen Ejecutivo

El sexting es un fenómeno impulsado por la diversidad de dispositivos digitales y la accesibilidad que tienen los jóvenes cada día a más edad temprana. El sexting está presente en la comunicación digital de los jóvenes universitarios, lo que puede llevar a problemas relacionados por el mal uso de la tecnología. El uso del whatsapp es común ya que tiene facilidad de interacción mediante texto, audio y video, en el que se emiten contenidos que envían o reciben. Los resultados presentan una aceptación en el entorno cultural y social; sin embargo, el mal uso de esta práctica podría perjudicar a una o varias personas. Mediante un estudio cualitativo y cuantitativo se determinó la comunicación digital de varias ventajas que son positivas para el diálogo y la interactividad entre las personas; igualmente, las mujeres universitarias encontradas serán las personas que usan con frecuencia esta actividad. A su vez, considera que no se realiza con los problemas sociales en los estudios por la difusión de contenidos sexuales en la red social de WhatsApp. La variación de la comunicación digital, las nuevas tecnologías y la aparición de las aplicaciones digitales para la comunicación, hacen que el desarrollo y la viabilidad comunicativa sea cada vez más inmediata. Amerita un uso responsable y adecuado de esta actividad, se especifica la elaboración de talleres, tutorías, publicaciones, artes, generadas desde las instituciones de educación superior, donde la temática del mar sobre las responsabilidades y consecuencias de las actuales Tecnologías de la Información y la Comunicación .

Palabras clave: sexting, whatsapp, comunicación digital.

Abstract

Sexting is a phenomenon driven by the diversity of digital devices and the accessibility that young people have every day at an earlier age. Sexting is present in the digital communication of young university students, which can lead to problems related to the misuse of technology. The use of WhatsApp is common since it has ease of interaction through text, audio and video, in which content is sent, sent or received. The results show an acceptance in the cultural and social environment; however, the misuse of this practice could harm one or more people. Through a qualitative and quantitative study, digital communication of several advantages that are positive for dialogue and interactivity between people was determined; Likewise, the university women found will be the people who frequently use this activity. In turn, consider that it is not done with social problems in studies due to the dissemination of sexual content on the WhatsApp social network. The variation of digital communication, new technologies and the appearance of digital applications for communication, make communication development and viability more and more immediate. It merits a responsible and adequate use of this activity, specifies the preparation of workshops, tutorials, publications, arts, generated from higher education institutions, where the theme of the sea on the limitations and consequences of current Information and Communication Technologies .

Key words: sexting, whatsapp, digital communication

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos.-

El estudio realizado por Research (2010), llega a la conclusión “El *sexting* es un fenómeno impulsado por la versatilidad de los teléfonos y la accesibilidad a ellos que tienen los jóvenes cada día a más temprana edad. Los móviles tienen incorporadas múltiples aplicaciones multimedia que facilitan el registro y la distribución de las imágenes sexuales sobre todo de chicas, captadas muchas veces sin consentimiento y compartidas de manera masiva, lo que lesiona seriamente la reputación de las involucradas; el tomar fotografías con el móvil representa la principal aplicación usada por los jóvenes en EEUU (83%) y el compartir imágenes la segunda (64%)”.

Un estudio realizado en Canadá por Madigan (2018), menciona que la práctica de enviar mensajes con contenido sexual se ha hecho más común en los jóvenes, sino que este fenómeno se sigue desarrollando según avanzan en su edad, por lo que podemos mencionar que el *sexting* no está solamente presente en la juventud, más bien se trata de la responsabilidad de la educación, los políticas y obviamente en la globalización del internet con la facilidad de difusión y creación de este tipo de contenidos, sin dejar de lado que los teléfonos inteligentes son aquellos que nos dan mayor facilidad para ser parte de este fenómeno social.

“Entre 39 estudios (con 110 380 participantes) en este metanálisis, las prevalencias medias para enviar y recibir sextos fueron del 14,8% y del 27,4%, respectivamente, con tasas de prevalencia que aumentaron en los últimos años y a medida que los jóvenes envejecen. Las prevalencias de reenviar un mensaje de texto sin consentimiento y enviar un mensaje de texto sin consentimiento fueron 12.0% y 8.4%, respectivamente.” (Temple, 2018).

Un reportaje llamado “*Sexting*, una moda peligrosa” realizado por la BBC MUNDO (2009) tuvo los resultados en el que uno de cada cinco adolescentes en Estados Unidos admitió haber enviado fotografías, videos desnudos o semidesnudos a sus novios. Esto tuvo un gran impacto ya que existen al menos 4 perjudiciales para quienes practican el *sexting*, ya que el envío de contenido sexual en menores de edad o la difusión de mensajes privados sin consentimiento a través de los celulares y el internet son penados por las leyes que tienen algunos países a nivel mundial.

Se encontró una investigación realizada en España por Fajardo, Gordillo y Regalado (2013) llamado “*Sexting* Nuevos Usos de la Tecnología y la Sexualidad en Adolescentes” el cual fue publicada bajo un enfoque cuantitativo, dando resultados en el que los adolescentes que practican “*Sexting*” entre los 14 y 16 son los más propensos a esta actividad, no tienen conocimiento de los peligros al enviar fotos con contenido sexual, ocultan su participación al realizar estos contenidos con este fenómeno “*Sexting*” y su principal motivación para realizar esta práctica es obtener popularidad y llamar la atención de su entorno.

Una joven italiana de nombre Tiziana Cantone de 31 años, fue víctima de este fenómeno, al objeto de burla y ofensas a la que fue expuesta por algunos meses, tomó la decisión de suicidarse. En este caso Fayos Gardó consideró que: “La difusión de *sexting* es considerada una violación debido a la intimidad para las personas sin importar la edad en que se presente, debido a que existe una divulgación de imágenes, fotos y videos íntimos sin consentimiento del emisor” (Gardó, 2015).

La investigación “Guía sobre Adolescencia y *Sexting*” publicada en el año 2011, muestra que las mujeres adolescentes entre 13 y 18 años son las que tienen mayor práctica del *sexting*, ya sea a través del internet o por medio de un celular (65% mujeres y 35% hombres) (Communications, 2011). Esta es una muestra en la que podemos ver que el mayor porcentaje de participación al momento de la creación de *sexting*, las personas más expuestas son las del género femenino.

En Chile, se realizó una investigación titulada “*Sexting*: La Sexualidad responsable también debe ejercerse en las Redes Sociales” donde concluyeron que los adolescentes

que provienen de familias disfuncionales no muestran tendencia a la práctica de “Sexting”, la práctica de esta conducta se da de manera igualitaria entre hombres y mujeres; y que, el “Sexting” es visto por los adolescentes como una “prueba de amor”. En nuestra localidad no se encuentra evidencia de investigaciones acerca de este fenómeno social del “*Sexting*” (Velásquez, Arellano, & López, 2013).

El sitio web oficial de la página pantalla amigas, se determina contenidos educativos que tiene la función de ayudar a madres, padres, docentes y profesionales del mundo, realizó el estudio “Sexting, una amenaza desconocida” en la cual menciona que: “la cooperación con varias instituciones entre estas estuvieron: *eCGlobal Solutions*, *eCMetrics* y *CLIPS* – Instituto del Pensamiento, la investigación recogió datos de 3538 personas de diferentes países de América como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela, los resultados arrojados fueron que 66% de los encuestados han practicado sexting en sus redes sociales, enviando contenido como fotos o videos, en las diferentes aplicaciones que existen en los teléfonos celulares y con el acceso del internet, un 2% de quienes han afirmaron que lo hicieron bajo presión “ (Amigas, 2015).

Luz María Velázquez Reyes realizó del Instituto Superior de Ciencias de la Educación del Estado de México, realizó un estudio en el que dejó los siguientes datos: “En noviembre del 2011, los encuestados fueron 708 estudiantes (232 de bachillerato y 476 de licenciatura): el 80% habían visto imágenes de personas semidesnudas o desnudas en las redes sociales, el 20% se tomó fotografías o videos sexualmente sugestivos, el 20% recibió invitaciones para retratarse en poses eróticas o pornográficas. El 45% compartió material erótico recibido por teléfonos celulares. El 0% lo ha publicado en sus perfiles o lo ha enviado a sus 6 contactos. El 60% recibió imágenes o videos con estas características. En el 25% de los casos, los jóvenes los comparten con su pareja, y el 10% con personas cercanas; y el 55% de los encuestados conoce a alguien que guarda fotografías o videos de novias” (Reyes, 2011).

En Ecuador según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) según la encuesta de Tecnología de la Información y la Comunicación, menciona que El 16,9% (1'261.944) de las personas de cinco años y más que tienen celular poseen un teléfono

inteligente (Smartphone), lo que representa un crecimiento de 141% frente al 2011” (INEC, 2014). Estos datos hacen prevalecer que la posibilidad del sexting, haya aumentado dado a los avances de las NTIC’S (nuevas tecnologías de la información y comunicación).

Según Palma (2015), en su investigación llamada “El ‘sexting’ se filtra en el Ecuador, advierten terapeutas familiares”, indica que: “especialistas en terapia familiar advierten que el *sexting* o sexteo empieza a filtrarse en Ecuador”. Este aviso estaba dirigido a los padres de los jóvenes, ya que podrían ser parte de este fenómeno que tenía tendencia en países como Estados Unidos.

“En Ecuador se investigó la prevalencia y el perfil del sexting en adolescentes ecuatorianos, se contó con una muestra de 664 estudiantes (hombres 376 y mujeres 288) de 12 a 18 años seleccionados de cinco escuelas metropolitanas de Quito que 13 completaron el Sexting Behavior Scale (SBS), los resultados fueron que el sexting pasivo se presentó del 18,5% al 22,3% y el sexting activo se presentó del 3,5% al 18,5%; al parecer el sexting pasivo está más involucrado con las redes sociales que con celulares, el sexting activo por el contrario, involucra comúnmente el uso de un teléfono celular” (Yépez-Tito, Ferragut, & Blanca, 2018).

Mediante un artículo del Diario expreso dice que la práctica y el uso de celulares inicia en la niñez, lo que implica que hay una gran probabilidad para que hay la práctica del sexting, de esta manera nace la implantación de *cyber* políticas las que pretenden actuar como “piratas buenos” de la red para evitar, mitigar el sexting y otras prácticas similares (Expreso, 2015).

Para El Diario Manabita en su artículo "Sexting", Travesura o pornografía”, reveló que el Ecuador tiene de diez millones de teléfonos celulares activos y por ello es necesario que el papel de nuestros sistemas de justicia amplíe el control para evitar este tipo de prácticas que perjudican a los actores inmiscuidos (Manabita, 2009).

Con la sintetización de los diferentes medios para comunicarse, la suma de las redes sociales y el internet también existen los peligros como el *sexting*. Actualmente no hay

una ley que pueda regular el uso de las nuevas tecnologías. El inconveniente es que al ser una red masiva y virtual (es decir que no necesita un espacio físico permanente para poder acceder a estas). El celular se elevó a la categoría de una Gran Red, el cual nos da un gran soporte de diferentes contenidos como lo son los audiovisuales. Ya no hay una separación o la necesidad de adquirir otros aparatos para tener audios, videos, fotografías, editores, etc. Es decir, la masividad de contenidos está presente en un solo dispositivo (Ruano, 2012). “El móvil se eleva a la categoría de la gran Red, ya que representa junto con ésta un excelente soporte para la distribución de contenidos audiovisuales” (Ruano, 2012).

“En el Ecuador se han registrado algunos casos relevantes acerca del sexting y las consecuencias que ha tenido esta practica. Uno de los casos más destacados fue el de la joven Gabriela Díaz, riobambeña de 19 años de edad que fue violada por dos amigos, y estos publicaron en redes sociales un video del acto, consecuencia de esa violación a la intimidad Gabriela decidió suicidarse” (Márquez, 2015).

Por este tipo de casos podemos decir que el sexting es un fenómeno que repercute directamente en la salud mental de la víctima. Ahora como podemos ver también al ser un forma de “expresión” para la comunicación a través de varios mecanismos, el sexting también puede ser visto como un peligro inminente para las personas involucradas, especialmente en aquellas que se muestran en este tipo de contenidos.

Para Berelson (1952): “una técnica de investigación que para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación”. Lo que nos lleva al objetivo de esta investigación la cuál es analizar la carga de sexualidad en los mensajes enviados a través de la aplicación *Whatsapp*, entre los jóvenes, de la Universidad Técnica de Ambato.

COMUNICACIÓN DIGITAL

La comunicación digital fue uno de los saltos más importantes que ha obtenido el mundo, gracias a esta herramienta que funcionará a través de otro invento llamado internet, dejamos de ver a la comunicación con su forma clásica (emisor, mensaje y

receptor), lo que nos daba como resultado: transmisión unidireccional, comunicación jerárquica y la hegemonía en los medios de comunicación.

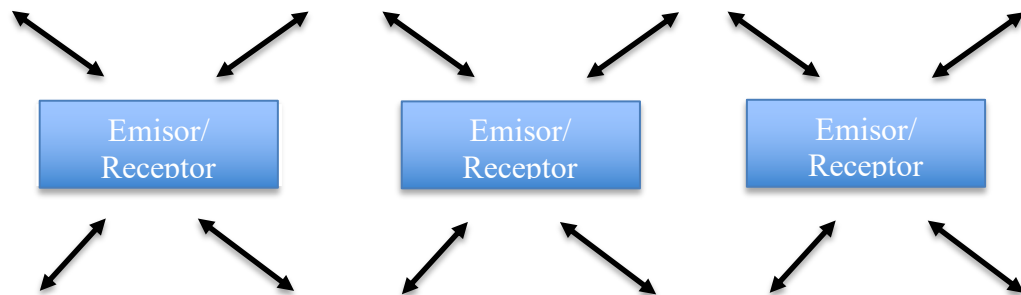
Esquema 1. Esquema comunicacional básico



Nota: Información tomada de (Bertolotti, 2009)

Aquí es donde entra en acción la digitalización de la comunicación y su forma cambia por una transmisión multidireccional, es transversal (también se puede decir que es caótica) y su estructura se genera en base a las redes formando así comunidades virtuales. Haciendo que ya no exista un solo emisor, sino que todo el mundo puede desenvolverse como autor y beneficiario de un contenido que requiera ser comunicado.

Esquema 2. Esquema comunicacional de las TIC's



Nota: Información tomada de (Bertolotti, 2009)

Al entender que este cambio, existe también un falencia, está se produce porque al haber está transversalidad nos resulta difícil controlar los lenguajes, emisión de contenidos y por supuesto su difusión.

Entonces se puede definir que la Comunicación Digital es: “engloba todos los métodos y herramientas utilizados para transmitir mensajes a través de un medio digital. También forman parte de este concepto los diferentes emisores y receptores de dicha comunicación, y el efecto que el mensaje produce en ellos.” (ESDESIGN, 2018).

Es prescindible conocer cuales son las características, usos y peligros que obtenemos con la presencia de la Comunicación Digital. Si no entendemos esto, poco es el provecho y la prevención para el uso correcto de este nuevo canal que aporta con la transferencia de de datos, textos, audios, videos, con el fin de realizar de interactuar de manera multidireccional con el público.

La comunicación digital nace gracias a la aparición de las nuevas tecnologías, brindando así la capacidad de expresarse, no solo en una forma, hoy se tiene varias opciones como: imágenes, fotografías, videos, grabaciones de voz, gifs, animaciones, chats a través de aplicaciones, correos electrónicos y más. Lo que se busca es tener la interacción y la colaboraciones entre las personas que se encuentran en la red. Como se sabe la comunicación tradicional es: comunicar de manera unidireccional, en otras palabras llevar el mensaje a través de un canal a un receptor, para que se produzca el feedback. Para Noci (2008), El estudio toma a la interactividad, multimedialidad e hipertextualidad como conceptos que hacen del discurso de la comunicación digital un objeto de estudio diferente.

La interactividad, multimedialidad e hipertextualidad son características propias de la comunicación digital.

Interactividad

Es definitiva en el campo en el cyberspacio, esta característica ayuda a la relación e intercambio de mensajes entre los autores, creadores de contenidos con su lectores y las personas a quienes va destinada está información, esto para obtener la retroalimentación o también llamado *feedback*. Lo que hoy por hoy es mayor a cuando manejamos la comunicación tradicional.

La interactividad es una característica definitoria de los cibermedios y, a la vez, es un concepto “que tiende un puente entre los medios y los lectores o usuarios, porque permite abordar ese espacio de relación entre ambas partes y analizar las diferentes instancias de selección, intervención y participación de los contenidos de un medio” (Rost, 2014). Hay 2 tipos de personas en las redes, los que no participan y que solamente consumen los contenidos son llamados usuarios pasivos y aquellos que además de tener la información a la mano trata de participar utilizando así la herramienta que permite interactuar.

“Los usuarios de los medios digitales pueden clasificarse en dos categorías según el uso que hagan de los medios y su nivel de participación: el «usuario pasivo», o lector, que utiliza los medios digitales sólo para leer noticias y el «usuario activo», o participativo, que además de consumir información participa en el medio y utiliza las herramientas interactivas puestas a disposición de la audiencia” (Fenoll, 2011).

Multimedialidad

Esta característica se refiere a la polivalencia que muestran los sitios web, para presentar cierto contenido, sin perder su valor. También se puede combinar la forma en la que el contenido puede ser creado según como se pueda aprovechar la tecnología, para elaborar combinaciones de lenguajes en las plataformas digitales apoyadas de imágenes, fotografías, videos entre otros.

Según Salaverría (2014), el concepto multimedia presupone varias acepciones: multimedia como multiplataforma, como polivalencia y como combinación de lenguajes. La primera se refiere a la coordinación que llevan los distintos medios de una misma empresa periodística para realizar una cobertura conjunta. Esta modalidad de coordinación entre medios también es conocida como “multiplataforma” o cross media.

Hipertextualidad

Su origen está en las páginas web permite enlazar de manera aleatoria con otras plataformas o contenidos para que los usuarios puedan elegir su lectura en base a su interés. Cada plataforma con existencia en internet se maneja de esta forma, sean las redes sociales, plataformas científicas, entretenimiento, juegos, etc.

Uno de los conceptos de la hipertextualidad según (González, 2006) es: “un conjunto de documentos enlazados entre sí, lo que permite al usuario acceder de una sección de texto a otra fácilmente”. Ya no hay un enfoque en textos unidireccionales, ahora estamos sobre una plataforma interactiva multisequencial “hipertexto”. Donde las dimensiones de interacción entre el emisor y el receptor son promovidas para potenciar la comunicación digital.

Por una parte, la información ya no se organiza mediante textos lineales, sino que se construye sobre una estructura interactiva multisequencial en forma de hipertexto. La manera con la que interactúan autor y lector de los textos digitales abre nuevas dimensiones de escritura y lectura (Ladow, 1995).

Entonces se puede establecer que la comunicación digital es una herramienta eficaz en la que su uso nos permite:

- Brindar información de manera más rápida y precisa que los métodos tradicionales
- Es un método no costoso y tiene una gran plataforma de recursos y herramientas para la comunicación digital.
- Permite la interacción entre diferentes personas (autores con receptores).
- Permite la creación de sitios como las redes sociales, en los cuales podemos transmitir la información de diferentes maneras como: textos, imágenes, audios, animaciones, etc.

Según ESDESIGN (2018), la constante evolución de las tecnologías hace que la comunicación tenga varios cambios, pero tiene varias herramientas que son consideradas básicas en lo que se refiere a la comunicación digital, entre ellas está 1. Sistema de plataforma online, redes sociales y herramientas de análisis de visitas, 2. Aplicaciones móviles para teléfonos y tabletas para navegación rápida y precisa desde cualquier lugar 3. Diferentes medios de transmisión de información, desde redes sociales hasta blogs y 4. Herramientas de gestión digital de características más concretas, en función de la actividad de cada empresa o negocio.

Riesgos de la Comunicación Digital

Al tener acceso a mucha información del ciberespacio hay que tener en cuenta que los riesgos también están presentes. La información personal que las personas depositan en estas plataformas pueden ser utilizadas sin darse cuenta e incluso se puede recibir información que afecte directamente a los usuarios.

Los riesgos que podemos encontrar son:

Tabla 1. Riesgos de la comunicación.

RIESGOS	EJEMPLO
Intrusivos	Contáctos indeseados, comportamientos dudosos, discriminación, estafas y fraudes en línea.
Sexuales	Sexting, Sextorción, Grooming.
De comportamiento	Cyberbulling, Trolling, Acoso y Falsas alertas de emergencia.
Reputacionales	Doxxing (práctica de investigar, recopilar y difundir información privada de una persona para afectar la reputación)

Nota: Información tomada de (Lizcano, 2018)

Internet

Los beneficios de *Internet* son abismales su creación y evolución ha ayudado a que las herramientas estén a un solo toque o clic de distancia. Las aplicaciones digitales que están abiertas en el mundo, están al acceso libre para las edades, (no hay un control sobre el uso), entendiendo que el avance no solo se compone en las herramientas tecnológicas, de hecho, el desarrollo es resultado del ingenio y la libertad para crear diferentes cosas que hoy en día se tienen a la mano.

Uno de los aspectos más influyentes y que siempre ha estado presente en los inicios de la humanidad es la comunicación. No importa el lugar donde se encuentra la población, lo único que se necesita es tener acceso a *Internet* y ha ciertas aplicaciones digitales que se encuentran en los dispositivos móviles para poder estar comunicados con otras personas.

No existe barrera para la comunicación, las aplicaciones digitales permiten llegar a un destino rápidamente. Los campos de la comunicación han logrado desarrollarse con el progreso y masividad en especial de las redes sociales digitales. Por otro lado, los teléfonos celulares están presentes en las sociedades del entorno mundial y al alcance de todos, no hay margen de excepción en el que haya grupos de los cuales este tipo de tecnologías sean relegadas.

“La generalización del uso de *Internet* y de posesión de teléfonos móviles, junto con la proliferación en la combinación de ambos con los *smartphones*, se está produciendo a una velocidad insospechada. De este modo, la distribución de información y la comunicación entre personas se ha vuelto inmediata, provocando la intercomunicación de las personas y un nuevo modelo de relaciones sociales” (Agustina, 2010).

Con la innovación de todos los dispositivos de comunicación móvil, también aparecieron varias aplicaciones que antes no se podría poseer en un solo dispositivo. Actualmente los celulares e internet compaginan de manera completa, haciendo que sus herramientas alcancen lo que solo se esperaría en sueños.

La Página de Internet Proyecto Idis (Proyecto en Diseño de Imagen y Sonido) en su análisis de “La comprensión de los medios: La extensiones del cuerpo humano” cita a McLuhan (1964) se refiere: “Situando nuestros cuerpos físicos en el centro de nuestros sistemas nerviosos ampliados con la ayuda de los medios electrónicos, iniciamos una dinámica por la cual todas las categorías anteriores, que son meras extensiones de nuestro cuerpo, incluidas las ciudades, podrán traducirse en sistemas de comunicación”.

Es decir que ahora los teléfonos celulares se han transformado en una extremidad más de nuestro cuerpo, no solo un medio por el cual nos comunicamos, ahora es indispensable en la vida cotidiana para el ser humano. Los niños de hoy en día nacen con el celular en la mano, es un refrán que está tomando papel en la realidad del contexto del ser humano. “Desde la irrupción de la telefonía móvil en la vida de las personas se ha convertido prácticamente en un aparato indispensable” (Abundis, 2006).

Con el cambio tecnológico y la inmediatez, también se determina que nada es permanente, todo aquello que hasta el momento a sido creado, buscará una mejora para el estilo de vida del ser humano (comodidad). Las generaciones siempre tendrán una diferencia muy marcada, por el entorno en el cual se está formando. Dentro de una sociedad existen interrelaciones que pueden ser expuestas a manera de red en donde se pueden observar tanto la dirección como la frecuencia de cada relación; sin embargo, internet revolucionó esta idea y en los últimos años es común hablar de “comunidades virtuales” y “redes sociales en internet” (Bustamante, 2008).

Bajo este criterio tenemos que entender que las redes sociales lo que buscan es entablar cierta relación entre sus usuarios, mediante sus similitudes en sus intereses. Bustamente encuentra 4 tipos de comunidades virtuales que se encuentran en las redes sociales. 1. Las que están dedicadas a las relaciones personales, 2. Oportunidades de negocio, 3. Búsqueda de pareja, 4. Las que permiten la comunicación de persona a persona (chats).

Otra característica de las redes sociales es que se han convertido en un medio no sólo para la socialización, sino también para la expresión de la sexualidad, por lo que para

la ciencia es necesario tomar en cuenta estos cambios y transformaciones que se presentan en el contexto, las tradiciones y los espacios de socialización a lo largo del tiempo (Lozano, 2010).

Entre otra de las características de las redes sociales, es que permiten tener conversaciones grupalmente o individual, sea con personas conocidas o desconocidas en tiempo real. Lo que se asume que existe una mayor responsabilidad sobre el manejo de estas herramientas. Ya que se pueden crear comunidades digitales. Sin embargo, “la facilidad lleva a las redes sociales a enfrentarse con el tema de la privacidad, sobre todo al considerar que la naturaleza de las redes sociales es la calidad pública de la información” (Almansa, Fonseca, & Castillo, 2013).

“En esta modernidad cambiante, el impacto de las tecnologías digitales es uno de los aceleradores clave en estas constantes modificaciones sociales. Por ello, las educadoras y educadores nos encontramos frente al enorme reto de preparar a las próximas generaciones para un mundo nuevo, cambiante y sobresaturado de información. Además, su abordaje debe comenzar por la aceptación del proceso de «fusión» social que estamos viviendo y proseguir con el aprendizaje de vivir y convivir saludablemente tanto en el mundo «online» como en el *offline*” (Bauman, 2008).

“Con la incorporación de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) a los distintos ámbitos de la sociedad, se han roto muchos de los límites temporales y espaciales en la comunicación dando como resultado el fenómeno de la globalización tecnológica” (Alonso L. , 2017).

Whatsapp

El uso de los teléfonos celulares o inteligentes se ha convertido en la forma más utilizada de comunicarnos en la actualidad. Los celulares o *Smartphones* tienen mucha diversidad y existen en varias marcas, pero su objetivo principal es el brindar la comunicación entre las personas. Una de las aplicaciones de mensajería de “moda” es *Whatsapp*, esta aplicación de mensajería instantánea a nivel mundial, dio un salto avanzado al dejar a *Messenger* de *Facebook* en el olvido, la capacidad de renovación

y adaptación a lo que el usuario requiere es su gran fuerte, fue la primera en captar los campos de los mensajes de textos, notas de voz, difusión de fotografías y video, también nos permite compartir archivos de textos entre otros, pero lo más importante fue el avance de las video llamadas, aunque muchas otras aplicaciones ya la poseían, esta aplicación logró albergar todos estos campos en un solo lugar, no tiene la necesidad de descargarse algo adicional para su funcionamiento. Lo único que necesita es un teléfono celular y se tiene todos sus beneficios de forma gratuita.

En la investigación realizada por Lucía Jiménez Iglesias llamada “El *Whatsapp* en las prácticas de intimidad familiares máster sociedad de la información y conocimiento UOC” menciona que: “La aparición de este tipo de mensajería ha supuesto asimismo un gran cambio en la forma en la que interactuamos con los demás. La aparición de tecnologías como intermediario del acto comunicativo puede suponer a su vez un obstáculo para el mismo o una vía más eficaz, pero ¿Afecta también a la naturaleza social del hombre? Al ser la comunicación un aspecto tan propio de la naturaleza social del hombre, la aparición del WhatsApp interfiere, ya sea de forma negativa o positiva, en el ejercicio de la naturaleza social del hombre” (Iglesias, 2014).

Esta aplicación llegaría también ha ser considerada una de las herramientas las cuales nos proyectan a una buena comunicación. Llamamos una buena comunicación: “Al proceso por el cual se transmite una información entre un emisor y un receptor”. (España, 2007).

Para obtener una buena comunicación Huacón (Las barreras en el proceso de comunicación, 2014) nos dice que tenemos tener algunos elementos que lo hacen posible: 1.- El emisor: Se trata de la persona que emite el mensaje. 2.- El receptor: Se trata de la persona que recibe el mensaje. 3.- El mensaje: Se trata de la información que se quiere transmitir. 4.- El canal: Se trata del medio por el que se transmite el mensaje ya puede ser por teléfono, por mensajería instantánea, etc. 5.- el código: Se trata del conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.

Whatsapp representa a una buena comunicación, pero ¿A qué podemos llamar una buena comunicación? Para obtener una buena comunicación es necesario que sea breve,

clara y directa (Huacón, 2014). “El sistema de mensajería whatsapp es una muestra más de lenguaje virtual, instantáneo, dentro de la categoría de lo hablado escrito” (Oesterreicher, 1996).

El servicio del chat en esta aplicación, tiene una característica muy especial, y es que está nos da una sensación de hablar con alguna persona de forma personal, aunque la otra persona no esté presente físicamente en el mismo lugar. *Whatsapp* tiene algunas características importantes. Nos permite realizar listas de difusiones personalizadas, dependiendo nuestros intereses al momento de comunicar, este aspecto nos ayuda a mandar mensajes de forma masivas sectorizando a quienes queremos hacer llegar nuestro contenido, esta característica es utilizada para marketing de empresas o personas que ofrecen ciertos servicios, etc. Otra de sus características es poder crear grupos de chat, los cuales pueden ser utilizados para diferentes beneficios como: Grupos de estudio, Familiares, Amistad, Trabajo, etc.

“El chat está más próximo al ámbito oral que el correo electrónico (‘escribimos’ correos electrónicos, pero ‘hablamos’ en el chat o en los juegos virtuales), mientras que en los mensajes SMS de los teléfonos móviles se produce una sugerente combinación entre los rasgos escritos (el texto) y las modalidades entonativas y gestual” (Rodríguez, 2002).

“EL SEXTING”

En los últimos años ha surgido un fenómeno del que los adolescentes, jóvenes y adultos han sido partícipes, este fenómeno es conocido como “*Sexting*” término usado por primera vez en el 2005, que hace referencia al envío de textos con contenido sexual por medios de celulares (Agustina, 2010).

Actualmente la comunicación para el ser humano es lo más importante. Al ser uno de las características más importantes desde la estadía en el mundo, hoy aparecieron algunas consecuencias gracias al desarrollo de los medios por los cuales nos comunicamos en este caso lo llamamos “Fenómenos”, y uno de ellos es el “*Sexting*”. El término *sexting* se origina en la unión de dos palabras en inglés, *sex* = sexo y *texting* = texto (envío de mensajes) y se refiere al envío de contenidos eróticos o pornográficos

por medio de los teléfonos celulares como fotografías, textos, videos, *emojis*, entre otros. La aparición de este fenómeno según el Diario El Telégrafo cita a la revista *Sunday Telegraph* en el que menciona que el sexting tuvo su primera aparición en el año 2005 y ha tomado la captación de un gran número de adolescente a nivel mundial. Este contenido puede ser enviado masivamente por la persona a la que le pertenece estos archivos o por otra persona sin el consentimiento del propietario o la propietaria (Telégrafo, 2011).

Según el desarrollo de los teléfonos celulares, Hasting (2009), en su estudio *Teenager Commits Suicide after 'Sexting' a Nude Photo to her Boyfriend made her Life a Misery*, menciona: “Han parecido algunos fenómenos sociales relacionados con usos perversos de las aplicaciones, como el *ciberbullying* y el *sexting*, ambos se producen en la Internet a través de los celulares y representan la parte más nociva del uso de redes virtuales”.

Antes esta práctica se la llevaba a cabo a través de los mensajes de texto, pero con el tiempo y la unificación de herramientas en un solo dispositivo, hizo que este fenómeno tomé campo en la fotografía, video y otros contenidos visuales como los *emojis*. De esta manera el sexting ha tomado gran fuerza en las sociedades actuales, en especial en la de los adolescentes, los cuales son los más propensos a la recepción de este tipo de contenidos.

Para este estudio primero se debe entender cuál o cuáles pueden ser los significados que engloba al fenómeno llamado *sexting*. Según algunos investigadores lo definen de la siguiente manera: Según McLaughlin (2010) “el fenómeno del “*Sexting*” engloba aquellas conductas o practicas entre adolescentes consistentes en la producción, por cualquier medio, de imágenes digitales en las que aparezcan menores de forma desnuda o semidesnuda, y en su trasmisión a otros menores, ya sea a través de telefonía móvil o correo electrónico, o mediante su puesta a disposición de terceros a través de Internet”.

El *sexting* comenzó a ser estudiado por investigadores por el caso de la joven de *Cincinnati*, Estados Unidos, en el año 2008, después de sufrir *cyberbullying* por parte de sus compañeros y acoso por desconocidos lo que dio como consecuencia el suicidio de la joven (Marrufo, 2012). “El interés en este fenómeno surge de la gravedad de sus posibles consecuencias, que van desde situaciones de riesgo como fracaso académico, vulnerabilidad de la dignidad, daños psicológicos, ansiedad, aislamiento y depresión, hasta levantamiento de cargos legales por pornografía infantil y suicidio de la persona expuesta” (Marrufo, 2012)

Entendemos por *sexting* el envío, la recepción y el reenvío de contenidos de naturaleza erótico-sexual (como fotografías, videos y mensajes de texto) a otras personas a través de cualquier dispositivo tecnológico (como los teléfonos inteligentes) o del espacio virtual (como las redes sociales) (Alonso, Carrera, Faílde, & Cid, 2016).

“El termino *sexting* proviene del neologismo surgido de la unión de los vocablos *sex* (sexo) y *texting* (envío de mensajes de texto). No obstante, en la actualidad abarca la recepción, el envío y/o el reenvío de contenidos erótico-sexuales, sean las fotografías, los vídeos o los textos, a otras personas a través de dispositivos tecnológico y/o medios virtuales” (Fleschler-Peskin, 2013).

Esta práctica también es un hábito que se ha venido normalizando en el aspecto afectivo, es decir entre los noviazgos, donde se obtenga una relación afectiva o amorosa. “El *sexting* se considera una práctica relativamente común entre parejas” (Drouin & Grandaff, 2012). Ahora se sabe que la percepción puede variar, dependiendo el entorno en el que se encuentre. No se puede dar un concepto en el que podamos referirnos de forma general al *sexting* como una práctica que está mal fundamentada. “No obstante, hay expertos que consideran el *sexting* como una manifestación más de la sexualidad que no necesariamente se relaciona con conductas de riesgo” (Ferguson, 2011).

Se debe mencionar que el *sexting* en la actualidad ha obtenido mayor campo en el aspecto audiovisual y fotográfico, especialmente en las *selfies* otro fenómeno popular

entre los jóvenes, el cuál consta en el auto retrato. “Cuando esa fotografía se. Convierte en contenido erótico podemos ya mencionarla como *sexting*” (Drouin & Grandaff, 2012).

Según la página de Internet About Español menciona que: “Un *selfie* es, en una palabra, un autorretrato. El término se usa por lo general en el mundo de Internet para referirse a una fotografía de autorretrato que se publica en línea. En español se le conoce también como **autofoto** o como **selfi**, que es el derivado de la forma inglesa. Es muy común encontrar *selfies* en blogs, redes sociales e Instagram. Para el viajero solitario, un *selfie* es un medio muy común para documentar los lugares que visita” (Castro, 2019).

Su característica es que una persona sostiene su celular apuntándose así mismo para lograr obtener su propia fotografía o también se lo puede realizar con un accesorio llamado *selfie stick*. Otra de las modalidades como se ha mencionado es el contenido audiovisual, este tiene una carga más explícita, a lo que significa la muestra de un contenido de *sexting*, ya que está contiene una línea de tiempo en el que se muestra a través del video todo lo que se permita grabar.

Los mensajes de texto también han estado presentes en esta practica. “Los riesgos derivados del sexting se pueden presentar incluso si el sexting se mantiene perfectamente privado: los mensajes de texto sexuales se comparan con una "droga de entrada" que conduce a otras formas de comportamiento sexual riesgoso o inadecuado” (Diliberto & Matthey, 2009). Por otro lado, el sexting puede darse por diversos motivos y no necesariamente debe ser perjudicial si se realiza de forma consensuada con la pareja (Cooper, Quayle, & Svedin, 2016).

Objetivos:

Objetivo General:

- Determinar el uso del sexting en la aplicación *Whatsapp* por parte de los jóvenes universitarios.

Objetivos específicos:

- Identificar cuál es el método de difusión para el contenido *sexting* en la aplicación *Whatsapp*.
- Analizar cómo influye el sexting en la aplicación *Whatsapp* por parte de los jóvenes universitarios.
- Discutir la influencia del *sexting* en la aplicación *Whatsapp* utilizada por los jóvenes universitarios.

Hipótesis de estudio

El sexting en la aplicación *Whatsapp* genera problemas en los estudiantes universitarios

CAPÍTULO II:

METODOLOGÍA

Materiales

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo. De acuerdo al enfoque cualitativo se señala: “Actualmente, el enfoque privilegiado en las ciencias humanas es el de las técnicas cualitativas, que son preponderantes a la hora de desarrollar proyectos de investigación”. La razón de su preferente uso es que “la recolección de información se ajusta mejor a la comprensión de la dinámica de lo social” (Ackerman & Com, 2013). En la investigación la parte cualitativa se desarrollo por medio de observación y la experiencia.

A su vez, se planteó el enfoque cuantitativo en el que se realizó la descripción del problema en estudio, este enfoque permitió reunir información para fundamentar de mejor forma los contenidos de las variables de estudio sobre el sexting en la aplicación *Whatsapp* de los jóvenes universitarios. Ackeman & Com (2013), también menciona que “los datos recabados deben tener dos características centrales: validez y confiabilidad”, garantizados a través de las encuestas, o cualquier técnica de recolección de datos que figure la realidad presentándola estadísticamente para las respectivas conclusiones. “Esto permitió al investigador crear nuevas preguntas o estructurarlas en función del desarrollo del proceso de interpretación”.

Métodos y Técnicas

La técnica que se utilizó fue la encuesta, la que permitió acoger los resultados de la muestra, misma que se tomó de estudiantes de 4 Universidades de la ciudad de Ambato. Estos datos fueron analizados y permitieron ver los resultados para comprobar la hipótesis. El análisis e interpretación de los resultados se llevó a cabo por el estudiante y tutor.

El cuestionario fue realizado por medio de la plataforma digital *Google Forms*, se optó por dicha herramienta ya que no se pudo realizar de forma física por las condiciones actuales del mundo.

Investigación de campo

Según el autor Palella & Martins (2010), define: La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

Investigación bibliográfica – documental

Según el autor Fidias G. Arias (2012), define: la investigación documental es un proceso que se basa en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, a los que se entiende en cuenta, los datos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. La investigación tiene el propósito de aportar para nuevos conocimientos (pag.27). Es importante para relacionar con los datos obtenidos con apoyo de las técnicas de recolección de información.

Nivel o Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptivo, para Marisol Hernández (2012), comenta que permite darle la dimensión al nivel de acuerdo a los objetivos establecidos, el tipo de investigación determina la manera de cómo el investigador abordará el evento de estudio, de acuerdo a las técnicas, métodos, instrumentos y procedimientos propios de cada uno.

Correlacional

Para Cancela (2010), los estudios correlacionales comprenden aquellos estudios en los que estamos interesados en describir o aclarar las relaciones existentes entre las

variables más significativas, mediante el uso de los coeficientes de correlación. Estos coeficientes de correlación son indicadores matemáticos que aportan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre variables.

Población y Muestra

Población

“La población fue determinada por el un conjunto o universo de unidades específicas con características compartidas para estudiar” (Monje, 2011). La población de la investigación se tomó a los estudiantes de las Universidades de la ciudad de Ambato, con un total aproximado de 18700 personas aproximadamente.

La muestra

Es una porción de la población que representa la conducta del total. De Barrera (2008) define la población como un: “conjunto de seres que poseen la característica o evento a estudiar y que se enmarcan dentro de los criterios de inclusión” (p.141).

Para esta investigación se aplicaron 380 encuestas a estudiantes pertenecientes a los jóvenes universitarios de las distintas universidades de la ciudad de Ambato, el cálculo realizado para sacar la muestra se hizo a través de la herramienta online Netquest, una página web que resuelve el cálculo de la muestra con los siguientes criterios.

<p style="text-align: center;">TAMAÑO DEL UNIVERSO Número que componen la población a estudiar. 18.700</p>

<p style="text-align: center;">HETEROGENEIDAD % Es la diversidad del universo. Lo habitual suele ser 50% 50</p>
--

MARGEN DE ERROR

Menos margen de error requiere mayores muestras.

5

NIVEL DE CONFIANZA

Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra (95%-99%)

95

Muestra = 380

La muestra fue calculada de forma digital en la herramienta en Internet Netquest, donde se obtuvo como resultado de 380 personas, con el 95% de confianza y un $\pm 5\%$ de error para su análisis.

CAPÍTULO III:

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis y discusión de los resultados

Se obtuvo un total de 380 encuestas, éstas fueron realizadas por estudiantes de las 4 Universidades de la Ciudad de Ambato: Universidad Indoamérica, Universidad Católica, Universidad Autónoma de los Andes “Unianandes” y Universidad Técnica de Ambato.

Análisis e interpretación

En la tabla 2 en la que se relaciona las variables sexo, universidad y el Área de estudio, se determina que se han encuestado a 380 personas, de las cuales la mayoría han contestado estudiantes de la UTA; a su vez los estudiantes en su mayoría pertenecen

Recuento

Sexo	Universida d	Área Técnic a	Area					Total	
			Bioquími ca	Ciencias Sociales	Educaci ón	NC	Salud		
Hombre	Universida d	UTA	22	3	72	2	0	2	101
		PUCESA	6	0	23	1	0	5	35
		UNIANDE S	2	1	3	1	1	2	10
		INDOAME	20	0	12	0	0	0	32
	Total		50	4	110	4	1	9	178
Mujer	Universida d	UTA	19	3	108	0	0	3	133
		PUCESA	3	1	9	0	0	0	13
		UNIANDE S	0	1	6	1	1	10	19
		INDOAME	13	1	17	0	0	1	32
	Total		35	6	140	1	1	14	197
Total	Universida d	UTA	41	6	180	2	0	5	234
		PUCESA	9	1	32	1	0	5	48
		UNIANDE S	2	2	9	2	2	12	29
		INDOAME	33	1	29	0	0	1	64
	Total		85	10	250	5	2	23	375

a las carreras del área de las Ciencias Sociales. Las respuestas han sido tomadas a 178 hombres y 197 mujeres; a su vez 5 personas no han determinado su sexo ni su área de estudio.

Tabla 2. Tabla cruzada Sexo - Universidad - Área.

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 3 se relaciona las variables sexo, frecuencia del uso del celular y Tipo de contenido envío de texto, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada por el 47,8% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de 4 a 8 horas al día; para el envío de mensajes de texto. Seguido por el 31.6% que usa el celular más de 8 horas diarias el 22.6% usa su celular de 2 a 4 horas al día y el 1.1% utiliza el celular 1 hora al día. Los datos demuestran que la comunicación en los jóvenes universitarios tiende a realizarse en su mayoría a través de las aplicación whatsapp, en el empleo de la emisión y recepción de mensajes de texto. Las respuestas fueron tomadas de 136 mujeres y 130 hombres.

Tabla 3. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido envío texto.

Tipo de contenido envío texto			Frecuencia uso celular				Total	
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
texto	Sexo	Hombre	Recuento	3	30	54	43	130
			% dentro de Sexo	2,3%	23,1%	41,5%	33,1%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	30	65	41	136
			% dentro de Sexo	0,0%	22,1%	47,8%	30,1%	100,0%
Total			Recuento	3	60	119	84	266
			% dentro de Sexo	1,1%	22,6%	44,7%	31,6%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 4 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y envío de imagen, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 41,9% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de 4 a 8 horas al día; para el envío de imágenes. Seguido del 35.3% utiliza el celular más de 8 horas, el 21.3% utiliza su dispositivo celular de 2 a 4 horas al día y el 0.7% que usa su celular 1 hora al día. Los datos demuestran que la comunicación en los jóvenes universitarios que tienen ha realizarse en su mayoría a través de las aplicación whatsapp, en el que otro de el 2 tipo de contenido que son emitidos con mayor frecuencia son las imágenes; éstas pueden corresponder a fotografías, memes, ilustraciones, etc. Las respuestas fueron tomadas de 70 mujeres y 66 hombres.

Tabla 4. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido envio imagen.

Tipo de contenido envio imagen			Frecuencia uso celular				Total			
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas				
image	Sex	Hombre	Recuento	0	1	15	30	20	66	
			% dentro de Sexo	0,0%	1,5%	22,7%	45,5%	30,3%	100,0%	
n	o	e	Mujer	Recuento	1	0	14	27	28	70
				% dentro de Sexo	1,4%	0,0%	20,0%	38,6%	40,0%	100,0%
Total			Recuento	1	1	29	57	48	136	
			% dentro de Sexo	0,7%	0,7%	21,3%	41,9%	35,3%	100,0%	

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 5 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y envío en video, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 39,3% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de más de 8 horas al día; para el envío de videos. Seguido del 36,1% con un uso de 4 a 8 horas

al día, el 23% con uso de celular de 2 a 4 horas al día y el 1.6% con el uso de 1 hora al día. Los datos demuestran que la comunicación en los jóvenes universitarios tiende a realizarse demanda mucho tiempo en las aplicación *whatsapp* y el 3 contenido más enviado son los videos. Las respuestas fueron tomadas de 29 mujeres y 32 hombres.

Tabla 5. *Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido en video.*

Tipo de contenido envio video			Frecuencia uso celular				Total	
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
video	Sexo	Hombre	Recuento	1	6	11	14	32
			% dentro de Sexo	3,1%	18,8%	34,4%	43,8%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	8	11	10	29
			% dentro de Sexo	0,0%	27,6%	37,9%	34,5%	100,0%
Total			Recuento	1	14	22	24	61
			% dentro de Sexo	1,6%	23,0%	36,1%	39,3%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 6 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y envío en video, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representanda con el 48,1% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de 4 a 8 horas al día; para el envío de audios. Seguido del 29,1% con uso de celular de más de 8 horas al día, 21,6% con uso el celular de 2 a 4 horas y el 2% con uso de celular de 1 hora al día.

En base a los datos optenidos podemos decir que el envío de audios es uno de las herramientas más frecuentes a la ahora de comunicarse entre los jóvenes universitario. Las respuestas fueron tomadas de 79 mujeres y 69 hombres.

Tabla 6. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido envío de audio.

Tipo de contenido envío audio			Frecuencia uso celular				Total	
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
audio	Sexo	Hombre	Recuento	3	14	32	20	69
			% dentro de Sexo	4,3%	20,3%	46,4%	29,0%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	18	38	23	79
			% dentro de Sexo	0,0%	22,8%	48,1%	29,1%	100,0%
Total			Recuento	3	32	70	43	148
			% dentro de Sexo	2,0%	21,6%	47,3%	29,1%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 7 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y recibe texto, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 43,9% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de 4 a 8 horas al día; en el cual reciben mensajes de texto. Seguido del 31,2% con uso del celular de más de 8 horas al día, el 24,2% con uso de celular de 2 a 4 horas al día y el 0,7% con uso de celular de 1 hora al día. La tendencia de los jóvenes universitarios a la hora de comunicarse es por medio del envío de los mensajes, podemos decir que esta opción es la que más recurrencia para los estudiantes. Las respuestas fueron tomadas de 133 mujeres y 136 hombres.

Tabla 7. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe texto.

			Frecuencia uso celular				Total	
Tipo contenido recibe texto			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
texto	Sexo	Hombre	Recuento	2	31	56	47	136
			% dentro de Sexo	1,5%	22,8%	41,2%	34,6%	100,0%
	Mujer	Recuento	0	34	62	37	133	
		% dentro de Sexo	0,0%	25,6%	46,6%	27,8%	100,0%	
	Total	Recuento	2	65	118	84	269	
		% dentro de Sexo	0,7%	24,2%	43,9%	31,2%	100,0%	
Total	Sexo	Hombre	Recuento	2	31	56	47	136
			% dentro de Sexo	1,5%	22,8%	41,2%	34,6%	100,0%
	Mujer	Recuento	0	34	62	37	133	
		% dentro de Sexo	0,0%	25,6%	46,6%	27,8%	100,0%	
	Total	Recuento	2	65	118	84	269	
		% dentro de Sexo	0,7%	24,2%	43,9%	31,2%	100,0%	

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 8 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y recibe imagen, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 45,9% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de 4 a 8 horas al día; en el cual reciben mensajes con imágenes. Seguido del 31,5% con uso del celular de más de 8 horas al día, el 20,5% con uso de celular de 2 a 4 horas al día y el 2,1% con uso de celular de 1 hora al día. Por lo tanto se pretende que la recepción de imágenes, está presente con frecuencia en la comunicación de los estudiantes universitarios. Las respuestas fueron tomadas de 83 mujeres y 63 hombres.

Tabla 8. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe imagen.

Tipo contenido recibe imagen			Frecuencia uso celular				Total	
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
imagen	Sexo	Hombre	Recuento	3	14	28	18	63
			% dentro de Sexo	4,8%	22,2%	44,4%	28,6%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	16	39	28	83
			% dentro de Sexo	0,0%	19,3%	47,0%	33,7%	100,0%
Total			Recuento	3	30	67	46	146
			% dentro de Sexo	2,1%	20,5%	45,9%	31,5%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 9 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y recibe video, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 44,8% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es de 4 a 8 horas al día; en el cual reciben mensajes con videos. Seguido del 32,1% con uso del celular de más de 8 horas al día, el 21,6% con uso de celular de 2 a 4 horas al día y el 1,5% con uso de celular de 1 hora al día. Los datos se pretende que uno de los contenidos favoritos para los estudiantes son los videos recibidos de otras personas. Las respuestas fueron tomadas de 79 mujeres y 55 hombres.

Tabla 9. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe imagen.

Tipoc ontenido recibe video			Frecuencia uso celular				Total	
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
video	Sexo	Hombre	Recuento	2	10	23	20	55
			% dentro de Sexo	3,6%	18,2%	41,8%	36,4%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	19	37	23	79
			% dentro de Sexo	0,0%	24,1%	46,8%	29,1%	100,0%
Total			Recuento	2	29	60	43	134
			% dentro de Sexo	1,5%	21,6%	44,8%	32,1%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 10 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y recibe audio, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 38,2% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es más de 8 horas al día; en el cual receptan mensajes con audios. Seguido del 35,5% con uso del celular de 4 a 8 horas al día, el 23,7% con uso de celular de 2 a 4 horas al día y el 2,6% con uso de celular de 1 hora al día. En esta pregunta se nota que no hay una tendencia en la recepción de audio. Las respuestas fueron tomadas de 33 mujeres y 43 hombres.

Tabla 10. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo contenido recibe audio.

Tipo contenido recibe audio			Frecuencia uso celular				Total	
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas		
audio	Sexo	Hombre	Recuento	2	9	16	16	43
			% dentro de Sexo	4,7%	20,9%	37,2%	37,2%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	9	11	13	33
			% dentro de Sexo	0,0%	27,3%	33,3%	39,4%	100,0%
Total			Recuento	2	18	27	29	76

% dentro de Sexo	2,6%	23,7%	35,5%	38,2%	100,0%
------------------	------	-------	-------	-------	--------

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada
Análisis e interpretación

En la tabla 11 se relaciona las variables sexo, frecuencia de uso celular y recibe llamadas, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 37,3% de los estudiantes contestó que la frecuencia de uso su celular es más de 8 horas al día; en el cual reciben mensajes con audios. Seguido del 35,6% con uso del celular de 4 a 8 horas al día, el 23,7% con uso de celular de 2 a 4 horas al día y el 3,4% con uso de celular de 1 hora al día. Las llamadas tienen poca tendencia ni presencia en los jóvenes universitarios, existe un grupo minoritario de 59 personas las cuales utilizan esta herramienta. Las respuestas fueron tomadas de 28 mujeres y 31 hombres.

Tabla 11. Tabla cruzada Sexo - Frecuencia uso celular - Tipo de contenido recibe llamadas.

Tipo de contenido recibe llamadas			Frecuencia uso celular				Total
			1 hora	2 a 4 horas	4 a 8 horas	Más de 8 horas	
Llamadas	Hombre	Recuento	1	7	11	12	31
		% dentro de Sexo	3,2%	22,6%	35,5%	38,7%	100,0%
	Mujer	Recuento	1	7	10	10	28
		% dentro de Sexo	3,6%	25,0%	35,7%	35,7%	100,0%
	Total	Recuento	2	14	21	22	59
		% dentro de Sexo	3,4%	23,7%	35,6%	37,3%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 12 se relaciona las variables sexo, conocimiento del sexting, se determina que se han encuestado a 380 personas, la mayoría representada con el 46,6% en el

que muestran que tienen poco conocimiento de lo que es el sexting. Seguido del 26,8% que muestra que tiene mucho si tiene conocimiento sobre el sexting y el 25,5% que menciona que no tiene nada de conocimiento acerca del sexting. No existe conocimiento acerca de la práctica del *sexting*, en los jóvenes universitarios lo cual es alarmante, ya que solo el 1.1% de las personas encuestadas mencionan que si saben lo que significa este fenómeno social en la comunicación. Las respuestas fueron tomadas de 200 mujeres y 180 hombres.

Tabla 12. Tabla cruzada Sexo - Conocimiento sexting.

		Conocimiento sexting				Total	
			Mucho	Nada	Poco		
Sexo	Hombre	Recuento	3	48	39	90	180
		% dentro de Sexo	1,7%	26,7%	21,7%	50,0%	100,0%
	Mujer	Recuento	1	54	58	87	200
		% dentro de Sexo	0,5%	27,0%	29,0%	43,5%	100,0%
Total		Recuento	4	102	97	177	380
		% dentro de Sexo	1,1%	26,8%	25,5%	46,6%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 13 se relaciona las variables sexo, autofotografiado y envío de imágenes, se determina que se han encuestado a 380 personas. El área en que nos muestra más movimiento es en el que 255 personas de los estudiantes encuestados nos indica que nunca se han autofotografiado. Lo que nos hace entender que el nivel de privacidad ante la emisión de fotografías de si mismo no son muy utilizadas en la comunicación de los estudiantes universitarios. Las respuestas fueron tomadas de 153 mujeres y 102 hombres.

Otro dato que nos muestra que 82 personas de las encuestas si se han autorfotografiado y que han enviado sus fotografías a amigos. Lo que representa que la amistad y el envío de autoretratos son un lenguaje de comunicación que se ocupa en los estudiantes universitarios. Esta respuesta corresponde a 52 mujeres y 32 hombres.

Tabla 13. Tabla cruzada Sexo - Auto fotografiado - envío de imágenes.

			Autofotografiado				Total	
			A veces	Casi siempre	Nunca	Siempre		
Envío de imágenes	Sexo	Hombre	Recuento	1	1	2	1	5
			% dentro de Sexo	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%
	Total		Recuento	1	1	2	1	5
			% dentro de Sexo	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%
Amigos	Sexo	Hombre	Recuento	33	9	7	3	52
			% dentro de Sexo	63,5%	17,3%	13,5%	5,8%	100,0%
	Mujer		Recuento	17	10	1	4	32
			% dentro de Sexo	53,1%	31,3%	3,1%	12,5%	100,0%
	Total		Recuento	50	19	8	7	84
			% dentro de Sexo	59,5%	22,6%	9,5%	8,3%	100,0%
Desconocidos	Sexo	Hombre	Recuento	0	12	3	4	20
			% dentro de Sexo	0,0%	60,0%	15,0%	20,0%	100,0%
	Mujer		Recuento	1	3	3	3	11
			% dentro de Sexo	9,1%	27,3%	27,3%	27,3%	100,0%
	Total		Recuento	1	15	6	7	31
			% dentro de Sexo	3,2%	48,4%	19,4%	22,6%	100,0%
Familiares	Sexo	Hombre	Recuento	0	1	0		1
			% dentro de Sexo	0,0%	100,0%	0,0%		100,0%
	Mujer		Recuento	1	2	1		4
			% dentro de Sexo	25,0%	50,0%	25,0%		100,0%
	Total		Recuento	1	3	1		5
			% dentro de Sexo	20,0%	60,0%	20,0%		100,0%
Nadie		Recuento	1	15	4	82	102	

	Sexo	Hombre	% dentro de Sexo	1,0%	14,7%	3,9%	80,4%	0,0%	100,0%
		Mujer	Recuento	0	22	1	129	1	153
	Total		% dentro de Sexo	0,0%	14,4%	0,7%	84,3%	0,7%	100,0%
			Recuento	1	37	5	211	1	255
Total	Sexo	Hombre	Recuento	2	61	17	95	5	180
			% dentro de Sexo	1,1%	33,9%	9,4%	52,8%	2,8%	100,0%
	Mujer		Recuento	2	44	14	134	6	200
			% dentro de Sexo	1,0%	22,0%	7,0%	67,0%	3,0%	100,0%
Total		Recuento	4	105	31	229	11	380	
		% dentro de Sexo	1,1%	27,6%	8,2%	60,3%	2,9%	100,0%	

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 14 se relaciona las variables sexo, mensajes recibidos y que hace con los mensajes, se determina que se han encuestado a 380 personas. La respuesta que muestra más movimiento es en el que 160 personas de los estudiantes encuestados indica que reciben mensajes con carga sexual “sexting” y que optan realizar otras opciones de las que se encontraban en las encuestas como: guardarselas para sí mismo, denunciar la cuenta de quién emite dichas fotografías, bloquear al usuario, etc. Aunque se puede observar que los estudiantes universitarios si reciben mensajes con carga sexual “sexting” existe la tendencia a eliminar los mensajes que han recibido. Las respuestas fueron tomadas de 83 mujeres y 77 hombres.

Otro dato que nos muestra que 145 personas encuestadas borran el contenido sexual recibido. Está respuesta corresponde a 82 mujeres y 63 hombres.

Tabla 14. Tabla cruzada Sexo - Mensajes recibidos - ¿Qué hace con los mensajes?

Que hace con los mensajes			Mensajes recibidos				Total	
			A veces	Casi siempre	Nunca	Siempre		
Que hace con los mensajes	Sexo Hom	Recuento	1	1	1	1	4	
		% dentro de Sexo	25,0 %	25,0 %	25,0 %	25,0 %	100,0 %	
	Sexo Mujer	Recuento	0	0	1	0	1	
		% dentro de Sexo	0,0 %	0,0 %	100,0 %	0,0 %	100,0 %	
	Total	Recuento	1	1	2	1	5	
		% dentro de Sexo	20,0 %	20,0 %	40,0 %	20,0 %	100,0 %	
Comparte a su grupo de amigos	Sexo Hom	Recuento	2	14	5	2	3	26
		% dentro de Sexo	7,7 %	53,8 %	19,2 %	7,7 %	11,5 %	100,0 %
	Sexo Mujer	Recuento	0	7	3	2	1	13
		% dentro de Sexo	0,0 %	53,8 %	23,1 %	15,4 %	7,7 %	100,0 %
	Total	Recuento	2	21	8	4	4	39
		% dentro de Sexo	5,1 %	53,8 %	20,5 %	10,3 %	10,3 %	100,0 %
Difunde a través de las redes sociales	Sexo Hom	Recuento	1	7	1	1	0	10
		% dentro de Sexo	10,0 %	70,0 %	10,0 %	10,0 %	0,0 %	100,0 %
	Sexo Mujer	Recuento	0	10	7	2	2	21
		% dentro de Sexo	0,0 %	47,6 %	33,3 %	9,5 %	9,5 %	100,0 %
	Total	Recuento	1	17	8	3	2	31
		% dentro de Sexo	3,2 %	54,8 %	25,8 %	9,7 %	6,5 %	100,0 %
Los borra	Sexo Hom	Recuento		42	7	14	0	63
		% dentro de Sexo		66,7 %	11,1 %	22,2 %	0,0 %	100,0 %
	Sexo Mujer	Recuento		39	2	40	1	82
		% dentro de Sexo		47,6 %	2,4 %	48,8 %	1,2 %	100,0 %
	Total	Recuento		81	9	54	1	145

			% dentro de Sexo		55,9 %	6,2%	37,2 %	0,7%	100,0 %
Otro	Sexo	Hom	Recuento		45	10	21	1	77
		bre	% dentro de Sexo		58,4 %	13,0%	27,3 %	1,3%	100,0 %
		Mujer	Recuento		42	5	36	0	83
			% dentro de Sexo		50,6 %	6,0%	43,4 %	0,0%	100,0 %
		Total	Recuento		87	15	57	1	160
			% dentro de Sexo		54,4 %	9,4%	35,6 %	0,6%	100,0 %
Total	Sexo	Hom	Recuento	4	109	24	39	4	180
		bre	% dentro de Sexo	2,2%	60,6 %	13,3%	21,7 %	2,2%	100,0 %
		Mujer	Recuento	0	98	18	80	4	200
			% dentro de Sexo	0,0%	49,0 %	9,0%	40,0 %	2,0%	100,0 %
		Total	Recuento	4	207	42	119	8	380
			% dentro de Sexo	1,1%	54,5 %	11,1%	31,3 %	2,1%	100,0 %

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 15 se relaciona las variables sexo, mensajes recibidos y opción de whatsapp, se determina que se han encuestado a 380 personas. La respuesta que muestra más movimiento es en el que 240 estudiantes encuestados indican que los mensajes que reciben son de personas desconocidas y en son difundidas a través de los grupos creados en la aplicación de whatsapp. La tendencia en cuanto a los mensajes con práctica *sexting* que los estudiantes reciben son de personas desconocidas y se presume que este contenido transgrede a la privacidad de otras personas, a la difusión de pornografía o tal vez bajo causas enlazadas a sextorción, grooming, entre otras. Las respuestas fueron tomadas de 123 mujeres y 117 hombres.

Tabla 15. Tabla cruzada Sexo - ¿De quién se trataba los mensajes? - Opcion de whatsapp.

Opcion de whatsapp			De quien se trataba los mensajes				Total
			Amigos	Desconocidos	Familiares		
Sexo	Hombre	Recuento	3	3			6
		% dentro de Sexo	50,0%	50,0%			100,0%
	Mujer	Recuento	0	1			1
		% dentro de Sexo	0,0%	100,0%			100,0%
	Total	Recuento	3	4			7
		% dentro de Sexo	42,9%	57,1%			100,0%
Grupos	Hombre	Recuento	2	54	61	0	117
		% dentro de Sexo	1,7%	46,2%	52,1%	0,0%	100,0%
	Mujer	Recuento	1	33	85	4	123
		% dentro de Sexo	0,8%	26,8%	69,1%	3,3%	100,0%
	Total	Recuento	3	87	146	4	240
		% dentro de Sexo	1,3%	36,3%	60,8%	1,7%	100,0%
Lista de difusión	Hombre	Recuento	1	8	9	2	20
		% dentro de Sexo	5,0%	40,0%	45,0%	10,0%	100,0%
	Mujer	Recuento	0	5	10	2	17
		% dentro de Sexo	0,0%	29,4%	58,8%	11,8%	100,0%
	Total	Recuento	1	13	19	4	37
		% dentro de Sexo	2,7%	35,1%	51,4%	10,8%	100,0%
Mensaje privado	Hombre	Recuento		6	9	1	16
		% dentro de Sexo		37,5%	56,3%	6,3%	100,0%
	Mujer	Recuento		10	18	0	28
		% dentro de Sexo		35,7%	64,3%	0,0%	100,0%
	Total	Recuento		16	27	1	44

			% dentro de Sexo		36,4%	61,4%	2,3%	100,0%
Stories	Sexo	Hombre	Recuento		10	0	0	10
			% dentro de Sexo		100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Mujer	Recuento		6	3	1	10	
		% dentro de Sexo		60,0%	30,0%	10,0%	100,0%	
	Total	Recuento		16	3	1	20	
		% dentro de Sexo		80,0%	15,0%	5,0%	100,0%	
Video llamadas	Sexo	Hombre	Recuento	1	6	3	1	11
			% dentro de Sexo	9,1%	54,5%	27,3%	9,1%	100,0%
	Mujer	Recuento	1	10	10	0	21	
		% dentro de Sexo	4,8%	47,6%	47,6%	0,0%	100,0%	
	Total	Recuento	2	16	13	1	32	
		% dentro de Sexo	6,3%	50,0%	40,6%	3,1%	100,0%	
Total	Sexo	Hombre	Recuento	7	87	82	4	180
			% dentro de Sexo	3,9%	48,3%	45,6%	2,2%	100,0%
	Mujer	Recuento	2	65	126	7	200	
		% dentro de Sexo	1,0%	32,5%	63,0%	3,5%	100,0%	
	Total	Recuento	9	152	208	11	380	
		% dentro de Sexo	2,4%	40,0%	54,7%	2,9%	100,0%	

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 16 se relaciona las variables Causas por las que se dan el Sexting y Sexo, se determina que se han encuestado a 380 personas. La respuesta que muestra más movimiento es en el que 194 estudiantes encuestados indican la razón por la que más se da este tipo de contenidos es a causa de estar vinculados a una relación amorosa (pareja), seguido de 128 personas que nos muestra que el entorno social también es causante de los mensajes con carga sexual. La tendencia de los estudiantes por la que

creen que se da este tipo de práctica son dos: las relaciones amorosas y el entorno social. Lo que demuestra que las personas pueden ser manipuladas en estas dos áreas o que es parte de su comunicación habitual. Las respuestas fueron tomadas de 200 mujeres y 180 hombres.

Tabla 16. Tabla cruzada Causa por las que se da el sexting - Sexo.

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Causaporlasquesedan	Recuento	2	3	5
	% dentro de Causaporlasquesedan	40,0%	60,0%	100,0%
Calentura 🌡	Recuento	1	0	1
	% dentro de Causaporlasquesedan	100,0%	0,0%	100,0%
Convencimiento	Recuento	0	1	1
	% dentro de Causaporlasquesedan	0,0%	100,0%	100,0%
Entorno Social	Recuento	51	77	128
	% dentro de Causaporlasquesedan	39,8%	60,2%	100,0%
Esta opción debería estar en todas baja :)	Recuento	1	0	1
	% dentro de Causaporlasquesedan	100,0%	0,0%	100,0%
influencias globales	Recuento	1	0	1
	% dentro de Causaporlasquesedan	100,0%	0,0%	100,0%
Joder	Recuento	1	0	1
	% dentro de Causaporlasquesedan	100,0%	0,0%	100,0%
Medicina	Recuento	1	0	1
	% dentro de Causaporlasquesedan	100,0%	0,0%	100,0%
Persuasión o Grooming	Recuento	24	23	47
	% dentro de Causaporlasquesedan	51,1%	48,9%	100,0%
Relación Amorosa	Recuento	59	45	194

	% dentro de Causaporlasquesedan	56,7%	43,3%	100,0%
Total	Recuento	180	200	380
	% dentro de Causa	47,4%	52,6%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 17 se relaciona las variables sexting parte cultural y sexting aceptado socialmente. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que el Sexting es un fenómeno que si es aceptado socialmente con una votación del 57,6%, el 35,7% voto por la opción no y el 6,7% no dio una respuesta a la pregunta planteada. No hay una matoría notable en si es o no aceptada socialmente como parte cultural la práctica del sexting, lo que muestra que hay notablemente una división del mundo encuestado casi al por el 50%, también permite entender que el sexting se ha tomado ya un campo alto, en el que las personas lo hace ver como una práctica normal y cultural.

Tabla 17. Tabla cruzada Sexting parte cultural - Sexting aceptado socialmente.

		Sexting aceptado socialmente			Total
		No	Sí		
Sexting parte cultural	Recuento	24	2	1	27
	% dentro de Sextingpartecultural	88,9%	7,4%	3,7%	100,0%
Mucho	Recuento	0	52	94	146
	% dentro de Sextingpartecultural	0,0%	35,6%	64,4%	100,0%
Nada	Recuento	2	20	16	38
	% dentro de Sextingpartecultural	5,3%	52,6%	42,1%	100,0%
Poco	Recuento	1	70	121	192
	% dentro de Sextingpartecultural	0,5%	36,5%	63,0%	100,0%
Total	Recuento	27	144	232	403
	% dentro de Sextingpartecultural	6,7%	35,7%	57,6%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 18 se relaciona las variables sexo y nivel de educación. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que el Sexting tiene mayor presencia en el nivel de educación secundaria representada con el 54,5% de las personas encuestadas, seguidos del nivel superior con el 39,7% como los datos más altos en esta tabla. La tendencia y el público que los estudiantes universitarios presumen que está más vulnerable o en la que existe mayor presencia de *sexting*, está en el nivel de educación secundaria. La respuesta fue tomada de 200 mujeres y 180 hombres.

Tabla 18. Tabla cruzada Sexo - Nivel de educación sexting.

		nivel de educación sexting					Total	
		Marco profesional	Primaria	Secundaria	Superior			
Sexo	Hombre	Recuento	3	4	7	105	61	180
		% dentro de Sexo	1,7%	2,2%	3,9%	58,3%	33,9%	100,0%
	Mujer	Recuento	0	3	5	102	90	200
		% dentro de Sexo	0,0%	1,5%	2,5%	51,0%	45,0%	100,0%
Total		Recuento	3	7	12	207	151	380
		% dentro de Sexo	0,8%	1,8%	3,2%	54,5%	39,7%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 19 se relaciona las variables sexo, sexting problema social y es un problema social. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que el 80% menciona que el sexting Sí es un problema Social por el cual se deriva algunos problemas que afectan a los individuos socialmente. 124 estudiantes representado la mayoría mencionan que el problema social con más impacto es la violación a los derechos humanos, seguido de 118 estudiantes indican que la sextorción también es parte de los problemas sociales y de

cerca le sigue la pornografía con una votación de 90 estudiantes. Estos datos son de alarma, porque los estudiantes son conscientes de los peligros que puede acarrear la difusión o emisión de contenidos con carga sexting. Los más mencionados son la sextorción y la pornografía, lo que también demuestra que aunque estos compartiendo mensajes con esta práctica de forma individual, también puede llegar a parar hacer utilizado de manera incorrecta. La respuesta fue tomada de 200 mujeres y 180 hombres.

Tabla 19. Tabla cruzada Sexo, sexting problema social - ¿Es un problema social?

Problemas sociales			Sexting problema social			Total
			No	Sí		
Sexo	Hombre	Recuento	1			1
		% dentro de Sexo	100,0%			100,0%
	Total	Recuento	1			1
		% dentro de Sexo	100,0%			100,0%
Grooming	Hombre	Recuento	2	7	10	19
		% dentro de Sexo	10,5%	36,8%	52,6%	100,0%
	Mujer	Recuento	1	5	14	20
		% dentro de Sexo	5,0%	25,0%	70,0%	100,0%
	Total	Recuento	3	12	24	39
		% dentro de Sexo	7,7%	30,8%	61,5%	100,0%
Pornografía	Hombre	Recuento	1	14	30	45
		% dentro de Sexo	2,2%	31,1%	66,7%	100,0%
	Mujer	Recuento	0	8	40	48
		% dentro de Sexo	0,0%	16,7%	83,3%	100,0%
	Total	Recuento	1	22	70	93
		% dentro de Sexo	1,1%	23,7%	75,3%	100,0%
Sexo	Hombre	Recuento		1		1

Q ses difundido sin autorización			% dentro de Sexo		100,0%		100,0%
	Total	Recuento			1		1
				% dentro de Sexo		100,0%	
Sextorción	Sexo	Hombre	Recuento	1	26	34	61
					% dentro de Sexo	1,6%	42,6%
	Mujer	Recuento		0	8	49	57
				% dentro de Sexo	0,0%	14,0%	86,0%
	Total	Recuento		1	34	83	118
				% dentro de Sexo	0,8%	28,8%	70,3%
Todas	Sexo	Hombre	Recuento		1		1
					% dentro de Sexo		100,0%
	Total	Recuento			1		1
				% dentro de Sexo		100,0%	
Todas las enunciadas	Sexo	Hombre	Recuento		2		2
					% dentro de Sexo		100,0%
	Total	Recuento			2		2
				% dentro de Sexo		100,0%	
Otro	Sexo	Hombre	Recuento		1		1
					% dentro de Sexo		100,0%
	Total	Recuento			1		1
				% dentro de Sexo		100,0%	
Violación de derechos a la privacidad	Sexo	Hombre	Recuento		19	30	49
					% dentro de Sexo		38,8%
	Mujer	Recuento			18	57	75
				% dentro de Sexo		24,0%	76,0%
	Total	Recuento			37	87	124
				% dentro de Sexo			

			% dentro de Sexo		29,8%	70,2%	100,0%
Total	Sexo	Hombre	Recuento	5	71	104	180
			% dentro de Sexo	2,8%	39,4%	57,8%	100,0%
		Mujer	Recuento	1	39	160	200
			% dentro de Sexo	0,5%	19,5%	80,0%	100,0%
Total			Recuento	6	110	264	380
			% dentro de Sexo	1,6%	28,9%	69,5%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 20 se relaciona las variables sexo, sexting problema social, sexo y suicidio. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que una de las consecuencias para las personas que tienen sus contenidos difundidos con contenido de carga sexual “sexting” es el suicidio. 116 personas escogieron la respuesta que sí puede ser causa para que se de esta consecuencia, mientras que el 45 personas indicaron que el sexting no tiene papel para que una persona se suicide. Hay una tendencia por parte de los estudiantes en la que muestran que el *sexting*, cuando es difundido sin consentimiento a través de los diferentes medios de comunicación vigentes en la actualidad, puede ser perjudicial ya que puede ser un factor para el suicidio. La respuesta fue tomada de 72 mujeres y 90 hombres.

Tabla 20. Tabla cruzada sexting problema social - Sexo - Suicidio.

			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Suicidio					
Suicidio	Sexting problema social	Recuento	0	1	1
		% dentro de sextingproblemasocial	0,0%	100,0%	100,0%
	No	Recuento	24	21	45
		% dentro de sextingproblemasocial	53,3%	46,7%	100,0%

	Sí	Recuento	48	68	116
		% dentro de sextingproblemasocial	41,4%	58,6%	100,0%
Total		Recuento	72	90	162
		% dentro de sextingproblemasocial	44,4%	55,6%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 21 se relaciona las variables problema social, sexo y depresión. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que una de las consecuencias para las personas que tienen sus contenidos difundidos con contenido de carga sexual “sexting” es la Depresión. 208 personas escogieron la respuesta que sí puede ser causa para que se de esta consecuencia, mientras que el 81 personas indicaron que el sexting no tiene papel para que una persona se deprima. Otro de los factores presentes en los factores que son un problema por la difusión de contenido con carga sexual sin consentimiento por la persona propietaria es la depresión. La respuesta fue tomada de 161 mujeres y 129 hombres.

Tabla 21. Tabla cruzada sexting problema social - Sexo - Depresión.

Depresión		Sexo		Total	
		Hombre	Mujer		
Total	Sexting problema social	Recuento	1	0	1
		% dentro de sextingproblemasocial	100,0%	0,0%	100,0%
No		Recuento	55	26	81
		% dentro de sextingproblemasocial	67,9%	32,1%	100,0%
Sí		Recuento	73	135	208
		% dentro de sextingproblemasocial	35,1%	64,9%	100,0%
Total		Recuento	129	161	290

	% dentro de sextingproblemasocial	44,5%	55,5%	100,0%
--	-----------------------------------	-------	-------	--------

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 21 se relaciona las variables sexting problema social, sexo y machismo. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que una de las consecuencias para las personas que tienen sus contenidos difundidos con contenido de carga sexual “sexting” es el machismo. 89 personas escogieron la respuesta que sí puede ser causa para que se de esta consecuencia, mientras que el 44 personas indicaron que el sexting no tiene papel en el machismo. También encontramos que hay estudiantes que mencionan que el machismo es otro de los factores que tiene como problemática el *sexting*. La respuesta fue tomada de 77 mujeres y 57 hombres.

Tabla 22. Tabla cruzada sexting problema social – Sexo – Machismo.

machismo		Sexo		Total	
		Hombre	Mujer		
machismo	sextingproblemasocial	Recuento	1	0	1
		% dentro de sextingproblemasocial	100,0%	0,0%	100,0%
No		Recuento	25	19	44
		% dentro de sextingproblemasocial	56,8%	43,2%	100,0%
Sí		Recuento	31	58	89
		% dentro de sextingproblemasocial	34,8%	65,2%	100,0%
Total		Recuento	57	77	134
		% dentro de sextingproblemasocial	42,5%	57,5%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 22 se relaciona las variables problema sexting problema social, sexo y feminismo. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que una de las consecuencias para las personas que tienen sus contenidos difundidos con contenido de carga sexual “sexting” es el feminismo. 46 personas escogieron la respuesta que sí puede ser causa para que se de este consecuencia, mientras que el 21 personas indicaron que el sexting no tiene papel en el feminismo. Aunque el valor no es alto en es alto en esta pregunta con la afirmación de si el feminismo es un factor problema del sexting, vemos que hay una minoría que piensa que lo es. Aunque la gran mayoría de los estudiantes encuestados no optaron conta esta opción, podemos decir que el feminismo no está relacionado totalmente este fenómeno social. La respuesta fue tomada de 38 mujeres y 30 hombres.

Tabla 23. Tabla cruzada sexting problema social – Sexo – Machismo.

feminismo			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Feminismo	sextingproblemasoci	Recuento	1	0	1
		% dentro de sextingproblemasocial	100,0%	0,0%	100,0%
No	sextingproblemasoci	Recuento	10	11	21
		% dentro de sextingproblemasocial	47,6%	52,4%	100,0%
Sí	sextingproblemasoci	Recuento	19	27	46
		% dentro de sextingproblemasocial	41,3%	58,7%	100,0%
Total	sextingproblemasoci	Recuento	30	38	68
		% dentro de sextingproblemasocial	44,1%	55,9%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 23 se relaciona las variables problema sexting problema social, sexo y sexismo. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que una de las consecuencias para las personas que tienen sus contenidos difundidos con contenido de carga sexual “sexting” es el sexismo. 113 personas escogieron la respuesta que sí puede ser causa para que se de este consecuencia, mientras que el 53 personas indicaron que el sexting no tiene papel en el sexismo. Otra de las problemáticas que acarrea el sexting mencionada por los estudiantes es el sexismo, asumiendo que está práctica también tiene una carga considerable para la discriminación de una personas del sexo opuesto. La respuesta fue tomada de 82 mujeres y 84 hombres.

Tabla 24. Tabla cruzada sexting problema social - Sexo – Sexismo.

Sexismo			Sexo		Total
			Hombre	Mujer	
Sexismo al	No	Recuento	37	16	53
		% dentro de sextingproblemasocial	69,8%	30,2%	100,0%
	Sí	Recuento	47	66	113
		% dentro de sextingproblemasocial	41,6%	58,4%	100,0%
	Total	Recuento	84	82	166
		% dentro de sextingproblemasocial	50,6%	49,4%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 24 se relaciona las variables control de contenidos y sexo. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica 153 estudiantes eligieron que se haga campañas publicitarios sobre el sexting en las redes sociales, seguido de la votación de 88 estudiantes que optaron por talleres en las instituciones educativas y otra cifra eimportantes es de 73

estudiantes que escogieron que se realice cortometrajes donde se muestre esta problemática. Se pretende que los estudiantes prefieren qué las campañas que ayuden a tener en cuenta la existencia del *sexting*, junto con las amenazas y la forma en como puede perjudicar a una persona socialmente es a través de contenidos audiovisuales como: campañas publicitarias en redes sociales, talleres en las instituciones educativas y cortometrajes. La respuesta fue tomada de 200 mujeres y 180 hombres.

Tabla 25. *Tabla cruzada control de contenidos – Sexo.*

		Sexo		Total
		Hombre	Mujer	
Control de contenidos	Recuento	3	3	6
	% dentro de controldecontenidos	50,0%	50,0%	100,0%
Afiches	Recuento	6	6	12
	% dentro de controldecontenidos	50,0%	50,0%	100,0%
Campañas publicitarias de concientización en la TV	Recuento	17	24	41
	% dentro de controldecontenidos	41,5%	58,5%	100,0%
Campañas publicitarias en redes sociales	Recuento	70	83	153
	% dentro de controldecontenidos	45,8%	54,2%	100,0%
Capacitación en las personas para que estas aprendan a saber en quien confiar y en quien no y que si no logran distinguir esta brecha que es mejor omitir este tipo de práctica	Recuento	1	0	1
	% dentro de controldecontenidos	100,0%	0,0%	100,0%
Charlas interactivas xd	Recuento	0	1	1
	% dentro de controldecontenidos	0,0%	100,0%	100,0%
Control nose puede realizar si podrias concientizar a lo que se exponen mas nada	Recuento	1	0	1
	% dentro de controldecontenidos	100,0%	0,0%	100,0%

Cortometrajes	Recuento	33	40	73
	% dentro de controldecontenidos	45,2%	54,8%	100,0%
Exponiendo testimonios ...	Recuento	1	0	1
	% dentro de controldecontenidos	100,0%	0,0%	100,0%
Formación desde casa con valores bien forjados de respeto hacia los demás como a mí mismo	Recuento	0	1	1
	% dentro de controldecontenidos	0,0%	100,0%	100,0%
Información responsable por sus padres	Recuento	1	0	1
	% dentro de controldecontenidos	100,0%	0,0%	100,0%
Muy difícil	Recuento	1	0	1
	% dentro de controldecontenidos	100,0%	0,0%	100,0%
Talleres en las instituciones educativas	Recuento	46	42	88
	% dentro de controldecontenidos	52,3%	47,7%	100,0%
Total	Recuento	180	200	380
	% dentro de controldecontenidos	47,4%	52,6%	100,0%

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis e interpretación

En la tabla 25 se relaciona las variables control de contenidos y sexo. Se determina que se han encuestado a 380 personas. En base a los resultados de los estudiantes encuestados nos indica que la mayoría representada con 232 estudiantes no conoce que la práctica llamada sexting está regulada por la ley del Ecuador (COIP), 134 estudiantes mencionan que si tiene conocimiento de la regulación de la ley y 14 personas no respondieron a esta respuesta. Aquí tenemos una notable diferencia en el poco conocimiento de los estudiantes al saber que la práctica *sexting*, está regulada por la ley, ya que este fenómeno trae peligrosa a las personas que están involucradas dentro de este tipo de contenidos, siendo expuestas y violando así su privacidad. La respuesta fue tomada de 200 mujeres y 180 hombres.

Tabla 26. Tabla cruzada Regulación por la ley – Sexo.

		Sexo		Total	
		Hombre	Mujer		
Regulación por la ley	Recuento	8	6	14	
	% dentro de Regulacionporlaley	57,1%	42,9%	100,0%	
	No	Recuento	103	129	232
		% dentro de Regulacionporlaley	44,4%	55,6%	100,0%
	Sí	Recuento	69	65	134
		% dentro de Regulacionporlaley	51,5%	48,5%	100,0%
Total	Recuento	180	200	380	
	% dentro de Regulacionporlaley	47,4%	52,6%	100,0%	

Nota: Información tomada de la Encuesta aplicada

Análisis Cualitativo

De acuerdo a las características observadas sobre el uso de la aplicación *Whatsapp*, el resultado de este estudio determina que el *sexting* está presente en la comunicación actual de los estudiantes universitarios; sin embargo, se nota el avance que ha tenido esta forma de interacción, desconociendo de esta manera los riesgos cuando se realiza esta práctica. A su vez, se determinó que la aplicación tenga una gran tendencia en la recepción de: mensajes de texto e imágenes, deduciendo que ésta es una actividad que representa una comunicación directa entre los participantes.

El *sexting* tiene consecuencias negativas cuando este tipo de material es difundido sin consentimiento de la persona propietaria del contenido. La sextorción, bullying, grooming son parte de estas consecuencias, que pueden llegar a temas que afectan de manera social y psicológica al individuo; provocando así la depresión, machismo, sexismo y en casos extremos el suicidio. Por eso, este fenómeno que está presente en la aplicación *whatsapp* para la comunicación de los estudiantes, debe ser tomada en

cuenta como riesgo para los mismos. Se demuestra, que se da un uso diario de sus dispositivos móviles en esta aplicación invadiendo la privacidad y poco control de los contenidos recibidos y enviados. Otra de las características que este estudio refleja que el género femenino es el más afectado, ya que la mayor parte de mensajes, imágenes, videos, son de mujeres que optaron por realizar la práctica *sexting* y tuvieron problemas con la difusión de su contenido sin consentimiento, dejando en claro que el sexismo esta presente en la comunicación actual.

Comprobación de la Hipótesis

Hi: El sexting en la aplicación *Whatsapp* se relaciona con problemas en los estudiantes universitarios

Ho: El sexting en la aplicación *Whatsapp* no se relaciona con problemas en los estudiantes universitarios

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta y con la Hipótesis de estudio plateada como el *sexting* en la aplicación *Whatsapp* se relaciona con los problemas sociales en los estudiantes universitarios (Hi), de acuerdo con el valor de chi cuadrado de Pearson, el nivel de significancia fue de 0.258, por lo que se rechaza la hipótesis alterna y mantenemos la hipótesis nula. Por lo tanto se considera que no se relaciona con los problemas sociales en los estudiantes por la difusión de contenidos sexuales en la red social *WHATSAPP*. Datos que se visualizan en la tabla 26.

Tabla 27. *Constraste de hipótesis Chi-cuadrado.*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,269 ^a	9	,258
Razón de verosimilitud	10,952	9	,279
N de casos válidos	373		

Nota: Datos analizados de la encuesta

Al hacer una relación entre si el *sexting* es aceptado socialmente y causa problemas sociales en los estudiantes universitarios, se determina un nivel de significancia de 0,05 que es un valor aceptable, por lo que se valida la hipótesis alterna donde el *sexting* es aceptado socialmente pero no se relaciona con los problemas de los estudiantes universitarios.

Tabla 28. *Constraste de hipótesis Chi-cuadrado.*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,577 ^a	6	,050
Razón de verosimilitud	9,383	6	,153
N de casos válidos	373		

Nota: Datos analizados de la encuesta

Por otro lado la difusión de contenidos en la red social se relaciona con los problema sociales, se determina que mediante un nivel de significancia de 0.258 mayor a 0.05, validando la hipótesis nula en la que la difusión de contenidos en las redes sociales no se relacionan con los problemas sociales que pueden existir en los estudiantes universitarios.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La comunicación digital nos da varias ventajas que son positivas para la dialogo y la interactividad entre las personas, siempre y cuando está este usada de manera responsable, ya que los problemas que se tiene es también gracias a la facilidad de acceder a cierta información y la agilidad con la que puede ser difundida.

El análisis en base a las respuestas obtenidas a través de las encuestas realizadas a los estudiantes, que el sexting a pesar de no ser considerado como un problema en la comunicación digital de los estudiantes universitarios a través de la aplicación whatsapp, se puede establecer que el fenómeno está siendo aceptado por la cultura.

La comunicación digital antes los fenómenos como el sexting poseen grandes riesgos y no siempre los contenidos emitidos son respetados con la privacidad debida, es por eso que los organos judiciales y que intervienen en el bienestar de las personas deben tomar un papel más activo dentro de lo que es la comunicación digital.

La difusión de lo contenidos con carga sexual “*sexting*” en la comunicación digital, pueden producir inconvenientes como la depresión y el suicidio, lo que da una alerta para que las instituciones educativas tomen un roll importante para la guía de lo que son las TICS, acerca de su uso y la responsabilidad individual y social que cada persona tiene en la actualidad y en la red.

La aplicación *whatsapp* es el canal directo de comunicación digital que los estudiantes universitarios, tienen hoy en día, ya que la versatilidad de su sistema permiten el intercambio de archivos, audios, imágenes y videos esten a la mano, sin un debido control, hace que este tipo de contenidos o práctica llamada “*sexting*” este presente en sus celulares, mostrando según los datos el porque del uso de su celular entre 4 horas hasta más de 8 horas diarias.

Recomendaciones

Se recomienda la creación de contenidos audiovisuales que tengan un nivel de influencia en los estudiantes universitarios a través de las páginas oficiales de la Universidad Técnica de Ambato y de otras Universidades de Cantón, para motivar al uso adecuado educación, responsabilidad y consecuencias que tiene la práctica del sexting.

Se sugiere la elaboración de de talleres en clase, donde está temática de las responsabilidades y consecuencias de las actuales Tecnologías de la Información y la Comunicación estén dentro de tutorías institucionales educativas. A su vez, estas clases impartidas sean por parte de profesionales que tenga conocimiento del tema; tanto en el tema legal, psicológico y cultural.

Es menester que las instituciones creen espacios donde el tema del sexting y otros fenómenos parecidos a este puedan ser tomados en cuenta, por eso se recomienda que se haga actividades académicas culturales para creación de largometrajes o cortometrajes sobre estos fenómenos, esto hará que los estudiantes universitarios puedan tener más conocimiento del *sexting* y cuales son las consecuencias sobre las personas que están involucradas en dicha actividad.

Bibliografía

1. Farber, Shafron, Hamadani, Nitburg, W. y., & Marrufo. (2012).
2. Castillo, A. (2007). *"El lenguaje de la generación red"*. Madrid: Neologismos y sociedad del conocimiento.
3. González, S. (2006). *Estrategias de comprensión de textos en hipertextos*. Granada.
4. Ladow, G. P. (1995). *Hipertexto: la convergencia de la teoría contemporánea y tecnología*. Buenos Aires.
5. Fenoll, V. (2011). *Usuarios activos y pasivos. La interactividad de la audiencia en los medios digitales*. Valencia.
6. Salaverría, R. (2014). *Multimedialidad: informar para los cinco sentidos*. LabCom.
7. Rost, A. (2014). *Interactividad: Definiciones, Estudios y Tendencias. Webjournalimo: 7 características que marcan la diferencia*. Libros LabCom.
8. Lizcano, F. (11 de Febrero de 2018). *Techcetera*. Obtenido de Techcetera.co: <https://techcetera.co/sera-que-la-interaccion-con-medios-digitales-internet-implica-algun-tipo-de-riesgo/>
9. AIMC. (2015). *Navegantes en la Red*. Obtenido de http://download.aimc.es/aimc/974_ryRa6/macro2014ppt.pdf
10. Research, P. (Abril de 2010). *American Life Project*. Obtenido de Pew Internet and American Life Project: <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Teens-andMobilePhones.aspx?r=1>
11. Temple, M. (2018). Obtenido de <https://theconversation.com/one-in-seventeen-are-sexting-says-newresearch-92170>

12. MUNDO, B. (2009). Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/cultura_sociedad/2009/05/090515_2344_sexting_jrg
13. Fajardo, Gordillo, & Regalado. (2013). Familia y Educación: aspectos positivos. "Sexting: Nuevos usos de la Tecnología y la sexualidad en adolescentes". *A.B. International Journal of Developmental and Educational Psychology*, INFAD. Revista de Psicología N°1 Vol. 1.
14. Communications, C. (2011). Teen Online & Wireless Safety Survey. Ciberbullying, Sexting and Parental Control. *Guía sobre Adolescencia y Sexting de INTECO*, <http://www.sexting.es/guia-adolescentes-ysexting-qué-es-y-cómo-prevenirlo-inteco-pantallasamigas>. <http://www.sexting.es/guia-adolescentes-ysexting-qué-es-y-cómo-prevenirlo-inteco-pantallasamigas>.
15. Velásquez, Arellano, & López. (2013). *Sexting: La sexualidad responsable también debe ejercerse en las redes sociales*. Santiago de Chile: XXIX Congreso .
16. Amigas, P. (2015). Obtenido de Sexting, una amenaza desconocida. España, España. Obtenido de Pantalla Amigas: <http://blog.pantallasamigas.net/2013/05/sexting-una-amenaza-desconocida/>
17. Reyes, M. V. (2011). Experiencias estudiantiles con la violencia en la escuela . *Revista Mexicana Investigación Educativa*, 739-764.
18. INEC. (16 de Mayo de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Instituto nacional de estadística y censos: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/12-millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>

19. Jonathan, P., & Paramo, P. (2015). El "sexting" se filtra en el Ecuador, advierten terapeutas familiares. *Revista Colombiana de Educación*, 172-182.
20. Yépez-Tito, Ferragut, & Blanca. (2018). Prevalence and profile of sexting among adolescents in Ecuador. *Journal of Youth Studies*, 1-15.
21. Expreso, D. (17 de Septiembre de 2015). Teléfonos Mviles, a que edad deben los niños empezar a usarlos.
22. Manabita, D. E. (28 de Marzo de 2009). "Sexting", Travesura o pornografía.
23. Ruano, S. (2012). Internet y la telefonía móvil, nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales. En R. y. Palabra, *recuperado el 12 de agosto de 2012 en*, <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n68/varia/ruano.html>. (pág. 68).
24. Márquez. (2015). El Comercio. págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/riobamba-violacion-gabydiaz-sentencia-justicia.html>.
25. Berelson. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Free Press, Glencoe. University of Chicago and Columbia University.
26. Bertolotti, P. ([http://argos.fhycs.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos %20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://argos.fhycs.unam.edu.ar/bitstream/handle/123456789/152/Conceptos%20Comunicacion%20digital.pdf?sequence=4&isAllowed=y) de Abril de 2009). *Conceptos básicos comunicación digital*. Posadas, Universidad Nacional de Misiones, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.
27. ESDESIGN. (18 de FEBRERO de 2018). *Escuela Superior de Diseño de Barcelona*. Obtenido de ESDESIGN

28. Noci, D. (2008). Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital. *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunión y ciencias sociales*, No. 6, pp. 53-91.
29. Agustina, J. R. (2010). ¿Menores infractores o víctimas de pornografía infantil? Respuestas legales e hipótesis criminológicas ante el Sexting. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, núm. 12-11, p. 11:1-11:44.
30. McLuhan. (1964). *Understanding Media: the extensions of man*. (Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre). New York, Londres: Edición en español de Editorial Paidós.
31. Abundis, F. (2006). Parametria Recuperado el 30 de junio de 2012, de Celulares, ¿quién los usa? http://www.amai.org/pdfs/revista-amai/revista_9_art7.pdf.
32. Bustamante, E. (2008). *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*. México: Alfaomega.
33. Lozano, G. (2010). *Historia de las mujeres en la Argentina*. Buenos Aires: Taurus.
34. Almansa, A., Fonseca, & Castillo, A. (2013). Redes sociales y jóvenes. Uso de
35. Facebook en la juventud colombiana y española. *Comunicar Revista Científica de Educomunicación*, 127-135. <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-03-03>.
36. Bauman, Z. (2008). Una nova escena del drama entre vell i jove. Generalitat de Catalunya, Departament d'Acció Social i Ciutadania Secretaria de Joventut.

37. Alonso, L. (2017). *Construcción y validación de una escala de evaluación de sexting y grooming con población juvenil canaria*. Universidad de la Laguna: La Laguna.
38. Iglesias, L. J. (2014). “El WhatsApp en las prácticas de intimidad familiares máster sociedad de la información y conocimiento UOC”.
39. España, M. d. (2007). Proyecto Cíceros.
lengua.literatura@atenea.cnice.mecd.es.
40. Huacón, A. (2014). *Las barreras en el proceso de comunicación*. Consultado de: <http://www.monografias.com/trabajos100/barreras-proceso-comunicacion/barreras-procesocomunicacion.shtml>.
41. Oesterreicher, W. (1996). Reflexiones metodológicas y aproximación a una metodología”. En W. O. en T. Kotschi, *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*.
42. Rodríguez, C. G. (2002). *En los Arrabales de la Comunicación: Los Mensajes SMS*. Universidad de Extremadura: Anuario de Estudios Filológicos, ISSN 0210-8178, vol. XXV, 103-117.
43. Telégrafo, D. e. (28 de Septiembre de 2011). Sexting una Afición que se vuelve peligrosa. págs. Obtenido de <http://www.letelegrafo.com/ec/noticias/Guayaquil/10/el-sexting-una-aficionque-se-vuelve-peligrosa>.
44. Hasting, K. (2009). Teenager commits suicide after 'sexting' a nude photo to her boyfriend made her life a misery. *Mail Online*.
45. McLaughlin, J. (2010). “Crime and Punishment: Teen Sexting in context”. *Expresso*, Recuperado de <https://goo.gl/jFB9Qa>.

46. Marrufo, M. (2012). Surgimiento y proliferación del Sexting. Probables causas y consecuencias en adolescentes de secundaria. *Tesis Magister*, Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/313204715/Sexting-Secundarias>.
47. Alonso, R., Carrera, Faílde, & Cid, &. (2016). *Comportamentos e motivacións de sexting dos mozos e mozas da provincia de Ourense*. En *Proxectos INOU II*. Ourense: Vicerrectoria del Campus de Ourense y Diputación de Ourense.
48. Fleschler-Peskin. (2013). *Prevalence and patterns of sexting among ethnic minority urban high school students*. . New Rochelle: Cyberpsychology, Behavior and Social Networking.
49. Drouin, M., & Grandaff. (2012). Texting, sexting, and attachment in college students' romantic relationships. *Computers in Human Behaviour*, 28(2), 444- 449. doi: 10.1016/j.chb.2011.10.015.
50. Ferguson, C. (2011). Sexting behaviors among young hispanic women: Incidence and association with other high-risk sexual behaviors. *Psychiatric Quarterly*, 82(3), 239–243. doi: 10.1007/s11126-010-9165-8.
51. Castro, L. (2019). Qué es selfie Conoce sobre esta tendencia que ha repuntado en esta década. *About Español*, <https://www.aboutspanol.com/que-es-selfie-157878>.
52. Diliberto, & Matthey, y. (2009). Sexting: Just How Much of a Danger Is It and What Can School Nurses Do About It? *NASN School Nurse*, 24(6), 262–267. doi: 10.1177/1942602X09348652.
53. Cooper, Quayle, & Svedin, J. &. (2016). Adolescents and self-taken sexual images: A review of the literature. *Computers in Human Behavior*, 55, 706–716. doi: 10.1016/j.chb.2015.10.003.

54. Ackerman, & Com, &. (2013). *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires: Del Aula Taller.
55. Palella, S., & Martins, F. (2010). *Metodología De Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
56. Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
57. Hernández, M. (2012). *Tipos y Niveles de Investigación*.
58. Cancela, R., Cea, N., Guido, G., & Sara, V. (2010). Metodología de la Investigación Educativa. En U. A. Madrid, *Investigación ex post facto* (pág. 8). Madrid: ea:
http://www.uam.es/personal_pdi/jmurillo/InvestigaciónEE/Presentaciones/Curso_10/EX-POST-FACTO_Trabajo.pdf Consultado: 07 de abril del 2018.
59. Monje. (2011). “*La población fue determinada por el un conjunto o universo de unidades específicas con características compartidas para estudiar*” (Monje, 2011). Colombia: “La población fue determinada por el un conjunto o universo de unidades específicas con características compartidas para estudiar” (Monje, 2011).
60. Barrera, J. C. (2008). *El Proyecto de Investigación. Metodología de la Investigación Holística*”. *Sypal- Quiron ediciones. 5ta edición ampliada*.
61. Gardó, F. (2015). “La difusión de sexting es considerada una violación debido a la intimidad para las personas sin importar la edad en que se presente, debido a que existe una divulgación de imágenes, fotos y videos íntimos sin consentimiento del emisor. Madrid, España: Editorial Dykinson.

Anexos

Encuestas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO

Determinar el uso del "sexting" en la aplicación "Whatsapp" en los jóvenes universitarios

1. Información General

- Hombre
- Mujer

2. Universidad en la que estudia

.....

3. ¿Qué carrera se encuentra estudiando?

.....

4. ¿Con qué frecuencia usa su dispositivo digital (celular)?

- 1 hora
- 2-4 horas
- 4 a 8 horas
- Más de 8

5. ¿Indique el tipo de contenido con que mayor frecuencia envía por medio de la aplicación whsatsapp? puede seleccionar más de una opción.

- Texto
- Imagen
- Videos
- Audio
- Anuncios
- Llamadas

6. ¿Indique el tipo de contenido con que mayor frecuencia que recibe por medio de esta aplicación? puede seleccionar más de una opción.

- Texto
- Imagen
- Videos
- Audio
- Anuncios
- Llamadas

7. ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término Sexting?

- Mucho
- Poco
- Nada

8. ¿Se ha fotografiado y/o grabado a sí mismo en actitud provocativa o insinuante?

- Siempre

- Casi siempre
- Nunca

9. ¿Si ha enviado imágenes sexting (contenido sexual) a quién se los has enviado?

- Familiares
- Amigos
- Desconocidos

10. ¿Con qué frecuencia ha enviado mensajes sexting (contenido sexual) a través de la aplicación whatsapp?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

11. ¿Ha recibido mensajes sexting (contenido sexual) en sus chats de Whatsapp?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

12. ¿Sí ha recibido mensajes con carga sexual, que ha hecho con la información que recibe?

- Comparte a su grupo de amigos
- Difunde a través de las redes sociales
- Los borra

13. Si ha recibido mensajes de sexting (con carga sexual) de otra persona, ¿De quién se trataba?

- Familiares
- Amigos
- Desconocidos

14. ¿A través de qué opción de mensajería de whatsapp cree usted que se difunde el contenido con carga sexual?

- Grupos
- Lista de difusión
- Mensajes privados
- Stories
- Video llamadas
- Otro.....

15. ¿Creé que las características de la aplicación whatsapp aporta para la difusión sexing (contenido sexual)?

- Mucho
- Poco
- Nada

16. ¿Cuáles son las causas por las que se dan este tipo de actividades como el sexting (contenido sexual) en la aplicación whatsapp?

- Relación amorosa
- Entorno Social
- Persuasióno Grooming

- Otra -.....

17. ¿Creé que la difusión de mensajes con sexting (contenido sexual) ya es parte de la cultura actual?

- Mucho
- Poco
- Nada

18. ¿Creé que el sexting (contenido sexual) se ha transformado en contenido aceptado socialmente?

- Sí
- No

19. ¿En qué nivel de educación cree usted que hay mayor difusión de sexting (contenido sexual)

- Primaria
- Secundaria
- Superior
- Marco profesional

20. ¿Considera que el sexting (contenido sexual) es un problema social en la actualidad en los jóvenes universitarios?

- Si
- No

21. ¿Cuáles son los problemas sociales que podría acarrear el sexting (contenido sexual) en el celular en la aplicación whatsapp?

- Pornografía
- Grooming
- Sexorcion
- Violación al derecho de privacidad
- Otro

22. ¿Cuáles cree usted que son las consecuencias que puede darse con la práctica del sexting “contenido sexual”? hacia otra persona. Seleccione una o más casillas.

- Suicidio
- Depresión
- Machismo
- Feminismo
- Sexismo
- Otro.....

23. ¿Conoce si esta práctica llamada sexting (contenido sexual) está regulada por la Ley del Ecuador COIP, cómo delito informático?

- Si
- No

24. ¿A través se puede realizar el control de contenido sexual o sexting en los jóvenes universitarios.

- Afiches
- Cortometrajes
- Campañas publicitarias en redes sociales
- Campañas de concientización
- Talleres en las instituciones educativas sobre el sexting
- Otro.....