



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL GROOMIG.
CASO DINAPEN

Autora

Karen Macarena Aráuz Pástor

Año
2019



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL GROOMIG.

CASO DINAPEN

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos para optar por el título de licenciado en Publicidad.

Profesora Guía

Priscila Chalá Mejía

Autora

Karen Macarena Aráuz Pástor

Año
2019

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido el trabajo, Campaña de sensibilización para los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años acerca de lo qué es el grooming. Caso: Dinapen, a través de reuniones periódicas con la estudiante Karen Macarena Aráuz Pástor, en el semestre 2019 -20, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Priscila Chalá Mejía
Doctora en Medios, Comunicación y Cultura
CI: 1711451003

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado el trabajo, Campaña de sensibilización para los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años acerca de lo qué es el grooming. Caso: Dinapen, de la estudiante Karen Macarena Aráuz Pástor, en el semestre 2019-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

María Andrea Pardo Rueda
Master Business Administration
CI: 1716405467

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Karen Macarena Aráuz Pástor
CI: 1718242538

AGRADECIMIENTOS

A mis padres Ana y Santiago por brindarme todo el amor y el apoyo para poder completar mis estudios, gracias por todos sus sacrificios y por animarme siempre. A mis amigos que han estado a lo largo de toda la carrera, con quiénes hemos aprendido mucho y las personas que han estado en las buenas y en las malas. A Beto porque siempre estuviste a mi lado motivándome, apoyándome y dándome todo el amor para poder cumplir con mis metas.

DEDICATORIA

A mi abuelita por siempre ser la persona que dio alegría a mi vida con todo el amor que recibí de ella y por darme uno de los mejores regalos de vida que ha sido mi madre. Y a mis padres porque todo lo que he logrado se los debo a ustedes y al amor que me han dado a lo largo de todos estos años

RESUMEN

El *grooming* es una nueva tendencia de acoso sexual en medios digitales como redes sociales, aplicaciones web y plataformas digitales, que afecta directamente a los niños y adolescentes. Este fenómeno en el país aún es desconocido o confundido con el *cyberbullying*. Por este motivo, el trabajo de titulación que se realizó busca sensibilizar a las personas sobre el peligro que pueden sufrir los niños, niñas y adolescentes al desconocer sobre el tema, al estar expuestos a las redes sociales y finalmente al no saber usarlas de forma responsable.

El motivo de este estudio es generar conciencia tanto en los menores como en los padres de familia que son las personas encargadas de protegerlos de los peligros a los que se puedan ver expuestos. Por otro lado, también son quienes deberían fijar límites y reglas a la hora de hacer uso de sus perfiles en las diferentes redes sociales, plataformas y aplicaciones móviles, para evitar ser presas fáciles para los acosadores.

El trabajo fue realizado con varias herramientas de investigación para poder recolectar la mayor cantidad posible de información y de esta forma detectar los problemas por los que los menores desconocen sobre el *grooming* y cuál es el papel que juegan los padres de familia ante esta situación. Se realizaron 357 encuestas a niñas, niños y adolescente de 10 a 15 años de Quito, 18 entrevistas en total a 3 grupos de personas Psicólogos, Pedagogos y Padres de familia y finalmente se realizaron dos grupos de discusión con 12 personas cada uno, donde se dividieron a los niños por edades de 10 a 12 años y de 13 a 15.

Además, la información recolectada permitió encontrar varios hallazgos con los cuales se llevó a cabo la propuesta de campaña, bajo la línea de publicidad social. En el capítulo cuarto se plantearon los objetivos de la campaña y a partir

de eso se desarrolló la campaña según el modelo estratégico de los “Círculos de Oro”.

Finalmente, se elaboraron las conclusiones generales del trabajo de titulación y de la campaña, en esta parte se respondieron a las preguntas de investigación que se plantearon en un inicio, tomando siempre en cuenta los objetivos de la investigación. Por otro lado, a lo largo del proceso de investigación surgieron varias recomendaciones importantes para mejorar el servicio de la Dinapen.

ABSTRACT

Grooming is a new trend of sexual harassment in digital media such as social networks, web applications and digital platforms, which directly affects children and adolescents. This phenomenon in the country is still unknown or confused with cyberbullying. For this reason, the titling work that was carried out seeks to sensitize people about the danger that children and adolescents may suffer when they do not know about it, when they are exposed to social networks and finally because they do not know how to use them responsibly .

The reason for this study is to raise awareness in both children and parents who are responsible for protecting them from the dangers to which they may be exposed. On the other hand, they are also the ones who should set limits and rules when making use of their profiles in different social networks, platforms and mobile applications, to avoid being easy prey for stalkers.

The work was carried out with several research tools in order to collect as much information as possible and thus detect the problems that children are unaware of about grooming and what role parents play in this situation. There were 357 surveys to children and adolescents from 10 to 15 years of Quito, 18 interviews in total to 3 groups of people Psychologists, Pedagogues and Parents and finally two discussion groups were held with 12 people each, where They divided the children by ages 10 to 12 and from 13 to 15.

In addition, the information collected allowed finding several findings with which the campaign proposal was carried out, under the social advertising line. In the fourth chapter the objectives of the campaign were raised and from that the campaign was developed according to the strategic model of the "Golden Circles".

Finally, the general conclusions of the titling work and of the campaign were elaborated, in this part the research questions that were raised at the beginning

were answered, always taking into account the research objectives. On the other hand, throughout the research process, several important recommendations emerged to improve the service of Dinapen.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. DESARROLLO	4
1.1 Tema	4
1.2 Problema	4
1.3 Justificación	6
2. CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE	8
2.1. Tipos de acoso.....	8
2.1.1 El acoso sexual	9
2.2 Acoso sexual en Ecuador.....	10
2.3 Acoso sexual en niños, niñas y adolescentes	11
2.3.1 Acoso sexual en redes sociales	13
2.4 Grooming.....	17
2.4.1 Fases del <i>grooming</i>	18
2.4.2 Consecuencias del <i>grooming</i>	19
2.4.3 Fuentes de propagación del <i>grooming</i>	19
2.4.4 Casos reales de <i>grooming</i>	21
2.4.5 Casos reales de <i>grooming</i> en Ecuador.	22
2.4.6 Campañas sobre el <i>grooming</i>	22
2.4.7 Contextualización sobre el <i>grooming</i> en Ecuador	26
2.5 Caso de estudio: Dinapen Ecuador	27
2.5.1 Generalidades	27
2.5.2 Competencias.....	29
2.5.3 Datos sobre acoso sexual	29
2.5.1 Campañas realizadas por la Dinapen.....	30
3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN.....	32
3.1. Objetivos	32
3.1.1. Objetivo general	32
3.1.2. Objetivos específicos	32

3.2. Metodología del estudio	33
3.2.1. Tipo de estudio.....	33
3.2.2. Preguntas de investigación	33
3.2.3 Diseño metodológico.....	34
3.3 Fases	34
3.3.1 Fase cuantitativa	34
3.3.2 Población	34
3.3.3 Encuestas	36
3.3.6 Conclusiones encuestas	46
3.4. Fase cualitativa.....	47
3.4.1. Entrevistas	47
3.4.2 Análisis de datos	48
3.4.3 Conclusiones entrevistas	51
3.4.4 Grupo de discusión	52
3.4.5 Conclusiones generales.....	53
4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE CAMPAÑA.....	55
4.1 Hallazgos	55
4.2. Objetivos de campaña.....	56
4.2.1. Objetivo general	56
4.2.2. Objetivos específicos	57
4.2.3. Público objetivo	57
4.3. Desarrollo estratégico.....	59
4.3.1. Problema.....	59
4.3.2. Modelo estratégico	59
4.4. Concepto.....	60
4.5. Tácticas	61
4.4.2. Segunda fase	73
4.6. Cronograma	79
4.7. Plan de medios.....	79
4.8. Presupuesto	80

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
5.1. Conclusiones.....	82
5.2. Recomendaciones.....	83
REFERENCIAS	84
ANEXOS	88

INTRODUCCIÓN

El *grooming* es una nueva tendencia de acoso sexual en línea, en dónde los más afectados son los niños, niñas y adolescentes ya que son atacados por depravados sexuales, quiénes hacen uso de varios mecanismos como redes sociales para seducirlos o generar un acercamiento con su víctima, con el fin de engañarlos para luego poder tomar provecho de ellos y exponerlos a situaciones que vulneren sus derechos como violaciones, raptos, trata de personas, entre otros (Grooming Argentina, 2017).

Por ejemplo, en el año 2017 se dio a conocer que en Argentina 7 de 10 personas reconocen que es el *grooming*, esta cifra se refleja en el bajo número de denuncias que hay. El director de la *Organización Grooming Argentina* menciona que este subíndice de delitos no es porque no existan casos, sino por el desconocimiento que existe; por este motivo, una de las posibles soluciones que se propuso para socializar el tema era la solicitud de políticas públicas. Además, el tema de abordar la educación para instruir y preparar a los menores ante estas situaciones es algo que no se puede dejar de lado.

En el caso de Ecuador desde el 2015 hasta el 2016 se registraron un total de 338 casos de acoso sexual, una cifra que demuestra que ahora los acosadores o *groomers* hacen uso de los medios digitales para engañar a niños, niñas y adolescentes, aprovechándose de su inocencia o ingenuidad para poder lograr un acercamiento sexual, que puede desencadenar en problemas mucho más graves como casos de *sextorsión* (extorsionar a una persona con finalidades sexuales), *sexting* (mensajes de contenido sexual) e incluso casos de suicidio por depresión.

Generalmente el proceso de captación del acosador inicia al identificar a la víctima, luego viene la fase de acercamiento y de simpatizar con el menor para poder ganarse su confianza y lograr convencerlo de realizar algún tipo de intercambio de imágenes de índole sexual o videos pornográficos, que, en

algún punto de la supuesta relación, se convertirán en el material con el cual el acosador podrá chantajear a su presa.

De esta forma se puede entender que el *grooming* es una realidad con la que los niños, niñas y adolescentes tienen que aprender a vivir, pero sobre todo es importante prevenirlos para poder evitar este tipo de acoso sexual en línea. La mejor forma para prevenir es el conocimiento, el cual debe ser impartido por los padres de familia, ya que ellos son los encargados de guiar y proteger a sus hijos. Por ahora, en Ecuador no se conoce a profundidad del tema, es por este motivo que realizar una campaña de concientización es necesaria.

En lo que se refiere a la investigación del trabajo de titulación, las campañas tomadas como referencia fueron de países como Chile y México lugares donde las personas tienen más conocimiento sobre el *grooming* e incluso se han creado leyes que tipifiquen este delito; en el caso de Ecuador no existe ninguna campaña de prevención sobre el acoso sexual en línea por el desconocimiento del tema. Además, no hay una ley específica para penar la infracción de acoso sexual en medios tecnológico en el país.

Otro tema importante a tratar es la relación entre padres e hijos, según la investigación realizada tanto con los menores como con sus padres, se puede evidenciar que hay un interés de parte de los progenitores sobre el comportamiento de sus hijos en sus redes sociales, sin embargo, los padres no siempre pueden estar al tanto, ya que por la diferencia de edad y de intereses las redes sociales que frecuentan los jóvenes no son las mismas que los adultos.

Por ejemplo, Facebook está considerada por los niños, niñas y adolescentes como un espacio para personas mayores, y poco entretenido. Desde el punto de vista de los padres, Instagram es una red social que aún desconocen, por lo que no hacen uso de ella, y confían en que sus hijos tengan un uso responsable de las redes sociales que frecuentan.

Es importante recalcar que la investigación fue enfocada a niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años y a sus padres para concientizar sobre los problemas que el *grooming* puede acarrear. Se hizo uso de herramientas como encuestas, grupos de discusión y entrevistas para poder determinar hallazgos que contribuyeron para la propuesta de una campaña de publicidad para la Dinapen.

Por otro lado, para realizar la campaña el principal objetivo fue sensibilizar a los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años como grupo primario ya que ellos son vulnerables a este tipo de acoso en línea por el tiempo que emplean en las redes sociales y como le dan uso a las mismas. Y a los padres de familia como grupo secundario ya que ellas son las personas encargadas de educar y guiar a los menores para el uso responsable de las plataformas digitales.

La campaña se elaboró en base al modelo estratégico de los Círculos de Oro. Cuenta con tres fases: captar para que los grupos objetivos establecidos conozcan que es el *grooming* y lo dejen de confundir con el bullying o cyberbullying, la fase de retener se enfoca en los padres de familia para que ellos también entiendan del tema y conozcan la forma adecuada para poder actuar ante el acoso sexual en línea y finalmente, sensibilizar a la población en general sobre los peligros existentes en las redes sociales.

1. CAPÍTULO I. DESARROLLO

1.1 Tema

Grooming nueva tendencia de acoso sexual en redes sociales.

1.2 Problema

En la actualidad los niños, niñas y adolescentes crecen bajo la influencia de la tecnología, la cual representa ventajas y desventajas para los usuarios. Entre los aspectos positivos se encuentra que puede representar una herramienta de comunicación y a su vez de conocimiento. Por otro lado, entre los aspectos negativos se encuentra que los menores podrían verse expuestos a situaciones engañosas e incluso sufrir de algún tipo de abuso. El problema podría deberse a que no existe una comunicación entre padres e hijos, por lo que los niños se sienten solos y se refugian en la tecnología; otra razón es que los menores se encuentran en una etapa de descubrimiento donde su curiosidad les incentiva a querer descubrir el mundo por ellos mismos. Por esta razón, siendo vulnerables y refugiándose en *chats*¹ con personas que probablemente ni siquiera conocen podrían correr graves peligros.

Otro aspecto negativo es que, con el avance de la tecnología se han incrementado los delitos informáticos y; además se han creado nuevas tendencias de acoso que muchas veces se desconocen. Desde este contexto por ejemplo en el año 2016 en Ecuador la Fiscalía General del Estado registra 10 casos de *grooming* (El Telégrafo, 2016). Por *grooming* se considera una forma de engañar a un menor para entablar un control emocional y una relación amistosa, con el fin de ganarse la confianza y poder obtener información personal, fotografías o incluso llegar a realizar un encuentro sexual. Poco a poco en el país se comienzan a denunciar este tipo de acosos, no obstante, no

¹ Chat: hace referencia a las charlas que mantienen los usuarios en aparatos tecnológicos como computadoras o celulares que se conectan a una red.

todo el mundo tiene conocimiento de este problema. No siempre se reconoce que el *grooming* está tomando fuerza alrededor del mundo. Por ejemplo, en Argentina los casos han aumentado en un 35% desde el 2014 hasta el 2017, según el Ministerio Público Fiscal; en Buenos Aires se han abierto 20 000 casos para investigar el acoso sexual en línea (Fernández, 2017).

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (por sus siglas en inglés Unicef) el *grooming* va en aumento y se presume que una de las causas que no haya información sobre este tema, no existen base de datos que hablen sobre dichas agresiones; además, por los tabúes que rodean la temática del acoso sexual. Por otro lado, la apertura de las tecnologías de información y comunicación (TIC) facilita que las personas puedan acceder a contenido de índole sexual, donde se muestran mensajes pornográficos los que han generado un aumento a la adicción a la pornografía. En el caso de los menores, específicamente en las niñas se ha detectado que hay una fuerte presión social que las incita a imitar actitudes que no corresponden a su edad (Unicef, 2012)

En Ecuador el proceso para realizar denuncias de casos de menores que han sufrido de alguna forma de acoso o maltrato es a través de la Dirección Nacional de Policía Especializada en Niñas, Niños y Adolescentes (Dinapen) instancia que se encarga de dar seguimiento a los casos después de la denuncia, y su mayor campo de acción se produce en el momento en el cual la víctima y el acosador planean un encuentro. Dependiendo del caso la Dinapen trabaja en conjunto con ciertos departamentos como por ejemplo la Unidad de Delitos Informáticos del Ecuador quienes son las personas capacitadas para investigar a fondo los problemas que puedan surgir en el medio digital. Además, al tratar con niños es importante que haya profesionales expertos en psicología que traten no solo a los menores, sino a los miembros de la familia que también pueden resultar afectados.

En un informe presentado en octubre del 2017 por la compañía de seguridad informática Eset, se reveló que a nivel mundial el 82,7% de personas fueron

acosadas en las redes sociales (Eset, 2017). Por esta razón las recomendaciones realizadas por Eset para prevenir el grooming son: ayudar a que los niños, niñas y adolescentes tengan conciencia de la existencia de peligro en internet; además, deben identificar como estos actos pueden afectarlos tanto físicamente como mentalmente. En el caso de los padres es importante que mantengan un control acerca de lo que pasa en las redes sociales de sus hijos, guiándolos para hacer un uso adecuado de estas páginas. Principalmente se recomienda que exista diálogo entre padres e hijos. Sobre todo, es necesario que haya un vínculo de confianza. Porque los niños más vulnerables son aquellos que no cuentan con apoyo o no reciben amor de sus padres. Los progenitores son los encargados de guiar y enseñar a sus hijos a comportarse de una manera responsable (Eset, 2016).

Según la *Guía de sensibilización sobre Convivencia Digital* editada por la Unicef los padres tienen roles importantes para poder prevenir el *grooming*, por ejemplo ellos son quienes deben invitar a sus hijos a dialogar, promoviendo que haya una actitud de aprendizaje sobre el uso adecuado de las TIC, no deben satanizar el uso de las redes sociales sino más bien tener una actitud positiva ante las nuevas tecnologías, supervisando el uso correcto de las mismas, pero siempre brindando la confianza necesaria, entendiendo que el trato entre un niño y un adolescente será diferente ya que los adolescentes tienen un criterio más formado (Unicef, 2017).

En ese contexto surge la siguiente pregunta ¿Por qué los usuarios de 10 a 15 años, no identifican al *grooming* como una clase de acoso sexual en redes sociales?

1.3 Justificación

En el 2016 el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), publicó que el 63,4% de los menores comprendidos entre 5 a 15 años afirmaron usar computadoras, esta población puede ser vulnerable a cualquier delito

cibernético (INEC, 2016). Además, un estudio de ECPAT², organización mundial que se encarga de monitorear los tipos de acosos sexuales comunes por medio del internet, menciona que alrededor del mundo el 21% del grupo vulnerable ha recibido imágenes con desnudos; 19% ha sufrido *cyberbullying*³ y el 8% *grooming* (ECPAT, 2018). La campaña social que se propone realizar tiene como principal objetivo contribuir en la forma de conciencia al grupo objetivo para disminuir las cifras de denuncias de acoso, ayudar en la generación de diálogo de confianza entre padres e hijos y finalmente para que de esta forma se vaya generando un tema de educación y concientización en el uso de redes sociales.

Ante la problemática del *grooming* y como una forma de contribuir al trabajo que hace la Dirección Nacional de Policía Especializada para Niños, Niñas y Adolescentes (Dinapen) se plantea una campaña de publicidad encaminada a proporcionar información alrededor de este tema en la que se den a conocer la situación de las nuevas formas de acoso, centrándose en dar un enfoque principal al *grooming* como una forma de acoso sexual en línea que afecta a niños, niñas y adolescentes. El trabajo se realizó con la Dinapen, ya que ellos fueron los encargados de brindar la información sobre los casos denunciados sobre este tipo de acoso y ayudarán a que la campaña sea implementada en un futuro en escuelas y colegios con el fin de prevenir los casos de acoso. La Dinapen ha realizado campañas de prevención para el acoso, dedicadas a la educación y fortalecimiento de los valores de los niños para evitar la problemática del acoso.

² ECPAT era reconocida como *End Child Prostitution and Trafficking*, es una red mundial de organizaciones que trabaja con el fin de erradicar la explotación sexual de los niños. Conformada por 104 organizaciones miembros en 93 países. (ECPAT, 2019).

³ *Cyberbullying*: se puede traducir como, el acoso en medios digitales con la finalidad de hostigar a una persona.

2. CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE

Se puede rastrear el origen de la palabra acoso desde la antigüedad. En el período de la Baja Edad Media este término comenzó a tener sentido durante la temporada de la cacería; para los militares de la época esta palabra se relacionaba con la acción de dar persecución al adversario. En el ámbito de las confrontaciones bélicas acosar se consideraba como una herramienta de hostigamiento para forzar la retirada de los enemigos (Arnal, 2016).

Por otro lado, la última versión de la Real Academia de la Lengua (RAE) hace referencia al acoso como la acción de perseguir arduamente a alguien ya sea a un ser humano o a un animal. En la actualidad se puede ver que no hay variación en el significado de esta palabra; hoy por hoy el acoso es una forma de molestar insistentemente a otro ser (RAE, 2014).

2.1. Tipos de acoso

Existe una variedad de acosos, hasta el momento se han identifica 7 tipos que son: el acoso escolar, acoso laboral, psicológico, sexual, físico o *stalking*⁴, el ciberacoso y finalmente el acoso inmobiliario (figura 1).

⁴ *Stalking*: se refiere a los cuadros psicológicos denominado: síndrome del acoso apremiante. La víctima puede ser hombre o mujer, y es perseguida de manera obsesiva por el acosador (Muy Interesante, 2019).



Figura 1. Infografía de los 7 tipos de acoso.

2.1.1 El acoso sexual

Se debe entender que el *grooming* es una manifestación de acoso sexual en línea y es por esa razón que se debe conocer los antecedentes de este fenómeno. En la investigación del trabajo de titulación se aborda a profundidad este tema como uno de los ejes principales. Históricamente la primera vez que el término fue usado fue en el año de 1973, cuando Mary P. Rowe decide abordar el tema de *El fenómeno de Anillos de Saturno*. Fue un Informe en el cual la autora describe los casos de acoso que se vivía dentro del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Ella fue la primera en hacer uso de la palabra debido a que era una realidad del día a día en su espacio de trabajo. Poco después llegó hasta el Consejo Académico del Instituto Tecnológico de Massachusetts para hablar sobre los problemas de acoso que existían y exigir una ley que protegiese a quienes trabajasen en el MIT, logrando de esta manera que las autoridades considerasen a este acto, una acción poco ética (Jiménez, 2017).

Por otro lado, en el estado de New York comenzaban a surgir los movimientos feministas que emprendieron luchas por la igualdad de las mujeres. La periodista Susan Brownmiller en señal de apoyo a estos grupos decide escribir *Our Time: Memoir of a Revolution* un libro que pretendía generar conciencia sobre el acoso sexual en espacios laborales (Jiménez, 2017).

El acoso es un término que ha existido a lo largo de todos los tiempos. Pörhöla y Kinney (2010), definen a esta acción como una problemática general que puede suceder en el ámbito social, en el trabajo, en medios digitales o incluso dentro de la familia. El acoso comprende aspectos negativos como el aislamiento social, el rechazo además de varios problemas de salud mental como la ansiedad y la depresión (Pörhöla y Kinney, 2010).

Por otro lado, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2013) define al acoso sexual como: una forma de comportarse en función del sexo, que generalmente es incómoda y humillante para la víctima que tiene que pasar por esta penosa situación (OIT, 2013). A lo largo de los años los casos de acoso sexual se han ido incrementando y en lo que respecta a Ecuador 2 de cada 5 mujeres manifiestan haber sido acosadas sexualmente (INEC, 2014)

2.2 Acoso sexual en Ecuador

Al hacer una investigación sobre el contexto histórico del tema del acoso sexual se conoce que desde los años 80 se han registrado denuncias sobre la violencia que han sufrido las mujeres en el Ecuador. Durante todo ese periodo no existían leyes que protegiesen a las mujeres ya que el tema era considerado un tabú. Finalmente, la primera Comisaría de la Mujer y la Familia (CFM) fue creado en el año de 1994, con el fin de brindar justicia y sancionar cualquier tipo de violencia. Durante los años consecutivos las mujeres han tenido un papel protagónico en la sociedad, por lo que salvaguardar su integridad se convirtió en una prioridad y la ley comenzaba a ampararlas de cualquier tipo de

maltrato, brindándoles la facultad para poder acceder a protección y justicia por parte de la ley.

El 26 de noviembre de 1997 se plantea realizar una reforma en el Código Penal, proponiendo que se considere al acoso sexual y cualquier tipo de agresión como un delito el cual se podría denunciar ante la ley. Al tema no se le dio la relevancia necesaria por lo que el veredicto final fue que se comprendía como un acto de acoso sexual siempre y cuando existan relaciones de poder (Ayala, 2018).

Desde agosto del 2014 la ley tuvo un cambio radical. En la actualidad el Código Integral Penal (COIP) vela por la integridad personal y sexual de cada persona sin diferenciar género alguno. Tomando en cuenta que las agresiones sexuales en menores han aumentado, el COIP ha establecido penas más estrictas que incluyen encarcelamiento hasta por 26 años. Gracias a las reformas de la ley, hoy en día también se consideran delitos de abuso sexual acciones tales como: mantener contacto con menores de edad por medios tecnológicos con el fin de tener una relación sexual, también ingresa en esta categoría servicios sexuales de las personas menores a los 18 años, además también constituye una contravención la distribución de imágenes pornográficas (COIP, 2014).

2.3 Acoso sexual en niños, niñas y adolescentes

En el año 2015 según *American Academy Child & Adolescent Psychiatry* (AACAP) en todo el mundo se denuncian más de 80 000 casos de acoso sexual en menores de edad, esto es una cifra que podría no ser real, ya que muchas veces los niños tienen desconfianza de hablar con alguien sobre este tipo de situaciones y el número de denuncias tiende a verse afectado (AACAP, 2015).

En el caso de Ecuador se conoce las siguientes cifras, por ejemplo, solo en el 2014 se realizaron 271 denuncias relacionadas con infracciones de índole sexual en unidades educativas, por otro lado, los datos recolectados por la Agencia Públicas de Noticias del Ecuador y Sudamérica (ANDES) explica que se han denunciado 634 casos de violencia sexual contra menores de 18 años y de esa cifra, el 85% son casos de violaciones y finalmente apenas el 6% de esos casos llegan a ser denunciados (Montes, 2018).

Por otro lado, en el 2017 se registraron alrededor de 2 021 denuncias, las cuales se relacionaban con agresiones de tipo sexual a niñas, niños y adolescentes de las cuales se condenaron a cárcel a 157 personas (Dinapen, 2017).

Una manera para evitar la existencia de estos casos es educar tanto a niños como a adultos, por un lado, se debe forjar un vínculo confianza con los menores desde que son pequeños, para que ellos sepan que hablar con sus padres les permite encontrar soluciones a los problemas por los que están pasando. Se debe comprender que la culpa no es de los menores por no hablar. Los verdaderos culpables son las personas que acosan y buscan hacer daño y engañar.

La cuestión es que pese a que hay leyes en contra de estas acciones los casos de acoso siguen sucediendo y ahora es importante encontrar una forma para frenar este tipo de acciones. Es necesario educar y formar desde que son niños para generar conciencia sobre lo bueno y lo malo.

Como medida final, para prevenir a los jóvenes ellos son quienes deben entender ciertos puntos como, por ejemplo: que su cuerpo es suyo y nadie tiene derecho a tocarlos, es necesario que desde pequeños se les haga conocer el poder de decir “no” ya que ellos están facultados para poder hablar y denunciar estos casos. También, es importante enseñar a los menores que

deben dejar la timidez de lado al momento de hablar de un tema de sexualidad, que en la sociedad aún es considerado un tabú (Unicef, 2017).

2.3.1 Acoso sexual en redes sociales

En la actualidad las sociedades viven en una época de mayor exposición a los medios. Es decir, en Ecuador el 80% de la población hace uso del internet (figura 2) especialmente los niños que la mayor parte de su tiempo lo ocupan en navegar en la web y se conectan en redes sociales para contactarse con sus amigos y estar pendientes de que es lo que está pasando (Hootsuite, 2018).



Figura 2. Medios digitales en Ecuador. Tomado de (Organización “Save the Children” México. Hootsuit).

En lo que respecta a Facebook (figura 3) en el país hasta el 2018 existen 11 millones de personas registradas de las cuales el 48% pertenece a mujeres y el 52% a hombres, en Instagram existe 3.40 millones de cuentas activas y los porcentajes de uso se invierten, existe 54% de usuarios femeninos y el 46% son hombres.

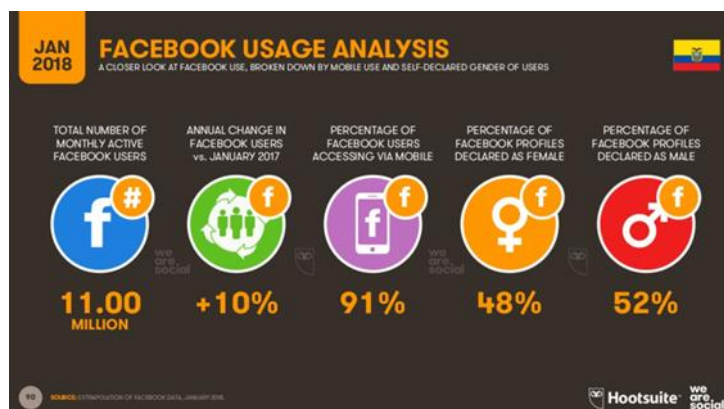


Figura 3. Estadísticas de uso de Facebook. Tomado de (Hootsuite, 2018. Organización “Save the Children” México).

A la hora de usar estas redes sociales no hay control por lo que los usuarios se encuentran indefensos al momento de hacer uso de las redes sociales. Además, estar en internet no obliga a realizar un registro de las actividades que se van a ejecutar, simplemente se utiliza el momento que desees, mediante una plataforma de preferencia y de manera anónima, dejando de lado cualquier tipo de control sobre lo que se hace a la hora de utilizar el Internet (Hootsuit, 2018).

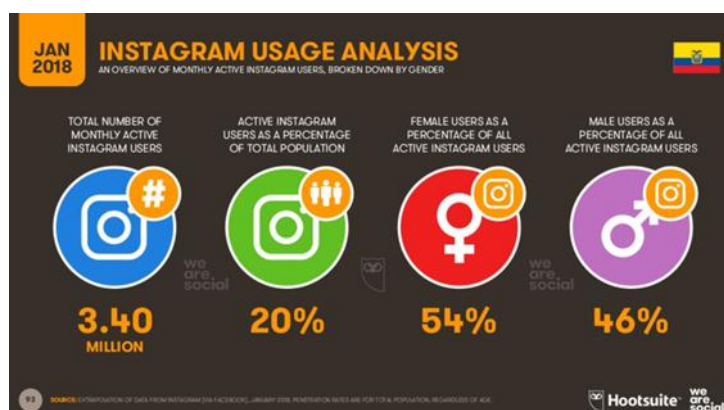


Figura 4. Estadísticas de uso de Facebook. Tomado de (Organización “Save the Children” México Hootsuite).

Según la Unicef el 30% de los adolescentes en el mundo ha confesado haber sufrido de acoso sexual en chats, sin embargo, solamente el 7% de ellos lo ha comentado a sus padres. Esto se da por la falta de conocimiento del tema y el poco espacio que se da para conversar entre padres e hijos (Unicef, 2016).

Al tener un espacio que no se encuentra debidamente controlado los problemas comienzan a surgir y afectar a aquellos que son más vulnerables, es decir los niños, niñas y adolescentes quienes son los que desconocen que es la privacidad. De esta manera, este grupo es más fácil de convencer y al momento de ingresar a las redes sociales no les importa brindar cualquier tipo de información, ya que su único interés al momento de comunicarse con otros individuos en este tipo de plataformas es contar con un gran número de amigos por lo que aceptan a cualquier persona. Esta es la forma de ser una persona más popular que es algo que afecta a los más pequeños que buscan constantemente la aceptación social.

En la actualidad, han surgido tendencias de acoso sexual a través del internet y específicamente en redes sociales y aplicaciones tales como *Facebook*, *Instagram*, *Whassap* y *Snapchat* (figura 5). Este fenómeno comienza a tener un rostro y se lo conoce como *grooming* o acoso sexual en línea.

Por otro lado, hay que recordar que todas las redes sociales están sujetas bajo ciertas normas y leyes que deben ser cumplidas. Una de los problemas que existe en la actualidad es que los menores ingresan a estas plataformas sin la autorización de sus padres. Por otro lado, al no cumplir con el rango mínimo de edad al momento de registrarse simboliza un conflicto que desencadena en una mentira (ABC Educación, 2018).



Figura 5. Explicación de redes sociales, aplicaciones y plataformas.

Muchas de las redes sociales y aplicaciones no fueron pensadas para el público adolescente y mucho menos para niños ya que no cuentan con los respectivos filtros de contenido. Además, al exponer datos personales en dichas plataformas no existe ninguna garantía de que la información se conserve de forma confidencial. Los adelantos tecnológicos simbolizan un arma

de doble filo ya que al ingresar los datos el perfil de la persona se convierte en algo público ya que todo lo que se sube en internet no puede ser eliminado por completo (Echeverría, 2018).

2.4 Grooming

La palabra *grooming* viene del inglés *groom* que quiere decir acoso o asecho, estas acciones son realizadas con el fin de lograr un acercamiento (Inteco, 2019). El *grooming* está considerado como un “nuevo delito”, ya que es una forma de acoso realizada por uno o varios adultos mediante las redes sociales, donde buscan ganar la confianza de niños con la intención de obtener satisfacción sexual por parte de estos que no cuidan su integridad física; los acosadores buscan apoderarse de fotos, imágenes pornográficas, videos de menores de edad para luego extorsionarlos con la finalidad de realizar encuentros sexuales con la víctima (Guía Infantil, 2018). Por otro lado, Olson (2016) plantea un nuevo término para el acoso sexual en línea: *Entrapping*, que es una palabra que viene del inglés que busca definir al acoso como una forma de atrapar a la víctima.

En varias partes del mundo el *grooming* es un problema que va en aumento de hecho, en una encuesta realizada por Forbes, en el año 2013 se detectaron más de 12,000 cuentas falsas, en donde se encontraron varias fotos de pornografía infantil.

Desafortunadamente no en todos los países hay una ley que tipifique al *grooming*. Ecuador es uno de los países que aún no tiene una ley que proteja a quienes sufren de acoso sexual en las redes sociales.

Según una noticia del Diario La Nación (2017) los primeros países en declarar a este fenómeno como un delito y dar un castigo fuerte fueron: Alemania, Escocia y Australia. En lo que respecta al continente americano, Estados

Unidos fue el primero en salvaguardar a los menores de edad ante los delitos cibernéticos. En general, las penas que se dictan se relacionan con la pérdida de la libertad en un promedio de 5 a 16 años, castigando a todas aquellas personas que engañan a los menores para obligarlos a realizar acciones que tengan algún fin sexual.

2.4.1 Fases del *grooming*

El proceso (figura 6) que realiza el acosador tiene un único fin: lograr éxito al momento de acercarse a su víctima para generar un vínculo de confianza. La primera etapa es la aproximación al menor, para lograr esto el acosador realiza una investigación a profundidad de los gustos y preferencias de su objetivo. Generalmente el diálogo comienza con temas triviales sobre gustos musicales, preferencias a la hora de comer, entre otras.

En segundo lugar, se va forjando una relación más estrecha hasta el punto de llegar a conversar de temas más personales. Finalmente, es el momento de actuar para el acosador, quien comienza a solicitar imágenes y videos de índole sexual hasta que el acosado cede ante la solicitud y envía las fotos que luego permitirán que se genere el chantaje. En muchos de los casos el fin del contacto es para generar un encuentro sexual que es lo más preocupante que puede llegar a pasar.



Figura 6. Fases del *grooming*.

2.4.2 Consecuencias del *grooming*

Al ser una forma de acoso que se desarrolla en medios digitales es importante mencionar los efectos negativos de este tipo de problema, por ejemplo: la fácil divulgación de fotos y videos de los menores a través de redes sociales, que pueden ser motivo de burla y distribución como material pornográfico. Al tratar con menores de edad es importante tomar en cuenta que son personas que aún no tienen un criterio formado, por este motivo al momento de sufrir algún tipo de acoso prefieren guardar silencio para no ser juzgados. Por otro lado, en el caso de las víctimas del género femenino ellas son las que más sufren de comentarios que denigren su imagen (Unicef, 2017).

2.4.3 Fuentes de propagación del *grooming*

Los medios tecnológicos facilitan la comunicación entre las personas. Por otro lado, los aparatos electrónicos más conocidos en la actualidad son: las computadoras, teléfonos celulares inteligentes, *tablets*⁵ y cámaras web que brindan varios servicios, entre las cuales se derivan las redes sociales o aplicaciones con las que las personas pueden interactuar con cualquier individuo, en varios lugares del mundo y a diferentes horas. Se debe recordar que los *smartphones*⁶ en la actualidad representan un alto riesgo para quienes no saben usarlos con responsabilidad. En el caso de los niños y adolescentes los padres son los responsables de guiarlos en el uso responsable de estos aparatos.

Los jóvenes al ocupar la mayor parte de su tiempo en una red social pueden ser víctimas del *grooming*, que también puede conllevar a que los menores

⁵ Tablet: Es una computadora portátil que puede ser del tamaño de un teléfono, cuenta con una pantalla táctil, no es necesario un accesorio como teclado.

⁶ Smartphone: dispositivo móvil, que facilita al usuario conectarse a internet mediante una red o datos móviles. Electrónico e instalar otras aplicaciones y recursos a modo de pequeño computador.

sufran de otros tipos de acoso sexual en línea como el *sexting*⁷ o *cyberbullying*; lo que puede ser en algunos casos considerado un delito penal, siempre que se hayan generado amenazas, chantajes y otras formas de maltrato que sean realizados en medios informáticos.

El *grooming* se presenta cuando hay un uso inadecuado de las nuevas tecnologías como pueden ser: *Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp*; al entablar una conversación con alguien desconocido, que en el caso de los niños puede ser una actividad de riesgo ya que quien puede llegar a convertirse en un amigo especial, puede a su vez llegar a ser el depredador que busca que haya una relación en donde el menor realice favores de ámbito sexual como por ejemplo: realizar fotos sin ropa, hacer videos con contenido pornográfico.

El *grooming* es uno de los peligros más alarmantes al momento de pensar en el uso inadecuado de las redes sociales, ahora se lo conoce como una nueva tendencia de acoso a niños y adolescentes.

Tabla 1.
Caracterización de las categorías de redes sociales, aplicaciones y plataformas.

Nombre	Categoría
YouTube	Plataforma de videos
WhatsApp	Aplicación móvil
Facebook	Red social
Instagram	Red social
Tik Tok	Red social
Snapchat	Red social

⁷ Sexting: conversaciones por mensajes que pueden tener contenido sexual, erótico.

2.4.4 Casos reales de *grooming*

En Argentina se dio a conocer el caso de Micaela Ortega una menor de apenas 12 años que fue acosada a través de la red social Facebook. Su acosador Jonathan Luna de 26 años ha sido el primer hombre en recibir una condena por ejercer el delito de acoso sexual en línea a menores de edad (El Clarín, 2018).

Luna contaba con más de dos cuentas en la red social Facebook, en estos perfiles hablaba con más de un joven a la vez. El acosador tenía varios meses hablando con Micaela, ganándose su confianza y acercándose más íntimamente. Finalmente, su plan consistía en citarla en un parque lejano para poder violarla y matarla. La familia de la menor denunció la desaparición de la niña quien estuvo extraviada por un mes; después de ese periodo de frustración y tristeza se encontró el cuerpo de Ortega quien había fallecido a causa de estrangulamiento (El Clarín, 2018).

Los jueces que llevaron este caso encontraron a Jhonathan Luna culpable sentenciándolo a 20 años de cárcel; como se mencionó anteriormente el hombre tenía condenas anteriores por lo que no se le coincidió la libertad condicional (Infobae, 2018).

Por otro lado, en España una niña de 13 años fue acosada por un joven de 21 años quien ya había cometido actos de acoso sexual con anterioridad. La menor mencionó que su acosador la engaño para acercarse a ella y ganar su confianza, pero poco a poco el chico comenzó a solicitar que le enviare fotografías, textos y videos con contenido sexual, acción que asusto a la joven, por lo que el momento en el que el chico decidió citarla ella se negó rotundamente. En este momento comenzó el chantaje y fue cuando la menor decidió denunciar lo que estaba sucediendo (Cañas, 2017).

2.4.5 Casos reales de *grooming* en Ecuador.

En el 2015 se dio a conocer el caso de Kevin un adolescente de 14 años quien fue acosado mediante la red social Facebook. El joven fue engañado por un falso promotor de modelos quien le solicitaba fotos para que el menor pudiese incursionar en el medio del modelaje. Tras varios días de conversación el menor siguió enviando fotos comprometedoras a su acechador. Finalmente, la última parte del plan del acosador fue citarlo para realizarle una entrevista la cual se convirtió en la oportunidad para abusar sexualmente de Kevin, quién días después tomo la dura decisión de quitarse la vida (El Telégrafo, 2017).

Por otro lado, en Quito en mayo del 2016 se registró un caso de acoso sexual por parte de un maestro a una estudiante, la menor fue hostigada desde los 12 años. Al parecer el hombre se enamoró perdidamente de la menor y constantemente le enviaba mensajes a su celular para concretar encuentros secretos para poder intimar con ella. Algo muy similar sucedió en Guayaquil cuando un chico fue acosado por su profesor de inglés, él lo chantajeaba con la posibilidad de poder mejorar sus notas si se encontraba con él. La madre del menor encontró los mensajes antes del encuentro y decidió denunciar el caso para que el profesor sea detenido antes del encuentro (El Comercio, 2017).

2.4.6 Campañas sobre el *grooming*

A nivel internacional se han realizado varias campañas para la prevención del *grooming* desde el 2015.

Por ejemplo, en 2017 en la ciudad de Argentina se lanzó una campaña en contra de este nuevo método de acoso, con el objetivo principal de brindar información a los ciudadanos sobre los riesgos que existen en la red y que afectan en gran mayoría a los menores de edad. *#NoalGrooming* es un llamado de atención a la sociedad. La campaña fue realizada por la *Organización Grooming Argentina*. (iProfesional, 2017).

En México se han creado varias campañas en contra del *grooming* ya que es un tema que va en aumento, cifras alarmantes sobre cuentas falsas en las cuales se han encontrado contenido pornográfico, por lo que era importante que la sociedad comprenda que este tipo de acciones no son normales y debían ser penadas por la ley. La organización *Save the Children*⁸ en 2015 se alió con *Microsoft* y *Google* creando una campaña. Esta iniciativa comenzó con la reunión de 15000 personas quienes se unieron para recolectar firmas con el fin de conseguir una reforma en la Legislación del país ¿Cómo lo hicieron? A través de medios digitales y con publicaciones en redes sociales de artes, infografías y tablas informativas (figura 7) que explicaban sobre esta conducta de acoso que se ha desarrollado a través de los años. Además, se realizaron videos para *Facebook* y *Youtube*. Finalmente, en el año del 2016 se consiguió cumplir con el objetivo y de esta forma se logró tipificar al *grooming* como delito.

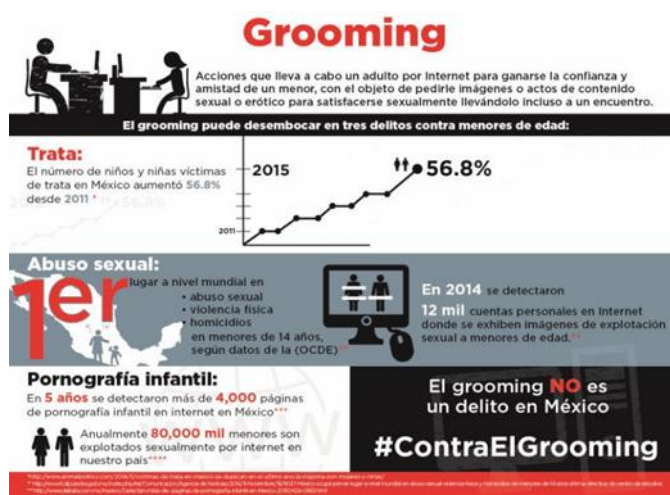


Figura 7. ¿Qué es Grooming?. Tomado de (campaña realizada por la Organización *Save the Children* México).

Love Story (figura 8) campaña realizada por la agencia *Young & Rubicam* México para la prevención del acoso sexual en línea a menores de edad. La campaña narra la historia de dos jóvenes que se conocen en línea y disfrutan

⁸ *Save the Children*: es una organización no gubernamental (ONG) internacional que tiene como finalidad trabajar por los derechos de la niñez (*Save the Children*, 2019)

de encontrar a una persona con la que pueden entenderse y compartir, la historia da un giro inesperado cuando los menores deciden conocerse en la vida real y descubren que el rostro que se veía en la foto del perfil no era la misma de la persona que se presentó a la cita.

Telefónica en 2017 decidió realizar una campaña 360 grados⁹, la empresa tiene un área de responsabilidad social que se dio cuenta que al ser una marca que se relaciona con los dispositivos móviles debe hablar sobre los problemas que existen en la web y sobre todo se debe hacer entender a los usuarios que el acoso sexual es una realidad que existe y que va en aumento (Revista Tercer Sector, 2017).

La campaña *Love Story* tuvo acciones tanto en redes sociales como en medios ATL (*Above the line*),¹⁰ mejor conocidos como los medios tradicionales que incluían piezas en vía pública que tenían mensajes para concientizar sobre el acoso que se produce en línea y pauta en radio. Todas las piezas invitan a las personas a que aprendan a tener un comportamiento adecuado en las redes sociales. Otro de los puntos que se resalta en la campaña es la importancia de generar un diálogo entre padres e hijos; ya que según el director ejecutivo de la Organización Faro Digital Ezequiel Passeron el 80% de los usuarios que usan redes sociales han experimentado situaciones desagradables en estos medios digitales (Revista Tercer Sector, 2017).

⁹ Campaña 360: es aquella que se realiza en medios tradicionales como digitales a los que se expone el público objetivo.

¹⁰ ATL: estrategia mediante la cual la publicidad hace uso de medios típicos como la radio, televisión y vía pública.



Figura 8. Screenshot Tomado de (Youtube, video *Love Story*, 2015).

En abril del 2015 en Chile se realizó una campaña digital elaborada por la Policía de Investigación. El video relata la historia de una joven que entabla una relación amistosa con un amigo en línea, el día del encuentro las cosas no salieron como ella pensó, en lugar de conocer a el chico del cual estaba enamorada y con quien había hablado por mucho tiempo. En su lugar, fue el hermano quien se presentó y con quien realmente hablaba y la persona que la engaño para abusar sexualmente de ella. Uno de los puntos a resaltar de este *spot* es que los jóvenes no tienen confianza para hablar con miembros de su familia, no existe una comunicación asertiva entre padres a hijos; estos problemas surgen muchas veces porque los menores sienten temor de ser reprendidos.

Además, la campaña “Todos Contra el *Grooming*” es una respuesta a las elevadas cifras de casos *grooming* en Chile, una de las tácticas usadas para difundir el mensaje fue trabajar con un reconocido artista del país que cuenta con gran número de seguidores en sus perfiles. Otra actividad que se realizó fue una autoevaluación (figura 9) para reconocer el nivel de exposición que se tiene en redes sociales (El País, 2015).

Autoevaluación:
¿Me encuentro expuesto/a al grooming?

- 1 Tengo perfiles en más de dos redes sociales.
- 2 Tengo más de 250 amigos en facebook.
- 3 He aceptado solicitudes de amistad de gente que no conozco.
- 4 He entablado fuertes amistades con gente que nunca he visto.
- 5 He pololeado con personas que nunca he visto en la vida real.
- 6 He conversado por webcam con desconocidos.
- 7 He concertado citas con personas que conocí por internet.
- 8 Me he tomado fotografías en ropa interior.
- 9 He tomado fotografías a partes íntimas de mi cuerpo.
- 10 Me han pedido que me desnude por webcam o envíe fotos íntimas.
- 11 Me han forzado para que envíe fotografías íntimas.

Si has respondido que SI en las preguntas

1-5	Eres vulnerable a ser contactada (o) por un groomer (abusador sexual virtual).
6-8	Es probable que hayas sido contactada (o) por un groomer y estás en un evidente riesgo.
9-11	Fuiste o eres víctima de grooming.

Figura 9. Cuadro de autoevaluación Tomado de (Diario “El País”).

2.4.7 Contextualización sobre el *grooming* en Ecuador

A nivel nacional durante el 2015 hubo el caso de una menor de edad quien fue acosada sexualmente por haber enviado fotos íntimas a un amigo que aceptó en su red social *Facebook*, después de varias semanas de acoso la adolescente decidió hablar con sus padres para pedir ayuda quienes siguieron el protocolo para realizar la denuncia.

Después de escuchar varios casos como este la Dinapen realizó la Campaña *La web es comunicación, no adicción, ni vulneración* con el objetivo principal de hacer un llamado de atención sobre este tipo de problemas que se dan en nuestro país. El trabajo se enfocó principalmente a los padres ya que ellos son quienes deben guiar a sus hijos y preocuparse por cómo actúan los menores mientras navegan en la web.

Por otro lado, la campaña fue una iniciativa para concientizar a los menores en varios planteles educativos donde se buscaba conocer su opinión sobre los peligros de las redes sociales para concluir la táctica con una charla impartida a 20 000 estudiantes.

Es importante tener en cuenta que, en Ecuador el problema del acoso ocurre con mayor frecuencia en espacios público específicamente dentro de los medios del transporte público.

Después de implementar la campaña “Bájale al acoso” llevada a cabo por el Municipio de Quito conjuntamente con el Patronato San José. En donde se descubrió que diariamente se denuncian alrededor de 10 a 15 casos de acoso sexual en estos medios de movilización. Esta operación surge ya que en el año del 2014 se realizó un estudio que revelo que el 81% de mujeres que se moviliza en transporte público siente que han sido blancos para ser acosadas, por lo que con este proyecto se ha logrado hacer un llamado de atención a la sociedad para que este tipo de situaciones dejen de pasar desapercibidas.

2.5 Caso de estudio: Dinapen Ecuador

2.5.1 Generalidades

La Dirección Nacional de Policía Especializada para niños, niñas y adolescentes (Dinapen) es una entidad que fue creada el 3 de diciembre de 1997 mediante el decreto Ejecutivo No. 908, que fue publicado en el Registro Oficial No. 207 con el fin de brindar cuidado de niños, niñas y adolescentes.

Se encarga principalmente de la investigación de delitos cometidos en contra de menores de edad. Además, tiene como función principal prevenir, investigar y vigilar el respeto a los derechos de los niños, niñas y adolescentes (Dinapen, 2019).

Esta entidad forma parte de la Estructura Orgánica de la Policía Nacional del Ecuador. Además, es parte del Sistema Nacional de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (SNDPINA). Esta organización supone un espacio seguro para trabajar en bien de los menores, buscan desarrollar programas, planes, y proyectos para salvaguardar los derechos de los menores de edad. También cuenta con programas de intervención y capacitación a favor de los niños, niñas y adolescentes ecuatorianos. Los miembros y funcionarios de la entidad son personas que se han especializado en leyes y derechos en pro de los niños, niñas y adolescentes.



Figura 10. Logo de la entidad pública Dinapen. Tomado de (Sitio web de la Dinapen).

En cuanto a su misión, “se encargan se hacer validos los Derechos de todos los menores del Ecuador, de acuerdo a la Constitución Política del Estado y en los convenios nacionales e internacionales, por otro lado, son los encargados de crear leyes a favor de los niños, niñas y adolescentes” (Dinapen, 2019).

Por otro lado, la visión de la Dinapen es “al ser una entidad que trabaja para salvaguardar los derechos de los menores, están vinculados con la sociedad civil, con capacidad para coordinar acciones sociales, estatales y no gubernamentales, por lo que su principal objetivo es generar bienestar para los niños, niñas y adolescentes, del Ecuador” (Dinapen, 2019).

2.5.2 Competencias

En la Dinapen se trata como prioridad los derechos de niños, niñas y adolescentes. Para garantizar el cumplimiento de los mismos se llevan a cabo ciertos procesos como: prevención e intervención en escuelas y colegios. Por otro lado, es importante que exista una constante capacitación tanto con los menores como los adultos.

Otro de los trabajos con mayor trascendencia dentro de la Dinapen son las investigaciones que se llevan a cabo para conocer la realidad de niños, niñas y adolescentes. Dichos procedimientos se realizan con el fin de establecer programas de ayuda, prevención y capacitación.

Al realizar los procesos de investigación la Dinapen reconoce la importancia de llevar a cabo planes, programas y proyectos preventivos de intervención y capacitación dirigidos a la población objetivo.

Finalmente, este organismo cumple con la función de realizar procesos de seguimiento y evaluación que certifiquen que el trabajo realizado generará un impacto social. Por otro lado, es importante que haya un espacio para que se realice rendición de cuentas a la sociedad y promoción de nuevas tecnologías para solucionar el problema central.

2.5.3 Datos sobre acoso sexual

Sofía Molina funcionaria de la Dinapen, fue la encargada de explicar cuál es la postura del Ecuador ante los casos de acoso sexual. En primer lugar, se estima que del total de los casos que se presentan, apenas se denuncian el 15% y con mucho es fuerza se logra dar una cadena apenas al 5% de estos. La mayoría de los casos que se han denunciado son ejercidos por personas cercanas a la víctima, familiares; según investigaciones realizadas en el 2017 esta cifra se

convierte el 65% de los casos. Por otro lado, el 40% de estas personas realizan el acoso reiteradamente y el 14% llevan planeando de manera metódica.

Dinapen trabaja con juntas cantonales, escuelas y colegios y en el caso de los planteles educativos no tienen la jurisprudencia para acceder a los planteles educativos, sin haber recibido una invitación previa; en el caso de que esto suceda el trabajo de la policía es capacitar a todos los miembros que conforman el plantel educativo, es decir maestros, estudiantes y padres de familia. La única forma para que la Dinapen pueda allanar un centro educativo es en casos de gravedad relacionados con problemas de droga, armas, acoso sexual. Según la Dinapen en 2018 se registraron 2 673 denuncias de violencia sexual a menores de edad, estos casos se reportaron dentro y fuera del sistema de educación a escala nacional

En lo que se refiere al trabajo que realiza la Dinapen cuando existen denuncias es un deber de flagrancia, es decir, se lleva a cabo todos los días, lo más importante es trabajar rápido para recolectar la mayor cantidad de pistas posibles. No hay un acercamiento con la víctima, solo el psicólogo interactúa con la persona que sufrió el acoso.

2.5.1 Campañas realizadas por la Dinapen

En Ecuador existe una Unidad especializada en delitos cibernéticos que trabaja en conjunto con la Dinapen cuando son delitos que se relacionan con menores de edad. En lo que se refieren a campañas mencionaron que no existe un presupuesto para realizar mucho material.

El año anterior se realizó una campaña en contra de la violencia infantil (figura 10). El fin de esta campaña era educar a los menores para vivir en un ambiente de respeto al prójimo, de manera que ya no existan más casos de cualquier tipo de acoso en contra de los menores. La campaña fue transmitida en todo el

país mediante el programa “Educa” es una canción de aproximadamente 3 minutos, gravada con varios miembros de la Dinapen y sus hijos. Según cifras dadas por la Dinapen hay un 22% de ataques contra niños y adolescentes en diferentes formas. En El Ecuador existen 5039 casos de violencia que incluye acoso a menores.



Cuida a los niños, "Yo Vivo Sin Violencia Infantil"

Figura 10. Screenshot. Tomado de (Youtube, video “Yo vivo sin violencia infantil”, 2014).

3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN

A continuación, se detalla la investigación de campo que se realizó a lo largo del proyecto de titulación. Cabe recalcar que la información recolectada tiene fines académicos. Los propósitos que se persiguen son conocer y analizar de mejor forma acerca del *grooming*, con el fin de entender el comportamiento del público objetivo (niños, niñas, adolescentes y la relación con sus padres). La información recolectada contribuye para proponer una campaña publicitaria (capítulo 4) pensada con el fin de contribuir a solucionar el problema del caso de estudio (Dinapen).

3.1. Objetivos

3.1.1. Objetivo general

Conocer la percepción del *grooming* como tendencia de acoso en redes sociales dirigido a niños, niñas y adolescentes de 10-15 años en la ciudad de Quito.

3.1.2. Objetivos específicos

- Conocer las tendencias de uso de redes sociales en los niños, niñas y adolescentes de 10-15 años.
- Comprender en qué circunstancias los niños, niñas y adolescentes interactúan con personas que no conocen en sus redes sociales.
- Identificar el proceso actual de comunicación entre padres e hijos, de manera general y específicamente con respecto al uso de redes sociales.

3.2. Metodología del estudio

3.2.1. Tipo de estudio

El estudio que se presenta es de carácter exploratorio, ya que en la búsqueda bibliográfica que se ha realizado no se han encontrado estudios preliminares en los que se aborde el tema. En el contexto quiteño *grooming* ha sido tratado únicamente en medios de comunicación como noticias de diferentes diarios (La Hora 2019, El Telégrafo 2018, El Comercio, 2018, El Universo 2017, Expreso 2017). Además, dentro de la búsqueda bibliográfica se encontró una tesis donde aborda el tema, pero desde el ámbito de las leyes.

Tomando en cuenta este contexto, la investigación analiza una tendencia de acoso que se ha desarrollado en los medios de comunicación, que como se explicó anteriormente (capítulo 2) en la actualidad se lo conoce como *grooming*; pero hasta ahora no se conoce que es lo que sucede en la ciudad de Quito. Para ello se ha desarrollado un diseño metodológico con el fin de conocer la percepción que tienen los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años acerca de este tema.

3.2.2. Preguntas de investigación

Se pretende definir cuáles son las tendencias de uso de redes sociales por parte de los niños, niñas y adolescentes; además, la intención es entender las razones por las que buscan socializar con personas que no conocen en la vida real; estas actitudes los muestran vulnerables frente a los acosadores. Por otro lado, también se quiere conocer cuál es la red social en la que se da mayor índice de este tipo de acoso. En ese sentido las preguntas de investigación que se han definido para este trabajo de titulación son las siguientes.

P₁. ¿Por qué los menores son vulnerables al acoso sexual en línea?

P₂. ¿Cómo actúan los menores en sus redes sociales?

P₃. ¿Cuál es el rol que juegan los padres de familia en la prevención del grooming?

3.2.3 Diseño metodológico

El diseño metodológico que se ha seleccionado responde a las características de un diseño de carácter mixto, el cual se ha desarrollado en dos fases: cualitativa y cuantitativa que se desarrollan a continuación.

3.3 Fases

3.3.1 Fase cuantitativa

Herramientas de investigación

Para poder cumplir con el desarrollo de la investigación se hizo uso de metodología cuantitativa a través de herramientas de indagación como son las encuestas (anexo 1), con el fin de conocer comportamiento de los menores en redes sociales (Bernal, 2010).

3.3.2 Población

El segmento poblacional seleccionado para las encuestas fueron niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años de nivel socio económico medio bajo, medio y medio alto que residen en el Distrito Metropolitano de Quito, específicamente en sectores norte, centro, sur y valles. Para conocer el número de personas encuestadas se aplicó la fórmula del tamaño de la muestra aleatoria simple para extraer de esta forma la muestra poblacional, la misma que se realizó tomando en cuenta un número representativo de pobladores del Distrito metropolitano de Quito (Bernal, 2010).

Tabla 2.

Para tener la muestra se tomó como base referencial los datos que aporta el INEC (2019).

Población	Habitantes
Población de Pichincha	3 172 200
Población de Quito	2 735 987
Niñas, niños y adolescentes	241 334

Datos

Tamaño del universo (N)= Población total de niños, niñas y adolescentes para el 2019 (241.334) de Quito (INEC, 2019).

Valores Críticos (p=q) = 50%

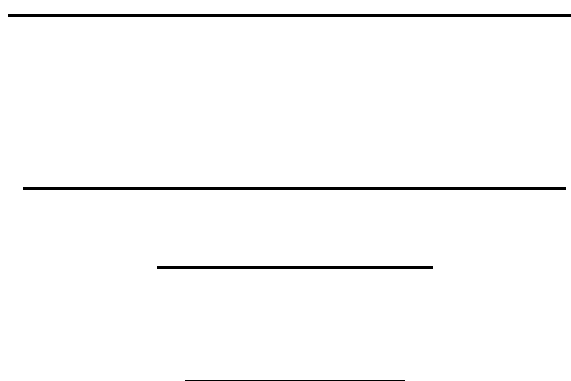
Nivel de confianza 95% (z)= 1,96

Error muestral 5% (k) = El margen de error utilizado será de 5%.

n= 0,05 Tamaño de la muestra

(Ecuación 1)

$$n = \frac{z^2 Npq}{k^2 (N-1) + z^2 pq}$$



Finalmente, una vez aplicada la fórmula el resultado de la muestra seleccionada es 357 encuestas.

3.3.3 Encuestas

Se seleccionó la herramienta (encuestas) como instrumento de investigación para recabar información cuantitativa sobre el grupo objetivo seleccionado. Específicamente son definidas como la herramienta de investigación que se llevan a cabo para la recolección de datos relevantes de la población, las mismas que son realizadas con ayuda de un cuestionario que puede contar tanto con preguntas abiertas o cerradas (Hernández, Fernández, Baptista 2016).

Para el trabajo de titulación sobre el *grooming* las encuestas se realizaron en Unidades Educativas que tienen tanto la sección de escuelas y colegios de Quito (tabla 2), previa la aprobación realizada por los rectores de cada institución educativa. La recolección de datos se la realizó de manera personal contando para ello con la presencia de los docentes del plantel educativo. Una de los mayores motivadores para realizar la encuesta fue conseguir datos verídicos y relevantes para la campaña publicitaria a realizarse.

Tabla 3.
Información de los colegios seleccionados para la investigación.

Unidad Educativa	Modalidad	Número de Encuestados
San Francisco de Sales	Religiosa/Particular	150 encuestas
Hontanar	Particular	103 encuestas
Antonio Flores	Laico/ Particular	104 encuestas

3.3.4 Análisis de datos

Una vez que se tabularon los resultados de las encuestas a continuación, se explicará los resultados obtenidos. Además, es importante recordar que a continuación se presenta tan solo una parte de los resultados de las encuestas, es decir aquellos que se consideran elementos importantes para la campaña. El resto de gráficos podrán ser encontrados en la parte de anexos.



Figura 11. Edad en la que los niños, niñas y adolescentes comienzan a usar celulares.

Para la investigación fue importante conocer la edad en la que los menores comienzan a hacer uso de los dispositivos móviles (figura 11). Se ha identificado que el 35% de los encuestado empezaron a emplear aparatos tecnológicos en edades comprendidas entre 9 a 10 años. Por otro lado, el 32% de los menores indicaron haber comenzado con el contacto de los dispositivos móviles aproximadamente entre los 5 a 8 años. En consecuencia, solo el 5% de la población seleccionada menciona que no tiene un celular por lo tanto no hace uso del mismo. Se identifica que solo el 4% de los preadolescentes esperan para comenzar a hacer uso de un celular.

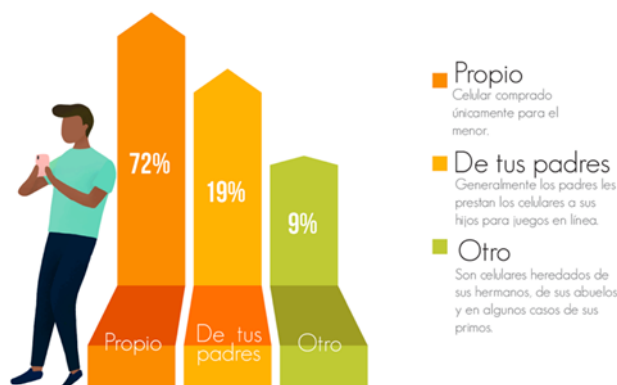


Figura 12. Gráfico sobre la cantidad de niños que tienen celular propio.

En la figura 12 se puede apreciar que el 72% de los niños, niñas y adolescentes tienen un celular propio comprado por sus padres con el fin de que puedan comunicarse con ellos en caso de emergencia, esto según la explicación brindada por los menores encuestados. Por otro lado, 19% manifiesta que usan celulares pero que son de sus padres, varios de los niños expresan las siguientes razones para pedir prestados estos dispositivos con el fin de poder acceder a los juegos en línea. En la categoría otros el 9% mencionan que hacen uso de celulares que han sido heredados por sus hermanos mayores, abuelos e incluso de sus primos.



Figura 13. Niñas, niños y adolescentes que hacen uso de redes sociales.

Otro de los resultados obtenidos en la encuesta es (figura 13) el 86% del grupo objetivo hace uso de redes sociales y el 11% se mantienen alejados de las mismas.

Por otro lado, los encuestados manifiestan que entre las razones para el uso de redes sociales son (anexo 5) 28% las utiliza para hablar tanto con familiares como con amigos y 22% para actividades de ocio como ver memes¹¹ y distracción en juegos en línea

Exclusivamente 8% de los encuestados usan las redes sociales para tener un acercamiento con nuevas personas y 4% las utiliza para llegar a convertirse en *influencers* o ser considerados como personas populares.

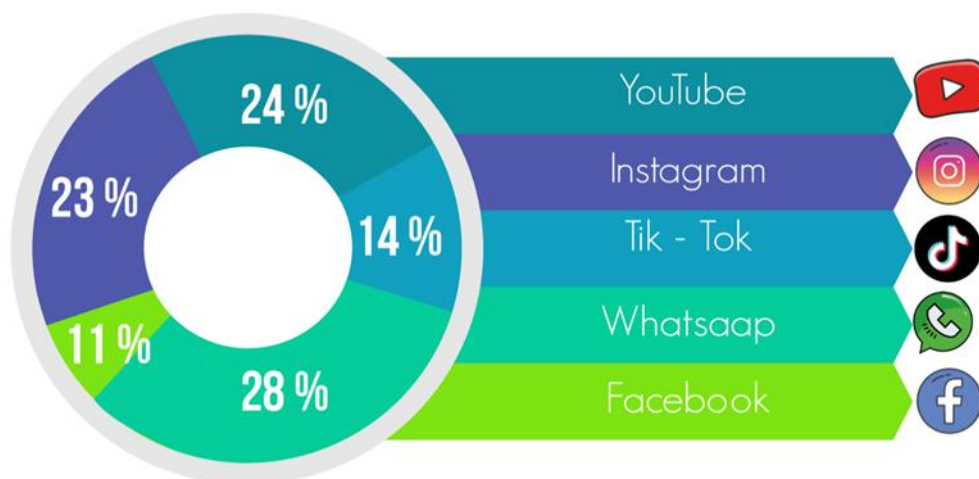


Figura 14. Preferencia de las redes sociales que usan los niñas, niños y adolescentes de 10 a 15 años.

En lo que se refiere a la preferencia de redes sociales (figura 14) el 28% de los niños, niñas y adolescentes se inclina por usar la aplicación de WhatsApp para poder comunicarse. Seguido del 24% que tienden a pasar su tiempo libre en

¹¹ Meme: se refiere a las expresiones o pensamientos, que se los puede encontrar en varias redes sociales, representadas en vídeos, textos e imágenes las cuales son difundidas mediante internet.

YouTube. Al ser un grupo objetivo joven, solo el 11% se siente atraído por estar en Facebook

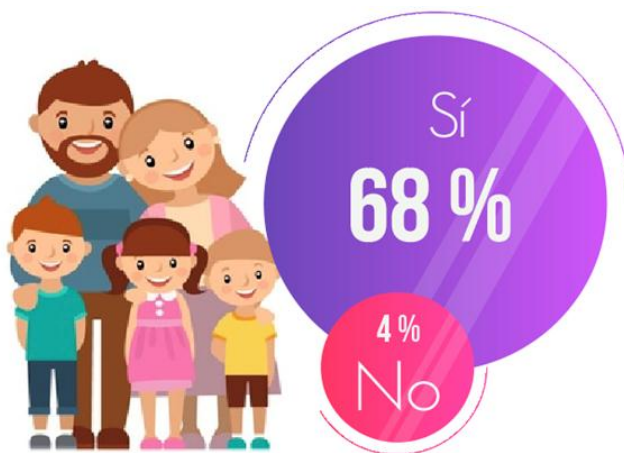


Figura 15. Conocimiento de padres sobre uso de redes sociales.

El 96% de niños, niñas y adolescentes (figura 15) afirman que sus padres si tienen conocimiento de que hacen uso de redes sociales, el 4% restante prefieren no decírselos a sus padres por un tema de privacidad. Este tema de respetar el espacio puede llegar a ser contradictorio ya que los menores aún no conocen la forma adecuada de usar sus redes sociales y como no estar expuestos a los peligros de las redes.

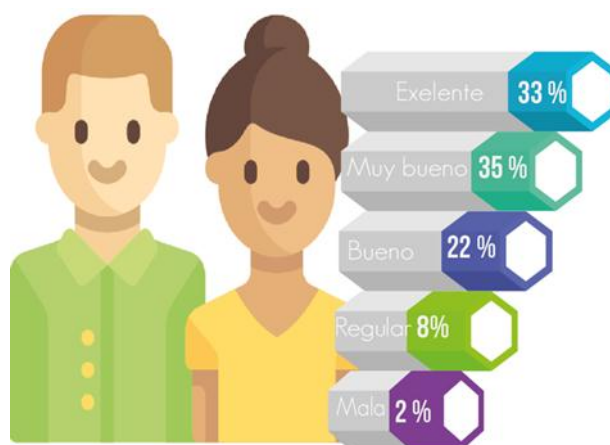


Figura 16. Percepción de la relación con los padres de los encuestados.

Se puede evidenciar que (figura 16) predomina una relación excelente (33%) y muy buena (35%) entre los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años con

sus padres. En las encuestas varias personas especificaron mantener una mejor relación con la madre y solamente el 2% comenta llevar una mala relación con sus padres.



Figura 17. Conocimiento de los padres sobre las publicaciones en redes sociales

Cabe recalcar que el grupo objetivo (figura 17) dice que sus padres conocen lo que publican y con quien conversan en los perfiles de sus redes sociales. El 32% que dice no menciona que es porque sus padres confían en ellos o por un tema de privacidad. En las edades de los encuestados es importante que haya un control por parte de los padres para que los niños sean guiados desde pequeños y aprendan a realizar un uso responsable de las plataformas web, aplicaciones y redes sociales.

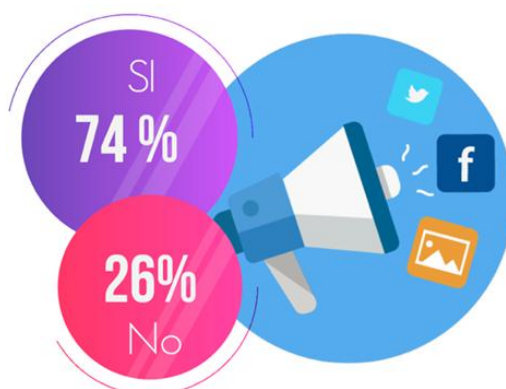


Figura 18. Inclusión o presencia de padres en las redes sociales de los encuestados

El 74% de los niños, niñas y adolescentes afirma (figura 18) que no tienen problema en que sus padres formen parte de sus redes sociales. El porcentaje restante mencionaba que no los tienen ya que hay ciertos padres de familia que no hacen uso de las mismas redes sociales que ellos usan.

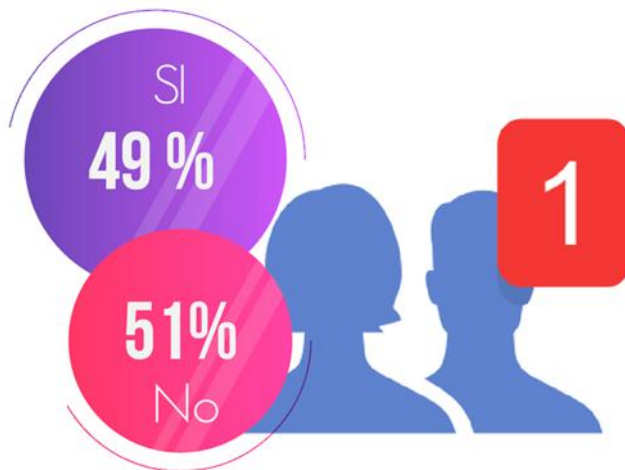


Figura 19. Padres como amigos en Facebook

En este caso el gráfico muestra (figura 19) que el 51% no tiene a sus padres como amigo en Facebook, los menores explican que es porque ellos no usan Facebook.

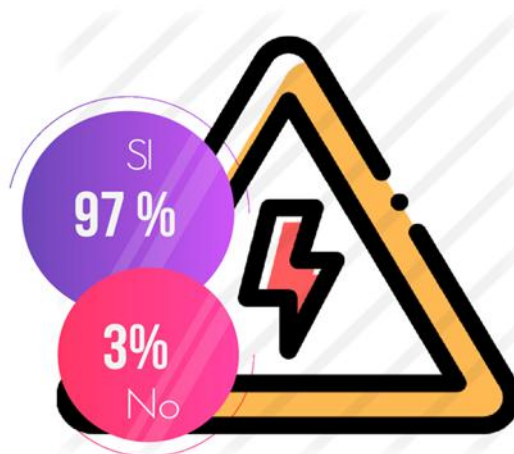


Figura 20. Peligros en las redes sociales.

El 97% del grupo objetivo (figura 20) es consciente de los peligros que puede haber en las redes sociales.

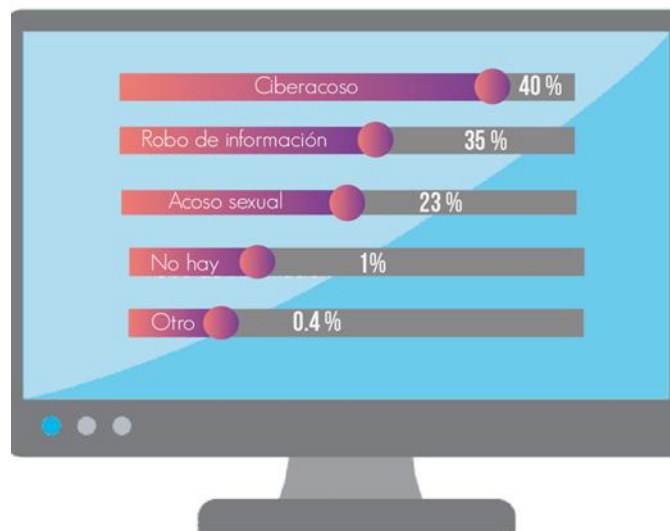


Figura 21. Identificación de peligros en redes sociales.

Al solicitarles que especifiquen cuales son los más comunes (figura 21) hablan principalmente del ciberacoso y del robo de identidad. El acoso sexual en línea tiene un porcentaje medio del 23%, mientras que las personas que creen que no hay acoso son el 1% de la población y esta respuesta fue dada únicamente por el género masculino.

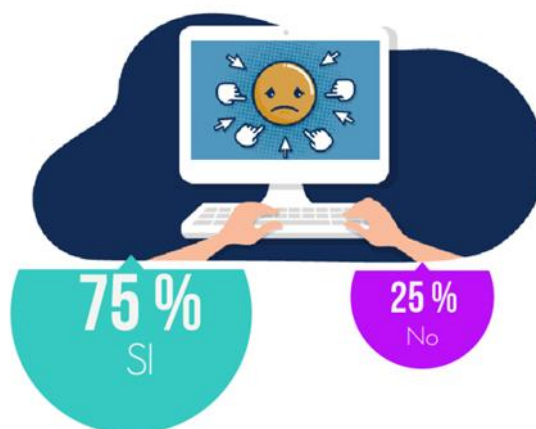


Figura 22. Conocimiento sobre qué es el grooming o acoso sexual en línea.

Se pudo evidenciar (figura 22) que los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años si conocen sobre esta nueva tendencia de acoso. Los menores dicen conocer del tema porque sus padres les previenen de los peligros de las redes sociales y dentro de los colegios se ha hablado del tema. Por otro lado, al pedirles que explique con sus propias palabras ¿qué es el *grooming* para ellos? se pudo entender que hay una confusión entre el *cyberbullying* y el acoso sexual en línea. Los niños comprendidos entre los 10 a 12 años son los que tienen mayor problema para entender la diferencia entre estos dos tipos de acoso.



Figura 23. Personas que han sufrido de grooming o acoso sexual en línea.

Se pudo inferir (figura 23) que el 88% de los encuestados dicen no haber sufrido de acoso sexual en línea. Dentro del grupo que contestó haber pasado por esta situación hay un porcentaje del 9% que comprende a hombres y mujeres.



Figura 24. El tipo de acoso que han recibido las personas que fueron acosadas sexualmente en línea.

Las personas que han sufrido de *grooming* manifiestan que han tenido que pasar en gran cantidad por casos de coqueteos el 55% y el 25% también han recibido fotografías con contenido sexual.

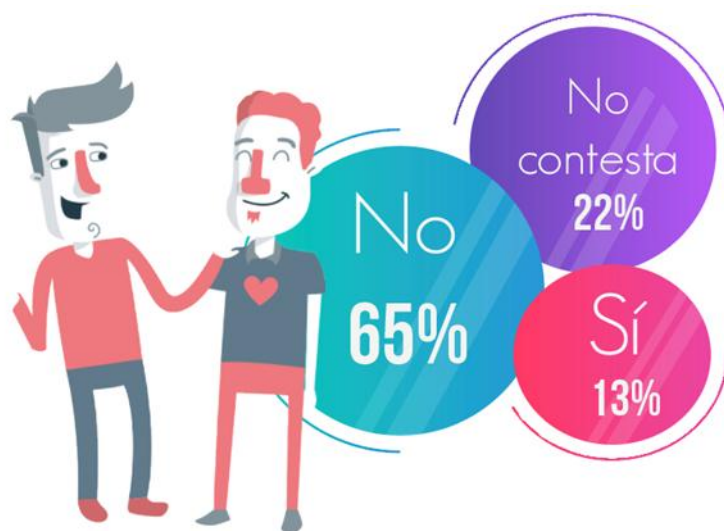


Figura 25. Conversación con los padres al haber sufrido de *grooming*

El gráfico (figura 25) demostró que el 65% no habla con sus padres, pero en gran parte no existe dialogo porque no han sufrido de *grooming*. En el caso del 13% que si habla con sus padres expresan que tienen confianza con ellos y son los que le ayudan a solucionar sus problemas. Otro de los comentarios

más comunes es que ellos pueden resolver este tipo de acoso bloqueando a las personas.

3.3.6 Conclusiones encuestas

- El 35 %de los niños, niñas y adolescentes que participaron en este trabajo de campo empezaron a usar dispositivos móviles específicamente celulares, en edades comprendidas entre los 5 a 8 años haciendo uso de su propio celular.
- Para el 28% de los encuestados el uso de redes sociales se centra en hablar con sus amigos y familiares. Además, los encuestados disfrutaban de ver memes en las diferentes aplicaciones y redes sociales.
- El 11% de los niños niñas y adolescentes entre 10 a 14 años no usan con frecuencia Facebook, para el 28% su preferencia es la aplicación WhatsApp, ya que les permite comunicarse con su familia, seguido por el 24% que opta por la plataforma YouTube que les brinda un espacio de distracción sana.
- El 35% de los encuestados comentan que gran parte de sus amigos en redes sociales son familiares y personas que ellos conocen. Por otro lado, especifican que para ellos un amigo es alguien que es cercano y que conocen.
- El 33% de niños niñas y adolescentes expresa que mantienen una excelente relación con sus padres. Ellos aprueban y conoce que usan redes sociales, por lo que forman parte de ellas.

- El 75% de los encuestados dicen conocer sobre el *grooming*, sin embargo, según la investigación se puede interpretar que lo confunden con insultos o *cyberbullying*.
- Existen 24 niños niñas y adolescentes que representan el 9% de la muestra, que manifiestan haber sufrido de grooming. Por otro lado, el 55% ha recibido manifestaciones de coqueteo en redes sociales.

3.4. Fase cualitativa

La segunda fase del estudio corresponde al uso de metodología cualitativa para ello se utilizó como herramientas entrevistas (padres, madres, pedagogos y psicólogos) y grupo de discusión en los que participaron niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años. Por otro lado, es importante conocer la opinión de expertos en el tema como psicólogos y pedagogos.

3.4.1. Entrevistas

La herramienta seleccionada fue la entrevista ya que es un método de investigación que facilita la recolección de datos a profundidad. Las entrevistas fueron realizadas según un guion (anexo 2) con preguntas semi-estructuradas con el fin de recoger la mayor cantidad de datos posibles. Por otro lado, se destaca que este instrumento permite generar un acercamiento en profundidad con las personas involucradas con este tema (Bernal, 2010).

Se realizaron en total de 18 entrevistas a 3 grupos: psicólogos (tabla 3), pedagogos (tabla 4) y padres de familia (tabla 5). La forma de contacto se dio mediante la técnica cadena de referencias que quiere decir que las personas encuestadas fueron remitidas por conocidos.

3.4.2 Análisis de datos

Para el análisis de resultados se hizo uso de la metodología del análisis de contenido.

Tabla 4.

Información de los Psicólogos seleccionados para la investigación.

Nombre	Cargo	Lugar de Trabajo
Thairi Salvador	Psicóloga Clínica	Instituto Cordillera
Mónica Beltrán	Psicóloga Clínica	Consultorio Privado “Vivir ahora”
Richard Del Castillo	Psicólogo Clínico	Hospital Carlos Andrade Marín
Silvana González	Psicóloga Clínica	Bienestar Estudiantil UDLA
Marcela Tobar	Psicóloga Clínica	Terapia Psicológica
Lissete Endara	Psicóloga Clínica	Psicóloga en UESFS

- Los psicólogos entrevistados concuerdan que estos casos de grooming o acoso sexual en línea, se presentan generalmente cuando las personas hacen uso inadecuado de las redes sociales.
- Por otro lado, los niños, niñas y adolescentes de esta generación se sienten aludidos por las posibles formas de agresiones que pueden sufrir en línea, por ejemplo, la divulgación de información, recibir amenazas, textos despectivos, denigrantes o de carácter sexual.
- Las recientes generaciones crecen en un mundo tan tecnológico del cual no pueden ser apartados, por esta razón los padres deben estar abiertos a enseñar a sus hijos a que estar en una red social es natural y correcto siempre y cuando haya un uso adecuado de este espacio.
- Para generar conciencia en los menores, hay que explicar e informar sobre los riesgos que pueden existir al usar las redes sociales, sin asustarlos ya que esa no es una forma de enseñanza adecuada.
- El rol de padres es un papel protagónico ya que ellos son los encargados de fijar límites y reglas con sus hijos, esto se refiere a

asumir la responsabilidad de ser padres y no delegar a la escuela que se encargue de la educación.

- Los Psicólogos recomiendan no negarles el acceso a internet, redes sociales o plataformas web, ya que lo prohibido siempre será llamativo y más en la época de descubrimiento en la que los niños se encuentran.

Tabla 5.

Información de los Pedagogos seleccionados para la investigación.

Nombre	Cargo	Lugar de Trabajo
Mercy Espinoza	Pedagoga	Inspectora General “UESFS”
Priscila Vinueza	Pedagoga	Profesora de Literatura “UESFS”
Martha Ordóñez	Pedagoga	Coordinadora de la primaria “UESFS”
Raquel Quishpe	Pedagoga	Coordinadora de la primaria “UESCR”
Beatriz Flores	Pedagoga	Directora de la primaria “UEAF”
Janeth Cabrera	Pedagoga	Directora de la primaria “UESFDL”

- Para los Pedagogos es trascendental informar a los niños, niñas y adolescentes para que ellos conozcan y no se sorprendan con peligros que son evidentes con más frecuencia en las redes sociales.
- Por otro lado, se considera que el trabajo no puede ser únicamente en el colegio o las escuelas, sino que los padres deben formar parte de este tipo de campañas de prevención. La mejor forma de hacer esto es realizar un control de lo que sus hijos hacen en sus perfiles y fijando horarios y reglas de uso, tomando en cuenta que es necesario respetar su privacidad.
- Los padres son el primer pilar fundamental que proporciona valores los cuales sus hijos transmitirán en la vida real y de igual forma dentro de sus redes sociales.
- Los dispositivos móviles representan una distracción en edades desde los 6 hasta aproximadamente los 15, por esta razón en todos los

planteles con los que su pudo conversar, afirman que se prohíbe su uso en horas clases.

- Es importante detectar señales de alerta que presentan los menores, un niño que ha sufrido de acoso presenta trastornos psicológicos que no se evidencian físicamente, pero se puede notar cuando son más retraídos y su deseo de ir a clases desaparece. En el caso de señales físicas podemos hablar de problemas como flagelarse a sí mismos.
- Los tipos de acoso que se identifican mayoritariamente en los colegios son el buylling y el *cyberbullying*, por ende, son los que más se tratan de combatir y prevenir.

Tabla 6.

Información de los padres de familia encuestados seleccionados para la investigación.

Nombre	Cargo	Hijos
Verónica Beltrán	Madre	3 hijos de 22, 18 y 15 años.
Iván Monar	Padre	2 hijos de 13 y 8 años.
Ana López	Madre	3 hijos de 16, 14 y 10 años.
Víctor León	Padre	2 hijos de 10 y 8 años.
Isabel Nieto	Madre	1 hijo de 10 años.
Eduardo Córdova	Padre	5 hijos 30, 21, 18, 15, 12

- La mejor forma para hablar con los niños sobre los peligros que pueden llegar a representar las redes sociales es hablar de forma directa, frontal indicando los beneficios y desventajas.
- Los padres deben entender que, al tratar con menores, ellos aún no saben distinguir entre lo que es bueno y es malo y tampoco tienen cuidado en publicar sus datos personales, sus cosas diarias y por eso es un peligro.

- Los padres generalmente aconsejan a sus hijos a hacer uso de redes sociales con precaución y en caso de presentarse un problema deben acudir a sus padres en busca de ayuda.
- En el caso de niños que están formando su carácter, es necesario aconsejarlos para que no acepten a desconocidos y en el caso de que vean que hay compañeros que se burlan de otros en redes sociales avisen a adultos responsables y que no participen de las burlas.
- Para los padres de familia existen varios tipos de acosos que los preocupan como, por ejemplo, amenazas como raptos, violaciones, engaños, entre otros. Por tal motivo, la mejor forma de prevenir a sus hijos es hablar con ellos y darles la confianza para que ellos te cuenten las cosas.
- Todos los padres entrevistados concuerdan en no prohibir el uso de redes sociales a los hijos, la mejor solución es guiar a sus hijos para un uso responsable de las plataformas digitales.

3.4.3 Conclusiones entrevistas

- La mayoría de la población enfatiza que las redes sociales y los niños son un tema de preocupación ya que representan muchos peligros al hablar de personas que no tienen un criterio totalmente formado.
- Piensan que la mejor forma para explicarles a sus hijos de los peligros de las redes sociales es acercarse a ellos como amigos, mostrándose como personas que les van a apoyar.
- Según los pedagogos el trabajo que ellos hacen en el colegio debe ser respaldado por los padres.
- Los psicólogos clínicos especifican que lo peor que se puede hacer es prohibirle algo a los niños ya que están en una etapa de descubrimiento en la que todo les causa curiosidad.
- Los seis pedagogos concuerdan en que se debe hablar con los niños niñas y adolescentes desde la casa, ya que los padres son el pilar

fundamental que se encargan de guiar a sus hijos para que tengan un comportamiento adecuado.

- La señal más fuerte de un estudiante que ha sufrido algún tipo de acoso es que se niegue a ir a la escuela, o incluso que se muestre más callado y triste, en casos que afectan de forma más fuerte se puede hablar de acciones como *cutting*¹².
- Los padres de familia desconocen totalmente el trabajo que realiza la Dinapen.
- La mayoría de personas encuestadas se enfoca en el *cyberbullying* como forma de acoso en línea, ya que desconocen del término *grooming* o acoso sexual en redes sociales.
- Con respecto al uso de redes sociales los niños deben tener reglas, control y límites con el fin de evitar problemas.

3.4.4 Grupo de discusión

El grupo de discusión es una herramienta que permite realizar un análisis mediante una conversación con un grupo de 6 a 12 personas, principalmente ayuda a determinar las actitudes y preferencias del grupo, por esta razón los temas que se trata suelen ser del interés del público seleccionado (Gerza, 2012).

El grupo de discusión se desarrolló en dos grupos, el primero con niñas y niños comprendidos entre los 10 a 11.

- Los niños niñas de 10 años pasan más tiempo en *Tik Tok*, ya que piensan que pueden llegar a ser *influencers* o más populares, consideran que Instagram es una red social peligrosa en base a lo que sus padres les han dicho sobre personas que raptan a menores.

¹² *Cutting*: es una acción para liberar la ansiedad que consiste en auto flagelar partes del cuerpo haciendo uso de objetos cortos punzantes.

- Además, consideran que ser popular no es algo bueno ya que los niños populares generalmente son malos.
- El acoso para ellos es algo negativo, que constantemente se los repiten sus padres y las charlas de los colegios.
- La mayoría de los niños usa sus redes sociales para poder jugar en línea. Mencionan a Free-Fire es un juego de acción para teléfono creado por Garena en 2017 consiste en llegar a una isla en la que se encuentran varias armas para sobrevivir. Por otro lado, Fornite es un videojuego desarrollado por las empresas Epic Games y People Can Fly con una temática similar a la del juego anteriormente mencionado.

El segundo grupo con el que se realizó el grupo de discusión fueron niñas, niños y adolescentes de 12 a 15.

- En el caso de pre adolescentes y adolescentes de 12 a 15 años se encuentran en Instagram ya que pueden disfrutar de contenido variado, publicar sus fotos y disfrutar de arte.
- El target considera que Facebook es una red social para ver memes y noticias.
- Insisten en que conocen el tema del acoso por las miles de charlas que reciben en sus colegios.
- Disfrutan de las publicaciones que les ofrecen contenido nuevo, datos curiosos.

3.4.5 Conclusiones generales

- Tanto los encuestados como los entrevistados conocen de forma muy elemental lo que es el *grooming*, es decir, conocen que es un tipo de acoso y por este motivo lo identifican como *buyllying* o *cyberbullying*.
- El grupo objetivo seleccionado (24%) mayoritariamente hace uso de la plataforma de Youtube y lo hacen con el fin de distraerse un poco.

- Tanto psicólogos como pedagogos concuerdan que el trabajo para prevenir a los niños sobre los peligros existentes en las redes sociales se debe realizar desde casa y con ayuda de los padres de familia.
- Los padres entienden que la mejor forma para acercarse a sus hijos y generar un dialogo en confianza es mostrarse como sus amigos y sin prohibirles.
- Respecto a lo mencionado anteriormente, las prohibiciones no son una opción ya que como expresan los psicólogos los niños, niñas y adolescentes se encuentran en una edad de curiosidad y descubrimiento de nuevas cosas.
- El 72% de los encuestados no hacen uso de Facebook ya que no es una red social que les atraiga mucho.
- La mayoría de los colegios considera que usar celulares en clases son distractores por lo que han decidido prohibir el uso de los mismos, pese a esta negativa los niños siguen llevando sus celulares.
- El uso de los celulares o dispositivos móviles comprendidos en niños de 10 a 15 años puede ser peligroso, ya que según los encuestados los padres no siempre entienden el uso de ciertas redes sociales por lo que no pueden guiar a sus hijos en un uso responsable de las mismas. Por este motivo es necesario que los padres intenten aprender junto a sus hijos sobre las nuevas redes sociales.
- Según las encuestas el 29% de los niños usan las redes sociales para comunicarse con sus familiares. Además, comentan que los amigos en sus perfiles son 35% familia, 32% personas conocidas y apenas el 2% acepta a más personas desconocidas. De esta forma, se puede determinar que los niños dicen hablar solo personas de su medio.

4. CAPÍTULO IV: PROPUESTA DE CAMPAÑA

A continuación, se explica el diseño de la campaña de publicidad para prevenir el *grooming* como nueva tendencia de acoso sexual en redes sociales. Para el caso de estudio La Dirección Nacional de Policía Especializada para niños, niñas y adolescentes (Dinapen). El objetivo de esta propuesta es el de contribuir para prevenir a posibles víctimas del *grooming* y la difusión del tema con el público general.

4.1 Hallazgos

- En muchos de los casos los menores son quienes se crean sus propios perfiles en redes sociales, ya que no quieren perderse de ninguna novedad.
- En el caso de los padres que tienen hijos más pequeños, hacen uso del control parental como una de las prevenciones máximas ante el acoso.
- De todos los encuestados solo el 6% fueron los que aclararon hacer uso de Youtube para hacer deberes.
- Se menciona en las encuestas que el 33% tiene una relación excelente y el 35% muy buena con sus padres, pero en ciertos casos especificaban que con sus madres hay buenas relaciones y con sus padres malas.
- La figura parental con la que hay más apego son las madres de familia, los niños las ven como alguien que las apoya o defiende.
- Con respecto a Facebook solo el 11% de los niños de 10 a 15 años hacen uso de esta red social. El porcentaje restante no perciben que sea una red social de jóvenes, por este motivo no cuentan con un perfil, por lo que sus padres no son sus amigos en esta red social.
- Instagram es una red social que la mayoría de los padres no utilizan ya que no saben cómo y el 23% de la población de los encuestados sí son activos en dicha red social.

- Se identifica que prohibir algo a los menores es negativo ya que están en una edad en la que son curiosos.
- El uso que los niños dan a las redes sociales es como un distractor donde ven tutoriales, se relajan y eso es precisamente lo que los hace vulnerables ya que las personas no entienden que existen mensajes ocultos que pueden afectar a los menores.
- Los niños están cansados de las charlas del *bullying* ya que es “lo mismo de siempre”.
- Se evidencia la confusión que hay entre el *grooming* y el *buylling*, tanto por parte de los niños como por los adultos.
- En la actualidad los padres son temerosos de decir que “no” a sus hijos.
- Los expertos recomiendan que los aparatos electrónicos deben estar fuera del cuarto de los menores, para que pueda haber control y, por otro lado, permite que la familia comparta tiempo de calidad.
- Uno de los contenidos que más disfrutan los niños, niñas y adolescentes son los datos curiosos.

4.2. Objetivos de campaña

Ahora bien, tomando en cuenta los hallazgos encontrados en la fase de investigación mencionados anteriormente, se han planteado los siguientes objetivos de campaña con el fin de poder realizar una estrategia de campaña adecuada para que ayude a la Dinapen a informar sobre el *grooming* con niñas, niños y adolescente de 10 a 15 años.

4.2.1. Objetivo general

Sensibilizar a los niñas, niños y adolescentes de 10 a 15 años acerca de lo qué es el *grooming* o acoso sexual en línea.

4.2.2. Objetivos específicos

- Realizar una campaña de concientización sobre el uso adecuado de las redes sociales para prevenir casos de *grooming*.
- Incentivar a los padres de familia para que mantengan una actitud más abierta con respecto a la interacción que tienen sus hijos en redes sociales para prevenir el *grooming*.

4.2.3. Público objetivo

- Grupo Primario: la campaña será realizada para niñas, niños y adolescentes de 10 a 15 años de la ciudad de Quito.
- Grupo secundario: Padres y madres ya que ellos son las personas que se encargan de velar por el cuidado y protección de sus hijos, además, los niños son menores de edad que requieren supervisión por parte de los adultos

Para personalizar a una posible destinataria de esta información se ha creado un personaje ficticio que para efecto de la campaña fue nombrada como Valeria López (figura 26 y 27).

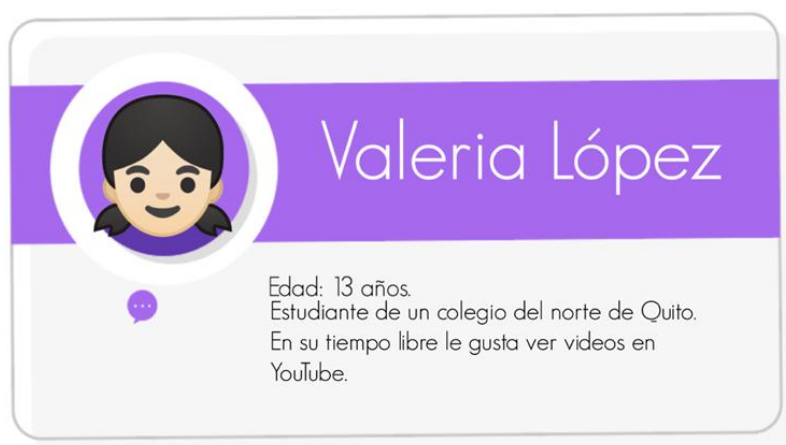


Figura 26. Personificación perfil de estudiante de 10 a 15 años.

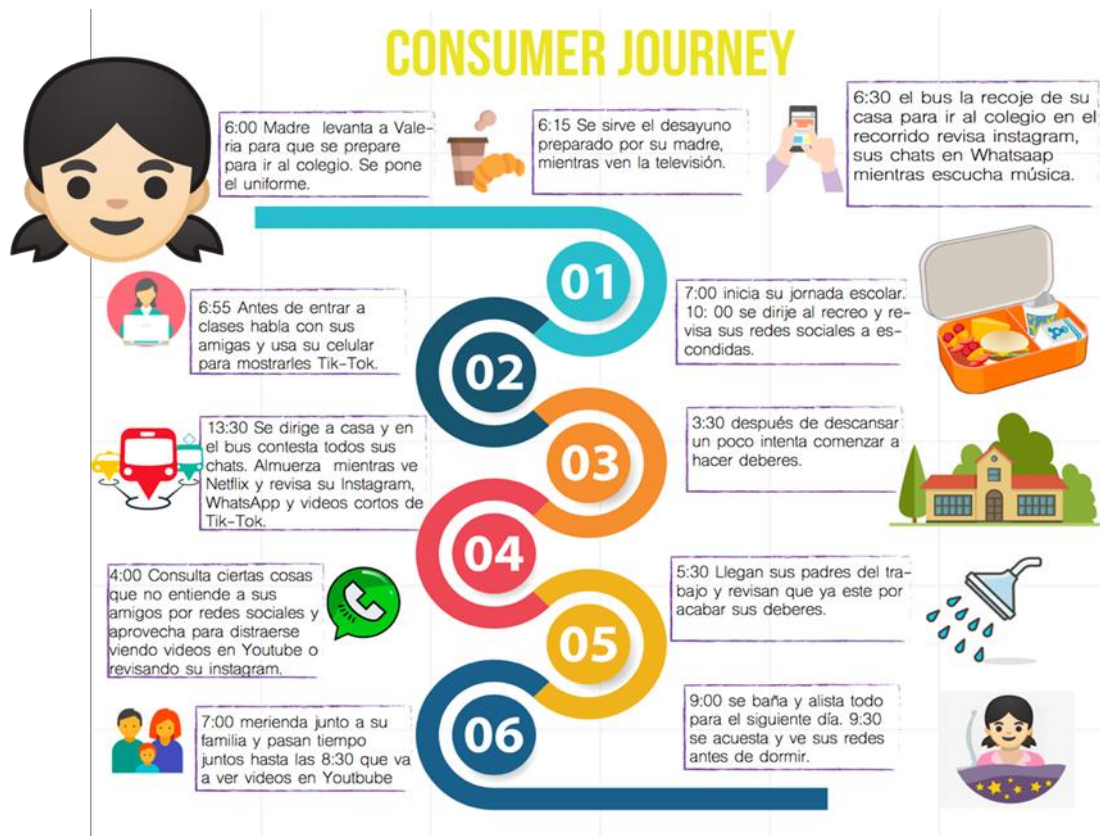


Figura 27. Rutina del día a día de una estudiante de 10 a 15 años: personaje de referencia: Valeria López.

Se presenta un consumer journey (figura 27), es decir una herramienta para conocer al cliente o en este caso a la persona a la que va dirigida la campaña. Este instrumento ayuda a entender de mejor forma el comportamiento del consumidor, cuáles son los medios que frecuenta, su rutina del día a día, sus preferencias, entre otros detalles. Además, al conocer cuáles son los medios en los que se encuentran los niños, niñas y adolescentes la campaña será más efectiva.

4.3. Desarrollo estratégico

4.3.1. Problema

Los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años dicen conocer que es el *grooming* o acoso sexual en línea, pero con los resultados de la investigación se advierte que existe confusión con respecto al *buylling*.

4.3.2. Modelo estratégico

El modelo estratégico seleccionado para el desarrollo de la campaña es el *círculo de oro* (figura 28) creado por Simon Sinek quien es un famoso escritor y motivador de Wimbledon. Este modelo ha sido usado por empresas con reconocimiento mundial como *Apple*. En consecuencia, la función del círculo de oro es crear una conexión sentimental con el cliente o en este caso grupo objetivo, ya que inspirar al resto permite atraer a aquellas personas que piensan de forma similar (Morales, 18).

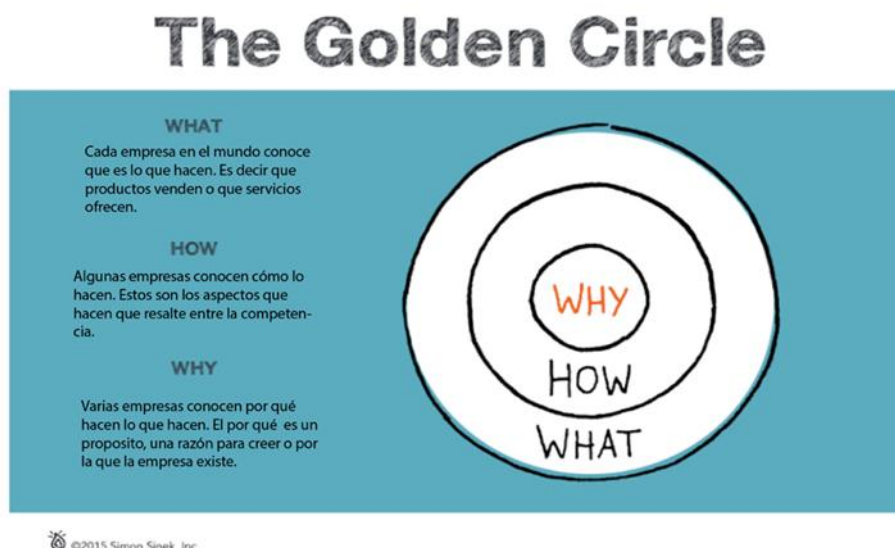


Figura 28. Explicación del modelo estratégico. Adaptación de Simon Sinek.

En este caso, este modelo se seleccionó por la eficiencia para poder conectar con el grupo objetivo, además de esta forma se puede explicar cuál es el motivo y la importancia para realizar la campaña.

- **Why (Por qué)**

Creemos que los niños, niñas y adolescentes al estar en un proceso de crecimiento tienen derecho a ser curiosos y experimentar el mundo con límites y reglas que los protejan de posibles riesgos como el *grooming*. Además, porque el entorno en el cual se produce este comportamiento es en las redes sociales.

- **How (Cómo)**

Mediante una estrategia de publicidad enfocada en gran parte en redes sociales debido a que son las que los niños, niñas y adolescentes usan con mayor frecuencia para interactuar entre ellos y para divertirse.

- **What (Qué)**

Queremos que los niños, niñas y adolescentes de 10 a 15 años identifiquen qué es el *grooming*; además, que entiendan que tienen la capacidad de defenderse ante este tipo de acoso.

4.4. Concepto

El concepto de campaña nace a partir del hallazgo de que el grupo objetivo se encuentra en una época de curiosidad y de salir al mundo ya que se creen lo suficientemente mayores; sus padres buscan protegerlos y prevenirlos de cualquier tipo de peligro al que pudieran estar expuestos. Además, al levantar los muros se refiere a que se quiere transmitir a los menores este sentimiento de poder, es decir que entiendan que tienen la capacidad de defenderse ante los peligros de las redes sociales. Por este motivo surge el concepto: *Muros contra el grooming (figura 29)*.



Muros contra el Grooming

Figura 29. Logo creado para la campaña

4.5. Tácticas

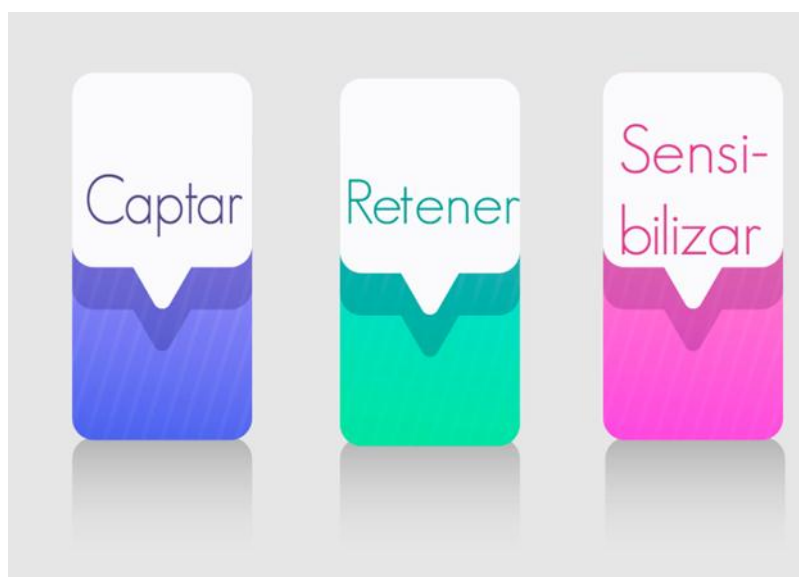


Figura 30. Gráfico de las fases de la campaña.

Captar, retener y sensibilizar estas tres palabras se traducen en el planteamiento de la campaña la cual está dividida en tres fases (figura 30).

4.4.1. Primera fase

En la primera etapa se busca **captar** la atención del público objetivo. Para ello las tácticas que se han pensado son las siguientes: en redes sociales que es donde los niños, niñas y adolescentes pasan la mayor parte de su tiempo libre.

- **Youtubers contra el *grooming***

Para captar la atención del público objetivo, los influencers (figura 31 y 32) publicarán en sus redes sociales que próximamente lanzarán un nuevo video, invitando e incitando a las personas para que estén pendientes del nuevo contenido que será estrenado. El objetivo es crear expectativa para que más personas vaya a ver el video.

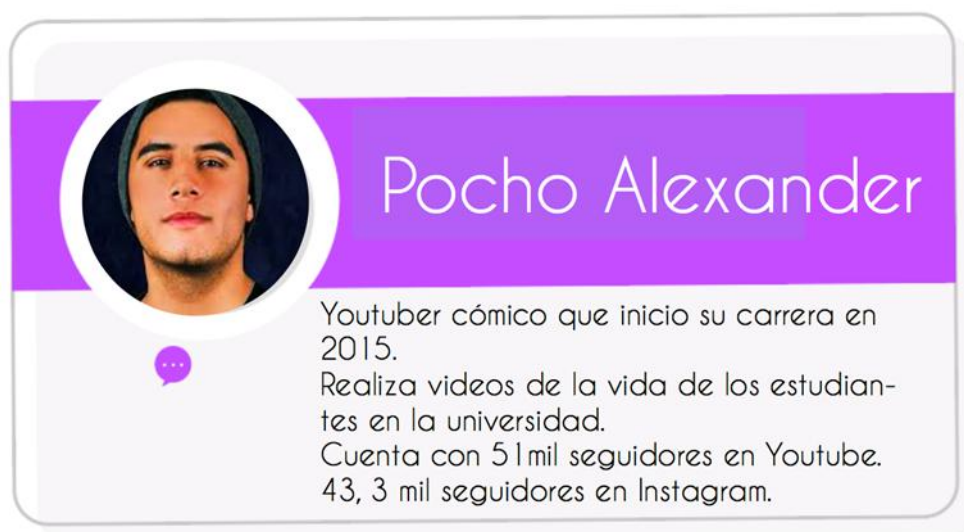


Figura 31. Perfil de Pocho Alexander.



Figura 32. Perfil de Samara Montero.



Figura 33. Mock up de lanzamiento del video en Instagram de Pocho Alexander.



Figura 34. Mock up de lanzamiento del video en Instagram de Samara Montero

La idea de campaña es hablar con dos *Youtubers* ecuatorianos Pocho Alexander y Samara Montero. Para que mediante video blogs en sus respectivos canales de *Youtube* comiencen a narrar historias de acoso sexual en línea, las cuales se basarán en casos reales de *grooming* dato que se brindará al final de la acción. Esta acción será completada con historias en Instagram para mantener al tanto a sus seguidores. Finalmente, la acción termina cuando en el video ellos comentan ser parte de la campaña “Muros contra el *grooming*”, invitando a los niños, niñas y adolescentes a actuar con responsabilidad en los perfiles que mantienen en las redes sociales. Por otro lado, es importante que conozcan que la Dinapen es el organismo responsable de proteger a los niños, niñas y adolescentes, por ende, se informa que pueden encontrar más información del *grooming* en la página web de esta entidad.

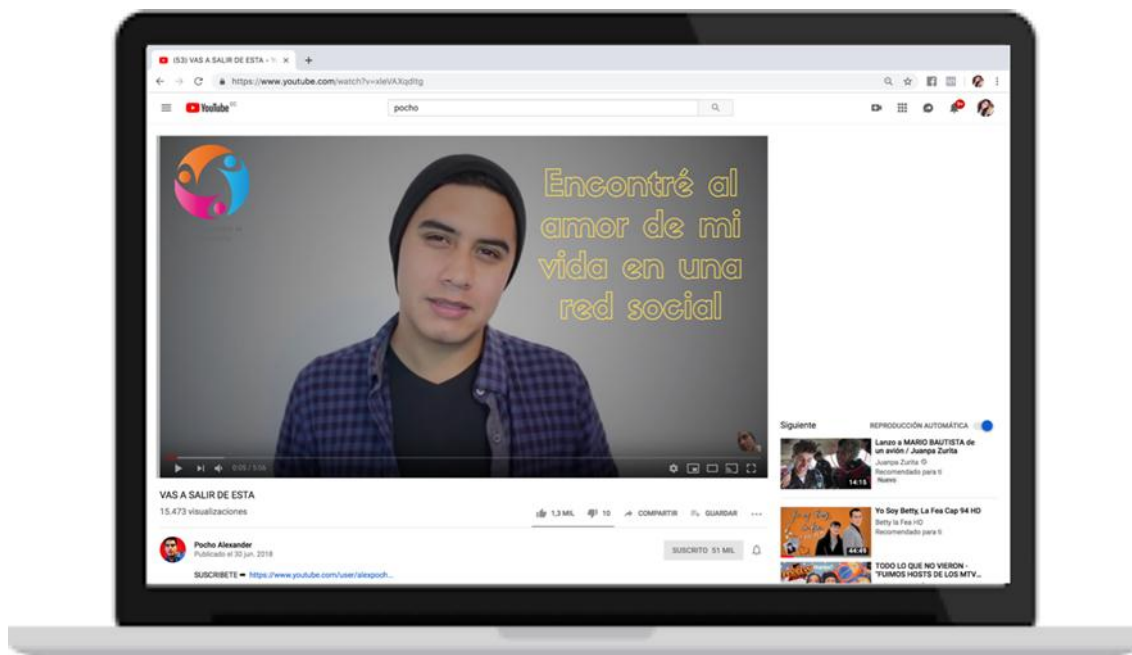


Figura 35. Video de Pocho Alexander contando su historia.

A continuación se explica de forma detallada cual es la historia que va a contar el influencer. La locación será en el set habitual donde se graban los videos para su canal, en este caso la casa de Pocho Alexander con una duración aproximada de 3 a 6 minutos. El cierre del video es un *call to action* para que las personas entren a la página de la Dinapen y conozcan sobre el *grooming* y como denunciar este tipo de acoso.




Escena: 1	Escena: 2	Escena: 3
		
Hola ¡Cómo están!, espero que estén súper pero súper bien. Hoy quiero que me digan cómo están, así que comenten en la caja de comentarios. La verdad yo estoy un poco triste.	Quiero contarles una historia de como creí haber conocido al amor de mi vida pero todo fue mentira. Hace unos años estaba en Instagram cuando me llegó el mensaje de una fan, muchos dirán el inicio de una historia de amor de película.	Pero la verdad no fue así. Les cuenta la verdad comence a hablar con esta chica porque en sus fotos era muy linda y al hablarle sentía que ella hablaba con Richard la persona no el influencer, llegamos a conocernos más profundamente.
Escena: 4	Escena: 5	Escena: 6
		
Un día decidimos comensar a hablar por Whatsapp y después planeamos nuestra primera cita. Yo estaba muy emocionado y nervioso pero también quería sorprenderla así que decidí preparar algo especial para el día y claro que pedí ayuda.	En la mañana fui con mis amigos a planearlo todo, sin saber que el sorprendido sería yo. Quedamos togar a las 3 y ella liria vestida con algo rosa y la verdad se tardó como 15 minutos en llegar. Hasta que un señor se acercó a mi mesa.	El señor venia vestido de rosa pero nunca me percate de esto hasta que sucedio lo siguiente. El hombre me dijo que era el padre de la chica de mis sueños y me dijo que quería asegurarse de que yo era un buen joven. Cosas normales de padres.
Escena: 7	Escena: 8	Escena: 9
		
El hombre quería conoceme e insistía en que le hable sobre mi carrera, así que lo hice. Después de esto el me dijo que yo parecía buen chico y que podía salir con su hija, me pidió que lo acompañe al carro ya que ahí estaba ella.	Sin pensarlo mucho, me levante y fui. Cuando me acerqué al carro me percaté de que tenía los vidrios negros y al acercarme para abrir la puerta del vehículo, alguien me empujó al interior, todo fue muy rápido y no había ninguna chica.	Comence a entrar en pánico, no entendía nada y solo pude escuchar un alboroto afuera y sentí como me volvian a jalar para afuera. Recordarán que pedía ayuda a mis amigos para sorprender a mi chica y gracias a eso me salve.
Escena: 10	Escena: 11	Escena:
		 <p>Para más información sobre el grooming entra a: www.policiaecuador.gob.ec/dinapen/</p>
Mis amigos notaron algo raro y me siguieron, evitando que el hombre me secuestre y extorciona a mis padres para mi rescate. Decidí denunciar esto a la Policía Nacional quienes me dirigieron a la Dinapen.	La Dinapen es el organismo encargado de velar por el cuidado de niños y adolescentes, al hacer mi denuncia descubrí que fui víctima de grooming o acoso sexual en línea y que como mi caso hay miles que no se denuncian por no saber.	Soy miembro de la Campaña "Muros contra el Grooming", así que los invito a conocer más del tema en la página de la Dinapen www.policiaecuador.gob.ec/dinapen/ . Levantemos muros de información y protejamonos de este tipo de acoso.

Figura 36. Story Board del video de Pocho Alexander.

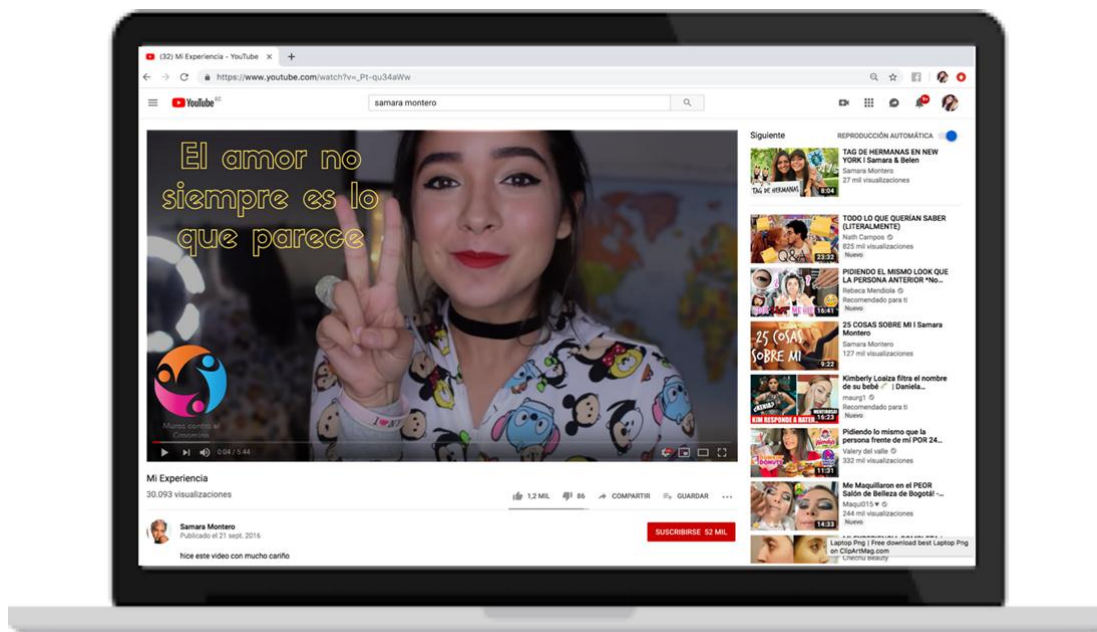


Figura 37. Video de Samara Montero contando su historia.

A continuación se presenta el *Story Board* del video realizado por Samara Montero. En donde se detalla cómo se contará su historia. Todos los al final explican que es el *grooming* y cuál puede ser la forma más común de acoso. El lugar de grabación tiene lugar en su casa, ya que este es el lugar de grabación normal de la influencer. El video tiene una duración aproximada de 3 a 6 minutos. Y cuenta al final con un *call to action* a la página de la Dinapen para que las personas puedan conocer más sobre esta nueva modalidad de acoso o incluso es un espacio para realizar denuncias.

<p>Escena: 1</p> 	<p>Escena: 2</p> 	<p>Escena: 3</p> 
<p>¡Qué tal Youtube! Mi nombre es Samara, mucho gusto me presento para los que no me conocen. Hoy les traigo el Story time más escalofriante de toda mi vida hasta ahora.</p>	<p>Quiero compartir esta anécdota porque a veces siento que podemos llegar a ser muy irresponsables con nuestra imagen en redes sociales y también porque siempre es bueno recordar que nuestros padres están ahí para apoyarnos.</p>	<p>Cuando comencé mi carrera en Youtube, comenzaba a recibir muchos likes y comentarios de apoyo e incluso personas que decían que era muy linda y no voy a mentir con 15 años es bueno escuchar eso.</p>
<p>Escena: 4</p> 	<p>Escena: 5</p> 	<p>Escena: 6</p> 
<p>Un día me di cuenta que había un chico que siempre reaccionaba a mis publicaciones y que además de eso me enviaba muchos mensajes. Al inicio lo tome como mi fan numero uno e incluso contestaba a sus mensajes.</p>	<p>La situación comenzó a ser rara cuando me di cuenta que él me enviaba fotos con contenido sexual, él era un hombre mucho más mayor de lo que aparentaba en sus fotos y la verdad no sabía como reaccionar así que decidí ignorarlo.</p>	<p>Pero él continuó enviando fotos y videos, incluso él me pedía que le contestara de la misma forma. Durante un tiempo él decía conmigo y amarme. El día que me asusté de verdad fue cuando me envió una foto de mí en el colegio.</p>
<p>Escena: 7</p> 	<p>Escena: 8</p> 	<p>Escena: 9</p> 
<p>No entendí como lo hizo, pero de verdad me asusté y mis amigas y familias se dieron cuenta de mi reacción. Todos los días me preguntaban que pasaba y yo lo negaba porque pensaba que el hombre dejaría de molestarme.</p>	<p>Pasaron los días y recibí más fotos e incluso amenazas en contra de mi familia. El pánico se adueño de mí y un día en la mañana explote y le grité a todos a mis padres. Entre lágrimas mi madre me dijo que todo estaría bien.</p>	<p>Mis padres comenzaron con el proceso de denuncia, fueron a la Dinapen una unidad de la Policía que se encarga de cuidar a niños y adolescentes. Me explicaron que yo estaba pasando por un caso de acoso sexual en línea conocido como grooming.</p>
<p>Escena: 10</p> 	<p>Escena: 11</p> 	<p>Escena: 12</p> 
<p>Mis padres comenzaron con el proceso de denuncia, fueron a la Dinapen una unidad de la Policía que se encarga de cuidar a niños y adolescentes. Me explicaron que yo estaba pasando por un caso de acoso sexual en línea conocido como grooming.</p>	<p>La Dinapen hizo un seguimiento y logró identificar al acosador a tiempo. El acosaaba a muchas otras chicas y se hacía pasar por alguien menor para poder engañarlas y violarlas.</p>	<p>Hoy soy miembro de la Campaña "Muros contra el Grooming", así que los invito a conocer más del tema en la página de la Dinapen: www.policiaecuador.gob.ec/dinapen/. Levantemos muros de información y protejamos de este tipo de acoso.</p>

Figura 38. Story Board del video de Samara Montero.

Con la viralidad de estos videos se espera llegar a los dos grupos objetivos que se han establecido anteriormente.

Por lo tanto, se realiza una táctica para los padres de familia. Tomando en cuenta que una de sus redes sociales predilecta es Facebook, se comenzará a difundir los siguientes posts en las redes sociales; con el fin de que padres de familia conozcan que es lo que sucede en Ecuador con respecto al

grooming. Además, hay un *call to action* en cada post que invita a las personas a acceder a la página web de la Dinapen para que conozcan que es el *grooming* y cómo proteger a sus hijos.

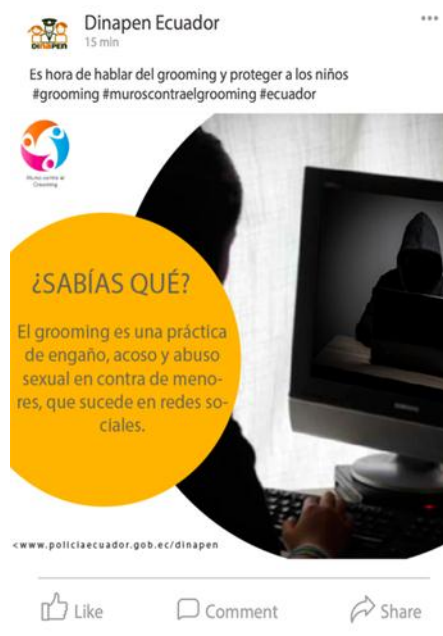


Figura 39. Post para las redes sociales de la Dinapen.

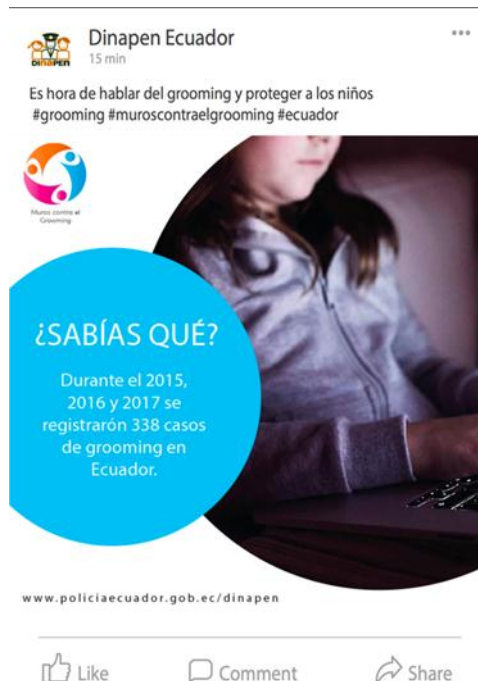


Figura 40. Post para las redes sociales de la Dinapen.

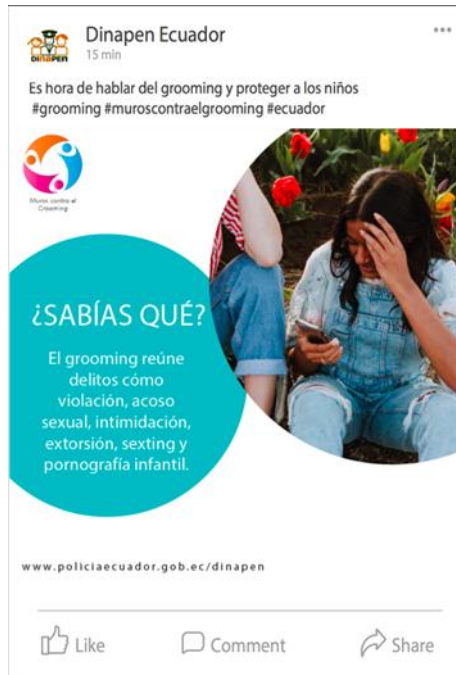


Figura 41. Post para las redes sociales de la Dinapen.



Figura 42. Post para las redes sociales de la Dinapen.

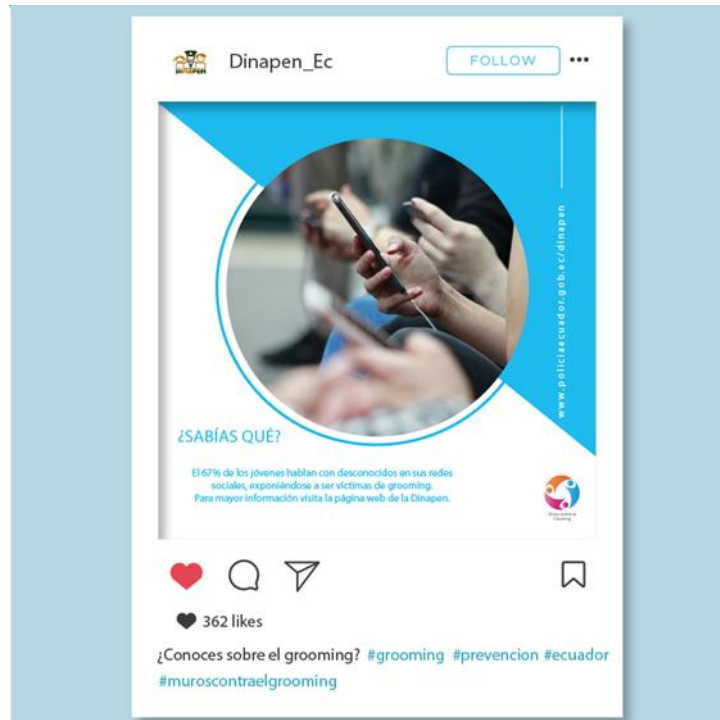


Figura 43. Post para las redes sociales de la Dinapen (Instagram).



Figura 44. Post para las redes sociales de la Dinapen (Instagram).

Para completar la acción se realizará una adecuación en la página web (anexo 3) de la Dinapen, creando un micrositio web llamativo y dinámico donde se pueda encontrar información sobre qué es el *grooming*, cómo prevenirlo. Además, contará con una sección de un blog para que tanto padres como hijos puedan opinar y compartir sus experiencias sobre el acoso sexual en línea y finalmente un link directo para poder elaborar la denuncia.

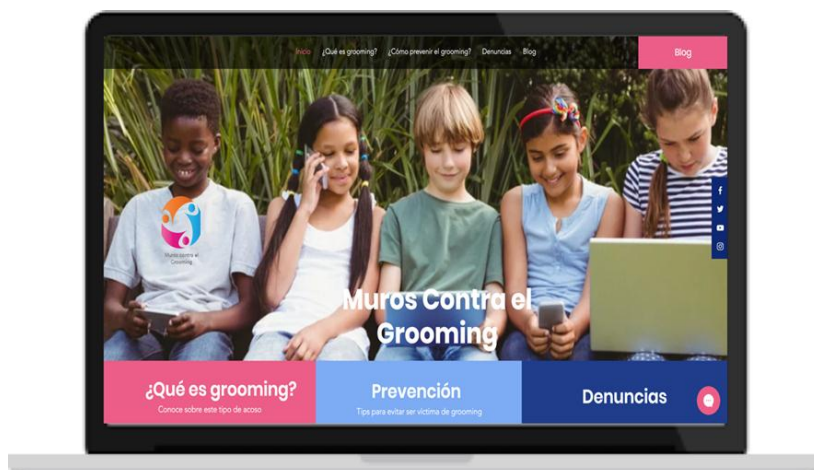


Figura 45. Mock up de la página web de la Dinapen.

Por otro lado, para que las personas se enteren de esta renovación en el sitio web, se ha creado un banner (figura 46) en la página web de la Policía Nacional que redirigirá al nuevo micrositio.



Figura 46. Mock up del banner en la página web de la Policía Nacional.

4.4.2. Segunda fase

Por otro lado, la segunda fase se enfoca al público en general, tomando en cuenta que la campaña busca **retener** a el *grooming*. Razón por la cual, esta parte de la estrategia será realizada en medios tradicionales para retener e involucrar a los padres a que conozcan los nuevos peligros existentes en las redes sociales.

- **Padres contra el *grooming***

En la investigación se pudo determinar que los padres desempeñan un papel protagónico, ellos son los encargados de fijar límites, educar y proteger a sus hijos. Por lo que esta acción tiene la intención de generar conciencia sobre el *grooming*. En la vía pública se colocarán vayas que contará con una frase que incentive a las personas a dialogar y conocer el entorno tecnológico en el que sus hijos están creciendo y relacionándose con personas. Qué podrían ser sus agresores.



Figura 47. Mock up para vía pública, pieza madre.



Figura 48. Mock up para vía pública, paradas de buses.



Figura 49. Mock up para vía pública.

4.4.3. Tercera fase

Finalmente, es importante generar una acción *btl* en donde el público pueda interactuar y **sensibilizar**, para de esta forma ellos puedan recordar o entender la razón por la que se llevó a cabo dicha actividad, pero sobre todo para dejar claro la importancia del tema.

- **BTL**

Con la realización del BTL se plantea que las personas entiendan que es lo que representa el *grooming* y cuál es el tipo de engaño que pueden llegar a sufrir los niños, niñas y adolescentes.

La idea se llevará a cabo el 14 de febrero del 2020 formando una alianza estratégica con CNT, quienes nos ayudarán con la difusión de la acción en sus redes sociales. Durante el mes del amor y la amistad las jóvenes se sienten contagiados con el ambiente del romanticismo por lo que varios de ellos quieren disfrutar del día de San Valentín con una pareja, por este motivo decidimos darles la oportunidad de conocer a su alma gemela con base en gustos e intereses en común. Para realizar esta acción, se comunicará mediante un post (figura 50) con *call to action* para que las personas llenen un formulario hablando sobre ellas y especificando sus preferencias y serán emparejadas con una persona similar a ellas, para saber quién es se enviará una foto de la cita para que lo conozcan y el día 14 tendrán una cita romántica en algún lugar de Quito



Figura 50. Mock up del post de CNT



Figura 51. Explicación del BTL.

Esta acción será grabada y transmitida por Facebook e Instagram de CNT y la Dinapen para generar más alcance y también para que las personas lleguen a entender que es el *grooming*. Adicionalmente se pondrá al aire en el programa de *Educa* como se ha hecho con campañas anteriores realizadas por la Dinapen. Por otro lado, esta acción y sus resultados serán publicados en el canal de YouTube de la Policía Nacional del Ecuador.

- **Plan de relaciones públicas**

Con la realización del BTL y la grabación de toda la actividad se planea hacer un cierre de la campaña invitando a varios medios de comunicación (Ecuavisa, Teamazonas, TC televisión, RTS), para que cubran el evento. Además, se contará con la presencia de organismos públicos y sus representantes (Policía Nacional del Ecuador, Ministerio de Educación, Municipio de Quito). Por otro lado, se contará con la presencia del Él Director Nacional de la DINAPEN Abg. Ángel Marcelo Parra Cuñas Coronel de Policía de E.M. quien explicará el trabajo que se ha realizado a lo largo de los 3 meses de campaña. Y se presentará el estreno del spot publicitario se llevará a cabo el día lunes 17 de febrero del 2020.



Figura 52. Invitación para los medios.



Figura 53. Mock Up rueda de prensa.

- **Aplicaciones contra el grooming**

Para sensibilizar a los niños, niñas y adolescentes sobre el grooming es trascendental actuar en sus dispositivos móviles sin vulnerar sus derechos de privacidad para que no se sientan atacados. Por este motivo, se propone realizar un mensaje de prevención cada vez que los menores quieran subir una foto a sus redes sociales, recordándoles que el contenido que ellos suben es sus perfiles permanecerá por siempre en la red y que todos los miembros de sus redes sociales pueden verlas y hacer un uso inadecuado de esas imágenes.

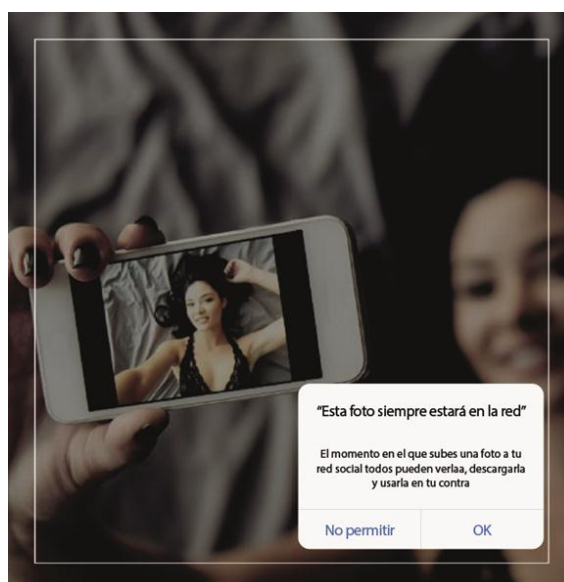


Figura 54. Mensaje de prevención.

4.6. Cronograma

A continuación se explica el tiempo en el que se realizará la campaña (figura 51). Se determinó que este proyecto tendrá una duración de tres meses, en el primer trimestre del año 2020 con el fin de lograr el cumplimiento del proyecto en su totalidad.

TÁCTICA	DURACIÓN	ENERO	FEBREO	MARZO	
Youtubers contra el grooming	06-01-20 / 31-03-20	[Barra de actividad que cubre Enero, Febrero y Marzo]			Captar
Padres contra el grooming	27-01-20 / 31-03-20		[Barra de actividad que cubre Febrero y Marzo]		Retener
BTL	14-02-20			[Barra de actividad en Marzo]	Sensibilizar
Evento de relaciones públicas	17-02-20			[Barra de actividad en Marzo]	Sensibilizar

Figura 54. Cronograma de actividades.

4.7. Plan de medios

En la campaña se decidió hacer uso de medios tradicionales (vía pública y televisión) y medios digitales. Dado que la campaña combate un problema de redes sociales es trascendental enumerar los medios en los que se llevará a cabo la campaña y como se realizará el pautaaje de las mismas (tabla 7).

Tabla 7.

Especificación del plan de medios.

Plan de Medios								
Objetivo Especifico	Acción	Medio	Formato	KPI	META	Indicador \$	Valor unitario	Inversión
Generar alcance	Posteos de videos experiencias del grooming con Influencers (Richard Salazar).	YB	Video	Reproducciones	7030	Costo por reproducción	USD 0,13	USD 900,00
	Posteos de videos experiencias del grooming con Influencers (Samara Montero).	YB	Video	Reproducciones	38400	Costo por reproducción	USD 0,02	USD 900,00
	Posteos de informativos sobre el grooming para padres.	FB	Foto	Personas alcanzadas	6,4K - 20K	1000 impresiones	USD 0,01	USD 250,00
	Posteos de informativos sobre el grooming para niños, niñas y adolescentes.	IG	Foto	Personas alcanzadas	17K - 36K	1000 impresiones	USD 0,01	USD 250,00
	Posteo promoción BTL	FB	Foto	Leads	\$ 500,00	Leads	USD 0,50	USD 250,00
							Valor	USD 2.550,00
							Total	USD 2.550,00

Las acciones especificadas en plan de medios (tabla 7) persiguen el único objetivo de generar alcance, ya que el fin de la campaña es sensibilizar al grupo objetivo sobre el *grooming*. Es importante especificar que la meta puede variar dependiendo del desempeño de la herramienta y situaciones coyunturales que pueden afectar la campaña. Y, por otro lado, el tiempo de duración de la campaña.

4.8. Presupuesto

Finalmente se presenta el presupuesto de la campaña realizada para la Dinapen, contemplando todas las acciones que se realizará.

En el presupuesto (tabla 8) se tomó en cuenta que la Dinapen que es una institución pública por lo que se establecieron cifras manejables para dicha entidad. La referencia fue tomada del tarifario de La Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP). Por otro lado, se trabajó con otras empresas públicas que son aliados y con las que se puede pautar de forma gratuita.

Tabla 8.

Especificación del presupuesto de campaña.

Táctica	Costo
Contratación de Influencers	USD 2 000,00
Community Manager	USD 1800,00
Pauta para redes sociales	USD 1 700,00
Vía Pública	USD 5 000,00
BTL	USD 3 000,00
Alquiler de equipos	USD 1 000,00
Producción del video	USD 1 500,00
Creatividad y diseño	USD 500,00
Página web	USD 250,00
Banner página web	USD 150,00
Logo	USD 400,00
Pancartas para evento de R.R.P. P	USD 200,00
Story Board	USD 500,00
Inversión en medios digitales	USD 1 550,00
Subtotal	USD 19 550,00
Fee de agencia 17,66	USD 3 240,61
Total	USD 22 792,61

Nota: los precios no incluyen IVA.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Al concluir con el trabajo de investigación y la campaña de sensibilización del *grooming* se pudo determinar lo siguiente.

Al trabajar con niños de 10 a 15 años se pudo concluir que consideran a Facebook una red social anticuada, por esta razón esta red social será usada para informar a sus padres

Uno de los problemas más fuertes es que los niños confunden el cyberbullying con el *grooming*. Las acciones de la campaña invitan tan a hijos como a padres para conocer de qué se trata el *grooming*. Para esto se hace uso de los medios que más frecuentan e Influencers que se identifiquen con los niños, niñas y adolescentes.

Los padres son los principales encargados de enseñar a sus hijos un uso adecuado de las redes sociales, ellos son las personas que deben fijar límites, más al hablar de niños, niñas y adolescentes que están atravesando una fase de curiosidad y descubrimiento. Por esto se hace uso de los medios tradicionales para que se informen y puedan conversar con sus hijos

La mejor forma de prevenir es realizar acciones que causen impacto en los menores, dejando de lado las típicas charlas de colegio, que es una acción que se ha vuelto tediosa y aburrida para los niños, niñas y adolescentes. El BTL impactará al público en general para que el mensaje que se transmite sea masivo.

Es importante dar a conocer el *grooming* a la sociedad, para que las conozcan que este fenómeno puede conllevar a la trata de personas, violaciones, extorción, entre otros.

El desconocimiento de este tipo de acoso, provoca que haya un bajo número de demandas y por ende los datos que se reflejan no son reales.

Es momento de considerar la penalización del *grooming* como un delito dentro de la ley de Ecuador.

5.2. Recomendaciones

Tomando en cuenta lo que se expuso anteriormente se recomienda lo siguiente.

La intervención de la Dinapen es trascendental para comenzar a realizar acciones de prevención, sin esperar a que ocurran los casos de acoso.

Las redes sociales de la Dinapen han sido olvidadas desde el 2017, es necesario volver a utilizarlas. Además, los posteos deben ser más interactivos, en lugar de publicar solo link de noticias.

Al ser un organismo encargado de velar por los niños, niñas y adolescentes es importante conectar con el grupo objetivo mediante alianzas con influencers. Se podría crear un canal en Youtube para subir videos informativos.

La Dinapen necesita contar con su propia página web, la cual debería ser dinámica y un espacio para que los niños puedan comunicarse.

El trabajo en las escuelas debe incluir a los padres de familia ya que ellos son los encargados de educar a sus hijos.

REFERENCIAS

- Alexander Maldonado, M. M. (25 de 09 de 2018). Diseño de campaña de Comunicación sobre Riesgos de Sexting y Grooming en Adolescentes de 12 16 años . Recuperado el 30 de 01 de 2019, de Issuu: https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_de_titulaci_n_f7670a0d166d89
- Almanaque, E. (2016). Léxico - Etimologías - Origen de las palabras -. Recuperado el 19 de 01 de 2019, de <http://www.elalmanaque.com/lexico/acoso.htm>
- años, D. d. (18 de 09 de 2018). Repositorio PUCE. Recuperado el 21 de 01 de 2019, de Issuu: https://issuu.com/pucesd/docs/trabajo_de_titulaci_n_f7670a0d166d89
- Campos, M. (2018). Acoso sexual a la mujer en el Ecuador: situación actual, casos y regulación. QUITO, Ecuador.
- Cañas, J. (13 de 02 de 2017). Detenido por acosar a una menor a través de las redes sociales en Algeciras. El País.
- Cañas, J. (13 de 02 de 2017). Detenido por acosar a una menor a través de las redes sociales en Algeciras. Recuperado el 30 de 01 de 2019, de El País: https://elpais.com/politica/2017/02/13/actualidad/1486987884_060902.html
- Cañas, J. (13 de 02 de 2017). Detenido por acosar a una menor a través de las redes sociales en Algeciras. El País.
- EFE. (20 de 09 de 2016). rtve. (Corporación de Radio y Televisión Española 2018) Recuperado el 13 de 12 de 2018, de El 70% de las víctimas de ciberacoso son chicas y el hostigamiento es diario: <http://www.rtve.es/noticias/20160920/70-victimas-ciberacoso-son-chicas-hostigamiento-diario/1403914.shtml>
- El País. (27 de 04 de 2015). La campaña chilena para evitar el 'grooming', el acoso a menores por internet. El País Chile.

- Fernández, P. (08 de 04 de 2017). Grooming: una tendencia que va en aumento. Obtenido de Eterdigital : <http://eterdigital.com.ar/grooming-una-tendencia-que-va-en-aumento/>
- Hernández, R; Fernández, C; Baptista, M. (2016). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Gerza. (8 de 10 de 2012). Grupo de discusión. Obtenido de Gerza: https://www.gerza.com/tecnicas_grupo/todas_tecnicas/grupo_discusion.html
- Hernández, R. Metodología de la Investigación. Editorial McGraw-Hill. México, 1998
- Hootsuite. (18 de 01 de 2018). Hootsuite. Obtenido de <https://hootsuite.com/resources/digital-in-2018-americas>
- Infobae. (30 de 01 de 2019). Caso Micaela Ortega: primera condena en Argentina por un caso de grooming seguido de muerte. Infobae.
- iProfesional. (13 de 11 de 2017). iProfesional . Recuperado el 22 de 01 de 2019, de <https://www.iprofesional.com/tecnologia/258711-internet-redes-sociales-tecnolog%C3%AD%C2%ADa-Relanzan-una-campana-contrael-grooming-en-la-Argentina>
- Jimenez, P. (2017). El Acoso Sexual Previsto en el Art. 166 del COIP vulnera el derecho de intimidad y libertad sexual. Ambato, Latacunga, Ecuador.
- Maili Pörhölä, T. A. (s.f.).
- Maili Pörhölä, T. A. (2010). El Acoso: Contextos, Consecuencias y Control. (R. D. García, Trad.) UOC.
- Medina, F. (23 de 11 de 2017). Alumnos también sufren acoso en redes. El Comercio.
- Mendoza, M. Á. (16 de 02 de 2016). welivesecurity. (©. a. Middleton/Flickr, Productor) Recuperado el 13 de 12 de 2018, de Grooming, un riesgo para menores en Internet al que se debe prestar atención: <https://www.welivesecurity.com/la-es/2016/02/16/grooming-riesgo-menores-internet/>
- Metro. (17 de 10 de 2017). ¿Cuáles son las penas por delitos sexuales contra menores de edad en Ecuador? Recuperado el 20 de 01 de 2019, de

<https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/10/17/cuales-las-penas-delitos-sexuales-menores-edad-ecuador.html>

Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos. (s.f.). Código Orgánico Integral Penal. Quito, Ecuador.

Ministerio de Justicia, Derechos Humanos y Cultos Subsecretaría de Desarrollo Normativo. (2014). Código Orgánico Integral Penal (Vol. 1). Quito, Ecuador: Gráficas Ayerve C. A.

Morales, F. (16 de 10 de 2018). Acendo. Obtenido de Acendo: <https://blog.acendo.com/que-es-el-circulo-de-oro/>

Morán, J. (13 de 03 de 2018). La lucha contra el acoso sexual marcha sobre ruedas en Ecuador . El Telégrafo, I, pág. 1.

Quijano, G. (18 de 01 de 2015). Marketing y Finanzas . Obtenido de Marketing y Finanzas : <https://www.marketingyfinanzas.net/2015/01/el-circulo-de-oro-descubra-el-porque-siguen-a-los-lideres/>

Quinteros, W. M. (2015). DELITO DE GROOMING. ¿NECESIDAD DE TIPIFICACIÓN EN LA LEGISLACIÓN PENAL ECUATORIANA? Quito, Quito, Ecuador.

Rogers, L. N. (2007). Entrapping the Innocent: Toward a Theory of Child Sexual Predators' Luring Communication (Vol. XVII). Oxfordshire, Gran Bretaña.

Save the Children. (14 de 12 de 2016). Contra el Ciberacoso. Recuperado el 22 de 01 de 2019, de Save the Children: <https://www.savethechildren.mx/que-hacemos/incidencia-politica/ciberacoso-grooming>

Rovira, I. (18 de 01 de 2019). Los 7 tipos de acoso y sus características. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/social/tipos-de-acoso>

Sector, R. T. (13 de 09 de 2017). Movistar presenta la campaña "Love Story" contra el acoso infantil. Tercer Sector.

Telégrafo, E. (05 de 02 de 2017). SÉPTIMO DÍA El grooming amenaza a los menores que utilizan las redes sociales Esta noticia ha sido publicada originalmente por Diario EL TELÉGRAFO bajo la siguiente dirección: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/702/51/el-grooming-amenaza-a->

los-menores-que-utilizan-las-redes-sociales Si va a hacer uso de la misma, por favor, cite nuestra fuente y coloque un enlace hacia la nota original. www.eltelegrafo.com.ec. El Telégrafo.

Tentea, L. L. (2015). Educación para la salud para padres de familia evitar el coso sexual a través de las redes sociales en adolescentes con edades entre 12 y 16 AÑOS. "Grooming". Madrid, España.

UNICEF. (2012). La seguridad de los niños en línea. Florencia: Baishalee Nayak.

Unicef. (2014). Grooming: Guía práctica para adultos: Información y consejos para entender y prevenir el acoso a través de Internet. Mexico: Ministerio de Justicia y Derechos.

Unicef. (2017). Guía de sensibilización sobre convivencia digital. Buenos Aires: Dolores Giménez.

Varise, F. (30 de 09 de 2009). Es delito en varias partes del mundo. La Nación.

ANEXOS

Anexo 1:
Modelo de encuesta



Hola, soy estudiante de la Universidad de Las Américas y estoy realizando una investigación sobre el grooming o el acoso sexual en línea. La información recolectada será usada únicamente con fines académicos para la realización de mi trabajo de titulación. ¿Me podrías ayudar respondiendo las siguientes preguntas? Y recuerde no hay respuestas incorrectas.

Género

- Masculino
- Femenino
- Otro

Edad

- 10 a 12
- 13-15

¿Dónde vives?

- Norte
- Centro
- Sur
- Cumbaya
- Valle de los Chillos

1. Por favor completa ¿A qué edad comenzaste a usar celular? _____

Ese celular era:

- Propio
- De tus padres
- Otro _____

2. ¿Usas redes sociales?

Si ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

3. ¿Para que usas redes sociales?

- Conocer nuevas personas
- Hablar con amigos
- Hablar con familiares
- Ver memes
- Hacer más amigos
- Ser popular (Convertirse en influencer)
- Juegos
- Otro _____

4. ¿Cuál red social prefieres?

Facebook Instagram Youtube Whatsapp Tik-Tok

- 
- 
- 
- 
- 
- Otro _____

5. ¿Qué es para ti Instagram?

- Fotografía y videos
- Arte
- Contacto con famosos
- Otro _____

6. ¿Qué es para ti Facebook?



- Amigos
- Memes
- Noticias
- Contacto
- Conocer personas nuevas
- Otro _____

7. ¿Qué es para ti Youtube?



- Videos de Youtubers
- Tutoriales
- Herramienta para convertirme en influencer
- Otro _____

8. ¿Qué es para ti Whatsapp?



- Herramienta de comunicación
- Me deja publicar historias para que mis amigos vean
- Comunicación con familia
- Otro _____

9. ¿Quiénes son los amigos de tus redes sociales?

- Solo personas que conozco
- Familia
- Conocidos y desconocidos
- Más desconocidos
- Más conocidos
- Otro _____

10. ¿Cómo defines a un amigo?

- Alguien cercano
- Alguien que conozco
- Alguien con quien juego
- Alguien con quien converso
- Alguien que no conozco pero que es agradable
- Otro _____

11. ¿Cuáles son los beneficios que te dan las redes sociales?

- Conocer más personas
- Comunicación con familiares
- Juegos en línea
- Hacer deberes
- Hacer video llamadas
- Otro _____

12. ¿Tus padres saben que usas redes sociales?

Si ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

13. En la siguiente tabla marca como crees que sea el tipo de relación que tienes con tus padres.

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala

14. ¿Tus padres conocen que publicas y con quien conversas en tus redes sociales?

Si ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

15. ¿Tus padres forman parte de tus redes sociales?

Si ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

16. ¿Tus padres son tus amigos en Facebook?

Si ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

17. ¿Conoces que existen peligros en las redes sociales?

Si

No

Si tu respuesta es afirmativa ¿Cuales? ¿Por qué? _____

18. Para ti ¿cuáles son las amenazas de usar redes sociales?

Ciberacoso

Robo de información personal (perfil, fotos)

Acoso sexual

No hay peligro

Otro _____

19. ¿Qué tipo de información compartes en tus redes sociales?

Fotos

Videos

Memes

Noticias

Estados

Todos los anteriores

Otro _____

20. ¿Conoces qué es el grooming o acoso sexual en línea?

Si

No

21. En caso de conocer este tipo de acoso ¿cómo te enteraste?

22. Escribe con tus palabras ¿qué es el grooming o acoso sexual en línea?

23. ¿Has sufrido de grooming o acoso sexual en línea?

Si

No

En caso de que tu respuesta sea si ¿Cuál fue?

Fotos de contenido sexual

Coqueteo

Chantaje

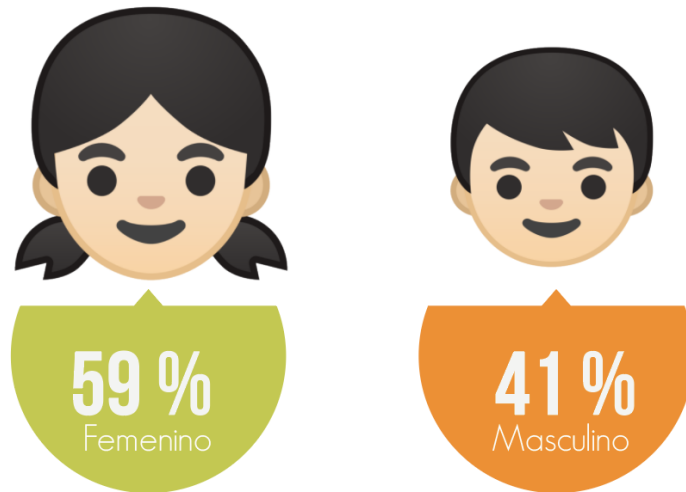
Otro

24. ¿Has hablado con tus padres en caso de haber pasado por alguna de estas situaciones?

Si ¿Por qué? _____

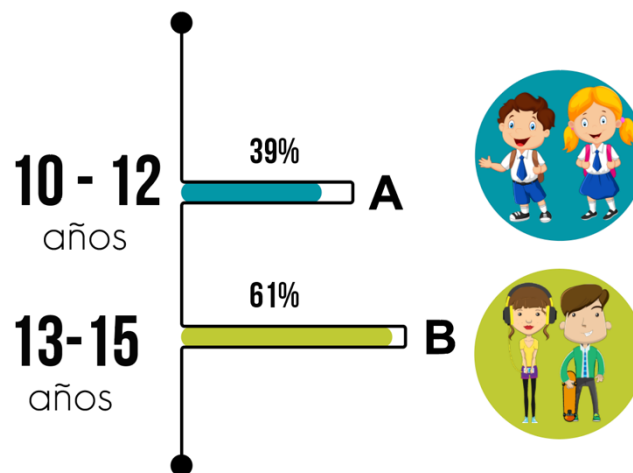
No ¿Por qué? _____

Anexo 2:
Género de personas encuestadas.



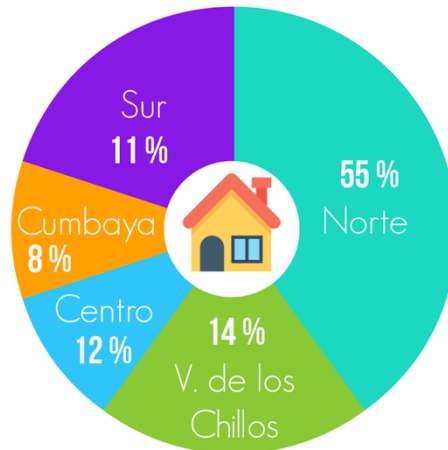
En el grupo objetivo de los encuestados existe un mayor porcentaje de personas del género femenino con un porcentaje del 59%, seguido de un 41% de población masculina. Se seleccionó este rango de edades ya que de 10 a 12 años se comprende que están al final de la infancia y en las edades de 13 a 15 es el inicio de la adolescencia.

Anexo 3:
Edad de personas encuestadas.



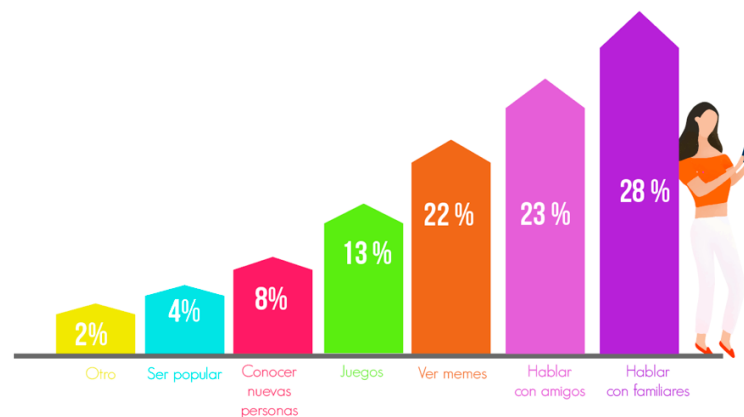
Por otro lado, el rango de edad que predomina en los encuestados son los niños, niñas y adolescentes de 13 a 15 años con un porcentaje del 61%. Al ser un problema a social se abarcaron todos los sectores de la ciudad.

Anexo 4:
Sector de residencia



El grupo poblacional seleccionado se encuentra en el Distrito Metropolitano de Quito, con una mayor concentración en el sector norte de la ciudad representando al 55% de los encuestados, el Valle de los Chillos le sigue con 14%. En los sectores del centro y el sur hay una variación de apenas un 1%. Finalmente, el 8% de los niños, niñas y adolescentes viven en el sector de Cumbaya.

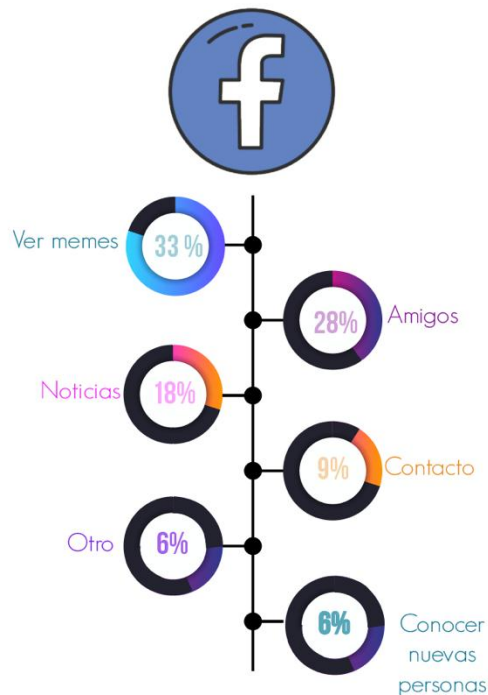
Anexo 5:
Niñas, niños y adolescentes que hacen uso de redes sociales.



Ahora bien, al analizar cada una de las redes sociales, aplicaciones y plataformas los resultados que se obtienen son los siguientes:

Anexo 6:

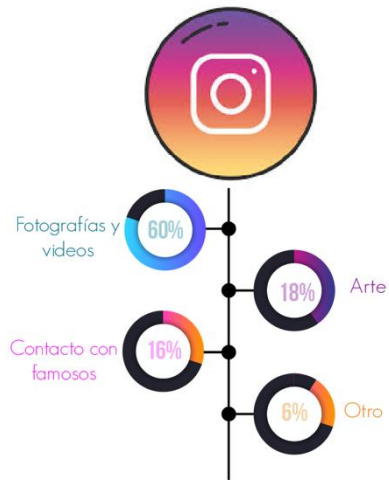
Gráfico sobre que es Facebook para los encuestados.



Con respecto a Facebook al 33% de los participantes de las encuestas consideran que es un espacio para disfrutar de memes, el 28% lo toma como una red social donde se encuentran amigos. Mientras que el 18% restante identifica a esta red social un lugar para recibir noticias. En relación a conocer nuevas personas el 6% menciona que lo usa para eso; entendiendo que Facebook no es el lugar donde los niños buscan amigos.

Anexo 7:

Gráfico sobre que es Instagram para los encuestados.



Se pudo determinar que para el 60% de niños, niñas y adolescentes identifican a Instagram como una red social para publicar fotografías y videos; además, el 18% lo encontró como un espacio de arte o un espacio para aproximarse a propuestas artísticas. Finalmente, el contacto con famosos es algo que cautiva al 16% de esta población.

Anexo 8:

Gráfico sobre que es YouTube para los encuestados.



De los datos que se presentaron sobre YouTube el 61% expresa ¹³que para ellos esta plataforma es para ver videos de sus *youtubers* favoritos. Mientras que para el 27% usan esta plataforma para ver ¹⁴tutoriales. Aquellos que mencionaron otro especificaron que buscaban explicaciones de clases que no comprendieron bien o reseñas de juegos.

Anexo 9:
Gráfico sobre que es *Whatsaap* para los encuestados.



Según los datos levantados en la investigación el 52% de los encuestados consideran que la aplicación de mensajería es una herramienta de comunicación. Por otro lado, el 32% de niños, niñas y adolescentes lo identifica como un instrumento para comunicación familiar, mientras que el 14% expresa que WhatsApp les permite publicar historias para que sus conocidos puedan verlas.

¹³ *Youtubers* es el nombre en inglés con el que se llama a las personas que graban y suben videos al portal de YouTube.

¹⁴ Tutoriales: son videos de explicación sobre algún tema

Anexo 10:

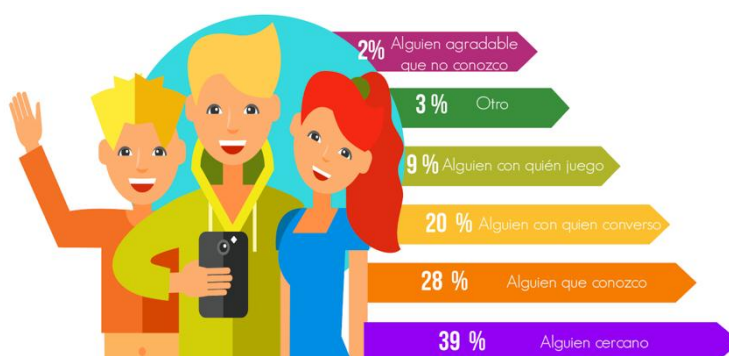
Gráfico sobre quiénes son los amigos que forman parte de las redes sociales de los encuestados.



En este gráfico se puede observar que los niños, niñas y adolescentes contestaron que el 35% tiene como amigos en sus redes sociales a su familia, por lo que se puede evidenciar que prefieren contar con personas conocidas. Por otro lado, según las encuestas hay un porcentaje muy bajo de apenas el 2% que menciona que tienen más desconocidos en sus perfiles.

Anexo 11:

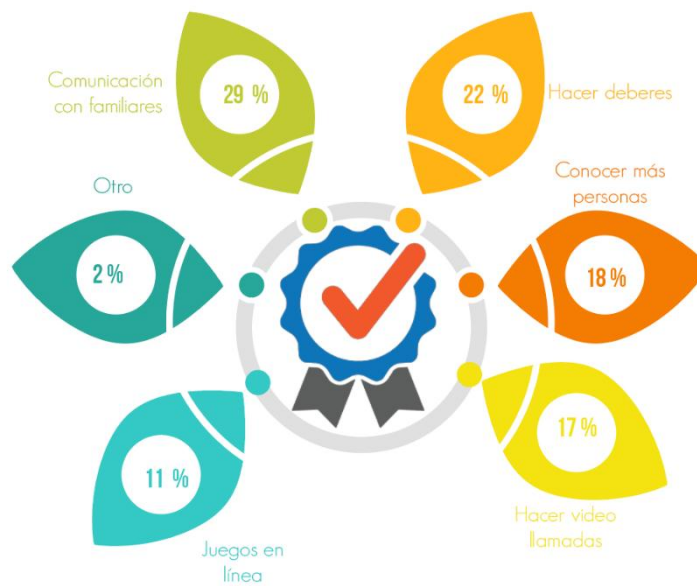
Gráfico sobre cuáles son las cualidades que pueden definir a un amigo.



Dentro de la investigación fue importante comprender cuál es la percepción que tienen niños, niñas y adolescentes sobre que es un amigo. Se descubrió que para el 39% un amigo es alguien cercano. Por otro lado, el 2% considera amigo a personas que son agradables, aunque no las conozcan físicamente.

Anexo 12:

Gráfico sobre cuáles son los beneficios que aportan las redes sociales.



Para los menores existen varios beneficios al hacer uso de redes sociales el 29% opina que la comunicación con la familia es el principal aporte que brindan, se determinó que el 22% lo ve como una herramienta para poder hacer deberes. El 18% se siente atraído a las redes sociales por que tienen la posibilidad de conocer más personas.

.

Anexo 13:
Información compartida en redes sociales.



La mayoría de los niños, niñas y adolescentes, respondieron que el 33% de esta población comparte en gran parte fotos, estados y memes. El 3% que marco la opción de otro específico que utilizan sus redes sociales para juegos en línea.

Anexo 14:
Modelo de encuesta

Entrevistas Psicólogos

- ¿Cómo se dan los fenómenos de acoso en línea?
- ¿Cuál es la edad recomendada para que los niños accedan a redes sociales?
- ¿Cómo se puede educar a los menores para un uso responsable de redes sociales?
- ¿Usted conoce sobre las nuevas formas de acoso en línea o grooming?
- ¿Cómo cree que se da este fenómeno?
- ¿Por qué los niños buscan refugiarse en personas externas en lugar de hablar con personas cercanas a ellas?
- ¿Qué hace que un niño converse con desconocidos?
- ¿Conoce cuáles son los peligros a los que se exponen los niños al estar en redes sociales?
- ¿Cómo se ayuda a un menor en el caso de que haya sufrido algún tipo de acoso en medios digitales?
- ¿Cuál es el rol que cumplen los padres?
- ¿Sabía usted que la Dinapen es la encargada del seguimiento de los casos de acoso?
- ¿Qué deberían hacer los padres frente a la exposición en redes sociales?
- ¿Cómo considera usted que deberían ser las campañas de la Dinapen para prevenir este tipo de cuestiones?

Entrevistas a padres

- ¿Qué piensa usted de las redes sociales y los niños?
Es un conflicto porque los niños no saben distinguir lo que es bueno o malo.
- ¿Usted alguna vez ha creado algún perfil para sus hijos en redes sociales si lo ha hecho por qué?
No nunca lo he creado, la
- ¿Con respecto a las redes sociales que es lo que usted les dice a sus hijos?
Siempre que cuiden los datos
- ¿Cómo controla el uso de las redes sociales de sus hijos?
Se controlaba por medio de los horarios,
- ¿Qué piensa usted con respecto a que en Quito se han registrado casos de adultos que se hacen pasar por menores para acosar a los niños?

Es terrible y es algo que no se puede evitar

- ¿Ha tomado alguna medida con esto?
- Siempre las indicaciones de no creer en personas que te den regalos
- ¿Conoce cuales son los peligros a los que se exponen los niños al estar en redes sociales?
- A
- ¿En su opinión cual es la forma más adecuada en la que un adulto deberían actuar ante esta problemática?
- Realmente depende
- ¿Usted que les recomendaría a otros padres para que puedan hablar con sus hijos frente al uso de celulares y el acoso en línea?
 - En su opinión ¿Qué rol cumplen las redes sociales en la vida de sus hijos?
 - ¿Sabía que hay una división de la Policía que se encarga de este tipo de acoso en línea?

Entrevistas a pedagogos

- ¿Cómo se debería educar a los niños en el tema de redes sociales?
- ¿Usted conoce sobre las nuevas formas de acoso en línea o grooming?
- ¿La unidad educativa permite el uso libre de dispositivos móviles?
- ¿En qué momento se puede hacer uso de los dispositivos móviles y con qué fin?
- ¿Realizan algún trabajo con los padres para educar a los menores sobre un uso adecuado de redes sociales?
- ¿Cuáles son las pistas de un alumno que ha sufrido algún tipo de acoso?
- ¿Se ha denunciado algún caso de acoso en línea?
- Sabía usted que la Dinapen es la encargada del seguimiento de los casos de acoso
- ¿Cómo trabajan con la Dinapen?

Anexo 15:
Respuestas de entrevistas a los Psicólogos

Al hablar del acoso en línea los psicólogos encuestados concuerdan que estos casos se presentan generalmente cuando las personas hacen uso inadecuado de las redes sociales. Por otro lado, existen diferentes formas de afectación que inquietan de mayor forma a los menores como, por ejemplo, la divulgación de información, recibir amenazas, textos despectivos, denigrantes o de carácter sexual. Estos actos pueden ser efectuados por una persona o incluso grupo de personas, por este motivo los niños, niñas y adolescentes deben contar con alguien para poder sobre llevar estas situaciones.

Hay situaciones en el que hay personas que vulneran los derechos, generalmente esto es un proceso de intimidación, hasta llegar al punto que la víctima estalla en una situación de riesgo físico o psicológico (Silvana Gonzáles, comunicación personal, 2019).

Por lo que se expuso anteriormente, es importante conocer que en la actualidad hay varios doctores que aún no definen cual debería ser la edad adecuada para que un menor acceda a las redes sociales. Ya que las recientes generaciones crecen en un mundo tan tecnológico al cual no se puede dejar de lado porque no es natural. Según las palabras de varios de los entrevistados mientras el ingreso de los menores a las redes sociales sea más tardío, habrá más posibilidades de que tengan un criterio mucho más formado, por ende, existe un carácter un poco más responsable.

Para educar a los niños, niñas y adolescentes primero es importante entender cómo funcionan las redes, cuál es su objetivo al ser usadas e identificar las opciones de seguridad que existen. Además, es importante Informar sobre los riesgos que pueden existir al usar las redes sociales (Thairi Salvador, comunicación personal, 2019).

Por otro lado, el rol de padres es un papel protagónico con los hijos esto se refiere a asumir la responsabilidad de ser padres y no delegar a la escuela que se encargue de la educación. Los progenitores deben poner límites, reglas, y consecuencias frente a las redes sociales o incluso hacer tratos donde ellos puedan controlar o conocer que están haciendo o en que invierten su tiempo. Pero sobre todo lo más importante es no negarles el acceso, lo prohibido siempre será llamativo y más en la época de descubrimiento.

Los menores hablan con personas externas por los sentimientos de vergüenza y temor, falta de confianza en sus padres y porque creen que es normal este tipo de situaciones.

Hablar con desconocidos se da por la ingenuidad, la cordialidad propia de su edad, la curiosidad, etc (Lisete Endara, comunicación personal, 2019).

Anexo 16:
Respuestas de entrevistas a los Pedagogos

La opinión general de los pedagogos hace énfasis en la importancia de informar a los niños, niñas y adolescentes para que ellos conozcan y no se sorprendan con peligros que son evidentes con más frecuencia en las redes sociales. Además, el trabajo no puede ser únicamente en el colegio o las escuelas, sino que los padres deben tomar cartas en el asunto y explicarles a que se exponen, hacer un control de lo que sus hijos hacen en sus perfiles y fijando horarios y reglas de uso. El motivo de esto es que los padres son el primer pilar fundamental que proporciona valores los cuales sus hijos transmitirán en la vida real y de igual forma dentro de sus redes sociales.

En la institución se trabaja con el departamento de psicológica para organizar campañas de prevención el principal objetivo es hablar con los chicos y darles a conocer que hay peligros en las redes sociales y se les envía comunicados a los padres para que eviten el mal uso de la tecnología. Es importante recalcar que los papás son los encargados de brindar apoyo a sus hijos, pero debe haber un equilibrio donde ellos puedan guiar por el mejor camino a sus descendencias (Martha Ordóñez, comunicación personal, 2019).

Si bien es cierto, los pedagogos mencionan que los dispositivos móviles representan una distracción en edades desde los 6 hasta aproximadamente los 15, por esta razón en todos los planteles con los que se pudo conversar, afirman que se prohíbe su uso en horas clases. Además, se menciona constantemente que el uso de celulares es mucho más consiente cuando hay madures y un criterio un poco más formado.

En el colegio se prohíbe el uso de celulares durante la hora de clase, pese a esto los estudiantes los traen. En el caso de los estudiantes del bachillerato sus maestros intentan hacer más

didácticas las clases así que hay veces que se pueden usar para trabajar en línea. Cuando los estudiantes usan el dispositivo para distraerse su celular es confiscado y entregado a sus padres (Raquel Quishpe, comunicación personal, 2019).

Los encargados de realizar trabajos con los padres son los departamentos de psicología de cada plantel educativo por lo que el principal fin es poder generar conciencia de todos los peligros con los que sus hijos pueden toparse en las redes sociales y porque el trabajo para prevenir debe ser tanto en el hogar como en el lugar de estudio. Es importante saber detectar las señales de alerta que presentan los menores, por lo general un niño que ha sufrido de acoso presentan trastornos psicológicos que no se evidencian físicamente, suelen volverse más retraídos y en el caso de señales físicas podemos hablar de problemas como flagelarse a sí mismos.

Los entrevistados son pedagogos que trabajan en escuelas y colegios, por esta razón todos tienen conocimiento sobre el trabajo que realiza la Dinapen organismo encargado de velar por la protección de los niños, niñas y adolescentes. De igual forma, los pedagogos mencionan que este departamento de la Policía se encarga de dar seguimiento a los casos de acoso; quienes trabajan directamente con el departamento de psicología. En primera instancia la unidad educativa es la entidad responsable de dar seguimiento a los casos que se puedan presentar, realizan un informe y dependiendo del caso con el alumno y sus padres y se procede a decidir cuáles son las medidas por tomar, es decir si se amerita o no la intervención de la Dinapen. Los colegios recalcan que en casos especiales la Dinapen acude al plantel educativo si se los llama, ya que ellos no pueden ir sin permiso o solicitud de las escuelas.

Por otro lado, los tipos de acoso que se identifican mayoritariamente en los colegios son el *buylling* y el *cyberbullying*, por ende, son los que más se tratan de combatir y prevenir. Al ser pedagogos y en algunos casos profesores ellos

deben estar dando un seguimiento constante a las nuevas tecnologías y los problemas que se pueden presentar en ellas, algunos de los expertos conocen sobre los problemas de suplantamiento de identidad que se pueden presentar o inclusive casos donde los niños, niñas y adolescentes reciben mensajes con contenido sexual.

En el colegio se han visto algunos casos de acoso, los niños se insultan o hieren sus sentimientos por tener una apariencia diferente. No se conoce sobre casos de acoso sexual en línea (Mercy Espinoza, comunicación personal, 2019).

Anexo 17:
Respuestas de entrevistas a los Padres

Los padres comprenden que las redes sociales son parte de la vida actual de toda la sociedad, pero como toda tecnología debe haber un uso y no un abuso por lo que es importante conversar con ellos sobre el uso de las mismas, la forma de hablar debe ser directa, frontal indicando los beneficios, como por ejemplo, pueden ser una ayuda para hacer deberes, o realizar consultas e incluso para comunicarse con amigos y familia por otro lado, están sus desventajas ya que al ser menores no saben distinguir entre lo que es bueno y es malo y tampoco tienen cuidado en publicar sus datos personales, sus cosas diarias y por eso es un peligro.

Las redes sociales desde mi óptica son una puerta abierta, es decir es tu decisión dejar entrar a conocidos o desconocidos, en el caso de los menores debe haber un control; no quiero parecer anticuado y estigmatizar los avances tecnológicos en materia comunicacional, estos sirven en muchos casos para acercar personas y familiares disgregados, pero en otros casos se usan para inmiscuirse o permitirlo, en la vida privada de las personas cuando no se tiene control de las redes. Los gobiernos los usan entre otras cosas como una manera de tener control sobre la población. Todo esto hablando de personas adultas, ahora imagínate si las redes sociales pueden volver vulnerable a un adulto un niño quien está mucho más expuesto a problemas graves. La respuesta está implícita en la misma pregunta. Así que en mi caso particular no considero adecuado que los niños hablando de pre-adolescentes sobre todo manejen redes sociales, porque es muy difícil de controlar lo que puede entrar por ellas. Y eso del control de los padres es una utopía, podrás estar presente en el 99% del tiempo de navegación de tus hijos, pero basta ese 1% restante para que se produzca un incidente que podría traer

desafortunadas consecuencias (Eduardo Córdova, comunicación personal, 2019).

Las recomendaciones más constantes que dan los padres a sus hijos son que las usen con precaución y que si tienen un problema deben acudir a sus padres en busca de ayuda, de la misma forma, algo que o puede pasar por alto es que no acepten a desconocidos y en el caso de que vean que hay compañeros que se burlan de otros en redes sociales avisen, pero no participen de las burlas. Por otro lado, los padres insisten que es importante que al usar redes sociales si implanten reglas, límites y en el caso de niños más pequeños horarios para que no haya un uso inadecuado.

Aún no debo controlarlos porque no usan redes, son muy pequeños aún, pero en caso de que lo hiciera debería hacer algunas reglas y explicarles los peligros que hay en las redes sociales.

Pienso que la falta de supervisión de los padres y libre acceso al internet, ha permitido que malas personas, utilicen de manera ilícita la redes y abusen de sus pocas seguridades para mentir y engañar (Víctor León, comunicación personal, 2019).

Se puede inferir, que según los entrevistados existen varios tipos de acosos que preocupan a los padres de familia como, por ejemplo, amenazas como raptos, violaciones, engaños, robos de perfiles, mensajes con connotaciones sexuales, entre otros. Para los padres la mejor forma de prevenir a sus hijos ante estos peligros es hablar con los hijos y darles la confianza para que ellos te cuenten las cosas que les sucedan, explicarles que estas situaciones le pueden pasar a cualquiera y que deben cuidarse.

De igual manera, una de las recomendaciones más constantes y en la que coincidieron todos los padres entrevistados es que no se prohíba el uso de

redes sociales a los hijos, que simplemente la mejor solución es que los sepan guiar y en caso de no saber dejar que sus hijos les enseñen, ya que este tipo de acercamiento con los menores les muestra que hay interés y apoyo por parte de sus progenitores.

La mejor forma de actuar va a depender de la edad de los niños ya que mientras más grandes tienden a ir tomando sus propias decisiones sin negarles o prohibirles el uso de las redes sociales. Mi recomendación para otros padres es que se muestre como amigos de sus hijos ya que imponerles las cosas no es una buena opción (Ana López, comunicación personal, 2019).

Anexo 18:
Página web de la Dinapen.

MINISTERIO DEL INTERIOR

POLICÍA NACIONAL DEL ECUADOR

Inicio Institución Transparencia Programas / Servicios Comunicamos Noticias Provincias Biblioteca Enlaces Contacto

Policia Nacional del Ecuador > La Institución > Director DINAPEN

Director DINAPEN

- Inicio
- ¿Quiénes Somos?
- Director
- Estructural Orgánica
- Manuales y Protocolos
- Funciones
- Objetivos
- Servicios
- Unidades
- Contactos
- Página web
- Directorio
- Regresar

Anexo 19:
Tarifario (AEAP)



TARIFARIO OFICIAL DE LA CREATIVIDAD

(SET 21 / 05)

VALOR DE LA CREATIVIDAD = ESTUDIO DE CAMPAÑA + DISEÑO DE PIEZAS + DERECHOS INTELECTUALES

ESTUDIO DE CAMPAÑA *			
Grande	\$ 10.000	Mediana	\$ 5.000
		Pequeña	\$ 2.500

* COSTO REFERENCIAL

DISEÑO DE PIEZAS

PRENSA - ESTANDAR O TABLOIDE	COSTO DISEÑO
Doble página	738
Una página	738
Roba página grande	738
Media página o menor	738
Roba página pequeño	738
Cuarto de página o pie	413
Medio o mínimo	74
Arte lineográfico o mortuorio	74
Adaptación de artes 30%	
REVISTAS	
Doble página	738
Una página	738
Media página	738
Tercio de página	738
Adaptación de artes 30%	
LOGOTIPOS	
Industrias, Empresas o Bancos	448
Negocios pequeños o medianos	268
Rediseño de logotipo	268
Logo conmemorativo	268
Retoque de Logo (por hora)	40
Logotipo para eventos o campeonatos	268
Coja de color de logo	n.d.
PAPELERIA	
Diseño de papelería	208
Diseño papelería (carta, sobre, tarjeta)	415
Adaptación Tarjeta presentación	30
Diseño de carpeta (simple)	104
Diseño de carpeta (compleja)	178
MATERIAL P.O.P / DISEÑO GRAFICO	
Afiche/Calendario panel	328
Calendario (por página)	60
Hablaador/Display	148
Colante/Banderín	148
Exhibidor/Dispensador	208
Pancarta/Pasecalle	104
Pendón/Banner/Guano/grafia	104
Diploma/Certificado/Placa	148
Rompe tráfico	104
Punta de Góndola	208
Sticker/Escampeta/Cupón/Capuchón	74
Anfora	104
Respaldo para camiones	104
Folleto o catálogo pequeño (por página)	148
Folleto o catálogo grande (por página)	178
Hoja volante	148
Diadico	265
Trípode	295
Inducción	295
Portales od	194
Papel de regalo	104
Tarjeta Aniversario o Navidad	208
Tarjeta plástica (crédito, débito, identificación, etc.)	208
Camisetas/jomo/uniforme, etc	134
Isoskote	208
Stand para feria	415
Artículos promocionales por Evento	134
Escenarios o backings	208
Personaje / Mascota	530
Inflable	134
Señalética de interiores	300

ETIQUETAS Y EMPAQUES	COSTO DISEÑO
Etiqueta (unidad)	623
Dummy etiqueta (unidad)	104
Adaptación Etiqueta (unidad)	180
Diseño o Rediseño de Empaque / Multipack	710
Empaque promocional	355
Adaptación de empaque	355
Dummy Empaque (unidad)	208
Collarin (por página) / Capuchón	148
ILUSTRACIONES Y RETOQUES FOTOGRAFICOS	
Víñeta	40
Ilustración Simple Color	120
Ilustración compleja color	300
Retoque de fotografía (por hora)	40
CREATIVIDAD AUDIOVISUAL	
Guión TV / Documental (incluye Concept Board)	2342
Montaje de PowerPoint del Cliente (por slide)	10
Guión Jingle	876
Storyboard (por cuadro)	20
VIA PUBLICA	
Valla/letrero/panel/subposte/paradero de bus	530

COPIAS	CON CASSETTE / CD
Retacem a Retacem	50
Retacem a vhs	15
Cuña o jingle (CD)	15

PRODUCCIÓN FOTOGRAFICA
Los costos por producción Fotográfica y Fotografías de stock, se cobrarán de acuerdo al proveedor más el 20% de comisión de agencia.

NOTAS ESPECIALES

- 1) TRABAJOS ENTREGADOS, APROBADOS Y NO UTILIZADOS SE COBRARÁN AL 100%.
- 2) TRABAJOS QUE DEBAN REPETIRSE POR REPLANTAMIENTO DE CONCEPTO POR PARTE DEL CLIENTE, SE RECARGARÁ UN 50% POR CADA REPLANTEO.
- 3) LOS COSTOS DE PRODUCCION DE CUÑAS, JINGLES, COMERCIALES Y DOCUMENTALES, SE COBRARÁ SEGUN LA COTIZACION APROBADA DE LA PRODUCTORA MAS EL 20% DE COMISION DE AGENCIA.

* ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN I.V.A.

COSTO DE SOLO ARTES FINALES DE MEDIOS COMISIONABLES
AL 30% DEL COSTO DE SU DISEÑO EN PRENSA, REVISTA Y VIA PUBLICA. DEMAS RUBROS DE DISEÑO AL 100%.

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL 15% de su pauta en todos los medios comisionables *

* Incluye la comisión por el manejo de medios.

