

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Campaña de Comunicación: #TusRedesTusReglas
"Por un espacio virtual seguro"**

**Kruzcaya Karelys Vaca Morales
Andrea Carolina Villamar Merino**

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de:
Licenciadas en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 21 de Mayo de 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Campaña de Comunicación: #TusRedesTusReglas
“Por un espacio virtual seguro”**

**Kruzcaya Karelys Vaca Morales
Andrea Carolina Villamar Merino**

María José Enríquez, Phd en Comunicación

Quito, 21 de Mayo de 2021

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Kruzcaya Karelys Vaca Morales

Código: 201115

Cédula de identidad: 1726579079

Lugar y fecha: Quito, 21 de Mayo de 2021

Nombres y apellidos: Andrea Carolina Villamar Merino

Código: 201191

Cédula de identidad: 1723356133

Lugar y fecha: Quito, 21 de Mayo de 2021

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

AGRADECIMIENTOS

Esta fue una travesía, un viaje lleno de retos, esfuerzo, dedicación, largas noches soñando despierta y siendo muy feliz con el proceso. Hoy entiendo que los sueños si se cumplen. Pero en realidad no habrían sido posibles sin la incondicionalidad de mis padres, mi Crucita y Fer, no se imaginan cómo valoro su esfuerzo por verme crecer haciendo lo que amo y por siempre luchar por darme lo mejor a pesar de las adversidades. A mi segunda mamá, mi tía Tati por creer en mi y apoyarme siempre. A mis ñaños, Shey y Jhoan porque con sus locuras alegraban mis días y me hacían sentir que era muy capaz de lograrlo. Al amor de mi vida, Nico gracias de verdad por la paciencia, el cariño y el amor con el que siempre supiste ayudarme, por conocerme tanto y ser el único que podía calmar mi estrés. A mi amiga y colega Andre por ser la mejor compinche que pude conocer en la U, estoy segura de que lograremos muchas cosas juntas. Y por último, un agradecimiento muy especial a Majo Enríquez porque más que una maestra se convirtió en una amiga incondicional en este viaje profesional, gracias por tu excelente tutoría.

-Karelys Vaca

Estoy muy agradecida por esta etapa que culmina y la nueva que empieza. Sé que todos mis logros no hubieran sido posibles primeramente sin Dios, quien siempre me dio las fuerzas para salir adelante. Igual agradezco a toda mi familia, mi papi, mi mami, mi ñaño, tíos, primas, abuelitos, quienes fueron un pilar muy importante en mi crecimiento y uno de mis más grandes motores. A mis amigos que siempre estuvieron pendientes de mi proceso, felicitando mis logros y acompañándome en cada paso que di. A mi amiga Kare, por ser la mejor compañera de universidad, de tesis y de vida que la USFQ me regaló. Y por último, a cada uno de los profes que hicieron esto posible. Iniciando con Majo Enríquez, que sin su tutoría y apoyo no hubiéramos podido culminar esta etapa. Igual a Gus Cusot, Fer Paredes, Gaby Falconí, Mauge Molina, Paolo Muñoz, Xime Ferro y cada uno de los demás profes que junto con su paciencia y cariño, me enseñaron a amar la comunicación y cada rama de ella. ¡Mil gracias!

-Andrea Villamar

RESUMEN

La pérdida de privacidad en las redes sociales se ha convertido en un problema social a nivel mundial, especialmente en las nuevas generaciones, causando grandes consecuencias a nivel físico, emocional y psicológico como: la implantación de identidad, el robo de información, *cyberbullying*, difamación, *grooming* o acoso sexual, abuso sexual, emocional o físico, secuestros, asesinatos y suicidios. Esto se debe a que en la actualidad no se han implementado estrategias de prevención adecuadas sobre el cuidado en red y la protección de identidad, pues los avances tecnológicos están en constante transformación y han cambiado por completo la concepción de la comunicación y la manera de relacionarse como individuos en la sociedad. Dentro de estos avances se encuentra la influencia de la internet como un arma de doble filo, ya que puede traer varios beneficios, pero a la vez muchos riesgos. Por ello, en la presente investigación bibliográfica se pretende reconocer todos estos aspectos y distinguir a la comunicación como una herramienta fundamental para informar y educar sobre el correcto uso de las plataformas digitales y de esa manera precautelar la seguridad de sus usuarios.

Palabras clave: privacidad, internet, transformación, riesgos, beneficios, comunicación

ABSTRACT

The privacy loss in social networks has become a global social problem, especially in new generations, causing great consequences at physical, emotional and psychological level such as: identity implantation, information theft, cyberbullying, defamation, grooming or sexual harassment, sexual, emotional or physical abuse, kidnapping, murder and suicide. This is due to the fact that at present adequate prevention strategies have not been implemented regarding network care and identity protection, since technological advances are in constant transformation and have completely changed the conception of communication and the way of relating as individuals in society. Among these advances is the influence of the internet as a double-edged sword, since it can bring several benefits, but at the same time many risks. Therefore, in the present bibliographic research it is intended to recognize all these aspects and distinguish communication as a fundamental tool to inform and educate on the correct use of digital platforms and thus protect the security of its users.

Palabras clave: privacy, internet, transformation, risks, benefits, communication

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	12
1. Capítulo I: Nueva Cultura en Red y “Los Nativos Digitales”	15
1.1 Nueva Cultura en red y socialización.....	15
1.2 Consecuencias Positivas y Negativas del Nativo Digital	19
1.3 Lo positivo de esta nueva cultura para el Nativo Digital	20
1.4 Lo negativo de esta nueva cultura para el Nativo Digital.....	22
2. Capítulo II: Tendencia “Social Media”: Plataformas que revolucionaron la comunicación	26
2.1 Plataformas más utilizadas y relevantes para los jóvenes	26
2.1.1 Facebook.....	27
2.1.2 Youtube: Broadcast Yourself.....	28
2.1.3 Whatsapp.....	29
2.1.4 Instagram.....	30
2.1.5 Tik Tok.....	31
2.1.6 Tinder.....	32
2.2 Privacidad de la cultura en red.....	32
2.3 Ventajas y Desventajas de las plataformas	37
2.4 Casos de pérdida de privacidad en estas plataformas	44
2.4.1 Pérdida de privacidad en Facebook.....	45
2.4.2 Pérdida de privacidad en Instagram.....	45
2.4.3 Pérdida de privacidad en Whatsapp.....	46
2.4.4 Pérdida de privacidad en TikTok.....	47
2.4.5 Pérdida de privacidad en Tinder.....	48
3. Capítulo III: Comunicación, Digitalización y Privacidad.....	51
3.1 La comunicación como la base de todo	51

3.2 Los avances en comunicación: Una mirada al mundo digital.....	54
3.3 La comunicación como un agente de cambio	56
3.3.1 Alternativas de cuidado	57
4. Capítulo IV: Campaña de Comunicación.....	64
4.1 Presentación de campaña y contexto.....	64
4.1.1 Antecedentes de la internet y la pérdida de privacidad.....	64
4.1.2 Fundamentos Teóricos de la comunicación y ODS.....	65
4.1.3 Definición del problema.....	66
4.1.4 Causa Social.....	66
4.1.5 Investigación Previa.....	67
4.2 Concepto de Campaña.....	68
4.2.1 Nombre de Campaña.....	68
4.2.2 Logotipo e identidad visual.....	68
4.2.3 Público objetivo.....	70
4.3 Planificación de la Campaña.....	70
4.3.1 Objetivos.....	70
4.3.2 Estrategias y ejes de campaña.....	70
4.3.3 Tácticas.....	70
4.3.3.1 Manejo de Instagram.....	71
4.3.3.2 Aliados estratégicos.....	72
4.3.3.3 Gestión de medios de comunicación y relaciones públicas.....	73
4.3.4 Matriz de objetivos.....	73
4.4 Ejecución de la Campaña.....	76
4.5 Resultados e Impactos.....	81
Conclusiones	87
Referencias Bibliográficas.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ventajas y Desventajas de Facebook.....	38
Tabla 2: Ventajas y Desventajas de Instagram	40
Tabla 3: Ventajas y Desventajas de Whatsapp	41
Tabla 4: Ventajas y Desventajas de Youtube.....	42
Tabla 5: Ventajas y Desventajas de Tik Tok	43
Tabla 6: Ventajas y Desventajas de Tinder.....	44
Tabla 7: Matriz de Objetivos "Tus Redes Tus Reglas".....	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Número de permisos que concede el usuario en cada red social	34
Figura 2: Permisos que concede el usuario	35
Figura 3: Logo de Campaña.....	69
Figura 4: Colores de campaña.....	69
Figura 5: Tipografía de Campaña.....	69
Figura 6: Cronograma de post en Instagram.....	71
Figura 7: Post testimonios.....	76
Figura 8: Post tips.....	77
Figura 9: Invitación “Learn & Chill”	77
Figura 10: Historia de Trivias semanales.....	78
Figura 11: Historia de aclaración de respuestas a la trivía.....	78
Figura 12: Historia de medios de comunicación.....	79
Figura 13: En vivos con expertos “Learn & Chill”	79
Figura 14: Reels.....	80
Figura 15: Feed Completo.....	80
Figura 16: Estadísticas Generales.....	81
Figura 17: Estadísticas Público Objetivo.....	82
Figura 18: Interacciones.....	83
Figura 19: Espectadores en vivo “Learn & Chill”	84

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, cada una de las generaciones de la humanidad se ha desarrollado en distintos ámbitos o contextos que han afectado su desenvolvimiento en el mundo como seres sociales. Actualmente, existe un factor predominante en las nuevas generaciones según varios autores dedicados al estudio de la “era digital”, quienes aseguran que han nacido inmersos en un mundo totalmente virtual teniendo acceso a varias tecnologías de las cuales se han aprovechado todas las posibilidades de comunicación y socialización.

Dentro de esta sociedad de información se encuentran las redes sociales que han tomado la posta y el control de las vidas de la mayoría de jóvenes y a pesar de que han sido empleadas con el objetivo de “interactuar” cabe destacar que no están exentas de peligros. Por lo tanto, la presente investigación busca analizar la falta de privacidad en redes sociales, sus consecuencias y posibles soluciones, tomando en cuenta que la privacidad de los usuarios se ha visto tan expuesta, que la intimidad personal se ha convertido en un ente casi inexistente por la falta de conciencia y sensibilización acerca de los conflictos que pueden suscitar a partir de la exposición de datos personales. Esto puede perjudicar principalmente a los usuarios más jóvenes, pues al ser “nativos digitales”, como se los cataloga en varios estudios, no entienden sobre los riesgos físicos, psicológicos y sociales a los que están expuestos.

De igual manera, la facilidad de conexión de estas redes lleva a muchos jóvenes a relacionarse con cualquier persona en el mundo virtual, sin tomar consciencia del uso indebido que las mismas pueden hacer con sus datos personales, fotografías y mensajes, ya que a pesar de que las redes sociales tienen políticas de privacidad, estas son ignoradas por los usuarios. Este es el principal inconveniente, ya que, para los adolescentes, la internet es un mundo “anónimo”, en el que lo que se comparte, dice o publica no tendrá efectos en una realidad física, sino que los invita a vivir en una especie de esfera social fantástica

inexistente como lo aseguran investigadores. Debido a esta inconciencia, se empiezan a desarrollar conflictos que requieren mucha atención, como lo es el cyberbullying, acosos, falsificación de identidad, abusos verbales, emocionales y físicos, pérdida total de la privacidad, entre otros. Y lamentablemente, muchas de estas consecuencias, llevarán tarde o temprano a otras mayores repercusiones, las cuales, previniéndolas de manera asertiva, se podrían erradicar a tiempo.

Por ello esta investigación es relevante en el ámbito social, ya que la misma busca el bienestar de los jóvenes dentro de este mundo de las redes sociales, a través de la concientización de las consecuencias de la falta de privacidad y del aporte de herramientas efectivas para cuidar de la misma. Siendo así, que esta investigación aporta al ODS #1 el cual busca “garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades” (UNDP, 2012) Este bienestar se verá reflejado claramente en la erradicación de las consecuencias de la falta de privacidad gracias al conocimiento que los jóvenes y nuevos nativos digitales tendrán sobre el mismo a través de esta investigación.

Finalmente, para el gremio de comunicadores es relevante tratar este tema debido a que en la actualidad la transmisión de información y las fuentes principales de comunicación son digitales, y por ello, es necesario generar conciencia desde los más jóvenes para así construir y transmitir información responsable, fidedigna y sobre todo veraz. Además, es importante que, a través de esta concientización, se pueda generar un espacio para que toda esta nueva generación cibernética aprenda a cuidarse y a cuidar lo que comparte en este mundo virtual, para que, de esta forma, las consecuencias por la falta de privacidad disminuyan.

Este documento empezará analizando la transformación del mundo digital y los beneficios y riesgos que esto conlleva. Posteriormente se presentarán las plataformas más utilizadas con sus respectivas ventajas y desventajas, así como testimonios de pérdida de

privacidad de sus usuarios. Finalmente se presentará a la comunicación como parte fundamental del cuidado de privacidad en redes y se demostrará cómo la misma es un agente de cambio.

CAPÍTULO I

LA NUEVA CULTURA EN RED Y LOS “NATIVOS DIGITALES”

1.1 Nueva cultura en red y socialización

A lo largo de la historia, se han desarrollado varios hitos importantes que han marcado inevitablemente el progreso de los seres humanos como entes sociales, y si existe un tema recurrente y demandante en la actualidad, es sin lugar a duda, la capacidad que tuvo la internet para cambiar la vida de las personas de una manera radical. Pues ha marcado una transformación total en la concepción de la cultura de comunicación y socialización. Hoy en día se vive en un mundo en el que impera “la cultura tecnocientífica, los avances tecnológicos que cada vez más, transforman nuestras concepciones sobre nuestros cuerpos (*cyborgs*), nuestras comunidades (virtuales), nuestras formas de sociabilidad (copresencia electrónica), y obligan a incluir nuevas problemáticas en las agendas políticas” (Ribeiro, 2002, p.2).

Tomando en cuenta la opinión de Ribeiro, cabe destacar que en la actualidad se vive en constante transformación y mutación debido a los avances tecnológicos inmediatos que han cambiado por completo la concepción de la comunicación y la manera de relacionarse como individuos en la sociedad. Estos cambios han generado una nueva cultura que se pueden evidenciar claramente mediante una comparación.

A inicios del siglo XX, la comunicación era unidireccional y elitista, esto quiere decir que la audiencia reaccionaba de acuerdo al orden de los medios, en donde predominaba la teoría denominada “aguja hipodérmica” planteada por Laswell (cit. en Tobar, 2013, p.14). Ésta presenta a la audiencia únicamente como receptora y se asume automáticamente que no existe el concepto de “individuo” sino más bien de una “masa” que no permite generar

opiniones o “*feedback*” sobre la información o aprendizaje recibido, pues como menciona Díaz (2012) esta teoría “marca las pautas en cada uno de los individuos sobre cómo tienen que actuar y ser, sin que exista una amplitud de bagaje que les permita hacer una selección y optimización de la información recibida” (p.28).

Tiempo después, la idea de la comunicación “unilateral” se rompe con uno de los momentos que han transformado al mundo socialmente y es el fenómeno de la Web 2.0 que dio un giro total a la cultura de comunicación, justamente porque propone una participación de la audiencia. Alrededor de este concepto se integra: “software social, arquitectura de la participación, contenidos generados por el usuario, *rich Internet applications*, etiquetas, sindicación de contenidos y redes sociales” (Prato, 2010, p.13). Éste fenómeno llegó a marcar una tendencia relevante, pues a diferencia de los medios tradicionales como la televisión y la radio, la internet con la web 2.0 dio voz al usuario, dándole la capacidad de crear contenidos y como menciona Amado, et al., (2019) “En el nuevo sistema ya no tiene tanta relevancia el contenido, sino la conversación. Lo que la gente hace con los contenidos” (p. 7).

Es por esto que la internet se ha convertido en un desafío para los medios tradicionales, pues se encuentran inmersos en un nuevo modelo en donde la audiencia es quien tiene el poder, y escoge cuándo y cómo consume esos contenidos que en la actualidad se presentan en distintos formatos y diversas pantallas (Amado, Etkin y Baez, 2019). Es debido a esta cultura participativa que se empezó a crear una necesidad de conexión, una dependencia hacia la internet, marcando una tendencia en la que su potencial se basaba en “alimentar conexiones, construir comunidades y fomentar la democracia...haciendo a la red un medio “más social” (Van Dijck, 2016, p.10).

De esta manera, y con el nuevo concepto de convertir a los usuarios en prosumidores, las tecnologías digitales de la información y comunicación rebasaron lo cotidiano y es aquí en donde aparece un nuevo concepto de las narrativas transmedia que básicamente “se

caracterizan por otro componente: una parte de los receptores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se embarca en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales” (Scolari, 2014, p. 71). Estas narrativas se ven reflejadas precisamente en el origen de las redes sociales.

Las redes sociales han capturado la atención de varios investigadores y académicos, buscando encontrar el impacto que tiene sobre el dinamismo de la socialización y su uso masivo, pues como afirma Amado et al. (2019):

En la primera década de este siglo no existían las redes sociales y muy pocos se conectaban a internet a través del móvil. El 89% de los ciudadanos latinoamericanos, según el Latinobarómetro de 2018, tiene teléfono celular, lo que lo convierte en el bien social más extendido junto con el agua potable (91% accede) y una comida al día (96%). Este dato confirma que estar comunicado es tan vital como el agua y mucho más importante que tomar una segunda comida para un tercio de la población que elige el teléfono. (p. 6)

Esto quiere decir que, en la actualidad, el uso de la internet se ha convertido en una necesidad básica, sobre todo para mantenerse informado y también es la principal herramienta para comunicarse, que gracias a la aparición de las redes sociales se ha vuelto algo inmediato, de rápida recepción y respuesta. Pero la aparición de estas redes va mucho más allá, ya que ha modificado la cultura de socialización y el desarrollo del ser humano como individuo y como ser social. Boyd y Ellison (cit. en Pérez, 2010) definen a las redes sociales como un servicio, una extensión principal de internet que permite a las personas: construir un perfil público a su antojo, crear y personalizar una lista de usuarios con los que comparten intereses y finalmente recorrer los perfiles de varias personas en el mundo para conocer las relaciones que existen dentro de este nuevo sistema de socialización.

Existen varios hábitos que formaban parte de la cotidianidad y se han visto permeados por las redes sociales, por ejemplo: reunirse entre amigos, enviar cartas, mostrar fotografías impresas de las vacaciones, registrar notas y contactos en una libreta, “manifestaciones informales y efímeras de la vida social que se basaban en el habla” (Djick, 2016, s.f), estas manifestaciones ocurrían solo entre pocas personas. Pero a partir de la década del 2000 con la aparición de “Facebook (2004), Flickr (2004), Youtube (2005), Twitter (2006)” (Djick, 2016) y un sin número de plataformas similares, han instaurado una actividad *online* muy particular con varias formas de interacción, alcanzando audiencias “masivas” de mil millones de usuarios, por lo que hoy en día todo lo que le sucede a una persona y en sí los momentos de su vida personal han adquirido un valor distinto, hoy en día “se lanzan a un público en el que pueden tener efectos de mayor alcance y más duraderos” (Djick, 2016, s.f) lo que supone una alteración total de la comunicación pública y privada.

Si bien es cierto, todos estos avances y recursos virtuales han estallado fuertemente lo cotidiano, la creciente apropiación de los individuos hacia una digitalización social ha instaurado fuertemente una consolidación de la “cibercultura”, pues con el desarrollo de las nuevas generaciones denominadas por varios académicos como “nativos digitales” se ha marcado una nueva era de consumo y reconfiguración de nuevos hábitos sociales pues como afirma Kenski “las evoluciones tecnológicas vividas por la sociedad actual no se restringen apenas al uso de nuevos equipos y productos [...] implica la modificación de comportamientos, de cierta forma, imponiéndose la cultura existente y transformando individuos, grupos y sociedad” (2003, s.f).

En este marco, los sistemas sociales dentro de la red han instaurado nuevos modelos de creación y gestión compartida de la información y de los contenidos, pues en la actualidad existen un sinnúmero de formatos que permiten la participación de los internautas en donde,

incluso, tienen la capacidad de crear comunidades virtuales, haciendo realidad la gestión compartida que existe en la red.

Por otro lado, cabe destacar que las habilidades y competencias para interactuar en este medio se encuentran presentes en los "nativos digitales" y, especialmente, entre los adolescentes y jóvenes. Pero ¿quiénes son los nativos digitales y qué los caracteriza? La configuración y construcción de esta generación digital es algo compleja, y este término fue creado por Mark Prensky que afirmaba que los nativos digitales son aquellos “grupos poblacionales (esencialmente jóvenes y adolescentes) que han crecido en un marco tecnológico digital (ordenadores, Internet, teléfonos móviles, MP3 ...) y cuyos usos y habilidades en relación a estos medios está completamente naturalizados” (cit. en Núñez, García y Hermida, 2012, s.f). De tal manera que conforman sus habilidades de interrelación para configurarse como individuos en un espacio público virtual ya que como señala Jeroem Boschma (2007), “para los adolescentes de ahora, el ordenador no es una máquina tecnológica, sino una máquina social” (cit. en Núñez, García y Hermida, 2012, s.f) que les permite expresarse con libertad y hacerse escuchar.

De la misma manera, los nativos digitales se proclaman como personas “*multitasking*”¹ y que tienen la capacidad de resolver problemas al instante, pues tienen una concepción de que sus destrezas son desarrolladas y al parecer están en un nuevo mundo simbiótico en el que “las computadoras y los teléfonos se vuelven una extensión del cuerpo y la mente, creando una población parecida a los *cyborgs*” (CNN,2013).

1.2 Consecuencias positivas y negativas del “nativo digital”

Toda transformación trae consigo consecuencias tanto positivas y negativas. En este caso, la nueva cultura en red y los nativos digitales no son la excepción. Si bien es cierto,

¹ se refiere a a la capacidad humana de llevar a cabo muy distintas actividades de forma prácticamente simultánea. (Business School, 2017)

muchos aseguran que el mundo, hoy en día, es mucho más fácil que hace algunos años, ya que la internet ha facilitado muchas actividades diarias. Sin embargo, los nativos digitales también se encuentran expuestos a muchas repercusiones y peligros, los cuales son necesarios reconocer. A continuación, se analizarán tanto las consecuencias positivas y negativas que esta nueva sociedad en red puede tener sobre los nativos digitales.

1.3 Lo positivo de esta nueva cultura para los “nativos digitales”

La internet se ha vuelto un espacio en el que no existen barreras de tiempo ni espacio, y ha brindado la facilidad de conocer de cerca muchos temas en segundos, que antes hubieran tomado meses o inclusive años. Por ello, los nativos digitales se han visto beneficiados por el fácil acceso a información, culturas, pensamientos, entre otros. Además, esta cultura les ha contribuido grandemente gracias a la circulación de conocimientos y a los aportes libres y desinteresados de sus usuarios (Imbert, 2011, p.127). Todo esto ha incentivado en los nativos digitales el desarrollo de hábitos lúdicos de aprendizaje (Bertomeu, 2011, p.187) y el desenvolvimiento en competencias de auto aprendizaje (Pérez, 2011, p.73).

Así también, esta nueva cultura en red ha facilitado la creación de “relaciones interpersonales más inmediatas” (Méndez & Rodríguez, 2011, p.28) gracias a las redes sociales. La cercanía que las redes brindan, ha permitido a cada nativo digital interactuar con un amplio número de personas, sin tener barreras de tiempo, distancia, género, etc. Además, ha permitido una gran interacción y comunicación entre iguales (Ochaita, Espinosa & Gutiérrez, 2011, p.108), ya que, a través de estas plataformas, es muy fácil encontrar a personas que piensen como ellos, que tengan ideales parecidos, que vivan situaciones similares, etc. Todo esto ha facilitado el cambio de comportamiento social de los nativos digitales, y el desarrollo de nuevas formas de aprender y comunicarse (Prensky cit. en Cabra-Torres & Marciales-Vivas, 2009, p. 324) con estas relaciones cibernéticas. Además, ha generado un espacio de ocio y de diversión para las nuevas generaciones.

El espacio virtual, también se ha vuelto una oportunidad para que la voz de los nativos digitales sea escuchada. En la antigüedad, era muy complicado extender causas sociales a nivel global, además que el conocimiento sobre estas causas era mínimo o nulo. Sin embargo, la creación de las redes sociales y el espacio de internet, han permitido acciones como: “la militancia, la difusión de campañas de sensibilización prescindiendo de la esfera mediática, la defensa de causas minoritarias o boicoteadas por los políticos” (Imbert, 2011, p.127).

Además, la inmediatez de estas redes, ha permitido a los nativos digitales no sólo que su voz sea escuchada, sino también escuchar la de otros a través de “eventos en directo, la retransmisión de charlas y ponencias a las que poca gente tiene acceso, las entrevistas, los comentarios sobre películas o debates retransmitidos por televisión” (Imbert, 2011, p.127).

Con esto se demuestra que cada día se suman las herramientas y plataformas que enriquecen y empoderan a los nativos digitales para aprender y sentir la libertad de expresar su forma de pensar en el mundo *online*.

Es importante tomar en cuenta, que las nuevas tecnologías han facilitado muchas otras labores cotidianas para las nuevas generaciones. Por ejemplo, estas redes han significado para muchos nativos digitales una nueva forma de trabajo y de estudios. O, así mismo, estas tecnologías han facilitado la atención médica y la telemedicina. De la misma forma, se han visto beneficiados por la facilidad de compra y venta de artículos a través de la internet, o la simplicidad para ver películas, videos o escuchar música al alcance de un ‘click’ (Martínez, 2006).

Todo esto tiene suma importancia para los nativos digitales, ya que todos estos beneficios, forman parte de su mundo y ya se encuentran acostumbrados a este estilo de vida en red. Sin embargo, muchas veces se olvidan o desconocen las consecuencias negativas que este mundo digital también puede conllevar.

1.4 Lo negativo de esta nueva cultura para los “nativos digitales”

Sin duda esta nueva cultura en red ha conectado a muchas personas, sin embargo, pocas veces se toma en cuenta que esta cultura también ha aumentado las brechas sociales, y muchas veces ha polarizado el conocimiento, logrando que los nativos digitales tengan un conocimiento sesgado, y que muchos otros ni siquiera tengan acceso al conocimiento. Es así como uno de los riesgos de la generación digital según Ferro et al. (cit. en Cabra-Torres & Marciales-Vivas, 2009) es

el abandono o desconocimiento de aquellos jóvenes menos hábiles en el uso de tecnologías, así como en el acceso y uso de la información, y el descuido del impacto de factores de orden social y cultural que ahondan la brecha que se está abriendo entre quienes tienen acceso a la información y aquellos que van quedando rezagados y marginados de una sociedad cada vez más competitiva. (p.329)

De esta forma, muchos grupos de nativos digitales no gozan todos los privilegios que deberían tener al formar parte de este grupo. Al contrario, muchos se ven limitados al acceso del conocimiento por su nivel de estudio, género, clase o estatus social (Méndez & Rodríguez, 2011, p.21) lo cual es realmente un problema.

Así también los nativos digitales se han visto afectados no sólo por la distorsión de conocimiento, sino también por la distorsión de sus relaciones sociales (Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011, p.108). Este mundo en red se ha vuelto tan parte de ellos, que las relaciones sociales físicas en muchos casos se han vuelto casi inexistentes y muy poco afectivas. Esto ha provocado un aislamiento del mundo real (Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011, p.108) y un cambio en la forma en la que los nativos digitales se relacionan con su entorno.

Igualmente, este cambio de relaciones ha traído consigo una presión social cibernética, en la que esta generación siente la necesidad de “responder a las expectativas sobre lo que se debe ser y cómo se debe ser” (Méndez y Rodríguez, 2011, p.29) en función a

su grupo social en la internet. Por lo que muchos optan por hacer lo que otros nativos digitales hacen, e incentivan, por ejemplo, el acoso cibernético a sus iguales (Río et al. cit. en Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011, p.108), e incluso difunden estos acosos a gran escala en modo de burla por esta presión. Por lo que muchas veces, estas redes se convierten igual en un medio de *bullying*, acoso, y violencia psicológica.

Por otro lado, así como en las redes existe un gran acceso a la información de la educación formal e informal, también hay una puerta abierta a “páginas de contenidos pornográfico, sexista o violento” (Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011, p.108). Este acceso a este tipo de contenidos puede alterar el comportamiento mental, emocional y físico de los nativos digitales. Además, como menciona Unicef (cit. en Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011):

los contenidos nocivos que se incluyen en estas páginas pueden suponer una clara interferencia para la adecuada satisfacción de las necesidades afectivo sexuales, así como para la de interacción con adultos e iguales y, en suma, para la construcción de la autonomía. (p.108)

Esto se suma a los problemas mentales que puede acarrear para los nativos digitales la adicción a la tecnología y a la internet. Como se sabe, hoy en día “es imprescindible estar introducido en el lenguaje y el uso de las nuevas tecnologías” (Méndez y Rodríguez, 2011, p.29). Sin embargo, esto ha significado para muchos “la ruptura de las dualidades entre tiempos de ocio y estudio/trabajo” (Gordo y Mejías cit. en Méndez y Rodríguez, 2011, p.30) ya que ahora la tecnología se ha mezclado en su agenda, volviéndose imprescindible. Por esta razón, muchos se han vuelto adictos a esta tecnología sintiéndose inclusive vacíos si en algún momento tienen que prescindir de ella. Por ello, muchos nativos digitales optan por tenerla siempre cerca, demostrando una necesidad permanente de mantener este espacio tecnológico activo (Méndez y Rodríguez, 2011, p.29).

Por otro lado, los nativos digitales se ven perjudicados por el sometimiento y control que estas nuevas redes utilizan. Muchas veces es ignorado que “la propia rutina de acceso a las TICs lleva implícita determinadas rutinas de aceptación y sometimiento del control” (Méndez y Rodríguez, 2011, p.28), ya que detrás de las redes utilizadas, existe “una élite constituida por quienes controlan las tecnologías y las fuerzas de producción” (Cabra-Torres y Marciales-Vivas, 2009, p. 332). Y son ellos quienes muchas veces toman provecho de la información de consumo en red de los nativos digitales, volviendo su información personal un producto para las grandes corporaciones. Además, ellos controlan a través de algoritmos, lo que cada nativo digital debe ver, limitando así su visión global.

Todo esto forma parte de una última consecuencia, la cual es una de las más perjudiciales para los nativos digitales, que es la pérdida de privacidad en redes. Como mencionan Méndez y Rodríguez (2011):

La ‘aldea global’ está más controlada que nunca, en una especie de contradicción entre la gran libertad de movimiento y la pérdida de anonimato e intimidad en todos los espacios. Los nativos ya nacen con ella, crecen en la aceptación de esa intimidad que a nosotros nos parece esencial, quizá por eso se muestran sin pudor en las redes sociales. (p.29)

Para muchos nativos digitales resulta normal el mostrar su intimidad en el mundo en red. Muchos suben fotos, estados, información personal, e incluso se hacen amigos de desconocidos a través de la web, pensando en que ésta es la forma de interactuar en esta nueva realidad digital. Sin embargo, olvidan que “las redes sociales pueden entrañar riesgos derivados de la escasa cautela de los adolescentes en la preservación de su propia identidad o en el establecimiento de relaciones con personas desconocidas” (Ochaita, Espinosa y Gutiérrez, 2011, p.108). Esta pérdida de privacidad y exhibición a personas desconocidas desencadena en una serie de consecuencias como: implantación de identidad, robo de

información, *cyberbullying*, difamación, *grooming* o acoso sexual, abuso sexual, emocional o físico, secuestros, asesinatos, e incluso por la presión de los problemas antes mencionados, puede llevar al suicidio (Jiménez, 2014, p.34).

Por ello, la falta de privacidad es una de las consecuencias más latentes y peligrosas en los nativos digitales, ya que esta implica “meterse en la intimidad del otro, sacar el dentro hacia fuera, prestarse a todas las exhibiciones” (Imbert, 2011, p.125). Y esto, muchas veces puede llevar a otras consecuencias catastróficas, las cuales son importantes tener en cuenta para no caer en ellas.

CAPÍTULO II

TENDENCIA “SOCIAL MEDIA”:

PLATAFORMAS QUE REVOLUCIONARON LA COMUNICACIÓN

2.1 Plataformas más utilizadas y relevantes para los jóvenes

Hoy en día las redes sociales están generando controversia en el mundo y en la concepción del ser humano como un ser social. Están marcando una nueva forma de consumo, de establecer relaciones interpersonales, en la construcción de la identidad individual e incluso se están constituyendo como una alternativa de participación ciudadana. (Vizcaíno, García y López, 2019). En la actualidad, la sociedad está predominada por los “nativos digitales” y el desarrollo inmediato de la tecnología.

En este sentido, es indudable el uso masivo de la internet y las plataformas digitales en la cotidianeidad de los adolescentes, pues en su calidad de “nativos digitales” lo consideran como un modo “de mantener contacto con sus pares y compartir contenido con ellos”. (Vizcaíno, García y López, 2019, p.556). Las redes sociales se han convertido en una herramienta indispensable y es impensable vivir sin ellas, pues como menciona Adame “Somos 7.7 mil millones de humanos en el planeta, y según el reporte anual *The Global State of Digital in 2019* creado por Hootsuite y *We Are Social*, el 52% de la población mundial utiliza redes sociales.” (2019, párr. 2). Esto significa que más de la mitad del mundo está conectado a una red social y por ello es importante conocer sus características y cualidades.

Según el reporte más reciente de Hootsuite 2019 el top 10 de las redes sociales más utilizadas a nivel global son: “Facebook: 2,271 millones, YouTube: 1,900 millones, WhatsApp: 1,500 millones, FB Messenger: 1,300 millones, WeChat: 1,083 millones,

Instagram: 1,000 millones, Twitter: 326 millones, LinkedIn: 303 millones, Skype: 300 millones y Snapchat: 287 millones” (Adame, 2019, párr. 6). Sin embargo, en cada país las cifras tienden a variar mucho, pues un factor influyente es la cultura y el acceso a la tecnología. Por ejemplo, en Ecuador la red social más utilizada es Facebook con un 55,4%, seguido de Whatsapp con 52%, y luego Instagram y Youtube con un porcentaje menor (Rodríguez, 2020). “El experto en redes sociales Carlos Zambrano afirma que estas dos últimas tienen como característica principal ser usadas por personas más jóvenes, por tanto, tienen más posibilidades de crecer” (Rodríguez, 2020, párr.2). Es por esto que las cifras cambian dependiendo de la etapa de desarrollo del ser humano, por ejemplo, para los adolescentes, las redes sociales más populares son: “Youtube, Instagram y Snapchat” según el estudio más reciente (Pew Research Center, 2018).

Si bien es cierto, la existencia de las diferentes redes sociales tiene un objetivo específico, pero no exclusivo. Cada una se ha popularizado por los distintos usos y funciones que ofrece y el valor que cada internauta le otorga. Por lo cual es necesario analizar las más utilizadas por los jóvenes a continuación:

2.1.1 Facebook.

Es una de las plataformas que ha ocupado el lugar número 1 durante varios años consecutivos en los rankings de las más usadas. Es una red social que “se emplea fundamentalmente para el contacto familiar o para el ocio (memes, recetas de cocina o videos graciosos)” (Vizcaíno, García y López, 2019, p.561). Sin embargo, ya no se considera una de las redes sociales más aclamadas por los jóvenes pues como se menciona en BBC Mundo (2018):

La propia red social también reveló en 2014 que comenzó a perder a sus usuarios jóvenes, pero el problema ha ido a más. La consultoría norteamericana dice que Facebook perderá este año dos millones de usuarios de 24 años o menos en Estados Unidos. (párr.6-7)

De igual manera, hoy en día “los jóvenes consideran que Facebook es cuestión de familias, padres y abuelos” (Rodríguez, 2020, párr.7). Actualmente, los jóvenes prefieren las imágenes e interactuar en redes en las que esté solo su grupo social y no sus familias, pues así se pueden desenvolver con libertad. Es por esto que “sólo el 51% dice utilizarlo, y de entre ellos, sólo el 10% la usa como primera red social” (Lostalé, 2018, párr.9).

2.1.2 Youtube: Broadcast Yourself.

YouTube es una plataforma en la que según la propia definición del sitio: “Cualquiera puede ver y compartir videos originales en todo el mundo a través de la Web” (Bañuelos, 2009, p.2). Esta red social posee múltiples significados, pero en el intento de una traducción se puede definir como “difusión de ti mismo” o “difúndete tú mismo” (Bañuelos, 2009, p.2). Es muy popular entre los jóvenes, pues combina la producción de material audiovisual con la interacción, e invita a vivir “la socialización virtual, en donde el autor y el lector tienen las mismas oportunidades de interactuar” (Bañuelos, 2009, p.24).

Youtube es una de las plataformas que ha logrado posicionarse por varios aspectos. Si bien es una plataforma muy famosa entre varios públicos, es importante recalcar que su popularización entre los jóvenes se debe a la tendencia de los *youtubers*, pues como menciona Westenberg (cit. en Pérez, Pastor y Abarrou) (2016):

Los *youtubers* son percibidos por los jóvenes como sus iguales, aunque también con cualidades (creatividad o talento) que suelen admirar. Además, son personas cercanas a sus seguidores, en el sentido que comparten rasgos similares (edad, idioma, cultura, contexto social, etc.) a los adolescentes que les siguen, lo que facilita la rápida identificación con ellos. (p.62)

Esta es la razón por la cual la interacción que se desarrolla entre la audiencia y los *youtubers*, se vuelve muy especial para los jóvenes ya que este actúa como un líder de opinión haciendo que su público se sienta identificado con su discurso y se convierta en un amigo virtual, que entiende sus necesidades, lo divierte y lo escucha (Pérez, Pastor y Abarroy, 2018).

2.1.3 WhatsApp.

Es una red social que ofrece mensajería instantánea que puede ser utilizado en diferentes sistemas operativos del teléfono celular y con el surgimiento del *smartphone*, el uso de WhatsApp se volvió masivo y mucho más en los adolescentes.

En la mayoría de los casos esta plataforma es la razón principal por la cual los adolescentes piden a sus padres un *smartphone*, pues para ellos “no tener WhatsApp y estar fuera de los grupos es como estar fuera de las relaciones sociales y desconectados del entorno” (Del Barrio y Ruiz, 2019, p.25). Esto se puede reflejar en datos del 2017, en el que se demostró que “se envían 42.000 millones de mensajes diarios a través del WhatsApp” (Del Barrio y Ruiz, 2019, p.25).

Uno de los elementos que ha generado debate es si WhatsApp genera adicción en los adolescentes, pues hasta ahora ninguna asociación psicológica o de salud ha incluido la

posible adicción a las TIC, pero cabe destacar que el factor preocupante es “la gran cantidad que están los adolescentes expuestos a las aplicaciones tecnológicas” (Del Barrio y Ruiz, 2019, p.28) y en concreto expuestos a WhatsApp, que es una de las herramientas más utilizadas. Sin embargo, algunos investigadores han determinado una enfermedad que se desarrolló a partir de la creación WhatsApp, pues según un estudio realizado por Larry Rosen (2012) existe un síndrome llamado vibración fantasma “que es una afección en las personas adictas al Smartphone las cuales sienten vibraciones falsas de su celular por las ansias de recibir los mensajes” (cit. en Ixctot, 2017, p.52) y es curioso reconocer que “el 70% de los usuarios de móviles en Estados Unidos han sufrido este problema” (Rosen cit. en Ixctot, 2017, p.52).

2.1.4 Instagram.

Instagram, a diferencia de las otras redes sociales es una plataforma completamente visual, que invita a crear un perfil basado en fotografías, videos y *stories*. Lo interesante es que según Prensky (2001):

Una de las características de los nativos digitales es que prefieren los gráficos a los textos y funcionan mejor cuando trabajan en la Red. Además, los y las jóvenes en las redes sociales no solo son consumidores de contenido, sino que crean y se sienten inspirados por lo que ven. (cit. en Morocho, 2019, p.18)

Justamente a esto se le atribuye las razones de su popularidad. De igual manera, se afirma que los jóvenes prefieren Instagram antes que Facebook, justamente porque “les aporta cierta sensación de libertad, se pueden expresar mejor y sentirse libres de las expectativas y limitaciones sociales que puede presentar Facebook” (Morocho, 2019, p.17).

Asimismo, según un estudio realizado por Ting, Wong, Run y Choo (2015) concluye que el uso popular en Instagram se debe a la gratificación y validación personal, pues los jóvenes viven la experiencia de crear su propio perfil a su antojo a través de fotografías y videos que se alimentan mediante las reacciones y comentarios que los hacen sentirse valorados en esta red (cit. en Morocho, 2019). Por otro lado, con la aparición de líderes de opinión, perfiles de famosos y de marcas permite a los adolescentes interactuar más de cerca con perfiles de su interés e incluso hacer compras inmediatas de prendas de vestir o accesorios de su gusto.

2.1.5 Tik Tok.

Tik Tok es una aplicación que ha causado controversia en los últimos tiempos, una plataforma diseñada como cualquier otra red social pero que tiene sus peculiaridades que han generado tendencia en los jóvenes e incluso niños. En la misma, los usuarios tienen la capacidad de compartir sus videos realizando coreografías, retos que se hacen virales, videos de imitación de programas o películas o incluso graban tutoriales de cualquier índole buscando subir su número de reproducciones o seguidores (Funes, 2020).

Es un espacio del que se han apoderado los jóvenes y “ha superado la cifra de 315 millones de descargas en los tres primeros meses de 2020. De hecho, es en la actualidad, la primera app más descargada y la que tiene un mayor tiempo de uso” (Funes, 2020, párr.1). Existen varias razones por las que los adolescentes se divierten mucho con esta aplicación, como ganar popularidad y ser aceptados en su círculo social, pero principalmente es porque “participan personas que son referentes para ellos, como famosos del mundo musical, de la televisión, el cine o *influencers*” (Funes, 2020, párr.8).

2.1.6 Tinder.

Es una aplicación creada en el 2012, se dice que fue consolidada con el objetivo de eliminar los miedos que tiene el ser humano al conocer personas nuevas, también para eliminar las barreras geográficas y concretar citas. Esta aplicación ha marcado tendencia y ha crecido rápidamente. Hoy en día “cuenta con más de sesenta millones de usuarios hasta la fecha; esta aplicación es de las más populares para conocer personas, chatear o concretar citas con otros usuarios, dado que produce más de 10 millones de uniones cada 24 horas” (Díaz y Upegui, 2019, p.37).

A diferencia de las otras redes sociales, esta tiene una interacción peculiar. Primero, el usuario debe crear su perfil, especificando sus preferencias sexuales, luego deberá subir las fotos que más le gusten para compartir y cualquier persona de cualquier parte del mundo podrá mirarla y reaccionar con un “me gusta” si a la persona que reaccionó a esa fotografía también le gusta ese perfil hacen automáticamente un “*match*” y podrán interactuar (Díaz y Upegui, 2019). Se ha vuelto muy famosa entre los jóvenes para conocer amigos, crear citas, pero sobre todo encontrar una pareja.

2.2 Privacidad de la cultura en red

En la actualidad, más de la mitad de la población mundial depende de la internet, de tal manera que hoy en día tener acceso a la internet es parte de ejercer un derecho humano. “Para más de 4000 millones de personas, Internet se ha vuelto un elemento central en su forma de comunicarse, aprender, integrarse a la economía y organizarse social y políticamente” (Amnistía Internacional, 2019, p.5). Sin embargo, el uso y la participación de los millones de usuarios dentro de la internet dependen en su mayoría de dos grandes corporaciones: Google (que domina los motores de búsqueda y el mundo digital) y Facebook

(que controla la seguridad y privacidad de la mayoría de las redes sociales en el mundo) (Amnistía Internacional, 2019).

De esta manera, Facebook “domina gran parte de las conexiones humanas durante esta era digital” (Amnistía Internacional, 2019, p.5) es decir, las redes sociales, que son usadas por más de la mitad de las personas en el mundo a diario, muchas veces sin tomar en cuenta que el propio concepto de redes sociales según Correcher (s.f):

Conlleva la puesta a disposición de toda la red de contactos de gran cantidad de datos personales. Este hecho hace que las redes sociales se conviertan en grandes fuentes de información sobre sus miembros, lo que, a su vez, hace que el cumplimiento de la normativa, prerrogativas y medidas de seguridad respecto a la protección de datos personales se conviertan en esenciales para su correcto funcionamiento. (p. 18)

Crear cualquier red social toma menos de 10 minutos al usuario, en donde automáticamente “se autorizan más de 50 permisos para monitorear, almacenar y utilizar tu información personal” (Martínez, 2014, párr.1). Sin embargo, según investigadores está confirmado que es muy poco común que una persona se tome el tiempo de leerlas pues como afirman en *The cost of Reading privacy policies* “te tomaría 180 horas anuales, que equivalen a un mes en un empleo de tiempo completo” (cit. en Martínez, 2014, párr.2). De igual manera, “es muy frecuente observar cómo dichos textos legales no son comprensibles para un ciudadano medio que no cuente con experiencia o formación jurídica. Los textos, además, suelen ser publicados en lugares de la plataforma de difícil localización y acceso” (Correcher, s.f, p.18).

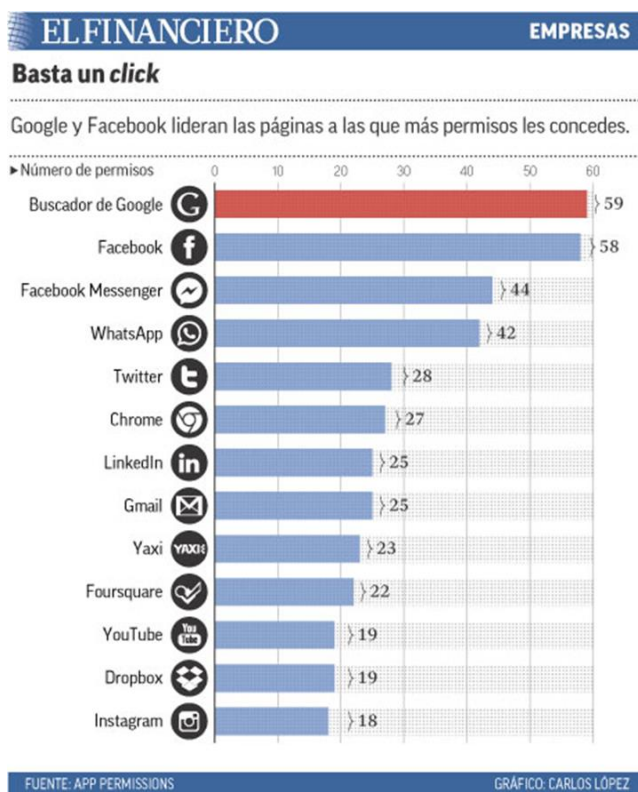
Es por esto que gran parte de los internautas no se dan cuenta que al crear su perfil autorizan un sinnúmero de datos privados y un monitoreo general de todas las acciones que se realicen en dichas plataformas. Incluso las fotografías y todo el material audiovisual que se difunde, se vuelve parte de los derechos de Facebook o de la red social en la que se

compartan. Esto se ve reflejado en la opinión de Erich Smith ex CEO de Google que menciona “Sabemos dónde estás. Sabemos dónde has estado. Podemos llegar a saber en qué estás pensando” (cit. en Amnistía Internacional, p.18), pues con la cantidad de permisos que el usuario otorga, estas plataformas pueden vigilar todo.

Para entenderlo mejor a continuación se presentan imágenes de la cantidad de permisos que otorgan las redes sociales más famosas y las normas de privacidad que se aceptan:

Figura 1.

Número de permisos que concede el usuario en cada red social.



Nota. Recuperado de Martínez (2014).

Figura 2.

Permisos que concede el usuario.

EL FINANCIERO		MERCADOS			
Les das el sí					
Estos son algunas de las cosas que aceptas al momento de acceder a las redes sociales más populares.					
Permisos	Facebook	Twitter	Foursquare	LinkedIn	
Ubicación aproximada	●		●		
Ubicación precisa	●	●	●	●	
Información sobre redes existentes y cuáles están conectadas	●	●	●	●	
Estado de redes Wi-Fi y conocimiento de los dispositivos conectados a ella	●		●		
Autenticar cuentas	●	●		●	
Estadísticas de otras apps que utiliza	●				
Notificaciones entre aplicaciones	●			●	
Llamadas sin intervención del usuario	●			●	
Acceso a la cámara	●	●	●		
Control de la función de vibración	●	●	●	●	
Acceso al calendario de eventos	●			●	
Modificación del registro de llamadas	●			●	
Modificación de datos de contactos	●			●	
Recuperación de información de tareas ejecutadas	●				
Administración de cuentas	●	●	●	●	
Modificación de ajustes de sonido	●				
Consulta de todos los eventos del calendario del dispositivo	●			●	
Consulta del registro de llamadas	●			●	
Grabación de sonido	●				
Movimiento de tareas a primer o segundo plano	●				
Establecer fondo de pantalla	●				
Escritura sobre otras aplicaciones	●				
Lectura de perfil de contactos	●	●	●	●	
Lectura de SMS	●				
Configuración de sincronización de cuentas	●	●		●	
Ejecución automática tras reinicio de dispositivos	●		●		
Cambiar status de Wi-Fi	●		●		
NFC*			●		
Recibir SMS y procesarlos		●			
Permisos especiales de las aplicaciones	●	●	●	●	

* INTERCONEXIÓN DE DISPOSITIVOS

FUENTE: PÁGINAS DE LAS REDES SOCIALES GRÁFICO: CARLOS LÓPEZ

Nota. Recuperado de Martínez (2014).

Debido a la alarmante cantidad de datos que obtienen las redes sociales de sus usuarios y la directa violación al derecho a la privacidad, cabe destacar el modelo de negocio que manejan, justamente porque todas estas grandes plataformas tienen intereses y objetivos económicos. Como asevera Martínez (2014) “Detrás de las redes sociales existen empresas que necesitan generar beneficios económicos. Facebook, Yahoo!, Google y Twitter apuestan por los negocios de publicidad nativa y a los usuarios móviles para ofrecer servicios gratuitos y aumentar sus ingresos” (párr.9).

El modelo de negocios de Google y Facebook se basa en la vigilancia permanente y manipulación, pues a partir de la recolección de datos personales y comportamientos en redes tienen la capacidad de hacer varios negocios. Pues como menciona Amnistía Internacional (2019):

Pueden proveer servicios que generan ingresos a partir de la acumulación y el análisis de datos sobre las personas. En lugar de cobrar una tarifa por sus productos o servicios, estas empresas le exigen a cualquiera que desee utilizarlos que entregue sus datos personales. (p.9)

A esto se le atribuye el gran éxito en las redes sociales pues a través de los grandes sistemas de algoritmos tienen la capacidad de segmentar a su audiencia mediante la vigilancia de sus comportamientos y así predecir los intereses de los internautas para “venderles información” y de igual manera vender a las grandes empresas de marketing y publicidad toda la base de datos que obtienen, es decir el usuario es visto y manipulado como un producto. Asimismo, es esencial destacar que según lo mencionado en Amnistía Internacional (2019):

El auge del *big data* y el constante seguimiento de la vida de los usuarios en Internet ha dado origen a la “edad de oro de la vigilancia” para los Estados: las autoridades

tienen acceso a información detallada sobre la actividad de las personas, algo que era inconcebible antes de la revolución digital. (p.10)

De esta manera, cabe destacar ciertas actividades que han realizado las redes sociales que han violado totalmente la privacidad de sus usuarios como cuando “Facebook les pagaba a los adolescentes para que descargaran una aplicación que rastreaba cada acción que realizaban en su teléfono” (Amnistía Internacional, 2019, p. 24) o incluso cuando la misma plataforma admitió haber manipulado información para cambiar por completo la conducta de sus usuarios. Por ejemplo, “influyó en ciertos ciudadanos para que votaran y les levantó (o bajó) el ánimo a algunos usuarios mostrándoles diversos contenidos en la sección de noticias” (Amnistía Internacional, 2019, p.24).

2.3 Ventajas y Desventajas de las plataformas

Es importante recordar que “la sociedad actual se establece en un mundo cambiante, en una época de transformaciones y en un periodo de transición a la adaptación de la sociedad a las nuevas tecnologías” (Levis cit. en García et. al., 2014, p.5). Y para dicha adaptación a estas nuevas plataformas es imprescindible reconocer las ventajas que aportan, así como las desventajas y los peligros que pueden conllevar. Por ello, a continuación, se compararán estas características de Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, TikTok y Tinder, las cuales son consideradas como las redes sociales más relevantes para esta generación.

Tabla 1.
Ventajas y Desventajas de Facebook

Facebook	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Es un “servicio gratuito que conecta a las personas en la web” (p.4) en una especie de comunidad virtual. • Facilita la comunicación interpersonal. • Es fácil de manejar e incluye un “entorno intuitivo” (p.3). • Favorece a la gestión de recursos personales como “crear álbumes de fotos, compartir vídeos, escribir notas, crear eventos o compartir el estado de ánimo con otros usuarios de la red” (p.4). • Es accesible. • Es interactivo e internamente incluye una serie de aplicaciones que facilitan la socialización. • Es beneficioso para enviar mensajes cortos o largos con distintos contenidos (palabras, videos, imágenes) a corta y larga distancia. • Es útil para fines educativos “sustentándolo en la teoría del aprendizaje social y conectivismo que promueven el aprendizaje colaborativo y autoaprendizaje” (p.5). • Es un espacio virtual de “comunicación, colaborativo, participativo y de aprendizajes formales e informales” (p.5). • Facilita la participación en cursos virtuales y grupos de discusión con personas alrededor del mundo. • Posibilita la creación de una amplia red de contactos ya que la mayoría de personas alrededor del mundo tienen una cuenta en esta aplicación. • Es útil para comprar y vender productos, además facilita la propagación de anuncios y ayuda a generar una segmentación de 	<ul style="list-style-type: none"> • Es fácilmente expuesta la identidad personal. • Sus usuarios pueden sufrir suplantaciones de identidad, así como clonaciones de sus perfiles con fines delictivos o para dañar su imagen. • Existe un gran riesgo de extracción de datos personales a través del <i>phising</i> que realizan entes externos a la plataforma. • Hay peligro de sufrir “extorsión de información” (p.9) por parte de grupos delictivos, así como raptos y chantajes debido a la facilidad de la red para mostrar los familiares y amigos de cada persona. • Provoca individualismo al impedir la interacción física con otras personas. Además, promueve una sociedad “impersonal y virtual” (p.9). • Puede causar dependencia, ya que está creado en base a algoritmos que conocen los gustos de cada persona, generando así adicción. • Muchos adolescentes padecen de ansiedad, baja autoestima y depresión por la presión social que esta red muchas veces ejerce. • A esta red tienen acceso muchos niños y adolescentes y no tienen ningún filtro para la información que reciben, siendo así que muchas veces reciben información, videos o fotos no aptos para su edad. • La libertad que esta red brinda para hacer amigos brinda la posibilidad de interactuar con extraños que pueden ser potenciales pedófilos, abusadores, ladrones o secuestradores que pueden atacar contra la seguridad de sus usuarios.

<p>mercado eficiente gracias a sus algoritmos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es beneficioso para el reclutamiento laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe un gran peligro de “viralidad” del contenido publicado, ya que se puede llegar a difundir por toda la internet. Además, al publicar una foto, se da la potestad a otras personas a que puedan replicar la foto, descargarla o manipularla. • Facilita el <i>cyberbullying</i>. • La manera en la que esta plataforma almacena la información no “garantiza la privacidad de los datos que los depositas en sus servidores, ya que quedan “grabados”, y se pueden utilizar para casi cualquier cosa, que su eliminación de la información en la web es difícil y que las personas pueden espiar todo lo que se encuentra en las <i>IPs</i>” (pp.10-11).
--	---

Información a partir de García et. al (2014).

Tabla 2.*Ventajas y Desventajas de Instagram*

Instagram	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • “Es una aplicación totalmente gratuita” (p.17). • Facilita la interacción con personas que se encuentren en cualquier parte del mundo. • Permite tener un perfil privado para que sólo las personas autorizadas por el usuario vean sus fotos. • Es útil para la compra y venta de artículos, así como la comunicación y promoción de marcas. • Brinda la facilidad de conectarse “con las demás redes sociales como Facebook, Twitter, Flickr, entre otras” (p.17) • Se pueden encontrar fácilmente fotos categorizadas por medio de los <i>hashtags</i>. • Se puede subir cuantas fotos y videos se quiera a esta plataforma ya que es ilimitada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las fotos subidas a esta plataforma pueden ser utilizadas sin el consentimiento de sus usuarios y ser incluso vendidas. • “Hay muchas cuentas falsas o usuarios que se hacen pasar por personajes famosos” (p.17) o incluso suplantan la identidad de otros usuarios comunes. • Cuando los perfiles son públicos, todos los usuarios de la red pueden ver su contenido y esto conlleva a problemas mayores por la “sobrexposición” (p.7). • Las fotos se quedan almacenadas en los servidores de la plataforma, y aunque se borren de la aplicación ya no hay como quitarlas de allí. • Esta red no permite categorizar las fotos y videos por álbumes. • Esta plataforma no permite cargar fotos o videos desde la computadora. • Su uso excesivo puede alterar el comportamiento humano.

Información a partir de Sisón (2017) y Burgos (2020).

Tabla 3.*Ventajas y Desventajas de Whatsapp*

WhatsApp	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Es “instantánea y gratuita” (p.122). • “Permite a sus usuarios el envío de mensajes de texto (sin límite de caracteres) y compartir (con otro/otros usuario/s) imágenes, audios, vídeos, enlaces a web, documentos... utilizando internet” (p.122) • Brinda gran facilidad para establecer conversaciones con varias personas alrededor del mundo de manera instantánea, además de comunicarse con una persona o con varias al mismo tiempo en un grupo. • “Mantiene cierta privacidad del usuario” a través de los mensajes internos (p.128) • “Integra la interoperabilidad con Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, correo electrónico o chats” (p.111). • “Permite la creación de grupos y cuenta con herramientas de localización que permiten dar a conocer en qué lugar del planeta estamos parados” (p.111). • “Permite la comunicación con elementos lingüísticos y no lingüísticos” (p.111) como los emoticones. • Permite realizar llamadas telefónicas. • Al necesitar números de contacto para poder entablar conversaciones, es mucho más segura ya que generalmente se tiene sólo a personas de confianza. • Cuenta con una versión para empresas, para así facilitar la comunicación entre consumidores y empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sólo funciona con internet. • Al ser una aplicación de comunicación electrónica, pueden existir “malentendidos o una mala interpretación de los mensajes” (p.128). • Los mensajes privados pueden ser copiados y reenviados con facilidad a terceros, lo cual en malas manos puede llevar a diversas consecuencias por la pérdida de privacidad. • Puede ser un canal para la transmisión de <i>fake news</i> y propagación de mentiras. • Los excesivos mensajes pueden provocar ansiedad, estrés, e incluso pueden desviar a muchos de sus actividades prioritarias. • Existen personas que envían mensajes de insultos o burlas de terceros por Whatsapp • Facilita el envío de pornografía o contenidos no permitidos por otras personas, ya que no tiene filtros. • Puede dar paso al “ciberbullying, el acoso sexual, la adicción, las interferencias en la comunicación interpersonal y las distracciones en la jornada laboral” (p.114). • Personas ajenas pueden enviar mensajes si tienen el número de celular de otros usuarios, aunque las otras personas no los tengan añadidos, lo cual puede conllevar a un peligro al tener contacto con extraños.

Información a partir de Suárez (2018).

Tabla 4.*Ventajas y Desventajas de Youtube*

Youtube	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con gran accesibilidad desde cualquier lugar del mundo. • “No es imprescindible registrarse en esta plataforma para poder disfrutar de la misma. Sólo si se quieren publicar vídeos o comentar en ellos es necesario registrarse” (p.21). • “Todos los usuarios pueden compartir y visualizar vídeos de forma gratuita” (p.21). • Se puede ver sus “vídeos sin necesidad de descargarlos” (p.22). • Es compatible con otras plataformas y dispositivos. • Se puede encontrar en esta plataforma todo tipo de videos, por lo que es útil para todas las áreas de la vida diaria. • Facilita la publicidad y es un espacio en el que muchos <i>influencers</i> jóvenes se presentan ante el mundo. • Se puede interactuar con personas a través de comentarios en los videos. • Brinda la opción de ganar dinero por subir videos y tener cierto número de suscriptores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esta plataforma “cuenta con usuarios que suben vídeos que incitan a la violencia, que cuentan con contenido sexual, con amenazas, con contenido que no respeta los derechos de autor” (p.22) y pueden atentar contra la salud mental de sus usuarios. • Al subir contenido “eres susceptible de ser copiado, ya que todo el mundo tiene acceso a tus imágenes” (p.41). • Existen muchos <i>trolls</i>² en esta plataforma que critican en los comentarios públicos y se dedican a dañar la reputación de las personas. • Para subir contenido a la plataforma se requiere mejor conocimiento de la misma.

Información a partir de Tobal (2017).

² Los trolls “son aquellas personas que se dedican a criticar y a poner pegas sin argumentos a publicaciones con el objetivo de perjudicar a la persona que los publica” (Tobal, 2017, p.41).

Tabla 5.*Ventajas y Desventajas de Tik Tok*

Tik Tok	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Es fácil de usar. • Su contenido es activo y entretenido. • Permite realizar muchas actividades <i>online</i> y <i>offline</i>. • Incentiva la imaginación y la curiosidad. • Ha creado una comunidad de música con tendencias novedosas que han unido a personas alrededor del mundo. • Cuenta con efectos muy creativos para los videos. • Los <i>hashtags</i> ayudan a localizar con facilidad las categorías de los videos, además, estos ayudan a crear tendencias. • “Posee un sistema de seguidores y seguidos” (p.6) el cual ayuda para hacer contacto con otras personas de interés. • Posibilita la interacción con una amplia audiencia alrededor del mundo. • Sólo se pueden crear videos que tengan de 15 a 60 segundos de duración, lo cual los vuelve entretenidos. • Esta plataforma brinda la posibilidad de ganar dinero por los videos subidos. • La plataforma ha empezado a ser utilizada con fines educativos, lo cual ha resultado muy útil para algunos ya que se lo ha hecho de una forma interactiva. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede llevar a una polarización de conocimientos y de ideologías ya que el algoritmo interno de esta aplicación sólo muestra el contenido que a cada usuario le gusta. • Los videos que se suben a esta plataforma muchas veces son videos con contenido sexual, violento, y que incitan a jóvenes a realizar acciones que atentan contra su seguridad. • Es conocida por varios casos de pedofilia y abuso a menores, ya que, al ser pública, muchos infiltrados toman provecho de esto y toman contacto con menores. • “Los perfiles son públicos por defecto, por lo que, si no se configura la privacidad en la cuenta del usuario, los videos publicados podrán verlos personas de todo el mundo” (párr.8). • Esta aplicación tiene “una brecha de seguridad” (párr.9) que “permitiría a los ciberdelincuentes manipular datos (añadir/eliminar videos), alterar la privacidad del usuario (cambiar la configuración de la privacidad de los videos de privada a pública) y acceder y extraer datos personales (nombre completo, dirección de correo electrónico o cumpleaños) guardada en estas cuentas” (párr.9).

Información a partir de Xu (2019), Peralta (2020) y El País (2020).

Tabla 6.*Ventajas y Desventajas de Tinder*

Tinder	
Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Permite conocer personas a lo largo del mundo que compatibilizan en gustos con sus usuarios. • Facilita el encontrar parejas de acuerdo a los gustos de sus usuarios. • Sólo se puede establecer contacto con alguien si las dos personas están de acuerdo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existen muchos perfiles falsos que toman ventaja de otras personas engañándolos y tomando sus datos personales o fotografías íntimas. Incluso hay muchos casos que terminan en acoso y abusos sexuales. • Hay muchos riesgos de recibir imágenes y mensajes indeseados. • Hay mucho peligro de recibir spam y a través de esto, se sustraigan datos personales y bancarios. • Es una aplicación no apta para menores, sin embargo, muchos entran a ella enfrentándose a muchos peligros por relacionarse con extraños. • Es una aplicación muy superficial ya que las personas dicen si les gusta un usuario o no, sólo a través de sus fotos.

Información a partir de Saavedra (2015) y Pacheco (s.f.).

2.4 Casos de pérdida de privacidad en estas plataformas

Aunque muchas veces las redes sociales pueden ser beneficiosas, también pueden resultar peligrosas cuando no se toman las medidas necesarias para cuidar la privacidad. Es por esto que a continuación se expondrán ciertos casos que se han dado como consecuencia de la pérdida de privacidad en redes sociales y que han sido expuestos en medios locales y muchas veces en medios internacionales por su magnitud. Cabe recalcar que no son los únicos acontecimientos de este tipo, sino que día tras día esto se repite en redes y hay millones de casos como estos, que han alcanzado grados de gravedad inexplicables (Loaiza, 2019).

2.4.1 Pérdida de privacidad en Facebook.

“Caso Daniela”.

Daniela es una imbabureña de 15 años que “conversaba a través de Facebook con un hombre, de entre 18 y 20 años, al que consideraba su novio” (Loaiza, 2019, párr.17) y luego de algunos meses de tener una “relación virtual, quedaron en conocerse. El lugar de encuentro sería en Carcelén” (Loaiza, 2019, párr.17), para lo cual ella viajó a Quito. Al encontrarse, “él la drogó y violó en un motel” (Loaiza, 2019, párr.18). Dos días después Daniela recuperó la conciencia, “llamó a su padre y le pidió ayuda” (Loaiza, 2019, párr.19). Tras esto, presentaron la denuncia respectiva. “Según recordaba Daniela, hubo dos hombres: el que se suponía era su “novio” y otro mayor, que ella suponía era el padre del que la hizo creer era su novio” (Loaiza, 2019, párr.19). Pero a la final, todo fue un engaño, ya que aprovecharon esta red para abusar de ella.

“Caso Kevin”.

Kevin era un chico de 14 años que en Facebook conoció a un supuesto promotor de modelos, “quien le dijo que le envíe fotos y prometió pagarle 400 dólares por cada desfile” (Loaiza, 2019, párr.26). Para contratarlo, “citó a Kevin para una supuesta entrevista de trabajo, donde abusó de él” (Loaiza, 2019, párr.26). Tras este incidente unos días más tarde “Kevin se suicidó” (Loaiza, 2019, párr.26). Su madre se enteró sobre lo sucedido tras encontrar “conversaciones y fotos en la computadora de su hijo, que fueron parte de las evidencias en el caso” (Loaiza, 2019, párr.27).

2.4.2 Pérdida de privacidad en Instagram.

“Caso Tomás y Mateo”.

Mateo y Tomás son dos hermanos argentinos de 12 y 15 años respectivamente. A través de Instagram, una supuesta chica chilena llamada Paula comenzó a seguirles y a escribirles mensajes por separado sin que ellos sepan que hablaban con la misma persona.

Al adquirir confianza, ella empezó a pedir a Mateo “fotos desnudo a cambio de otras de ella” (Ayuso, 2019, párr.2). Él accedió a enviarle tras pensar que era algo inofensivo, pero luego Paula empezó a ser más insistente todo el tiempo pidiendo más fotos. Cuando Mateo decidió decir que ya no lo iba a hacer, ella le dijo: “Habla con tu hermano, él está en la misma. Sino me siguen mandando fotos de los dos desnudos, voy a publicar las que ya tengo” (Ayuso, 2019, párr.2). Al Mateo hablar con Tomás, confirmó que él también estaba con ese problema. Tras eso, y con mucho miedo de que sean difundidas sus fotos, decidieron bloquear “el perfil de quien se hacía pasar por Paula” (Ayuso, 2019, párr.9). Además, uno de los hermanos optó por borrar todas las fotos y los mensajes que habían tenido con ella.

Días más tarde, decidieron hablar con sus papás ya que tuvieron un problema mayor: “un nuevo perfil los había contactado: en su historia de Instagram, la persona había publicado algunas de las imágenes de los chicos desnudos, pixelándoles la cara y los genitales” (Ayuso, 2019, párr.9). Además, este nuevo perfil etiquetó a todos sus amigos en la foto y escribió una advertencia que decía: “la próxima vez, van a salir sin la cara tapada” (Ayuso, 2019, párr.9). Tras esto sus papás decidieron llamar a la fiscalía y hacer el seguimiento tras descubrir que era un acosador realizando grooming atrás del famoso perfil de “Paula”. Además, alertaron a todos los compañeros de Tomás y Mateo, descubriendo tras esto que a muchos de ellos les habían ocurrido casos parecidos.

2.4.3 Pérdida de privacidad en WhatsApp.

“Caso en Vigo”.

Una niña española de 13 años empezó a recibir mensajes de WhatsApp de una persona desconocida que se hacía pasar por alguien amigable, por lo que ella le siguió la conversación. Posteriormente, él empezó a “pedirle que se fotografiase desnuda y le enviase las imágenes a través del sistema de mensajería instantánea WhatsApp. A su vez, él le mandó imágenes suyas desnudo” (Pita, 2017. párr.7).

Además “intentó convencer por WhatsApp a la niña de que fuese al domicilio de él para mantener relaciones sexuales completas” (Pita, 2017. párr.8) pero ella se negó a esto último.

Este acoso siguió hasta que la niña decidió contar lo que le estaba sucediendo ya que le estaban amenazando porque esta persona decía conocer dónde vivía. Tras esto, lograron descubrir quién era el acosador y dictaron “una orden de alejamiento” (Pita, 2017. párr.8), además lograron descubrir que no eran casos aislados ya que había abusado y acosado antes de otra “menor de 16 años” (Pita, 2017. párr.11).

2.4.4 Pérdida de privacidad en TikTok.

“Caso hermana Carolina Hernández”.

La hermana colombiana de 8 años de Carolina Hernández se creó una cuenta de TikTok para seguir a Karol Sevilla quien es una famosa “actriz que encarna a la protagonista de la popular serie infantil 'Soy Luna'” (Díaz, 2020, párr. 3). Esta era una “cuenta que tenía más de 50 000 seguidores, por lo que la niña pensó que era real” (Díaz, 2020, párr. 4) y al recibir mensajes de la misma, la niña le respondió feliz ya que pensaba que era la famosa actriz. Después de conversar un rato, desde este perfil le mencionan a la niña que se encuentran realizando un “concurso, con el que se puede ganar unos patines o dólares” (Díaz, 2020, párr. 6), y además le empiezan a pedir sus datos personales. Es allí cuando la niña responde que les va a contar a sus papás sobre esto, y “esta persona le dice que no le puede contar a los papás. Que les puede contar solamente cuando se acabe el concurso” (Díaz, 2020, párr. 7).

“Al ver este mensaje, la niña decidió contar lo que ocurría a sus padres. Así, se contactaron con la Fiscalía y Policía de Colombia” (Díaz, 2020, párr. 8). Tras esto, para descubrir qué estaba pasando, decidieron crear un “perfil falso de una niña de 10 años”

(Díaz, 2020, párr. 8) desde el cual esta persona empezó a escribirles igualmente y a mencionarles cosas parecidas como las que le mencionó a la niña. “Después de esto, el usuario de Tik Tok comenzó a hablar vía WhatsApp con los padres de la menor, que se hacían pasar por una niña” (Díaz, 2020, párr. 9) al igual que en la otra cuenta. Es así como descubrieron que el número provenía de Ecuador. Además, mientras conversaban, “esa persona empezó a decirles que, para concursar, debían enviar imágenes de contenido sexual. Después, pedía que eliminara las conversaciones del teléfono” (Díaz, 2020, párr. 10). De esta manera lograron conseguir pistas más concretas y descubrieron que hay una red de pedofilia detrás de Tik Tok. Además, tras publicar el caso en redes, se evidenció que había muchos casos similares con cuentas falsas que se hacían pasar por la misma actriz en Instagram y Facebook. Finalmente, tras las denuncias, lograron cerrar estas cuentas, pero no apresar a los acosadores.

2.4.5 Pérdida de privacidad en Tinder.

“Caso Daniela”.

Daniela es una joven universitaria quiteña que decidió usar la aplicación Tinder. Allí empezó a seguir a una persona llamada Diego que “tenía su nombre en la aplicación, pero utilizaba fotos falsas” (El Comercio, 2019, párr.7). Cuando comenzaron a conversar, él le pidió su número de teléfono y ella se lo dio pensando que era alguien confiable. Días después tomó la decisión de eliminar su cuenta de esta aplicación por lo cual dejó de hablar con Diego por ahí. Sin embargo, él empezó a llamarla todo el tiempo, pero Daniela pensó que todo estaba bien ya que “en su WhatsApp tenía la foto de su mamá” (El Comercio, 2019, párr.8), lo cual le daba confianza.

Un día quedaron en conocerse en persona, y antes de verse, Diego le dijo a Daniela: “Pero tiene que ser en un lugar público, porque no te voy a hacer nada” (El Comercio, 2019, párr.8). Este comentario le sorprendió a ella ya que, si habían quedado en verse en un

lugar público, sin embargo, decidió seguir con el encuentro planificado. Se encontraron en la Plaza Foch a horas de la tarde y “él estuvo con gafas y gorra, durante todo el tiempo” (El Comercio, 2019, párr.9). Posterior a esto, él la invitó a cenar para conversar un poco más. Se fueron caminando hasta un local en el que la agredió (El Comercio, 2019, párr.11). Sobre esto, Daniela comenta que:

Estábamos comiendo pulpo cuando empezó a decirme que yo era una persona vacía, que me habían usado tanto que ahora yo usaba a los hombres. Que yo no merecía amor, por tantas cosas que había hecho, y que si es que me moría al día siguiente yo nunca había amado a alguien y nunca alguien me había amado. Que porque soy voluptuosa y por mi cara y mi cabello llamo la atención, creo que tengo el derecho de hacer daño a los hombres, pero que todo eso se me va a regresar. Y que la única persona que puede amarme es él, que la única persona que puede perdonar todo lo que yo hice es él y que él podía ser el padre de mis hijos, que él podía casarse conmigo, que yo solo tenía que aceptar que ese era mi destino y que Dios lo había enviado a él. (El Comercio, 2019, párr.11)

Posterior a esto Diego le dijo: “No es la primera vez que te veo, nena. Yo ya te veo desde el 2014” (El Comercio, 2019, párr.12). Además, le comentó como hace cinco años él la vio en la calle todos los días cuando ella salía de la universidad y cuando volvía. También describió perfectamente varias ocasiones en las que la vio, incluso la ropa con la que ella estaba vestida. Tras esto Daniela se asustó, pero no tanto como cuando Diego le dijo a Daniela que ella “era una persona tan vacía” que no se “había dado cuenta que él era un impostor, que él no era el de las fotos, que había utilizado las fotos de una persona muerta para encontrarse” (El Comercio, 2019, párr.15) con ella. Con estas palabras, ella decidió irse pronto del lugar de donde estaba para no sufrir ningún daño.

Al llegar a su casa le bloqueó de todas las redes y perdió contacto con Diego. Sin embargo, en repetidas ocasiones vio que el señor le seguía. Cuando ella se subía a un bus, él estaba ahí. Cuando se bajaba, él también lo hacía. Además, en todas las calles por las que Daniela andaba (no sólo las de la universidad) siempre aparecía Diego cerca. El hombre la persiguió durante algunos meses, y la última vez que Daniela lo vio en la calle le pidió que la dejara en paz, pero él le respondió: “nena, tú vas a casarte conmigo, tú sabes que el único que puede amarte soy yo” (El Comercio, 2019, párr.22). Finalmente, tras todo esto, Daniela decidió poner una denuncia en la policía esperando que el acoso que un día empezó por cometer un error en Tinder termine de una vez.

Tras esta revisión bibliográfica y documental, se puede evidenciar con claridad que la falta de privacidad en redes es un problema a nivel mundial. Por ello es importante abordar esta problemática a través de campañas de comunicación que sensibilicen a los jóvenes acerca de esto, ya que la comunicación es una herramienta poderosa para lograrlo como se presentará en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO III

COMUNICACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y PRIVACIDAD

Al hablar de privacidad en redes, es fundamental repensarla desde la perspectiva de la comunicación, ya que esta es la base de todo proceso humano. Es por esto que, en el presente capítulo, se pretende conceptualizar más a profundidad la comunicación como tal y su relación con el entorno digital. Además, mencionar las distintas formas en las que la comunicación puede convertirse en un agente de cambio para esta realidad.

3.1 La comunicación como la base de todo

Indagar sobre lo que implica la comunicación y establecer un enfoque conceptual ha significado una tarea ardua y compleja que se ha venido procesando desde hace varias décadas, pues esta disciplina ha generado paradigmas por su amplitud de aplicaciones y su desarrollo estratégico en varios ámbitos dentro de las ciencias sociales. Sin embargo, han existido varios esfuerzos y perspectivas para definirla, teniendo así diversas acepciones. Tomando en cuenta la opinión de Igartua y Humanes (2009) la comunicación es:

la acción de hacer partícipe a otros de algo, b) la interacción entre dos o más personas, e) la unión que se establece entre elementos, d) los medios a través de los cuales se produce esta unión y, por último, e) el mensaje transmitido. (p.34)

Ahora bien, tomando en cuenta las obras más recientes estudiadas y analizadas por Bronstrup, Godoi y Ribeiro (2007) la caracterización de la comunicación se basa en el encuentro de dos o más percepciones que elevan la interacción hacia la conciencia de “seres culturales” en donde tiene lugar el lenguaje y la semiótica como promotores principales hacia un diálogo consciente. Por lo que, según Duarte cit. en Bronstrup, Godoi y Ribeiro (2007) “algo del yo pasa a ser compuesto por el otro, y así forma un tercer plano cognitivo” (p.29).

De la misma manera, se consideran esenciales y relevantes las características propuestas por França cit. en Godoi y Ribeiro (2007) quien asevera que el proceso de intercambio en la comunicación debe ser una práctica compartida de manera integral y no sólo un “proceso de transmisión de mensajes” (p.31). Además, França asegura que deben existir interlocutores que se impliquen y desempeñen el papel incluso de interpretar los sentidos pues no deben limitarse a ser “simples emisores y receptores” (cit. en Godoi y Ribeiro p.31). Por último, menciona que la identificación de discursos de las “formas simbólicas que traen las marcas de su producción” (cit. en Godoi y Ribeiro p.31), no deben ser vistas como simples mensajes.

De esta manera, se refleja la multiplicidad de conceptos y discusiones alrededor de la comunicación y sus procesos comunicativos, demostrando que es una de las disciplinas que ha evolucionado de manera sustancial a lo largo de la historia. La primera representación del proceso comunicativo fue instaurada hace décadas, el cual se conoce como el modelo de transmisión de información tradicional: “emisor-mensaje-receptor” (Igartua y Humanes, 2009, p.27). Este modelo se caracteriza por la comprensión del proceso de comunicación de manera lineal, entendiendo así la aparición del Funcionalismo y las teorías de la escuela de Frankfurt. Estas asignan al mensaje la concepción de que un mensaje recibido, es sinónimo de mensaje enviado. “Es decir, existe correlación entre los rasgos distintivos del mensaje y los efectos que producirá en la audiencia” (Igartua y Humanes, 2009, p.27).

Esto es un reflejo de la forma en la que se manejaban las teorías de las primeras décadas del siglo XX, las cuales suponían “que se trata de modelos en los cuales los efectos se producen unilateralmente sin tener en cuenta los condicionantes culturales de la audiencia sobre la que actúan los medio” (Igartua y Humanes, 2009, p.27). Por ello, estas limitaban a la transmisión de información.

Sin embargo, tiempo después ya iniciaron las investigaciones que se basaban en una audiencia activa en las que se destacaron el estructuralismo, la renovación de la *mass*

communication, entre otros. De estos se destacan los Estudios Culturales que revolucionaron la comunicación, pues principalmente reconocen que, en el proceso comunicativo, el emisor y sobre todo el receptor juegan un papel mucho más revelador ya que el receptor no es un ente pasivo, sino que es capaz de interpretar el mensaje en base a su “cultura” y al contexto en el que se desarrolla, en el cual intervienen varios aspectos como género, ideología, nacionalidad, clase social, etnia, entre otros.

Así mismo, a partir de esta teoría nace la perspectiva de usos y gratificaciones que “puso de manifiesto que los individuos se enfrentan al contenido de los medios de una manera activa según sus necesidades” (Igartua y Humanes, 2009, p.27). Es por esto que “desde los Estudios Culturales se ha planteado un modelo del proceso de la comunicación centrado en la audiencia y en la recepción que parte también de la idea de la construcción del sentido” (Igartua y Humanes, 2009, p.29), en donde no existe solo la idea de que la sociedad y la cultura están relacionadas, sino que la comunicación es un agente principal dentro de la sociedad y de la cultura. Como menciona Gómez (2009):

nos lleva a la consideración de que los Estudios Culturales son la pauta de transición de una bisagra del tiempo al explorar el espacio social a través de una forma de observar el cambio y las transformaciones por vía de las formas culturales en el tiempo y la manera como estructuran la experiencia individual y colectiva a través de la acción de los medios de comunicación. (p.12)

Esta transformación de la que hablan los Estudios Culturales es precisamente la que debe ser tomada en cuenta, ya que en la actualidad se vive en un mundo tecnológico que está en constante desarrollo con las implicaciones del ciberespacio, los nuevos sistemas de búsqueda, la aparición de blogs y redes sociales. Además, estos constituyen nuevos espacios colaborativos que han revolucionado la realidad, volviéndola virtual y que demuestran la implicación de Estudios Culturales, pues como menciona Gómez (2009):

implica el retorno de la pregunta sobre los Estudios Culturales en el presente y se atisba la necesidad no sólo de una nueva revisión de su lugar y su legado, sino de una nueva base reflexiva de un orden mayor para su continuidad o su desintegración.

(p.17)

3.2 Los avances en comunicación: una mirada al mundo digital

Hoy en día con la migración digital, se ha constituido un amplio abanico de posibilidades en la comunicación y ha cambiado por completo su estructura y proceso, lo cual ha revolucionado los medios de comunicación tradicionales y la interacción entre seres humanos. Como asevera Campo “todos los saltos tecnológicos han producido una aceleración en la historia de la comunicación” (cit. en Jodar, 2010, p.4).

La comunicación digital ha generado una total revolución, pues como menciona Arango: “tanta revolución tecnológica, tanta transformación en las formas de producir, empaquetar, distribuir, compartir, modificar y consumir mensajes nos ha llevado ciertamente a protagonizar una dimensión comunicativa diferente” (2013, p.676). Es por esto que, McLuhan mencionaba que en la comunicación “el medio es el mensaje” (1994, p.9). Sin embargo, hoy en día se plantea una nueva y revolucionada escena comunicativa en la que se afirma que en el mundo digital “el medio no es el mensaje, sino una encarnación de este. Un mensaje puede tener varias encarnaciones que derivan de manera automática de la misma información” (Jodar, 2010, p.4). Además, esta migración digital implica varios cambios en el emisor y mucho más en el receptor, pues el usuario se vuelve más activo, crítico y tiene más capacidad para interactuar.

Ese es precisamente el valor de la comunicación en la digitalización, sobre todo en las plataformas sociales que tienen la capacidad de fragmentar a la audiencia y amplían de manera impresionante las posibilidades comunicativas, pues como menciona Jodar: “la

fragmentación de la audiencia y la definición de un perfil de usuario/receptor más activo, lo vuelve demandante de contenidos adecuados a sus necesidades” (2010, p.4).

Por otro lado, existen varias razones por las cuales las redes sociales han predominado como las principales fuentes de información, comunicación e interacción. Sin embargo, cabe destacar principalmente se debe a la libertad que sienten los usuarios en el ciberespacio, pues la internet da voz a los usuarios e incluso los convierte en prosumidores de la información, es decir no sólo consumidores, sino también productores. Es por ello que Delarbe (2009) menciona que:

La contemplación de contenidos colocados por otros sigue siendo muy superior al ejercicio de una auténtica comunicación que, como señalaron los patriarcas del estudio de esta disciplina, tendría que implicar intercambio de mensajes de ida y vuelta, de tal manera que los receptores sean además emisores de sus propios contenidos. (p.3)

Sin embargo, es esencial destacar que justamente gracias a la libertad que experimentan los usuarios y los pocos límites que existen dentro de la red, se está cuestionando de manera sustancial varios aspectos negativos dentro de la red. Por ello Picard cit. en Arango (2013) menciona:

Siendo la comunicación digital un fenómeno dinámico, globalizado y convergente, no es fácil pensar en un marco regulatorio de orden internacional que se anticipe efectivamente a los cambios y a las novedades ofrecidas por los avances tecnológicos y las estrategias de las empresas con el fin de controlar la avalancha de nuevas modalidades y configuraciones industriales derivadas de la comunicación digital. (p.685)

Esto, ciertamente es algo que concierne al gremio de comunicadores, ya que demuestra que se requiere informar, exponer y concientizar a la población sobre esta problemática, para que así no existan más personas que se vean afectadas por esto.

3.3 La comunicación como un agente de cambio

La internet puede ser un arma de doble filo, ya que como se conoció en capítulos anteriores, puede traer varios beneficios, pero a la vez muchos riesgos. Sin embargo, aunque la internet puede a veces ser peligrosa, existen métodos que se pueden utilizar para precautelar la seguridad de sus usuarios, ayudando así para que su experiencia en ella se vuelva mayormente beneficiosa.

Para esto es importante saber que “por la complicada tarea de regular un espacio como Internet muchos han abogado por buscar formas de autorregulación” (Díaz, 2013, p.138). La autorregulación implica que cada persona se encargue de controlar sus acciones en la red para cuidar su seguridad y privacidad por sí mismo. Sin embargo, para que las personas puedan hacerlo, es importante que se informen y eduquen de manera oportuna sobre estos temas, y es allí donde la comunicación interviene.

La comunicación es clave para cuidar a los usuarios de internet, ya que muchos desconocen de los peligros que este atañe, y menos las formas en las que pueden cuidarse de ellos. Por ello la comunicación es importante no sólo para informar sobre esto, sino para educar a profundidad. La principal diferencia ente informar y educar, radica en que el informar es sólo una acción de comunicar a corto plazo sin importar el resultado. Sin embargo, el educar es una acción integral, más profunda y a largo plazo, la cual busca obtener una respuesta y un cambio de comportamiento en un grupo de individuos (Toro, 2010, p.273).

Esto se puede lograr a través de la creación de campañas de comunicación que busquen generar cambios sociales. Las mismas, deben tener siempre en cuenta la importancia

de informar y educar al mismo tiempo. Se debe informar porque en un ambiente tan cambiante como es el de los medios digitales, cada día hay nuevas cosas de las que se debe informar a la sociedad. Pero se debe educar también, ya que se necesita generar una conciencia a largo plazo, a tal punto que las personas cuando en un futuro reciban información, no sean sujetos pasivos, sino activos en provocar un cambio.

Para lograr esto, es relevante para los comunicadores no sólo tener buen conocimiento de su público y de los medios con los que puede llegar a él. Si no también, es relevante conocer el mensaje y el contenido a distribuir.

En el caso de la privacidad en redes, ya se ha hablado acerca de los beneficios, riesgos, consecuencias y otros aspectos relevantes de la misma. Sin embargo, para tratarlo de manera integral con la comunidad, es necesario conocer más a profundidad sobre métodos de prevención y cuidado en redes. Para de esta manera, educar e informar a la sociedad y que ellos puedan aplicar la “autorregulación” mencionada anteriormente.

Es por esto que a continuación, se presentarán una serie de alternativas que podrán realizar los usuarios de internet para cuidar de su privacidad. Cabe recalcar que las mismas deberán ser educadas de manera asertiva por medio de comunicación informativa y persuasiva (Toro, 2010, p.273).

3.3.1 Alternativas de cuidado.

En dispositivos electrónicos con acceso a internet.

- Por ninguna razón se debe guardar contraseñas de redes sociales en los celulares (Morcillo, 2015, p.91) ya que éstos pueden ser víctimas de hackeos.
- Es importante tener cuidado quién tiene acceso a los artefactos electrónicos en los que los usuarios posean sus redes (Morcillo, 2015, p.91), ya que, en malas manos, pueden resultar un peligro. Sólo se debe otorgar acceso a personas de extrema confianza.

- Es vital contar con una clave o contraseña de desbloqueo en los dispositivos en los que se utilizan las redes sociales (Flores, 2015, p.320), para así evitar que personas extrañas puedan acceder a la información de las mismas.
- En el caso de ingresar a redes sociales en algún dispositivo electrónico que no sea el usual, es vital asegurarse que el mismo sea seguro y no tenga herramientas de espionaje ocultas (de ingresar por ejemplo en alguna computadora de uso público). Así mismo es importante cuidar que no se guarde ninguna contraseña en el mismo, cerciorarse de cerrar sesión al terminar de utilizar el dispositivo y no dejar ninguna información que pueda poner en peligro al usuario.
- Es relevante instalar una aplicación antivirus (Blanco, 2014, p.26) en los equipos electrónicos para que así no exista ningún peligro de robo de información a través de *malware*, *spyware* o similares.
- Antes de instalar cualquier aplicación, es importante identificar que sea una aplicación segura (Flores, 2015, p.320) y también reconocer todos los permisos, “términos y condiciones” (Islas, 2018, p.78) que pide la misma para así no otorgar información que pueda poner en riesgo la seguridad del usuario. Además, es importante tomar en cuenta que “el propio usuario puede y tiene el derecho de cancelar la obtención y uso de datos en las *apps*, así como modificarlos” (Islas, 2018, p.33) cuando él desee o considere necesario para cuidar su privacidad.
- Es importante “actualizar el sistema operativo y aplicaciones” (Islas, 2018, p.83) constantemente ya que esto ayuda a que ningún fallo de seguridad pueda ingresar al dispositivo o a las redes.

En navegadores web.

- Para que la información personal no sea rastreada, es importante configurar el “navegador teniendo en cuenta el control de las cookies” (Flores, 2015, p.320). Es decir, bloquear todo tipo de cookies o rastreadores en las páginas web en las que se navegue.
- Es importante no permitir que el navegador guarde las contraseñas, ya que cualquiera que tenga acceso al navegador, podrá con facilidad extraer las contraseñas guardadas.
- De ser posible, permitir que el antivirus también escanee el navegador, ya que de esta forma podrá bloquear todo intento de robo de información y proteger a sus usuarios.
- Es importante siempre que se acceda a una página web, verificar que en la esquina superior derecha se indique que es una “navegación segura” (Islas, 2018, p.50), ya que esto indica que no hay ningún riesgo. En el caso de no existir esto, es preferible salir inmediatamente de esa página ya que puede estar extrayendo información personal.
- Es imprescindible “no usar las redes sociales como inicios de sesión para otros sitios” (Rinaldi cit. en Islas, 2018, p.83) ya que esto puede poner en riesgo la privacidad. Es recomendable en cada sitio web iniciar sesión con usuarios y contraseñas distintas.

En redes.

- Es importante utilizar “claves de acceso que no sean fáciles de descubrir” (Flores, 2015, p.320) y cambiarlas periódicamente. Además, es preferible no tener sesiones que se abran automáticamente ya que esto puede poner en riesgo la seguridad (Islas, 2019, p.83).

- Nunca se debe publicar “información privada” (Morcillo, 2015, p.90) como la dirección de residencia, números de contacto, datos de lugares de estudio y trabajo, datos de familiares, etc.
- Es vital verificar la lista de contactos de cada red social cada cierto tiempo para que así no haya ninguna persona extraña dentro de las mismas. Además, es sumamente importante no aceptar solicitudes de amistad de desconocidos (Morcillo, 2015, p.90).
- En el caso de recibir solicitud de amistad de algún extraño o mensajes inusuales de algún tipo, es recomendable instantáneamente incluir a esas personas en la lista de “bloqueados” (Islas, 2018, p.52) de cada red social para evitar cualquier peligro. Así estas personas perderán de vista por completo el perfil del usuario y no podrán acceder más. Además, de recibir mensajes inadecuados o algún tipo de amenaza, es importante denunciar automáticamente en la red social respectiva, para que se tome control de esta situación por parte de sus directivos.
- Es importante colocar como “privados” todos los perfiles de todas las redes, para que así ningún usuario pueda acceder a “información personal sin permiso” (Morcillo, 2015, p.91).
- Es trascendental siempre pensar muy bien qué contenido se subirá a redes, aunque este conste de fotos, videos, o información (Morcillo, 2015, p.90), ya que el mismo puede exponer con facilidad datos importantes y poner en peligro a sus usuarios.
- Al subir fotografías es importante prestar “atención al servicio de geolocalización y a los metadatos en las fotografías” (Flores, 2015, p.320) ya que muchas veces al publicar se sube la ubicación y datos que exponen a la persona sin que esta se dé cuenta. Por lo cual es importante prestar atención a este detalle para no correr riesgos al realizar publicaciones.

- Al etiquetar a otras personas en fotografías o videos, es importante configurar para que personas extrañas no vean el contenido. Y es mejor publicarlo días después de haber tomado la fotografía para en ese momento no correr peligro. Además, de ser posible, es mucho mejor no incluir la ubicación e intentar que en las fotos no se visualicen objetos que puedan poner en riesgo la seguridad de los etiquetados.
- Es importante tener “cuidado con publicaciones sospechosas, sin importar si son emitidos de contactos conocidos” (Islas, 2018, p.90) ya que en la internet muy fácilmente se difunde contenido falso que muchas veces se utiliza para robar información. Por lo cual es recomendable nunca abrir ningún enlace extraño o contenido que no demuestre tener fuentes confiables y seguras.
- Si se desea tener aún más privacidad, se recomienda no utilizar nombres reales en redes, sino un “seudónimo” (Morcillo, 2015, p.90) a través del cual sólo las personas conocidas puedan identificar al usuario.
- Es vital prestar “atención a las opciones de privacidad de las redes sociales” (Flores, 2015, p.320). Todas las redes en la sección de configuración tienen esta sección de “privacidad” en la que permiten a los usuarios decidir qué tan pública o privada se maneja su información. Por ello, es importante entender esta sección y revisarla periódicamente para que toda la configuración apunte a una seguridad del usuario.

Recomendaciones específicas en términos de configuración de redes.

Dentro de la configuración de cada red social, se aconseja además prestar atención a los siguientes consejos:

- Algunas redes permiten escoger contactos de emergencia para que, en el caso de perder la cuenta por un hackeo, a través de ellos se la pueda recuperar (Islas, 2018,

p.49). Por ello se recomienda establecer estos contactos en la configuración de todas las redes que lo permitan.

- En todas las redes existe un apartado en el que “muestra el dispositivo, lugar, hora, fecha y si sigue activa la sesión” (Islas, 2018, p.49) lo cual resulta muy útil revisar periódicamente para controlar que sólo el dueño de las redes esté accediendo a las mismas, y “en caso de no reconocer la sesión se puede cerrar” (Islas, 2018, p.49) y bloquear el acceso futuro.
- Se recomienda activar la opción para “recibir alertas sobre inicios de sesión no reconocidos” (Islas, 2018, p.50) ya que esto ayudará a que ningún intruso entre a las redes.
- Es importante configurar para que la información personal esté oculta sólo para que el dueño del perfil pueda verla, y restringir para que todo el contenido sólo lo vean los amigos del dueño del perfil o el dueño (Islas, 2018, p.51).
- En algunas redes se puede configurar para que sólo cierto tipo de personas puedan enviar solicitudes de amistad, además que sólo algunos (de acuerdo a cómo escoja el usuario) puedan ver la lista de amigos (Islas, 2018, p.52). Se recomienda configurarlo para que sólo las personas cercanas al usuario tengan acceso a esto.
- Es vital activar la configuración para que “los motores de búsqueda” (Islas, 2018, p.52) fuera de cada red social no enlacen al perfil ya que esto puede conllevar muchos riesgos.
- Finalmente, es importante desactivar los permisos para que las redes guarden el “historial de ubicaciones” (Islas, 2018, p.52), ya que así ningún extraño podrá rastrear en dónde se encuentra cada usuario.

Con todas las recomendaciones presentes, tanto a nivel de dispositivos, navegadores y redes sociales, de seguro la experiencia de cada usuario en redes se volverá más segura y beneficiosa. Sin embargo, es vital recordar que no son las únicas acciones a tomar, ya que de acuerdo a los usos que cada persona dé a estas redes, probablemente deberá protegerse con otras medidas también. Esto último es vital recordar para educar correctamente a los usuarios de internet.

Así mismo, al momento de comunicar a otros la importancia de guardar su privacidad, es importante recordar que la seguridad y el cuidado de la privacidad depende de cada persona y la importancia que cada usuario le otorgue dentro de sus redes. Por lo cual se recomienda a todo usuario mantenerse continuamente pendiente de esto, por seguridad propia y de los que le rodean. Además, siempre comunicar a personas cercanas en el caso de estar sufriendo algún tipo de peligro o amenaza a través de redes, para recibir ayuda oportuna y solucionarlo antes de que sea tarde.

La prevención está en manos de la comunicación, y mientras más asertiva sea la misma, se podrá generar grandes cambios en esta gran problemática que concierne a las nuevas generaciones.

CAPÍTULO 4

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

4.1 Presentación de campaña y contexto

La campaña “#TusRedesTusReglas” es la primera iniciativa ecuatoriana dirigida a jóvenes de 15 a 25 años que busca crear una experiencia segura en el mundo en red a través de la alfabetización digital, la cual implica enseñar a los jóvenes a cuidar su privacidad y también entregarles herramientas para que puedan disfrutar de las redes sociales de una forma consciente y segura.

Esta propuesta social nació gracias a los numerosos casos de pérdida de privacidad que existen actualmente y a la inconciencia y el desconocimiento que existe sobre el autocuidado en el mundo digital.

4.1.1 Antecedentes del internet y la pérdida de privacidad.

En la actualidad se están viviendo cambios drásticos en todos los aspectos, uno de los más relevantes es el cambio en la cultura de socialización, pues con el acelerado crecimiento y evolución de la tecnología, el internet y las redes sociales, se han desatado varios cambios que han superado varias barreras, incluso geográficas. Hoy en día, no existen límites con respecto al uso masivo de estas plataformas dentro del ciberespacio pues han generado nuevas formas de socialización y las han revolucionado, así como menciona Adame: “Somos 7.7 mil millones de humanos en el planeta, y según el reporte anual *The Global State of Digital in 2019* creado por *Hootsuite* y *We Are Social*, el 52% de la población mundial utiliza redes sociales” (2019, párr.2), razón por la cual ha sido un tema de interés para todas las sociedades contemporáneas que en la actualidad ha generado debate y crítica por su uso masivo.

Si bien es cierto, han aportado muchos beneficios a la vida cotidiana de todos los seres humanos, han facilitado la comunicación de una manera inimaginable y han superado

cualquier tipo de barrera. Sin embargo, es importante destacar que como cualquier plataforma es necesario establecer límites, indagar sobre las políticas de privacidad y conocer a fondo los peligros y riesgos que estas presentan, pues puede pasar de ser “una red que te conecta a todo el mundo” a “una plataforma que está poniendo en peligro tu vida”, puesto que como aseveran Orchaita, Espinosa y Gutiérrez: “las redes sociales pueden entrañar riesgos derivados de la escasa cautela de los adolescentes en la preservación de su propia identidad o en el establecimiento de relaciones con personas desconocidas” (2011, p.108). Tomando en cuenta esta opinión, se puede destacar que la población en mayor riesgo son los adolescentes, pues al estar inmersos en un espacio sin límites, en el que se sienten liberados, se puede empañar el uso responsable y sobre todo la conciencia sobre proteger sus datos y lo que comparten dentro de estas redes.

4.1.2 Fundamentos Teóricos de la Comunicación y ODS.

A lo largo de la historia se han desarrollado distintos conceptos y teorías de comunicación, que han significado un trabajo arduo para investigadores, pues es una disciplina que ha generado paradigmas por su amplitud de aplicaciones y su desarrollo estratégico en varios ámbitos dentro de las ciencias sociales. Además, han tenido una evolución muy amplia que ha significado grandes cambios en la concepción de la comunicación dentro de la sociedad.

Para el presente proyecto se ha destacado como línea base el surgimiento de los “estudios culturales” que han revolucionado por completo el proceso comunicativo debido al papel que juega el receptor ya que según esta teoría deja de ser un ente pasivo y es capaz de generar un “*feedback*” o interpretar el mensaje de acuerdo a su cultura y el contexto en el que se desarrolla e incluso tiene la capacidad de crear nuevo contenido y así emplear este proceso infinito de comunicación (Igartua y Humanes, 2009). Esta transformación que plantean los estudios culturales es justamente la que se vive en la actualidad con el desarrollo de la

tecnología y los ciberespacios sociales que han implantado una nueva cultura de socialización, pues justamente estos espacios son considerados como “colaborativos” (Gómez, 2009) junto con la aparición de blogs y redes sociales se ha dado una relevancia y protagonismo al receptor como se propone en los estudios culturales.

Esta nueva manera de concebir al proceso comunicativo ha generado varios cambios positivos, sobre todo en el mundo digital que ha logrado superar barreras de toda índole con lo que respecta a las posibilidades de socialización y comunicación. Sin embargo, no está exenta de peligros, riesgos y desventajas. Por ello la presente investigación es relevante e importante en cualquier ámbito social, puesto que el objetivo principal es concientizar principalmente a los nativos digitales sobre estos peligros, considerando que se estará aportando al ODS#3 que busca “garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos y todas en todas las edades” (UNDP, 2012) pues se está buscando promover el bienestar de los jóvenes en el mundo virtual que debe ser manejado con responsabilidad.

4.1.3 Definición del problema.

Los adolescentes conciben a las redes sociales como un espacio de liberación, entretenimiento y socialización, lo cual ha generado factores positivos, pero se ha generado una inconciencia sobre sus peligros, sobre todo por la falta de conocimiento de prevención y cuidado de su privacidad e identidad.

4.1.4 Causa Social.

El propósito de la presente es el promover el bienestar de los adolescentes dentro del mundo virtual, tomando en cuenta que se ha transformado en uno de los espacios más concurridos para mostrar su identidad y socializar sin ningún límite. Por ello, se quiere alcanzar un nivel de concientización sobre el uso de estas plataformas para evitar la pérdida de privacidad y todos los peligros que la misma desencadena.

4.1.5 Investigación previa.

Para la planificación de la campaña se realizó una profunda revisión de fuentes bibliográficas mencionadas en los capítulos anteriores. Además, se realizó investigación cualitativa la cual incluyó entrevistas a expertos, *focus groups*, recolección de testimonios del público objetivo, observación de campañas similares, tendencias y etnografía digital. Esto aportó significativamente para direccionar la campaña con tino y generar las estrategias correctas para alcanzar objetivos. Entre los aportes más importantes se encontraron:

Generar una campaña de alfabetización digital.

Se descubrió cuan imprescindible es enseñar a las personas sobre cómo tener una experiencia amigable con las redes sociales, para que puedan aprovechar todos sus beneficios, pero al mismo tiempo cuidarse de los peligros. Para ello, el generar una campaña de alfabetización digital era lo ideal, ya que ayudaría a conocer a las personas cosas que no sabían sobre las redes sociales o incluso hacer que se den cuenta de cosas que estaban ignorando. Pero al mismo tiempo, les daría a ellos la oportunidad de escoger cómo quieren manejar su experiencia digital.

También se evidenció que, al momento de alfabetizar sobre el tema, se debe hacerlo desde una perspectiva amigable, no de infundir temor, ya que la idea no es que las personas dejen de usar las redes, sino que lo hagan con responsabilidad. Esto implica el aprender a poner límites entre lo que se quiere hacer público y lo que se quiere mantener privado, siempre teniendo en cuenta el amor a uno mismo.

La importancia del derecho digital.

Se evidenció la necesidad de enseñar a los jóvenes sobre sus derechos en el mundo en red y el proceso de denuncia. Para ello fue importante saber que la libertad es el segundo derecho más importante después de la vida, por lo cual el garantizar la libertad de cada persona tanto en el mundo online como el mundo físico debe ser un derecho. Sin embargo, en

Ecuador no existen aún leyes que amparen a las personas directamente en el ámbito digital, lo cual puede ser un gran problema para personas que sufran algún tipo de repercusión negativa en las mismas. Sin embargo, existen artículos que, aunque no hablan directamente del ámbito digital, pueden ser aplicables de acuerdo a los distintos tipos de problemas que se pueden presentar en redes, como: daño moral, calumnias, suplantación de identidad, intimidación, oferta de servicios sexuales con menores, actos de odio y protección de datos. Comunicar estos recursos, puede ser muy útil para solucionar a tiempo cualquier consecuencia que las redes hayan traído a los jóvenes.

El uso de testimonios y los medios para hablar a los jóvenes.

Al recibir tantos testimonios de jóvenes que habían perdido su privacidad en redes, se recalcó la importancia de que más personas los conozcan y que así puedan poner sus límites claros en el mundo en red.

Además, al conversar con jóvenes, se descubrió que la red social a la que más prestan atención es Instagram gracias a su contenido visual y dinámico.

4.2 Concepto de campaña

4.2.1 Nombre de campaña.

#TusRedesTusReglas “Por un espacio virtual seguro”

4.2.2 Logotipo e identidad visual.

La línea gráfica de la campaña tiene como objetivo principal llamar la atención del público objetivo, con colores vivos, potentes y con un efecto “neón” haciendo alusión a lo “nuevo” o “actual”, básicamente representando el ciberespacio y en sí el mundo digital. Los colores escogidos son el verde que representa “la juventud y la jovialidad”, el azul “el compromiso y la modulación” haciendo referencia a que se deben establecer límites en el espacio digital y finalmente el naranja que muestra “el compromiso y el optimismo” puesto que se quiere transmitir el uso responsable y positivo, más no infundir miedo.

Todo esto se puede observar en las imágenes mostradas a continuación:

Figura 3.

Logo de campaña.



Figura 4.

Colores de campaña.

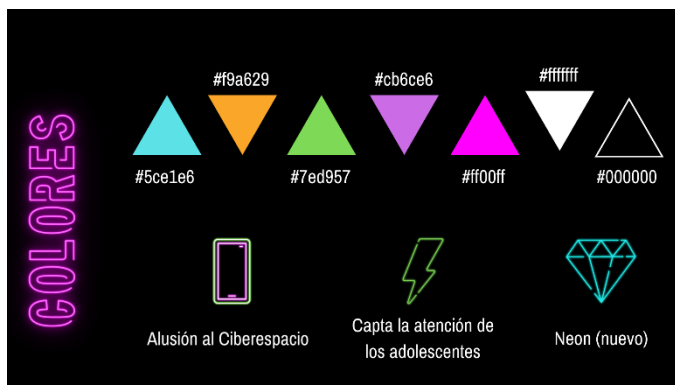


Figura 5.

Tipografía de campaña.



4.2.3 Público objetivo

Jóvenes de 15 a 25 años que pasan la mayoría de su tiempo conectados a la red, pues con el desarrollo de la pandemia Covid-19, sus actividades principales se digitalizaron y se encuentran expuestos a peligros dentro del mundo digital.

4.3 Planificación de la Campaña

4.3.1 Objetivos.

Dentro de la campaña, el principal objetivo fue generar una comunidad virtual consciente e informada, que ponga las reglas claras en sus redes a tiempo y se beneficie de ellas al máximo. Para lo cual, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Concientizar sobre la importancia del autocuidado en el mundo en red.
- Enseñar cómo cuidar la privacidad en redes sociales.
- Demostrar cómo aprovechar los beneficios de las redes sociales de una forma segura.
- Exponer las formas de denuncia en caso de pérdida de privacidad y generar un espacio de empatía y ayuda a las personas que la han sufrido.

4.3.2 Estrategias y ejes de campaña.

Como principal estrategia se planteó la difusión de la campaña en Instagram, ya que, de acuerdo a la investigación, se descubrió que era el mejor medio para crear una comunidad digital con el público objetivo. Dentro de esta, se planteó hablar de 4 ejes principales:

1. Importancia del autocuidado
2. Cómo cuidar la privacidad en redes sociales
3. Cómo explotar las redes sociales al máximo de forma segura
4. Derechos digitales y cultura de denuncia

4.3.3 Tácticas.

De forma general, las tácticas utilizadas fueron las siguientes:

4.3.3.1 Manejo de Instagram.

Se realizaron distintos tipos de *posts*, historias, *reels* y en vivos, los cuales buscaron cumplir los objetivos planteados de acuerdo al siguiente cronograma (Figura 6):

Figura 6.

Cronograma de posts en Instagram

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
	22 Creación del Instagram	23	24 Post logo expectativa	25	26 Post quienes somos	27	28
	29 Post Objetivos Campaña	30 Historia alianzas	31 Historia interactiva Kahoot	1	2 Reel Autocuidado	3	4
1	5 Anuncio Leam@Chil	6 Post tips autocuidado	7 Historia Kahoot	8 Leam@Chil AECl Autocuidado Configuración privacidad	9 Reel Ciberseguridad	10	11
2	12 Post Testimonios Historia preguntas	13 Anuncio Leam@Chil	14 Historia interactiva Kahoot	15 En vivo AECl Extorsión, envío de packs, sexting	16 Reel Extorsión, Sexting, etc.	17	18
3	19 Post Testimonios Historia preguntas	20 Anuncio Leam@Chil	21 Historia interactiva Kahoot	22 En vivo Fátima Martínez Beneficios redes	23 Post herramientas beneficios	24 Reel Beneficios redes	25
4	26 Post Testimonios Historia preguntas	27 Anuncio Leam@Chil	28 Historia interactiva Kahoot	29 En vivo Ugoval Derecho digital	30	1 Reel Derecho digital	2
	3 Post Proceso de denuncia	4 Historia para que cuenten en que les impacto nuestra campaña	5 Post lo que aprendieron e impacto	6 Post agradecimiento alianzas y medios	7 Reel agradecimiento con fotos	8	9
	10 Post Video agradecimiento Historias ¿continuar?						

Entre el contenido subido se encontró lo siguiente:

Posts.

- *Posts* de testimonios negativos y positivos de redes.
- *Posts* de *tips* para cuidar de la privacidad en las distintas redes.
- *Posts* de *tips* y herramientas para aprovechar las distintas redes.

Historias.

- Historias sobre temas de tendencia en redes.
- Historias con trivias sobre las temáticas semanales y explicación de respuestas correctas.
- Historias para que cuenten sus testimonios y abrir un espacio de diálogo.

- Historias para que las personas hagan preguntas y despejar sus dudas en *posts* o historias.

En vivos.

Se puso el nombre de “*Learn&Chill*” a los conversatorios con expertos para que sean más llamativos para los jóvenes además se decidió realizarlos en Instagram. En total se realizaron 4 conversatorios que cuadraban con el tema de cada semana. Estos fueron:

- *Learn&Chill #1*: Autocuidado y configuración de privacidad en redes con Gabriel Llumiquinga (Presidente de AECI).
- *Learn&Chill#2*: *Sexting*, extorsión y envío de *packs* sin consentimiento con Verónica Guamán (Coordinadora de seguridad de ControlClik).
- *Learn&Chill#3*: Marca personal y *tips* para explotar las redes al máximo con Fátima Martínez (Docente de Google en España y líder de opinión en temas de marketing digital).
- *Learn&Chill#4*: Derecho digital: cómo denunciar delitos digitales con Sofía Recalde y Camila Valdez (Creadoras de UPLAW).

4.3.3.2 Aliados estratégicos.

Otra táctica muy relevante fue la obtención de aliados estratégicos, los cuales le dieron más relevancia y renombre a la campaña. En total la campaña tuvo seis aliados estratégicos quienes aportaron con contenido, difusión y con expertos en los temas para reforzar la campaña e interactuar con nuestra comunidad digital en los distintos en vivos. Éstos fueron:

- Asociación Ecuatoriana de Ciberseguridad (AECI).
- Asamblea de Jóvenes por la Sostenibilidad (Tandari)
- Federación de Estudiantes Universitarios Particulares del Ecuador (FEUPE)

- Red Nacional de Consejos Estudiantiles (Unión Estudiantil)
- Asesores en Derecho Tecnológico (UPLAW).
- Prevención y seguridad ante amenazas tecnológicas de niños y adolescentes.
(Controlclik)

4.3.3.3 Gestión de medios de comunicación y relaciones públicas.

Dentro de la gestión de relaciones públicas se generaron las alianzas estrategias mencionadas anteriormente. Además, se consiguió a una líder de opinión muy importante en el tema digital: Fátima Martínez. Ella cuenta con más de 20mil seguidores en redes sociales y es conocida por ser docente en Google Actívate y ser referente en los temas de comunicación digital, por lo cual fue relevante tenerla como speaker en un en vivo.

En cuanto a los medios de comunicación, se envió el boletín a diversos medios con los que se entabló contacto y se consiguió diversidad de interacción con ellos al ser un tema muy noticiable. En total contamos con la aparición en siete medios, los cuales fueron:

- Tinta Digital (*post* de campaña)
- Ponte Once Radio (entrevista en vivo por videollamada)
- Equinoccio Digital (entrevista en vivo por videollamada)
- Telesucesos (entrevista presencial sección “Vida y Tecnología”)
- Radio Hot 106 (entrevista en vivo por llamada en “Al Fin Solos”)
- Radio La Red (entrevista en vivo por llamada)
- Aula Magna (publicación de artículo y *post* de campaña)

4.3.4 Matriz de objetivos

De forma más detallada, en la siguiente tabla se demuestra específicamente lo realizado cada semana de acuerdo a cada objetivo:

Tabla 7.

Matriz de objetivos #TusRedesTusReglas.

Objetivo Específico 1: Concientizar sobre la importancia del autocuidado en el mundo en red.		
Estrategia	Propósito	Táctica
Demostrar la importancia del autocuidado a la comunidad digital.	Crear expectativa en los adolescentes sobre el tema a abordar.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de Instagram • Publicación de información básica. • Trivia de conocimientos básicos de privacidad en redes sociales. • Primer <i>"Learn&Chill"</i> con Gabriel Llumiquinga sobre "Autocuidado y configuración de privacidad". • <i>Reel</i> sobre concientización de la ciberseguridad. • Aparición en medios (publicación Tinta Digital y entrevista en Radio Hot 106)
Objetivo Específico 2: Enseñar cómo cuidar la privacidad en redes sociales.		
Estrategia	Propósito	Táctica
Capacitar en temas básicos de gestión de privacidad en red como usuario.	Ofrecer herramientas elementales para proteger la privacidad y defender el derecho individual a la intimidad personal.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Post</i> de testimonios negativos de lo que puede suceder en el mundo en red. • Trivia de temas negativos en red como extorsión. • Segundo <i>"Learn&Chill"</i> con Verónica Guamán sobre "Extorsión, <i>sexting</i> y envío de <i>packs</i>". • <i>Reel</i> sobre concientización de responsabilidad en la práctica del <i>sexting</i>.

		<ul style="list-style-type: none"> • Aparición en medios (entrevista en Ponte Once Radio)
Objetivo Específico 3: Demostrar cómo aprovechar los beneficios de las redes sociales de una forma segura.		
Estrategia	Propósito	Táctica
Motivar el uso de redes sociales de forma segura para explotar sus beneficios.	Demostrar que las redes pueden ser beneficiosas y al ser usadas con responsabilidad pueden traer muchos puntos positivos.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Post</i> de testimonios positivos de experiencias exitosas en redes sociales. • Trivia de herramientas útiles que existen en redes. • Tercer <i>"Learn&Chill"</i> con Fátima Martínez sobre "Beneficios de redes sociales y marca personal". • <i>Reel</i> sobre todo lo positivo que se puede hacer en redes. • <i>Post</i> de herramientas y <i>apps</i> para explotar los beneficios de las redes al máximo. • Aparición en medios (Entrevista en Radio la Red y Equinoccio Digital)
Objetivo Específico 4: Exponer las formas de denuncia en caso de pérdida de privacidad y generar un espacio de empatía y ayuda a las personas que la han sufrido.		
Estrategia	Propósito	Táctica
Capacitar sobre derecho digital básico y proceso de denuncia.	Establecer una cultura de denuncia y motivar a alzar la voz en el caso de perder la privacidad en redes sociales o sufrir sus consecuencias.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Post</i> de testimonios positivos de personas que han cambiado sus vidas al denunciar. • Trivia sobre delitos digitales. • Cuarto <i>"Learn&Chill"</i> con UPLAW sobre "delitos digitales y proceso de denuncia"

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Reel</i> de motivación a levantar la voz y denunciar. • <i>Post</i> detallado de proceso de denuncia. • Aparición en medios (publicación de artículo en Aula Magna y entrevista en Telesucesos)
--	--	--

4.4 Ejecución de la campaña

La campaña tuvo una duración de 7 semanas a partir del 22 de marzo hasta el 13 de mayo con un total de 33 *posts*, 177 historias, 6 *reels* y 4 en vivos e IGTV. A continuación, se encuentran algunas muestras de contenidos que se postearon:

Figura 7.

Post testimonios.

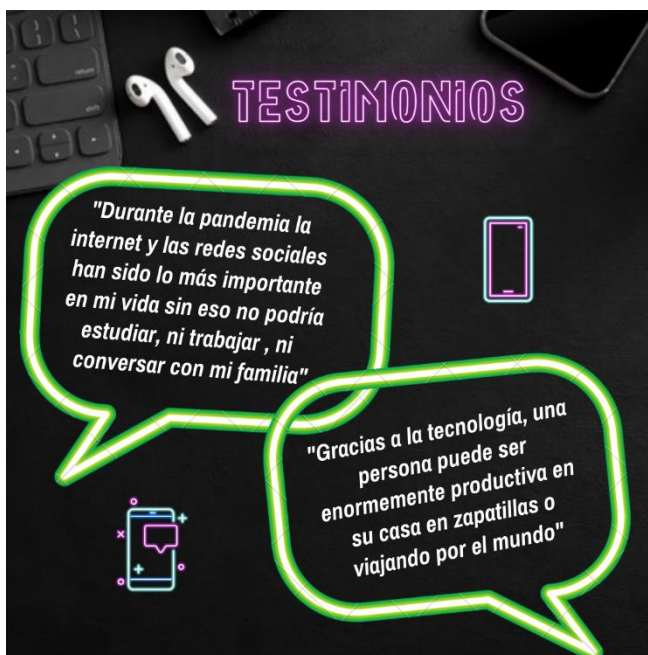
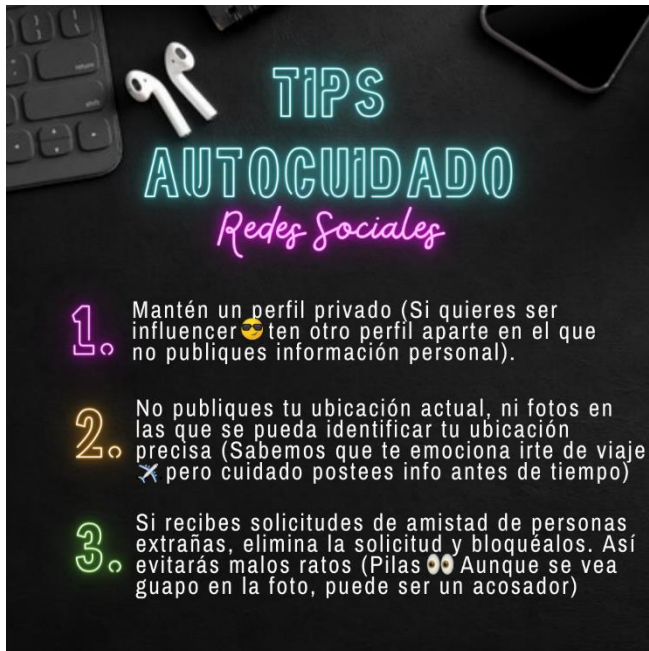


Figura 8.*Post Tips.***Figura 9.***Invitación "Learn & Chill".*

3ERA EDICIÓN **LEARN & Chill**

Instagram **LIVE**

Invitado Especial: **FÁTIMA MARTÍNEZ**

Fecha: **JUEVES 22 ABRIL 2021**

Hora: **13:00PM ECUADOR
20:00 PM ESPAÑA**

Instagram **LIVE** **LEARN & Chill**

FÁTIMA MARTÍNEZ

- Especialista en comunicación y relaciones públicas. 💎
- Dirige Social Media Fidelity Management, empresa de Consultoría de Marketing, Comunicación y Formación para empresas. ☆
- Docente en Google en sus programas Actívate y Activa tu Negocio.
- Escritora de "El libro de Tik Tok" para profesionales y empresas.

Con el apoyo de:

AECI

Figura 10.

Historias de trivias semanales.

**Figura 11.**

Historias de aclaración de respuestas de trivias.

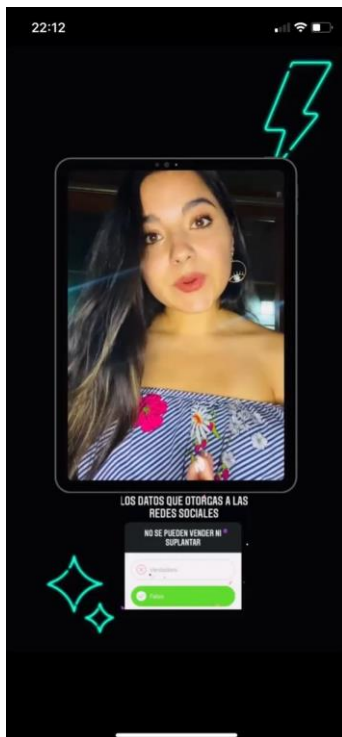


Figura 12.

Historias de invitaciones en medios de comunicación.



Figura 13.

En vivos con expertos “Learn&Chill”.

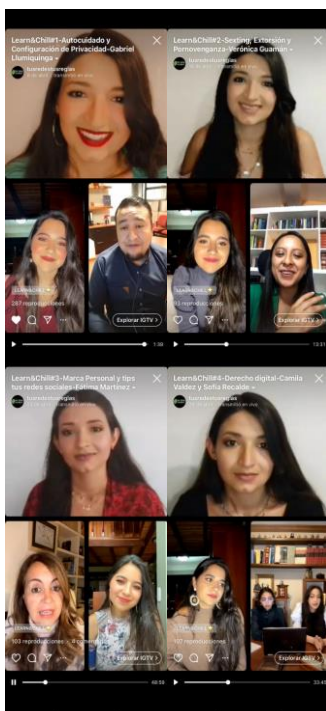


Figura 14.

Reels.

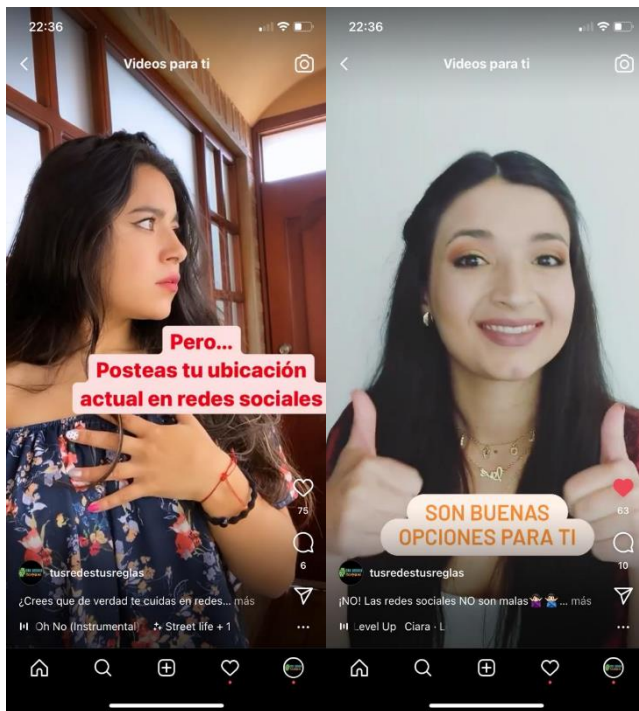
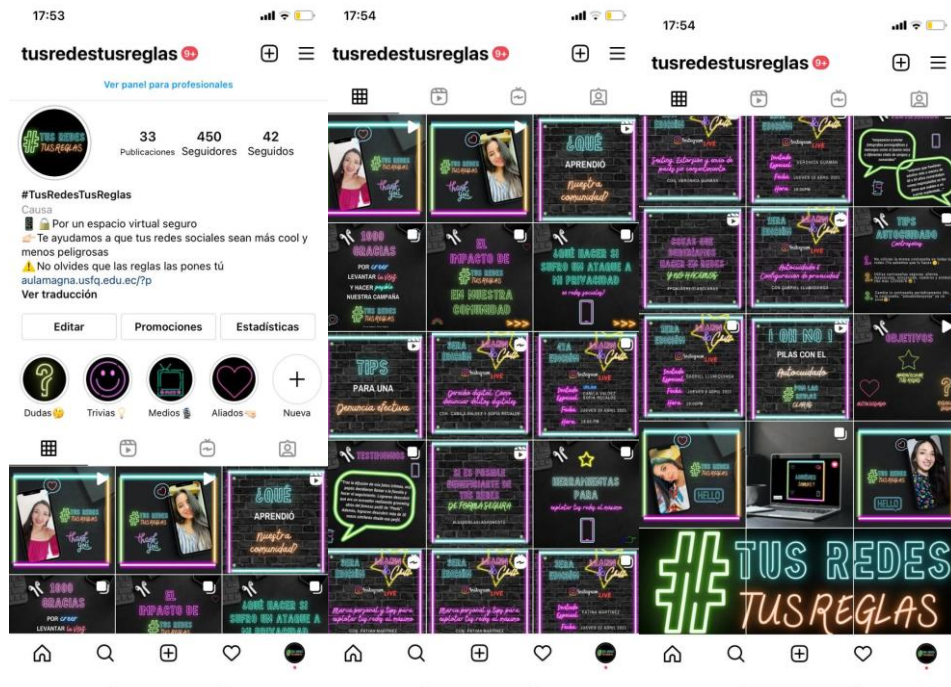


Figura 15.

Feed Completo.



4.5 Resultados e impactos

A lo largo de la campaña se generó una comunidad digital, que a medida que pasaba el tiempo, se fue fidelizando de acuerdo al contenido que se publicaba y al interés y aprendizaje que se adquiría en cada una de las publicaciones, videos, trivias, en vivos y presencia en medios de comunicación.

En total se obtuvieron 457 seguidores en la página de Instagram. Además, según las estadísticas, se logró un alcance aproximado de 9 877 cuentas con un total de 29 243 impresiones y 1 051 visitas al perfil (Figura 16).

Figura 16.

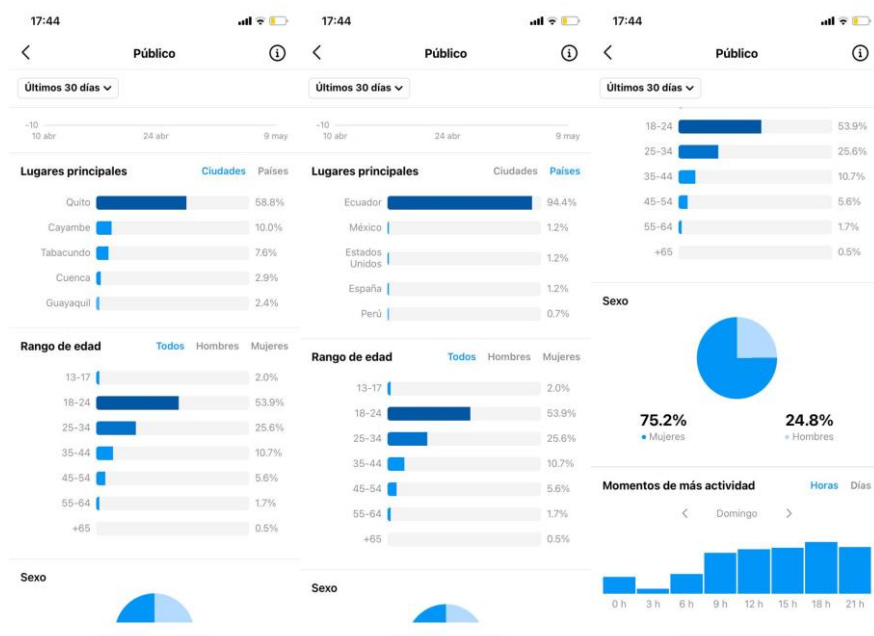
Estadísticas generales.



Así también la campaña logró llegar a su público objetivo, ya que, según las estadísticas, el 55,9% de los seguidores tenían de 13 a 24 años, seguido de un 25,6% que tenían de 25 a 34 años (Figura 17). Es decir, no sólo se logró abarcar el target propuesto (que era de 15 a 25 años), sino que se consiguió generar un impacto aún a otras edades. Cabe recalcar que de igual manera a estos porcentajes se suman personas desde los 35 a 65 años, quienes, a pesar de no ser el público objetivo ni una mayoría entre los seguidores, mostraron gran interés por los temas abarcados y se beneficiaron de los mismos.

Figura 17.

Estadísticas público.



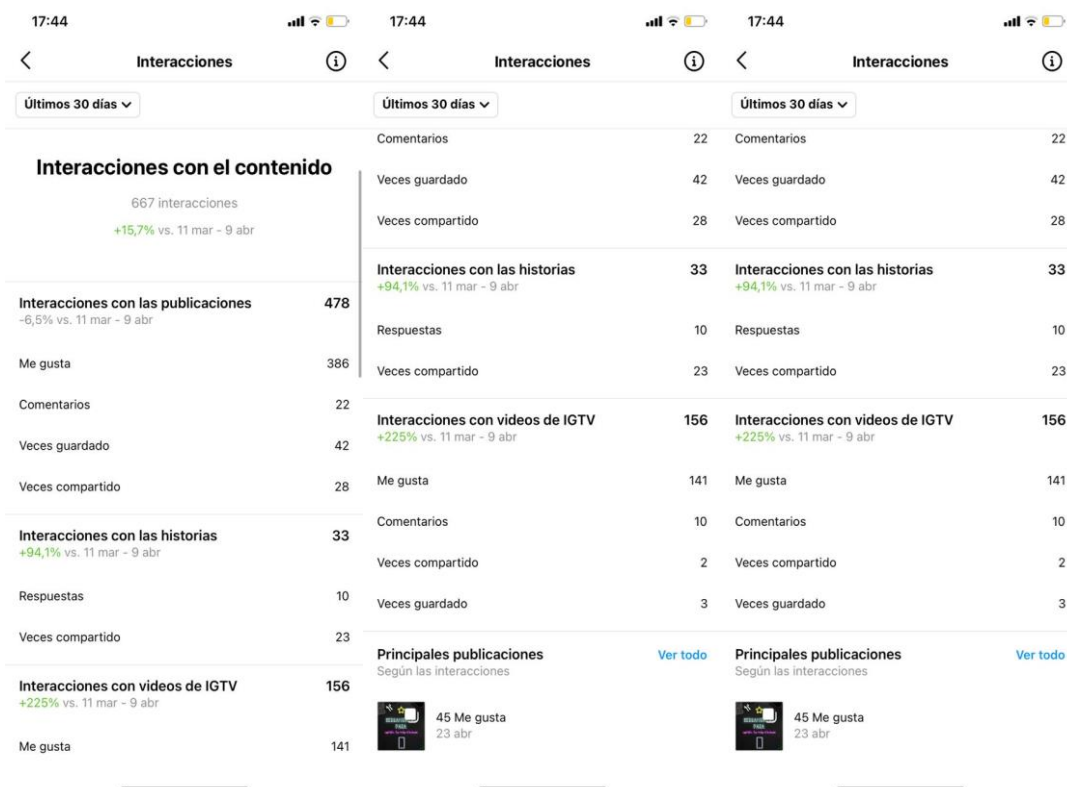
De igual manera, la campaña tuvo un gran alcance tanto a nivel nacional como internacional. Dentro del Ecuador, el contenido fue visibilizado en Quito, Cayambe, Tabacundo, Cuenca y Guayaquil. Y a nivel internacional, se alcanzó una comunidad de México, España, Estados Unidos y Perú.

Con respecto al resultado de los posts se obtuvieron 87 likes y 30 guardados, 222 reproducciones en videos, un alcance de más de 630 personas y más de 829 impresiones. En

las historias se obtuvieron más de 200 visualizaciones, más de 90 personas participando en las trivias con 152 impresiones y generando más de 30 respuestas en mensajería (Figura 18).

Figura 18.

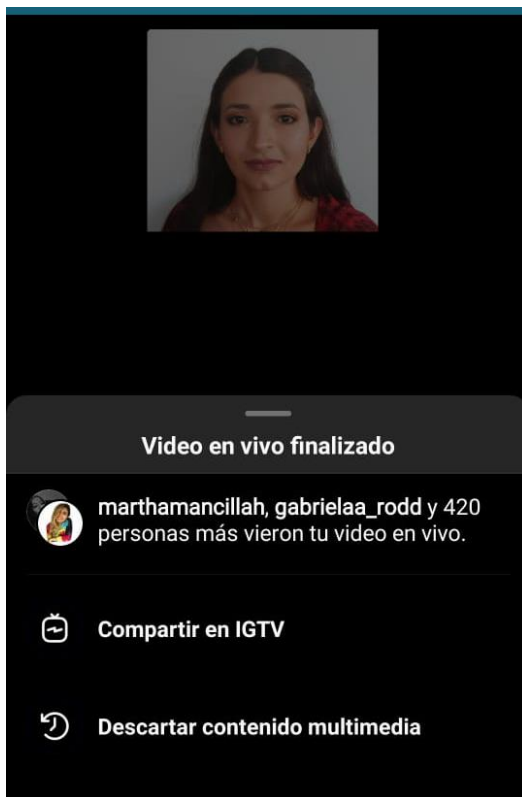
Interacciones.



En cuanto al contenido, los “Learn&Chill” tuvieron hasta 422 espectadores en vivo (Figura 19) y más de 291 visualizaciones en los IGTV que se postearon para las personas que no podían ver en vivo. Los reels tuvieron hasta 6719 vistas y más de 98 likes.

Figura 19.

Espectadores en vivo “Learn&Chill”.



En cuanto al alcance externo a Instagram, los medios de comunicación nos ayudaron a aumentar seguidores e interés en el tema. El conseguir distintos medios, de distintas ramas y tipos, aportó en generar atención de públicos diferentes y a iniciar un tema de conversación. El tema de campaña fue muy noticiable y del agrado de los medios, por lo cual finalmente se logró alcanzar 7 medios durante el tiempo de campaña y entablar contacto con otros. Inclusive, uno de los medios nos invitó a una entrevista, sin haber tenido ningún acercamiento previo, lo cual demostró el impacto de nuestra campaña aún a nivel mediático.

Por otro lado, los 6 aliados obtenidos estuvieron muy felices con lo logrado, tanto así que algunos de ellos propusieron seguir con la campaña y brindar todo el apoyo para seguir construyendo un mejor mundo en red con #TusRedesTusReglas.

Finalmente, en cuanto a la comunidad, muchos expresaron su gratitud por todo lo aprendido, y en la última etapa nos comentaron qué aprendieron de la campaña, mencionando cosas como:

- “Ahora estoy mucho más pendiente de mis configuraciones de privacidad y las he leído poco a poco”.
- “La información es poder. El tener claras las pautas legales es muy importante si alguna vez sufrimos algún tipo de acoso”.
- “Aprendí que lo que publico ya no es sólo mío por lo que debo tener mucho cuidado dentro de la red al igual que en el espacio físico”.
- “Ahora tengo más conciencia sobre lo que comparto para sentirme segura y aprovechar mis redes al máximo”.
- “Me hizo dar cuenta que acepto todo lo que veo sin leerlo y que estoy expuesta a peligros que ni sabía que existían”.
- “Nos empoderó, porque muchas veces creemos que no hay solución y nadie nos va a apoyar y no es así”.
- “Me ayudaron a entender el proceso que debo seguir si quiero denunciar y lo importante que es alzar la voz”
- “Entendí que hay mucho por hacer como país para ayudar a los usuarios a proteger su privacidad”.

Con esto, se puede decir que se lograron los objetivos planteados y que realmente ahora un gran grupo de jóvenes pondrán las reglas claras en sus redes y las explotarán al máximo de manera segura.

Además, más de 40 personas escribieron a contar sus testimonios de pérdida de privacidad en redes y con la campaña se pudo a ayudarles. Y también, más de 30 personas pidieron que la campaña continúe, incluyendo los aliados estratégicos.

CONCLUSIONES

En base a la investigación y análisis realizado, se puede concluir que en la actualidad se vive en un mundo en el que impera la cultura tecnológica que cada vez transforma más la concepción tradicional del ser humano implicando nuevas formas de convivencia. Sin duda la necesidad de conectividad permanente, el acceso a internet como necesidad básica y las nuevas interacciones en el ciberespacio han tenido un impacto relevante sobre nuestra cultura y han marcado cambios notables en la comunicación. Si bien antes se experimentaba una transmisión de información lineal, sin posibilidad de retroalimentación o *feedback*, hoy en día prima la interactividad, las respuestas inmediatas y la concepción del usuario como prosumidor.

Esta transformación ha sido en gran parte por la aparición de redes sociales que han capturado la atención de varios investigadores por el impacto que han generado sobre el dinamismo no convencional de la socialización y sobre todo por el uso masivo que le han otorgado los usuarios. De esta manera, se ha determinado que los principales consumidores son los adolescentes que pertenecen al grupo de los “nativos digitales” mismos que han descubierto al ciberespacio como un lugar de liberación en el que pueden crear su identidad a su gusto, proyectar sus preferencias, comentar, debatir y socializar. Existen un sinnúmero de plataformas que se han desarrollado con distintos objetivos e intenciones, sin embargo, las redes sociales más usadas por los jóvenes son Youtube, Instagram y Snapchat, pues han capturado sus intereses y necesidades más íntimas como usuarios dentro de la red, ofreciendo posibilidades en la que se enfrentan a una nueva realidad virtual que implica varios beneficios, retos y peligros.

Sin duda estas redes han abierto un espacio para una interacción social más amplia, conectar a personas de distintos lugares del mundo, facilitar el acceso a la información y agilizar labores diarias como estudiar, trabajar, tomar un taxi, etc. Pero así también, estas

plataformas han traído consigo una serie de riesgos, entre los cuales se encuentra la pérdida de privacidad en redes, siendo esta la más peligrosa, ya que conlleva a otros problemas más graves como: la suplantación de identidad, el robo de información, *cyberbullying*, difamación, *grooming* o acoso sexual, abuso sexual, emocional o físico, secuestros, asesinatos y otros.

Sin embargo, es totalmente posible cambiar esta realidad a través de la comunicación preventiva, la cual busca que las personas no sólo se informen a corto plazo sobre ciertos acontecimientos, sino que se eduquen a largo plazo y cambien su manera de actuar. Es por ello que el generar una campaña de comunicación que contenga estos elementos, es una gran solución para erradicar esta problemática, ya que así se puede lograr que cada persona autorregule y cuide su privacidad en el mundo en red. Para que, de esta forma, puedan disfrutar de todos los beneficios que la web ofrece sin peligros ni riesgos.

Es por esto que, pensando en el bienestar de las nuevas generaciones y el promover un uso responsable de las redes sociales, la iniciativa #TusRedesTusReglas, empoderó a los jóvenes para que disfruten sus redes sociales al máximo de una manera segura a través del autocuidado. Además, les impulsó a que alcen la voz y cuenten su historia y que entiendan que no están solos, que deben perder el miedo a hablar y denunciar; para que así, se genere un verdadero cambio en la sociedad.

Todo esto se logró a través de la alfabetización digital y la concientización del autocuidado. Pero también, la comunicación fue clave para alcanzar todas las metas logradas, ya que, a través de la misma, se generó un alcance mucho más amplio, se consolidó una gran comunidad, se enseñó de manera asertiva cómo cuidarse en el mundo en red y tener una experiencia segura, se creó contacto con medios y lazos con grandes aliados. Pero, sobre todo, se instauró un espacio seguro, de ayuda a los que han sufrido las consecuencias de la

pérdida de privacidad y de conciencia para que nadie más las sufra. A través de la comunicación, se revolucionó el ciberespacio convirtiéndolo en un lugar sano y seguro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adame, A. (2019). *Redes sociales más usadas en el mundo hispano: tips para crecer tu presencia y alcance social*. Hootsuite. Recuperado de: <https://blog.hootsuite.com/es/redes-sociales-mas-usadas/>

Amado, D., Etkin, E. & Baéz, L. (2019). *La información como herramienta de participación ciudadana*. Buenos Aires, Argentina: Konrad-Adenauer-Stiftung.

Amnistía Internacional (2019). *Gigantes de la vigilancia: la amenaza que el modelo de negocios de google y facebook representa para los derechos humanos*. Recuperado de: <https://www.amnesty.org/download/Documents/POL3014042019SPANISH.PDF>

Arango, G. (2013). *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. Palabra Clave, 16(3),673-697. ISSN: 0122-8285. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=649/64930924002>

Ayuso, M. (2020). *Grooming: "Si no me mandan fotos desnudos, voy a publicar las que ya tengo"*. Argentina: La Nación. Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/comunidad/grooming-si-no-me-mandan-fotos-desnudos-nid2358981/>

Bañuelos, J. (2009). *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*. Revista Razón y Palabra, vol.66. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199520908014>. ISSN: 1605-4806

BBC MUNDO. (2018). *¿Es Facebook para mayores? ¿Por qué los más jóvenes prefieren Instagram y Snapchat?*. *BBC Mundo*. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43046214>

Bertomeu, G. (2011). *Nativos digitales: una nueva generación que persiste en los sesgos de género*. España: Revista de Estudios de Juventud.

Blanco, M. (2014). *Privacidad en la red: aproximación a las vías de protección* (Tesis de grado). España: Universidad de Salamanca. Recuperado de: https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/126502/TG_BlancoHernandez_Privacidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Brönstrup, C., Godoi, E., y Ribeiro, A. (2007). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Signo y Pensamiento, vol.26 (51),26-37. ISSN: 0120-4823. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=860/86005104>

Burgos, G. (2020). *Violencia en redes sociales: ciberbullying en adolescentes usando Facebook e Instagram* (Tesis de grado). Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado de: <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8772>

Business School (2017). *Multitasking: ¿qué es? Sus ventajas e inconvenientes*. Blog de Recursos Humanos. Obtenido el 26 de octubre 2020 de: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/capital-humano/multitasking-que-es-sus-ventajas-e-inconvenientes/>

Cabra-Torres, F. & Marciales-Vivas, G. (2009). *Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los 'nativos digitales': una revisión*. Bogotá: Universitas Psychologica.

CNN. (2013). *Nativos digitales: ¿Quiénes son y qué significa?* CNN en español. Obtenido el 22 de octubre de <https://cnnespanol.cnn.com/2013/01/25/nativos-digitales-quienes-son-y-que-significa/>

Correcher, D. (s.f). *Seguridad y privacidad de los menores en las redes sociales*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica de Valencia. Obtenido el 10 de noviembre de 2020 de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/11853/Memoria.pdf>

Del Barrio, A., Ruíz, I. (2017). *HÁBITOS DE USO DEL WHATSAPP POR PARTE DE LOS ADOLESCENTES*. Revista Infad (2) 22-30. Obtenido el 10 de noviembre 2020 de <https://www.redalyc.org/pdf/3498/349853220003.pdf>. ISSN: 0214-9877

Delarbre, R. T. (2009). *Internet como expresión y extensión del espacio público*. Revista Matrices, vol.2(2). Recuperado de: <https://rtrejo.files.wordpress.com/2012/04/internet-como-expresic3b3n-del-espacio-pc3bablico-matrices-2-2009.pdf>

Díaz, A. (2013). *La autorregulación en redes sociales como forma de garantizar los derechos de intimidad, privacidad y protección de datos personales*. España: Derecom, vol.13, pp.125-143. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4330473>

Díaz, G., Upegui, G. (2019). *ANÁLISIS DEL USO COMUNICATIVO DE TINDER EN ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA USC*. (Tesis de Grado). Universidad Santiago de Cali. Cali. Obtenido el 10 de noviembre 2020 de: <https://repository.usc.edu.co/bitstream/20.500.12421/3331/1/AN%c3%81LISIS%20DEL%20USO%20COMUNICATIVO.pdf>

Díaz, L. (2012). *Teorías de la Comunicación*. Ciudad de Mexico: Red Tercer Milenio.

Díaz, V. (2020). *Una niña en Colombia fue contactada por una red de pedofilia en TikTok; le escribían desde un número de Ecuador*. Ecuador: El Comercio. Recuperado de: <https://www.elcomercio.com/actualidad/tiktok-pedofilia-colombia-ecuador-whatsapp.html>

El País. (2020). *Los peligros de TikTok y cómo manejarse*. Uruguay: Diario El País. Recuperado de: <https://www.elpais.com.uy/domingo/peligros-tiktok-manejarse.html>

El Comercio. (2019). *Daniela, testimonio de acoso en Quito que estremece redes sociales*. Ecuador: El Comercio. Recuperado de:

<https://www.elcomercio.com/actualidad/daniela-testimonio-acoso-quito-redes.html>

Flores, J. (2015). *Privacidad, factor de riesgo y protección en la violencia digital contra las mujeres*. España: UNIA, pp.313-321. Recuperado de:

https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3528/978-84-7993-281-7_2da.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Funes, A. (2020). *Qué es TikTok y por qué triunfa entre los adolescentes*. El español. Recuperado el 10 de noviembre 2020 de: https://www.elespanol.com/curiosidades/tiktok/que-es-tiktok-app-aplicacion-triunfa-adolescentes-musica-videos-viral-menores/523447885_0.amp.html

García, C., Navarete, M., Magaña, D. & Ruiz, M. (2014). *Redes sociales, usos positivos y negativos: caso Facebook*. México: Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento, vol.15. Recuperado de:

<http://www.eticanet.org/revista/index.php/eticanet/article/view/61>

Gómez, H. (2009). *Los Estudios Culturales y los Estudios de la Comunicación. Las membranas del tiempo y del espacio en la era de la comunicación digital*. Razón y Palabra, vol. 67, pp.1-21. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199520725005>

Igartua, J., Humanes, M. (2009). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid : Síntesis, D. L. ISBN: 8497562267. Recuperado de:

<https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/2491>

Imbert, G. (2011). *La tribu informática: identidades y máscaras en Internet*. España: Revista de Estudios de Juventud.

Islas, C. (2018). *Prevención del robo de datos personales mediante apps de redes sociales* (Tesis de grado). México: UAEM. Recuperado de: <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/100032>

Ixcot, J. (2017). *EL USO DE WHATSAPP EN LA COMUNICACIÓN ENTRE ADOLESCENTES*. (Tesis de grado). Universidad de San Carlos, Guatemala. Obtenido el 10 de noviembre 2020 de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1571.pdf

Jiménez, J. (2014). *Riesgos de las redes sociales informáticas* (Tesis de grado). Málaga: Universidad de Málaga.

Jodar, J. (2010). *La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales*. Razón y Palabra, vol.71. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199514914045>

Kenski, V. M. (2003). *Technologies and classroom teaching distance*. Campinas, SP: Papirus.

Loaiza, Y. (2019). *El disfraz pederasta*. Ecuador: GK. Recuperado de: <https://gk.city/2019/07/01/grooming-ecuador-pederastia/>

Lostalé, E. (2018). *Las redes sociales más populares entre adolescentes*. Recuperado el 9 de noviembre de 2020 de: <https://www.kanlli.com/social-media-marketing/redes-sociales-mas-populares-entre-adolescentes/>

Martinez, A. (2014). *Revisar las políticas de privacidad de redes sociales puede tomar 180 horas*. El Financiero. Obtenido el 10 de noviembre de 2020 de

<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/revisar-las-politicas-de-privacidad-de-redes-sociales-puede-tomar-180-horas>

Martínez, V. (2006). *Cultura digital: ventajas y desventajas de la red global*. México: Razón y Palabra.

McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. EEUU: The Mit Press. Recuperado de: <https://b-ok.lat/book/684695/dc15dc>

Méndez, S. & Rodríguez, E. (2011). *Consecuencias futuras del despertar de una generación de adolescentes digitales. Escenarios posibles*. España: Revista de Estudios de Juventud.

Morcillo, J. (2015). *Seguridad y prevención en redes sociales. Responsabilidades legales y menores en Internet*. España: UNIA, pp.71-110. Recuperado de: https://dspace.unia.es/bitstream/handle/10334/3528/978-84-7993-281-7_2da.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Morocho, F. (2019). *INSTAGRAM: USO Y MOTIVACIONES DE LOS JÓVENES*. (Tesis de Grado). Universitas Complutensis Matritensis, Madrid. Obtenido el 10 de noviembre de 2020 de: <https://eprints.ucm.es/57495/1/INTAGRAM%20USO%20Y%20MOTIVACIONES%20DE%20LOS%20JO%CC%81VENES%20.pdf>

Ochaita, E., Espinosa, M.& Gutiérrez, H. (2011). *Las necesidades adolescentes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. España: Revista de Estudios de Juventud.

Pacheco, W. (s.f.). *Qué es Tinder, cómo funciona y todo lo que necesitas saber sobre esta aplicación*. Estados Unidos: Vix. Recuperado de: https://www.vix.com/es/imj/7543/5-riesgos-de-buscar-pareja-por-internet?utm_source=next_article

Peralta, G. (2020). *Plataformas digitales y su importancia de la edición de video para sus contenidos* (Tesis de grado). Ecuador: Universidad Técnica de Babahoyo. Recuperado de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8857/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000349.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez, A. (2011). *Escuelas 2.0. Educación para el mundo digital*. España: Revista de Estudios de Juventud.

Pérez, B., Pastor, Y., Abarrou, S. (2018). *Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente*. Revista Comunicar, 55, pp. 61-70. ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293.

Pérez, F. (2010). *Las nuevas redes sociales ¿moda o revolución?* Nuestro Tiempo. Obtenido el 21 de octubre de 2020 de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/11993/1/Las%20nuevas%20redes%20sociales%2c%20moda%20o%20revoluci%c3%b3n.pdf>

Pew Research Center (2018). *YouTube, Instagram and Snapchat are the most popular online platforms among teens*. Recuperado el 9 de noviembre 2020 de https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/pi_2018-05-31_teenstech_0-01/

Pita, E. (2017). *Diez menores denunciaron acoso con sus fotos de «sexting» este año*. España: La Voz de Galicia. Recuperado de: https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/vigo/vigo/2017/09/12/diez-menores-denunciaron-acoso-fotos-sexting-ano/0003_201709V12C1995.htm

Prato, L. (2010). *Proyecto de investigación y utilización de la web 2.0 para aplicaciones educativas en la U.N.V.M.* Villa Maria: Digitalia.

Ribeiro, G. L. (2002). *El espacio-público-virtual*. Obtenido el 20 de octubre de 2020 de <http://repositorio.unb.br/handle/10482/18386>

Rodríguez, A. (2020). ¿Cuáles son las redes sociales preferidas por los ecuatorianos?. *Diario El Comercio*. Recuperado el 9 de noviembre 2020 de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/redes-sociales-preferidas-ecuador-tecnologia.html>.

Saavedra, A. (2015). *Tinder: los riesgos de la aplicación que es furor*. Argentina: Clarín. Recuperado de: https://www.clarin.com/tech/tinder-buscar_pareja-aplicacion-app-hombres-mujeres-citas-conocer_0_ryOsRf5v7x.html

Salaverría, R. (2009). *Cibermedios. El impacto del internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social ediciones y publicaciones. ISBN (versión Ebook) 9788492860029. Recuperado de: https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=Jp1bOVJvO2IC&oi=fnd&pg=PA9&dq=impacto+del+internet+en+la+comunicacion&ots=pntf_IPMfX&sig=zGmFGV1apuZvokQVvYi8fpPCtqU&redir_esc=y#v=onepage&q=impacto%20del%20internet%20en%20la%20comunicacion&f=false

Scolari, C. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Anuario de Cultura Digital. Obtenido el 21 de octubre de 2020 de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52211715/6Transmedia_CScolari.pdf?1489946808=&response-content.

Sisón, C. (2017). *Instagram: La Red Social de Moda* (Tesis de grado). España: Universidad de Zaragoza. Recuperado de: <https://zaguan.unizar.es/record/62712?ln=es#>

Suárez, B. (2018). *Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas*. España: Revista de Investigación en Educación, vol.16(2), pp. 121-135. Recuperado de: <http://reined.webs4.uvigo.es/index.php/reined/article/view/340/383>

Suárez, J. (2018). *WhatsApp: usos, dimensión emocional, beneficios y perjuicios en la vida de estudiantes universitarios*. España: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.

Recuperado de:

https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/52679/2/15.WhaatsApp_usos_dimension.pdf

Sulmont, L. (2005). *Recursos educativos digitales: procesos de mediación y mediatización en la comunicación pedagógica*. *Revista Digital De Investigación En Docencia Universitaria*, vol. 1(1), 1-19. Recuperado de: <https://doi.org/10.19083/ridu.1.36>

Tobal, H. (2017). *La evolución del marketing digital: el caso de Youtube* (Tesis de grado). Colombia: Universidad Politécnica de Cartagena. Recuperado de:

<https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6033/tfg-tob-evo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Tobar, N. (2013). *La Comunicación: el impacto de su transformación a través de los años en las empresas*. (Tesis de Pregrado). Universidad San Francisco de Quito, Quito.

Toro, J. (2010). *Comunicación estratégica para campañas de publicidad social*. Colombia: Pensar la Publicidad, vol.4 (2), p.160-190. Recuperado de: revistas.ucm.es

Van Djick, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores.

Vizcaíno, R., García, B., López de Ayala, M. (2019): *Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias*. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, pp. 554 a 572. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/074paper/1345/28es.html>

Xu, L. (2019). *Research on the Causes of the "Tik Tok" App Becoming Popular and the Existing Problems*. China: *Journay of Advanced Management Science*, vol.7(2), pp.59-63. Recuperado de: <http://www.joams.com/uploadfile/2019/0613/20190613034911476.pdf>