

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

Cultura digital, redes sociales y su impacto en adolescentes

Micaela Pallares Bahamonde

Emily Wells Espinel

Comunicación

Trabajo de titulación presentado como
Requisito para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación

Quito, 21 de Mayo del 2021

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Cultura digital, redes sociales y su impacto en adolescentes

Micaela Pallares Bahamonde

Emily Wells Espinel

María José Enríquez, PhD en Comunicación

Quito, 19 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 la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Micaela Pallares Bahamonde
Emily Wells Espinel

Código: 00209701
00208325

Cédula de identidad: 1716022429
1718057654

Lugar y fecha: Quito, 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UNPUBLISHED DOCUMENT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>.

RESUMEN

El presente trabajo tiene el fin de analizar la comunicación dentro de los medios digitales, en específico de las redes sociales y el mal uso de las mismas. Se presenta un análisis acerca de los cambios sociales que ha identificado la cultura digital, la web 2.0 y el desarrollo de las TIC's en general dentro de la última década. Se hace un análisis acerca de la transformación de las redes sociales a través del tiempo, en específico de facebook a instagram en las últimas generaciones y el impacto y uso que han tenido estas en la sociedad. Se presenta un análisis de cómo las nuevas tecnologías han influido en el desarrollo positivo y negativo de los adolescentes en el siglo XXI, dentro de este proyecto se podrán encontrar beneficios y aspectos negativos de la influencia de la cultura digital en la sociedad y específicamente de los adolescentes que son el principal consumidor de la misma. Todos estos ámbitos se abordan desde la comunicación digital y se presenta el mal uso de la misma y la importancia de poder llevar a cabo un buen manejo de estas herramientas.

Palabras clave: Comunicación, comunicación digital, redes sociales, adolescentes, web 2.0, cultura digital, Instagram, Facebook, tecnologías

ABSTRACT

The present work has the purpose of analyzing communication within digital media, specifically social networks and their misuse. An analysis is presented about the social changes that have been identified by digital culture, web 2.0 and the development of ICTs in general within the last decade. An analysis is made about the transformation of social networks over time, specifically from Facebook to Instagram in recent generations and the impact and use that these have had in society. Also an analysis is presented of how new technologies have influenced the positive and negative development of adolescents in the 21st century, within this project it will be possible to find benefits and negative aspects of the influence of digital culture in society and precisely of the adolescents who are the main consumer of it. All these areas are approached from digital communication and the misuse of it and the importance of being able to carry out a good handling of these tools is presented.

Key words: Communication, digital communication, social networks, adolescents, web 2.0, digital culture, Instagram, Facebook, technologies

	6
Introducción	8
Capítulo 1: Cultura Digital	11
¿Qué es?	11
1.1.1: DEFINICIÓN LITERAL	11
Antecedentes Históricos	13
Efectos en la Sociedad	14
Capítulo 2: Impacto Redes Sociales	18
2.1 Teoría Redes Sociales	18
2.2 Usos importantes	21
2.3 Transformacion de Facebook a Instagram	23
2.4 Efectos positivos y negativos de redes sociales en adolescentes	25
Capítulo 3: Comunicación como gestión del cambio	29
3.1 Definición de comunicación	29
3.2 ¿Por qué comunicación digital?	29
3.3 Comunicación y educación	31
Conclusiones	34
4. Campaña de Comunicación	35
4.1.1 Pertinencia de la Campaña	35
4.1.2 Enfoque sustentable de la campaña	35
4.1.2 Enfoque social de la campaña	36
4.2 Metodología de Investigación Cualitativa	36
4.2.1: Revisión Teórica	36
4.2.2: Entrevistas a Expertos	37
4.3. Diseño, planificación, y ejecución de la campaña	39
4.3.1 Nombre de la Campaña	39
4.3.2 Concepto de la Campaña	40
4.3.3 Logotipo y justificación del mismo	40
4.3.4: Mapa de Públicos y Aliados Estratégicos	41
4.4. Planificación de la campaña (fases, matriz de objetivos, estrategias y tácticas)	43
4.4.1 Fases de la campaña	43
4.4.2: Matriz de Objetivos	44
4.4.3: Estrategias y Tácticas	45
4.4.4: Planificación Digital de la Campaña	45
4.5: Ejecución de la campaña, resultados e impactos:	47
4.5.1 Ejecución de la Campana	47

4.5.2 Resultados e Impactos en Relación a Objetivos Específicos	48
4.7 Conclusiones y Recomendaciones	64
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

Introducción

La presente investigación tiene como objetivo estudiar la cultura digital, enfocándose de manera más específica en las redes sociales y su impacto en la salud mental de los adolescentes. El propósito de la misma es analizar los efectos de las plataformas digitales en la salud mental de adolescentes que se encuentran expuestos diariamente a largas horas de interacción dentro de redes sociales conocidas dentro de su generación y entorno sociales tales como Instagram.

El impacto social de este tema se basa en la información transmitida por medio de dichas plataformas digitales, la manera en la que los adolescentes perciben la misma y las ponen en práctica en su día a día. Hoy en día las redes sociales se han vuelto uno de los principales canales por los cuales los adolescentes adquieren información debido a la cantidad de tiempo que pasan expuestos a los aparatos electrónicos, es por esto que se considera que estas plataformas pueden llegar a tener un impacto tanto positivo, como negativo en la salud mental de sus públicos. Incluso, es importante considerar la desinformación que estas contienen, “La falta de reflexión resulta un elemento peligroso a la hora de adquirir conocimiento en la Internet, más aún cuando es sabido que en el ciberespacio abundan las mentiras, trivialidades y pseudo argumentos en la forma de basura informacional que contamina las redes” (Gómez, 2013, pg.30). La falta de filtros antes de creer lo que dice en las redes y la manera en la que se va a filtrar esa información es uno de los pasos más importantes, y el que menos hacen caso los jóvenes. La falta de educación acerca de diversos temas que se topan en las redes sociales, muchas veces son transmitidos por gente que tiene falta de profesionalismo en los temas y no comunican de forma correcta y el público expuesto a esta información está siendo alimentado por información no verificada.

Por medio de la siguiente investigación, se busca generar conciencia del poder de las redes sociales y del impacto que tienen en las personas que las consumen, especialmente, en el público más expuesto, los adolescentes. La investigación busca brindar herramientas relevantes que ayuden a los públicos de las redes sociales a discernir la cantidad de información que la Internet provee. En este proyecto de trabajo, se busca topar temas de interés social como la cultura digital, el impacto de las redes sociales, la salud mental y su afectación debido a las redes sociales, influencers y su impacto, entre otros temas.

El fin de esta investigación es desarrollar una estrategia comunicacional que permita difundir el mensaje de manera coherente, efectiva, y con gran alcance. La estrategia que usaremos para transmitir nuestro mensaje, “... se basa en un modelo de cultura más participativo, donde abarca al público no solo como consumidor de mensajes pre - construidos, sino como receptores participativos dentro de una comunidad y red más amplia.” (Jenkins, 2013, pg 24) Con esta estrategia se busca llegar al público objetivo de manera integral, proporcionando herramientas que ayuden a tener una relación más saludable con las redes sociales, disminuir el impacto negativo de las mismas y promover el impacto positivo. Dentro de esta estrategia, se desarrollaran tácticas y actividades que ayudarán a las personas a entender la importancia de la cultura digital, las redes sociales y el impacto que tienen las mismas.

El enfoque de esta investigación será educativo y estará alineado con el objetivo número 4 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible “Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.” Consideramos que este objetivo es uno de los más importantes ya que la misma es un derecho fundamental en todo el mundo. Al ser un derecho fundamental, es vital que todos se involucren de una manera u otra. “De ahí que tanto la sociedad civil como las y los docentes y educadores, el sector privado,

las comunidades, las familias, los jóvenes y los niños, desempeñen por igual un papel fundamental para hacer realidad el derecho a una educación de calidad.” (UNESCO, s.f, pg 8)

Dentro del ODS 4, existe la meta 4b la cual habla acerca de aumentar el número de becas disponibles para aquellos países que se encuentran en vías de desarrollo, al hacer esta investigación, estamos aportando con conocimiento, para de esta forma poder cumplir con dicha meta.

Finalmente, hoy por hoy vivimos en una sociedad expuesta casi en su totalidad al internet que involucra una gran cantidad de información indefinida a la cual como receptores de esta información no estamos preparados para recibir esta cantidad de información y saber filtrar de forma correcta. Ya que al tener tantas opciones, puntos de vista y opiniones es muy difícil para el público saber digerir esta cantidad de información. Incluso, no todas las personas que están brindando esta información en internet, especialmente en redes sociales, están preparadas para comunicar de forma correcta el tipo de información que transmiten. Y otro problema es que en las redes sociales, está expuesto todo el mundo, es decir que hay personas que no están en su totalidad sanas o bien y al estar expuestas a toda esta cantidad de información la mayor parte de su día y al no saber filtrar dicha información, ha llegado a tener consecuencias graves irreversibles. Hay que tener una gran conciencia en lo que puede llegar a hacer la internet, y sobre todo saber comunicar y recibir la información de manera adecuada.

1. Capítulo 1: Cultura Digital

1.1. ¿Qué es?

1.1.1: DEFINICIÓN LITERAL

“Además de las culturas rurales, urbanas e industriales, hoy en día se está desarrollando una nueva modalidad de cultura en el tercer entorno, la cultura digital, cuyos objetos, procesos y resultados tienen la peculiaridad de existir y desarrollarse en red, a diferencia de las culturas tradicionales, que han solido estar marcadas por la impronta de la territorialidad.” (Echeverría, 2009, p. 561)

Dentro de esta cultura, la tecnología marca un hito histórico ya esta se convierte en el personaje principal de esta nueva era, en la cual, la sociedad empieza a utilizar las herramientas tecnológicas para desarrollarse física y socialmente. El término “cultura digital” es un campo de investigación y de aplicación, y es considerada la versión digital del patrimonio cultural, el cual involucra las culturas tradicionales como: las artes visuales (pintura, arquitectura, fotografía), artes escénicas (la música, cine) y los medios de comunicación (radio, cine, televisión) entre otros. La cultura digital abarca todos los nuevos medios que nacieron bajo el entorno digital, con el objetivo de desarrollar y potenciar las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC). Es decir, la cultura digital envuelve todo lo que es nuevos medios digitales, realidad virtual, arte por internet y todo lo que conlleva a las versiones digitales de contenidos de las instituciones patrimoniales como los archivos, bibliotecas etc. El principal enfoque de la cultura digital es coleccionar, contextualizar, conservar y transmitir dicha información. (2008, Colorado, p. 104)

En esta nueva era, se promocionan las TIC para que la sociedad del conocimiento pueda ser potenciada y que todos los seres humanos puedan aprovechar los recursos que las tecnologías ofrecen.

La utilización de todas estas nuevas herramientas anteriormente mencionadas, ha generado una nueva forma de llegar a la información, permitiendo al usuario acceder a la misma de manera instantánea, permanente y globalizada. El patrimonio cultural de los diversos países está siendo digitalizado con el fin de convertirse en información accesible más no duradera. Esta época digital es una nueva etapa en el desarrollo continuo del conocimiento humano que ahora alcanzan un nuevo campo de investigación. Los contenidos de los medios vienen a ser parte de una industria hipermedia, la cual permite estructurar la información de una forma no-secuencial. Es decir, la digitalización de la información, ha permitido que los medios de comunicación desarrollen cierta forma de libertad al momento de comunicar, ya que se pierde la estructura tradicional del orden y la información queda permanentemente disponible para el usuario. No se puede negar que la cultura digital es un campo que se encuentra en crecimiento y cargado de una inmensidad de potencial debido a la producción constante de nuevo contenido, a su reproducción y distribución masiva gracias a la red de Internet. La red de Internet es uno de los principales autores de la cultura digital ya que la creación del mismo abre paso al desarrollo de esta nueva era. Se puede definir Internet como una red informática que usa la línea telefónica con el fin de transmitir información entre dispositivos que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos.

Otra de las características más importantes de la cultura digital, es la “pérdida” de la distancia geográfica. Como hemos mencionado anteriormente, esta cultura se basa en

la red de Internet y las diferentes tecnologías que permiten mantener contacto 24/7 desde cualquier parte del mundo, dejando a un lado la presencia física y la proximidad ya que estas resultan no ser estrictamente necesarias. Debido a este fenómeno, los intercambios y actividades culturales se realizan constantemente. El acceso a este tipo de información y la globalización, han permitido que las culturas se rieguen mundialmente.

1.2. Antecedentes Históricos

El concepto “tecnología” surgió en el siglo XVIII, donde las primeras corrientes tecnológicas nacieron en Francia y Alemania que eran asociadas con el saber de la iluminación espiritual y del mismo modo el perfeccionamiento humano. Debido a estas dos corrientes, nacen nuevos conceptos que provenían de una gran cantidad de disciplinas sociales como detonantes del desarrollo científico. A principios del siglo XX el sociólogo Thorstein Veblen de proveniencia estadounidense, desarrolló el término “determinismo tecnológico”. Así mismo, tecnologías como la informática, láser, telecomunicaciones, energías renovables entre muchas otras, han permitido un lenguaje digital creciente, y cabe mencionar que las tecnologías no son herramientas de aplicación, sino procesos donde los usuarios también pueden ser creadores y crear elementos de producción. De todas estas corrientes, lenguajes digitales etc proviene el desarrollo hacia las TIC dentro de las sociedades contemporáneas, las TIC han desarrollado un papel importante debido a su extensión en la internet y su rápida propagación. Algunos autores indican que las TIC aparecieron en los años noventa, donde arrancaron con mayor fuerza, pero en realidad aparecieron mucho antes. En la década de los setenta y ochenta en Estados Unidos y España empiezan a emerger las TIC's. De hecho, en la Revista de los Estudios de Juventud en

1986 aparecen los primeros monográficos sobre nuevas tecnologías (INJUVE, 1986). En un principio las tecnologías de internet eran utilizadas para uso exclusivo como centros académicos de investigación entre otros, pero conforme vieron la utilidad y su madurez, decidieron lanzar a uso comercial donde nacieron nuevas herramientas e interconexiones para el uso de las mismas en un medio de interacción entre las personas.

1.3. Efectos en la Sociedad

La Cultura Digital ha tenido diferentes impactos dentro de la sociedad en la que vivimos, debido a que ha sido un cambio tecnológico mundial muy diferente a las culturas anteriores. El impacto social tiene consecuencias tanto positivas como negativas en la sociedad actual. Dentro de los efectos positivos podemos encontrar la fácil accesibilidad a la información, el beneficio que ha creado dentro de la comunicación global, el acercamiento geográfico, oportunidades educativas y de investigación, eficiencia burocrática y la creación de nuevos negocios digitales y su aporte a la economía global. Por otro lado, la cultura digital también ha generado efectos negativos dentro de la sociedad tales como el mal manejo de los derechos de autor, las “fake news” y su rápida propagación, la adicción que las herramientas de la cultura digital genera dentro de sus usuarios y la falta de privacidad.

Positivo

En la actualidad contamos con la mayor cantidad de información disponible, la cultura digital, los medios desarrollados dentro de esta y la internet, han permitido que los mensajes circulen sin límites a través del mundo.

Gracias a esto, el conocimiento ha sido globalizado, y las personas pueden compartir su trabajo y conocimientos alrededor de todo el mundo. Esto es un fenómeno que no solo sucede con los libros, si no en todos los ámbitos de la cultura como, música, películas, obras, imágenes, fotografías, entre otras. La Internet ha permitido que todo lo antes mencionado sea accesible a una velocidad nunca antes vista, desde cualquier rincón del mundo. Adell y Gispert señalan que la Internet es un conjunto de medios por medio de un mismo canal y primer medio de masas bidireccional.

La motivación para entrar a internet varía dependiendo de los intereses de las personas, esto puede ser inspirado en el ocio, en la educación o en la investigación. Algo importante que nace gracias a esto es el aprendizaje informal, que permite que los usuarios de Internet puedan aumentar su conocimiento en temas de interés. Este tipo de conocimiento nace de la acción de “navegar” en la red de Internet donde se puede encontrar una infinidad de contenidos.

El Internet en la Cultura Digital se ha convertido en una herramienta fundamental para la educación gracias al acceso infinito de contenidos. Según Vélez, la internet aporta con contenidos como enciclopedias, obras de arte, tesis, libros digitales, artículos y revistas los cuales permiten a educadores y estudiantes acceder a información importante para la educación y al mismo tiempo las herramientas como el correo electrónico, chats, foros o plataformas colaborativas permiten que la educación trascienda dentro de la sociedad sin importar el espacio físico en donde se encuentren, convirtiendo en aulas de clase cualquier lugar en donde se encuentren los integrantes del sistema educativo.

Incluso, dentro del ámbito educativo se considera que los documentos en línea afirman una facilidad al usuario al momento de crear documentos entre otros trabajos y plataformas colaborativas con otros miembros de la institución en tiempo real. Algunos de los beneficios de

estas plataformas en línea como por ejemplo: no hay requerimiento de instalación de softwares, reducción de costos, plataformas gratuitas, no hay necesidad de tener las últimas versiones por ende los usuarios se pueden conectar desde cualquier lugar o dispositivo. En cuanto a las colaboraciones en grupo, es mucho más sencillo el unificar los aportes de cada miembro en cuestión de un click

El trabajo es totalmente gratuito (en el caso de Google docs), y posee la mayoría de funciones básicas brindadas por los programas tradicionales de procesador de texto, de presentaciones y de hoja de cálculo. 3. No hay que preocuparse por la versión del documento, porque la herramienta permite que uno o más usuarios trabajen de forma conjunta, asincrónica o sincrónica, sobre el mismo documento. Esta característica evita que, en trabajos grupales y colaborativos, cada uno trabaje un documento, y luego se deban unificar los aportes de todos.

Negativo

A pesar de todos los aspectos positivos y facilidades que han traído las TICs a nuestra sociedad, existe el lado negativo donde hemos llegado a ser de tal forma “dominados” por la internet y sus funciones. Una de las principales causas negativas que ha traído consigo la internet ha sido la falta de seriedad, robo de identidad de los derechos de autor. Detrás de cada obra, canción, libro existe una persona que dentro del marco legal protege sus derechos como autor y eso debe ser considerado una prioridad en las políticas de desarrollo dentro de la sociedad. Pero cuando cualquiera de estas cosas entra en el mundo digital, tienden a perder su originalidad, como por ejemplo con clonadas o copiadas fácilmente y poco a poco se van pendiente estos derechos de autor, ya que se pueden encontrar copias gratis en cientos de páginas en línea. Una de las dos industrias más afectadas son las cinematográficas y las discográficas, debido a su fácil

acceso a versiones gratuitas en internet que afectan la producción y ganancia de las mismas para los autores, como Cristina Vicent explica acerca de la ciberpiratería.

Debido a que la internet se convirtió en los últimos tiempos como el medio con mayor propagación y rápida difusión de información, ha logrado el mayor alcance a los públicos de la forma más rápida. La Internet es considerado un medio de difusión más y todos los mensajes que sean transmitidos por el mismo deben ser respetar los límites y principios que hay detrás de cada documento, obra, etc. Pero al ser una red tan amplia de información es muy difícil llegar a controlar toda la información que se propaga día a día en la red a nivel global.

Otro de los mayores impactos negativos que ha traído consigo la Internet ha sido la fácil y rápida propagación de las noticias falsas y al desinformación, más conocida como “Fake news”, Nuria Fernández en su artículo de “Fake news, una oportunidad para la alfabetización mediática” explica acerca del fenómeno que se ha convertido la desinformación en el mundo, y su rápida viralización y como poco a poco se pierde el interés por la veracidad de la noticia y las capacidades físicas de la misma. Y como la mayor cantidad de la población se informa en redes y las consecuencias políticas que esta tiene (2017, pg, 1).

El hecho de que la Internet tenga una acogida mucho mayor a otros medios tradicionales, viene a ser una ventaja como desventaja. Ya que por ejemplo en cuestión de segundos dicha información ya ha tenido un alcance a nivel mundial que otros medios no logran alcanzar, y en caso de ser información no verificada llega a ser un problema identificado como “fake news” y requiere de mucho tiempo y trabajo revertir dicha información una vez que ya ha alcanzado a los usuarios en línea. La manera en la que actualmente accedemos a la información ha dado un giro radical en los últimos años, donde la prensa y los informativos de televisión y radio han perdido audiencia más aún en las generaciones más jóvenes, ya que son las cuales pasan la mayor parte

del día en línea en las redes sociales, que es donde están expuestos a la mayor cantidad de fake news, al no ser por lo general canales oficiales. Debido a la cantidad de información que el usuario recibe en su día a día, se ha generado un alto índice de desconfianza en los medios. Knight Foundation, realizó un estudio donde concluye que el nivel de desconfianza en los jóvenes es común en el espectro político, ya que no notan rigurosidad en las fuentes informativas que utilizan. En cuanto a los adultos por ejemplo en Estados Unidos Pew Research center hizo un estudio donde se analizó que el 16% de los estadounidenses considerados adultos ha compartido una noticia falsa, teniendo un alto índice de alcance (Fernández, 2017, pg, 5). Volviendo a esto un problema mundial y de preocupación a los usuarios.

Capítulo 2: Impacto Redes Sociales

2.1 Teoría Redes Sociales

Dentro de la cultura digital y la internet, nace un fenómeno que llega para cambiar el mundo y sobretodo la forma de relacionarse de las personas, las redes sociales. Según la Real Academia de la Lengua, la definición de red social viene a ser “plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.” El estudio Digital, Social & Mobile Worldwide in 2020, elaborado por la empresa We are Social (2020) cada año, acerca de las tendencias mundiales del mundo digital, afirma que en la actualidad 4.54 billones de personas tienen acceso a Internet y 3.80 billones de personas son usuarios activos de redes sociales en el mundo que usan un promedio de 2 horas con 24 minutos diarios, con un crecimiento general del 9,2% en relación al año anterior (2019).

Como mencionamos anteriormente, la Internet abrió el camino para que el mundo de las redes sociales se integre poco a poco a la sociedad. En los años 2000 nacen las primeras redes sociales, probablemente con un concepto muy diferente a lo que conocemos ahora, pero con el mismo fin, conectar a las personas a través de la internet sin importar la distancia geográfica entre las mismas. A partir del 2002 nacen redes sociales como Fotolog, hi5, MySpace, entre otras. Todas estas redes sociales empiezan a caer con el fenómeno de Facebook, creado en el año 2004 por Mark Zuckerberg.

El boom de las redes sociales se debe a que con el paso del tiempo, estas se volvieron cada vez más necesarias y más accesibles. Una de las herramientas que tuvo mucho que ver con el gran crecimiento de las redes sociales, es el SmartPhone.

“La conectividad móvil de banda ancha ubicua y la adopción masiva y progresiva de los smartphones ha contribuido en gran medida a dibujar este contexto en el que el ser humano cambia el modo de comunicarse, interactuar, crear conocimiento y compartirlo.”
(Escoda, 2018, p.19)

Gracias a los smartphones, las redes sociales se encuentran, hasta hoy en día, disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Años antes, las personas solo podían acceder a las mismas a través de su ordenador, lo cual restringía el tiempo de uso de las mismas. Hoy por hoy, las personas llevan su smartphone consigo a cualquier lugar, por lo que pueden acceder a redes sociales todo el tiempo. Según el estudio antes mencionado de We Are Social, 4.18 billones de personas acceden al internet desde su celular y el 91% de esas personas lo hacen gracias a un smartphone.

Existen diferentes tipos de redes sociales y se diferencian por su tipo de comunicación. Existen redes sociales horizontales y verticales. Las redes sociales verticales son aquellas que

giran alrededor de una temática común. Este tipo de redes sociales tienen un servicio más personalizado para el administrador de la misma y puede orientarlo a la temática que le guste.

“Ofrece una red propia en la que se brindan los recursos propios de una red social pero además adaptados a las necesidades del colectivo, institución o administrador del que dependa.”

(Castañeda, et.al, 2011) Estas redes sociales tienen como objetivo conseguir nuevos miembros y participantes de la red social, que los mismos interactúen entre ellos y generación de contenido.

Estas redes sociales tienen sus limitaciones debido a que las mismas siempre van a estar sujetas a las comunidades de un tercero (creador).

Por otro lado, existen las redes sociales horizontales, y estas son las más conocidas. Las redes sociales horizontales según De Haro, son aquellos sitios de red social en los que el usuario se incorpora a una macrocomunidad preexistente, donde casi cualquier relación entre sus miembros es posible. Dentro de esta clasificación podemos encontrar ejemplos como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras.

Actualmente las redes sociales con más alcance mundial son: Instagram y Facebook. “La red social Instagram se ha definido en los últimos años como una de las redes con mayor presencia en el ámbito digital.” (Ramos, 2015, p.8) Se piensa que Instagram se ha convertido en la red social favorita de las nuevas generaciones, alcanzando las 928.5 millones de personas en 10 años desde su creación, aunque todavía no logra superar a Facebook la cual tiene un alcance de 1.95 millones de personas.

Hoy en día las redes sociales sirven para mucho más que conectar con personas, estas se han convertido incluso en una especie de mercado virtual en donde se puede conseguir todo tipo de artículos a kilómetros de distancia. Cada año las redes sociales van diversificando sus usos y

muchos de ellos han ayudado a que la sociedad crezca económica y socialmente. Es por esta diversificación que posteriormente hablaremos de los usos más importantes de las redes sociales.

2.2 Usos importantes

Ante el panorama social que la revolución digital y ante la aparición de una gran cantidad de redes sociales y entre otras comunidades virtuales que existen hoy en día, nos han brindado una mayor cantidad de herramientas que se han vuelto parte de nuestro día a día y muchas de ellas consideradas indispensables. A medida que las mejoras a nivel virtual van avanzando, brindan a la comunidad un servicio cada vez más ágil y sobre todo comprometedor para sus usuarios. Una de las webs más nombradas y llamativas en estos últimos años ha sido la “Web 2.0”, cuyo fin en procesos formativos implica añadir nuevos estilos de comunicación, formas de intervención, roles, y una amplia gama de actividades dentro de todos los ámbitos sociales. Las herramientas que la Web 2.0 abarca es que tiene una gran cantidad de ventajas competitivas para poder trabajar de forma colaborativa con otros usuarios por medio de plataformas de fácil acceso y sin costo. (Islasa, C, Carranza, M, 2011, p.2)

El uso de las Redes Sociales se ha convertido en un círculo de debate, convirtiéndose en la aplicación más exitosa de la sociedad de la información. Incluso, se ha vuelto una herramienta base o principal en el marketing y facilitó una gran cantidad de procesos en todas las áreas. Como por ejemplo tienen la capacidad de manejar una interacción directa y personalización del mensaje con el cliente o grupo de interés por medio de una gran variedad de opciones de plataformas y de forma inmediata. Otra gran ventaja es la posibilidad de segmentar los públicos por medio de características específicas para poder delimitar nuestro mensaje a sectores específicos que sean afines a la marca/empresa/producto o persona natural.

Las redes sociales también se han convertido en una herramienta crítica para la publicidad. Hoy en día, la sociedad arroja todo tipo de insights a través de las redes sociales y se puede llegar a conocer al potencial cliente de manera mucho más profunda. Evidentemente las redes sociales se han convertido en el nuevo centro de comercio. “Las redes sociales se han convertido en un buen lugar para encontrar clientes y relacionarse con ellos para posteriormente venderles algo.” (Sanagustin, 2016) Hoy en día, el uso de redes sociales para cualquier servicio es indispensable ya que se facilita el acceso del cliente de manera abismal. Las nuevas generaciones quieren encontrar todo en un mismo lugar, es por esto que aquellas marcas que no se encuentran en redes sociales, pasarán desapercibidas para estos y se alejarán de potenciales clientes. Otro de los beneficios de usar las redes sociales para vender, es la accesibilidad a pauta y promoción. En los medios tradicionales, este servicio es extremadamente caro, mientras que en las redes sociales se puede pautar con un costo mucho más bajo y con acceso a resultados de manera permanente.

Uno de los usos más importantes de las redes sociales y su fama, es el acceso a la información en tiempo real. La accesibilidad que te permiten las redes sociales, le hace competencia a los medios tradicionales establecidos.

“Esas relaciones y redes sociales o profesionales establecidas y desarrolladas a través de Internet nos sitúan ante una nueva fase, que algunos califican como post mediática, de una sociedad de servicios aún mucho más acelerada y en la que la atención aparece más segmentada, personalizada, instantánea (...).” (Campos, 2008, p. 277)

Medios de comunicación como el periódico, la radio y la televisión, se han visto enfrentados a la modernización de las sociedades gracias a la Internet y han tenido que adaptarse a dicho cambio. Muchos de los medios tradicionales actualmente cuentan con redes sociales para poder compartir

información en tiempo real, tratando de cubrir la brecha de información que tienen con el método tradicional.

2.3 Transformación de Facebook a Instagram

Hoy en día existen una gran cantidad de redes sociales que se han vuelto populares en la sociedad. Pero las dos que más se han puesto en boga han sido las redes sociales de Facebook e Instagram, las cuales pertenecen al mismo dueño, Mark Zuckerberg, inició con Facebook y luego compró la red social de Instagram en el año 2012, volviendo su red digital aún más grande al tener las dos redes sociales que más se mueven la Web 2.0 hoy por hoy.

En cuanto a la red social de Facebook, nació únicamente para estudiantes de la Universidad de Harvard pero de igual manera otros usuarios navegantes de internet podían participar en el uso de la misma si es que contaba con un correo electrónico. Mark Zuckerberg junto con dos socios más decidieron darle más importancia a esta red social debido al impacto que estaba alcanzó a nivel mundial en cuestión de poco tiempo, y por esto en el año 2007 decidieron que sea un red social para socializar mediante fotos, videos, publicaciones y eventos y aquí es donde la plataforma alcanza el boom en internet a nivel global y la que hoy en día cuenta con alrededor de 110 millones de usuarios. Facebook se empezó cada vez a popularizar más entre jóvenes e incluso adultos debido a su fácil uso y sobre todo la conexión que generaba con parientes o amigos de otras partes del mundo. Bolander y Locker afirman que Facebook abarca dos modos de comunicación importantes:

“Facebook engloba tanto modos de comunicación asincrónica, (...), como también modos sincrónicos, que consisten en el servicio de mensajería privada representado por la aplicación Messenger, pero también en las conversaciones que se dan en los grupos de chat“ (2017, p.7).

Llamando así la atención de manera gradual al ser la primera red social de la época que abarque esta gran cantidad de métodos de comunicación y facilidades de comunicación a nivel global hizo que Facebook se vuelva la red social más popular hasta el año 2011. En este año, es donde Instagram empezó a popularizarse de igual manera a nivel mundial, quitando un poco de territorio a Facebook.

Instagram da inicio en el año 2010 por dos amigos aficionados a la fotografía: Kevin Systrom y Matt Kreiger. Dada la pasión de ambos por productos o servicios que permitan a las personas comunicarse de manera fácil y rápida, deciden crear la plataforma de Instagram quienes la definen como:

“Instagram es una manera divertida y peculiar de compartir su vida con los amigos a través de una serie de imágenes. Haz una foto con tu teléfono móvil y elige un filtro para transformar la imagen.” (Instagram 2015).

Algunas de los múltiples usos de comunicación que contiene instagram son: El filtro, que es considerado una rutina de software que cambia o altera la apariencia de una imagen; el hashtag, que permite al usuario clasificar palabras clave para facilitar las búsquedas en la aplicación; Likes, comentarios y menciones, permitiendo a los usuarios tener una conexión más cercana y directa con el resto de usuario; la localización, donde permite poner la ubicación exacta de las fotos tomadas por el usuario; los Reels, videos cortos (como tik tok) interactivos; Instagram Shop, donde permite a los usuarios emprender y poder vender sus productos de manera mucho más efectiva, entre otras aplicaciones complementarias las cuales han convertido a Instagram en la aplicación móvil más de moda, con mayor evolución de la fotografía y considerada la red social con mayor crecimiento y mayor presencia en la actualidad (Romero, 2015, p.25-27).

A partir de su crecimiento y acogida a nivel mundial, Mark Zuckerberg en el año 2011, decide adquirir la plataforma social de Instagram como parte de su red y así tener el control de esta plataforma que se estaba convirtiendo en una competencia importante. Y desde entonces Instagram sigue creciendo ya que psicólogos expertos y sus usuarios consideran a la aplicación como: fácil, instantánea, creativa y que es gratis, volviéndose la aplicación en boga del siglo.

2.4 Efectos positivos y negativos de redes sociales en adolescentes

Ya explicadas las redes sociales, es importante destacar el perfil común de los adolescentes que ahora son millennials y centennials, “El 33,1% de los usuarios de redes sociales en Latinoamérica son jóvenes entre 15 y 24 años y el 48% del tiempo de navegación lo usan conectados a una red (ComScore, 2011, en Solis y cols., 2011)”. Primero hay que entender el perfil de los adolescentes como consumidores en esta nueva época; lo que buscan principalmente es reforzar su identidad, integrarse al grupo entre otros factores. Es decir que ellos cumplen una función de consumo personal, donde participan de manera activa en la adquisición de productos y servicios y sobre todo tienen un poder de influencia mucho más fuerte. Ya que las redes sociales se han convertido en aliados de vida, así como han traído a la sociedad una gran cantidad de ventajas y aspectos positivos los cuales se nos han ayudado a agilizar procesos, conectarnos entre otras cosas, tienen de igual manera su lado negativo por el cual los adolescentes se ven afectados en varios aspectos.

En cuanto a lo positivo, existen una gran cantidad de factores que han permitido a las redes sociales posicionarse en dónde están ahora e incluso parte de nuestro día a día. Uno de los aspectos positivos más llamativos es la rapidez de la información, es evidente como a nivel profesional como personal las redes sociales están en constante actualización y todos tienen acceso a noticias entre otras cosas al instante. Y de la mano de esta inmediatez está el

conocimiento de perfiles de interés a través del mundo, uno de los intereses y aficiones de mayor interés entre la gente ya que es un efectivo método que facilita retomar el contacto con amigos, familiares y sobre todo estar enterado/a de qué está pasando en su día a día. Una de las mayores aficiones que les ha enganchado de manera inmediata a los adolescentes es el poder tener acceso a todo tipo de contenidos en cuestión de segundos, y sobre todo poder sacarles el mayor aprovechamiento y a muchas de ellas de manera gratuita ya que se adaptan con mayor facilidad. Como la secretaria de para la Alianza Global para las TICs y el Desarrollo (Youth and ICT as Agents for Change), explica:

" Y en este mundo cambiante, la generación más joven parece encontrarse más cómoda con el uso de las TICs y más adepta a ellas para expandir su conocimiento"
(2010, p.58)

Debido a la fácil adaptación de los jóvenes, es donde surgen una cantidad de aspectos positivos en cuanto a la salud. Como el Dr. Elias Arab explica cómo la internet ha llegado a estimular regiones cerebrales, incrementa la memoria de trabajo y puede permitir tener una mayor capacidad de aprendizaje perceptual. Incluso puede llegar a generar beneficios en las discapacidades auditivas. La internet en el ámbito educativo ha alcanzado grandes avances y mejores como por ejemplo plataformas que son utilizadas como medio de rehabilitación como por ejemplo ADD, distrofias musculares y entre otros trastornos de aprendizaje.

En los últimos años se han puesto muy de moda los "influencers" quienes se les denomina como:

"Actualmente este concepto se utiliza para denominar a quienes han ganado popularidad gracias a los entornos digitales, que se dedican a transmitir sus conocimientos en las redes sociales desde su visión particular. Como herramientas de marketing, son capaces de marcar

tendencia e influir en las decisiones de consumo de sus seguidores, y ser un apoyo en la promoción de una determinada marca” (Nocito, De Moya, Gutierrez, Montenegro, 2017, p.8).

Partiendo de esto, las redes sociales han permitido que no solo los influencers pero empresas, personas naturales como jurídicas tengan el privilegio de poder promocionarse de manera gratis, de poder encontrar empleo e inclusive de poder llegar a una masa de públicos mucho más amplia y de manera mucho más específica y segmentada ya que las métricas de las redes sociales permiten segmentar y promocionar en cuanto al comportamiento que los usuarios tienen en su día a día y así llegar al público objetivo. A pesar de que existen un alto número de razones positivas dentro de las redes sociales, sin duda la segmentación de públicos y la inmediatez con la que se logra llegar a la cantidad de gente deseada y tener los alcances que se tiene y insulso saber el impacto mediante métricas exactas que nos provee la internet.

En cuanto a los aspectos negativos que las redes sociales nos proveen, también puede ser una larga lista de razones. Una de las principales ha sido la adicción que estas han generado en los últimos años, es decir la dependencia que no solo los jóvenes que son el principal consumidor de estas tienen, si no desde adultos hasta niños. El abuso de uso de estas aplicaciones presentan un gran impacto negativo en nuestras actividades diarias que repercute en la comunicación y en las relaciones de los individuos. Ya que la persona que es considerada adicta a las redes sociales se centra en los beneficios inmediatos del uso de las mismas mas no en todas las consecuencias negativas que esto puede traerles a nivel social y psicológico. (Mohanna, Romero, 2019, p.10).

En cuanto a la salud mental, la anteriormente mencionada adicción a las redes sociales, ha causado a lo largo de los años una severa pérdida de visión entre otras enfermedades a nivel oftalmológico donde desde niños ya se ven afectados y el uso de lentes y otros problemas de la vista se han visto afectados con mayor frecuencia. Incluso en cuanto a nivel emocional, 1 de cada

6 jóvenes experimenta un trastorno de ansiedad en algún momento a lo largo de su vida, y en los últimos años esto ha aumentado en un 70%, ya que los jóvenes afirman que el constante uso de las redes sociales provoca que estos trastornos especialmente la ansiedad empeoren, causando desesperación y efectos secundarios en sus vidas. (De Déu, 2020).

Uno de los factores más importantes en cuanto a la salud mental de las personas es el sueño ya que están estrechamente relacionados. Este se ha visto afectado de manera gradual debido a estas plataformas digitales, ya que el uso de luces LED antes de ir a dormir puede bloquear e incluso interferir en procesos naturales que el cerebro libera a la hora del sueño como por ejemplo en la melatonina. Incluso el abuso de luces LED a lo largo del día interfieren con otro tipo de procesos a nivel cerebral también, repercutiendo en nuestras actividades diarias. Inclusive, no solo a nivel cerebral pero a nivel muscular. En los últimos años, se ha detectado “tendinitis” (Es la inflamación o degeneración de los tejidos blandos alrededor de los músculos y los huesos de manera gradual), que es causada por el excesivo uso del celular siendo la principal causa pero incluso otros dispositivos u ordenadores.

Por el otro lado, las redes sociales se han convertido en una amenaza en la sociedad y en la vida privada de sus usuarios. Siendo una herramienta que contiene una gran cantidad de información personal de sus usuarios e incluso siendo tan accesible para muchas personas, se ha convertido en una de las mayores amenazas que ha traído consigo: el ciberacoso; una clase de intimidación por medio de las tecnologías digitales, invasión a la privacidad y robo de identidades, hackeo de cuentas privadas, y todo el tiempo que lleva consigo cada una de ellas. Ya que el usuario promedio de esta época tiene alrededor de mínimo 3 redes sociales a las cuales les da un destinando tiempo a cada una, y esto se puede convertir en una pérdida de tiempo a nivel

profesional o personal trayendo consigo repercusiones en la vida de cada usuario de dichas redes sociales. (Mafra, 2018).

Capítulo 3: Comunicación como gestión del cambio

3.1 Definición de comunicación

La comunicación se basa en el proceso de transmitir información y recibir información, etimológicamente proviene del latín *communicare* que se traduce como: “Poner en común, compartir algo”. (FUAM, s/n). La comunicación desde siempre ha sido un elemento generador de la sociabilidad, es decir que es eminente de convivencia y acto propio de su actividad psíquica, donde se manejan las capacidades psicosociales de relación entre personas, por medio del intercambio de mensajes. La comunicación viene a ser fundamental para la supervivencia, ya que extrae información de su entorno y saca una ventaja competitiva de la misma. Existen dos tipos de comunicación: la verbal, que se basa en la palabra y puede ser oral y escrita y la no verbal, que se transmite por medio de la expresión corporal.

3.2 ¿Por qué comunicación digital?

Optamos por una comunicación digital debido a los cambios que han habido en el último siglo en cuanto a la globalización que nos hemos enfrentado. Hoy en día, el contar con procesos digitales es un hecho, y la comunicación digital se ha vuelto mucho más común y popular que la tradicional. La aparición de las redes sociales, hicieron que la comunicación diera un giro a lo habitual y es lo que se ha convertido hoy en boga. El hecho de que las redes sociales son un espacio más informal para los usuarios al momento de expresarse y comunicarse verbal o no verbalmente, han sido un problema en cuanto a los parámetros establecidos para la comunicación

tradicional. Como se mencionó anteriormente, el mal uso de las RRSS (Redes Sociales) ha convertido a los usuarios de las TIC's en que se adapten a un mal manejo de comunicación, y es lo que cada vez poco a poco se está perdiendo y la gente se está acostumbrando a verlo como "normal", sin caer en cuenta de su mal uso. El tener un campo tan amplio como es la internet requiere de mucho tino el saber cómo llegar a los públicos, pero al ser tan amplio brinda una gran cantidad de opciones por las cuales llegar a estos grupos objetivos y generar un impacto. La comunicación puede ser una herramienta estratégica utilizada para lograr generar un cambio dentro de la sociedad que implique beneficios para todos.

El hecho de vivir en la era de la cultura digital, obliga a todos a adaptarse a los nuevos cambios comunicativos y empezar a desarrollarnos a través de la Internet y la web 2.0. Dentro de esta cultura, la información puede viajar por el mundo en segundos y que un tema se conozca de manera generalizada alrededor del mundo. Es por esto que se debe aprovechar todas las herramientas como son las redes sociales para difundir temas de importancia global que puedan ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas.

“En este nuevo escenario digital, Internet se ha convertido en un medio indispensable para realizar campañas de comunicación, no solo para dar a conocer productos y servicios, sino también personas y territorios.” (Ramos, 2012)

Hoy en día las campañas de comunicación y la internet, sobretodo las redes sociales, están directamente relacionadas ya que es un medio de difusión que permite tener un gran alcance y cumplir objetivos mucho mayores a los de generaciones anteriores. “Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual.” (Hutt, 2012) Esta nueva herramienta permite que las campañas

de comunicación así sean de índole interno o externo, puedan sobrepasar los límites geográficos y causar impacto a nivel mundial. Es por esto que consideramos importante generar una campaña integral que involucre no solo redes sociales sino también medios tradicionales, con el fin de informar, concientizar y reducir los efectos negativos de las redes sociales, herramientas sobre cómo controlar el tiempo que se dedica a estas aplicaciones para utilizarlas de una manera óptima sin tener repercusiones negativas y cómo discernir la información que encontramos en la misma para que esta no nos afecte en nuestros aspectos psicológicos.

Esta campaña se realizará de manera estratégica para que los adolescentes sean los más beneficiados de la misma. Con la comunicación estratégica, marketing digital y relaciones públicas, se piensa proponer una campaña diferente e interactiva que promueve el uso de redes sociales de una manera adecuada y sobretodo que esta informe a los oyentes acerca de los problemas que puede provocar la adicción de las mismas o el mal uso de la información que se dispone dentro de ella.

3.3 Comunicación y educación

El papel que juega la comunicación dentro de cualquier ámbito ya sea personal o educativo es de suma importancia. Ya que que viene a ser el canal entre emisor y receptor, y si es que se tiene un mal manejo de este es muy probable que se diversifiquen los entendidos y no se transmita la información de la manera deseada. El rol de un comunicador tiene que ser transparente, sin intereses particulares ni vicios, es decir que tiene que cumplir con informar la veracidad de dicha información con el fin de llegar a sus públicos objetivos de manera correcta. Incluso el papel del comunicador en nuestro medio se convierte en un canal activo, por el cual llega información y se la hace asequible y hacerla un objeto de discusión. Dicho esto, el comunicador tiene el poder de influir sobre los demás siendo el vocero de la verdad para todos

sus públicos de interés. Por lo tanto, los medios de comunicación han dado un giro en nuestra sociedad convirtiendo en su gran mayoría un rol mucho más importante en el mundo digital el cual nos rodea en nuestro día a día, dónde “Social Media” se ha convertido en un nuevo reto para el comunicador y todo lo que le rodea. La oferta de herramientas de medios sociales ha incrementado de manera drástica y están generando situaciones de generación de valor recíproco por medio del intercambio de conocimiento (Ortíz, 2010, p.77).

Debido a la adaptación digital que nos hemos tenido que adaptar en los últimos años, nuevos métodos y procesos surgieron por parte de estos, y la comunicación tiene un papel clave en todo tipo de cambios ya que se adapta con ellos y es el mediador entre todos los procesos que forman parte de estos. Como parte de estos cambios dentro del ámbito educativo surgió la educomunicación que “es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación” (Barbas, 2012, p. 158). La educomunicación lo que hace es una ruptura total de los modelos anteriores, y nace un estilo de comunicación donde entre el emisor y el receptor si existe una comunicación mucho más participativa y existe retroalimentación y hay una comunicación dialéctica entre las personas y su realidad. Dicho este significado, cabe recalcar que el papel ha perdido digitalmente su significado y su validez. Como por ejemplo a pesar de que existen procesos como estos o modelos como la educomunicación que reiteran una mejor comunicación entre emisor y receptor, siguen surgiendo mal usos comunicativos y la falta de interés por parte de las personas en escribir de manera correcta o de querer comunicar de manera asertiva.

El propósito de esta campaña se basa en identificar el mal uso y desinformación que las redes sociales proporcionan hoy en día, ya que es uno de los principales medios por no decir el

principal en el cual la población se entera, ya que una persona recibe promedio 3.000 impactos publicitarios al día de los cuales no tiene la certeza de filtrar cuales son noticias verdaderas y cuales son las consideradas “fake news”. Este tipo de problemas se volvió recurrente entre los niños y adolescentes que son los que mayor acceso tienen a las redes sociales, y están expuestos a esta información. Debido este problema que nos vemos enfrentados y sigue incrementando de manera acelerada, queremos intervenir en estos procesos educativos de los adolescentes para crear consciencia en el mal manejo de las redes sociales y de cómo los impactos positivos que se han destacado a lo largo de los últimos años se pueden solucionar con buenas prácticas comunicativas y educar a las nuevas generaciones a tener un mejor y más consciente uso de las mismas como explica Jaramillo en el diario El Universo

“Él considera que la existencia de redes sociales y el desarrollo de la tecnología no son el problema, sino el mal uso de estas herramientas que ponen en riesgo la integridad de los adolescentes que no se dan cuenta que están exponiendo su intimidad y seguridad. “Cada vez se registran en Google alrededor de 2,7 billones de búsquedas, lo que significa que los niños tienen acceso a un sinnúmero de información y a cada instante, por lo que tanto padres como docentes deben estar alerta” (2014, párr. 2).

Para poder llegar de manera efectiva a este público objetivo cabe recalcar que se hará un análisis de esta población y entender el mal uso de estas herramientas que ahora son ser parte de nuestras vidas y que para poder convivir con ellas de manera segura es importante tener un buen uso y manejo de las mismas, por medio de una comunicación asertiva que es la base y mediador de todas estas herramientas, para poder generar un cambio positivo y que estos medios se conviertan en medios más reales y veraces en cuanto a la información que se transmite por medio de ellos.

Conclusiones

Finalmente, optamos por analizar el problema dentro de la mala comunicación de los adolescentes por medio de los medios digitales en especial de las redes sociales, porque consideramos que la comunicación digital es un tema en boga hoy en día y se debería tratar estos temas con la importancia que se merecen, para que los adolescentes puedan hacer un uso correcta de las plataformas y herramientas que promueven las TIC's. Cabe recalcar que se analizó tanto los aspectos positivos como negativos para tomar en cuenta las posibles soluciones y llegar de la manera más efectiva a nuestro público objetivo que en este caso son los adolescentes.

A lo largo del trabajo, pudimos entender la desviación de este tema por parte de sus usuarios, y la poca importancia que le dan a la comunicación dentro del ámbito digital hoy en día. Consideramos que es un tema que como comunicadores tenemos el deber de concientizar a la sociedad para que apliquen una correcta forma de su uso. Debido al COVID-19, tuvimos la oportunidad de analizar más de cerca y a fondo las 24h del día en cómo la gente no utiliza de manera correcta dichas plataformas al momento de comunicar a sus usuarios. Algunos inconvenientes que tuvimos fue la falta de trabajo de campo, ya que el tema de entrevistas y encuestas que quisimos realizar tuvo que ser más reducido y no como hubiéramos querido. A pesar de todo consideramos que es un tema que si estamos a tiempo de intervenir para que los actuales adolescentes y futuras generaciones logren tener un uso adecuado de las mismas por medio de su correcto uso y con la ayuda de nuestra campaña, empezando por nivel nacional.

4. Campaña de Comunicación

4.1.1 Pertinencia de la Campaña

Se considera la importancia de la campana Uso Sin Abuso debido a la creciente demanda de herramientas como la Internet y las Redes Sociales. Los usuarios en Internet crecen un 7% anualmente (298 millones), lo que indica una tendencia netamente positiva e irreversible. Otra tendencia que se encuentra en alto crecimiento es la cantidad de menores de edad que cada año se convierten en usuarios de la internet y redes sociales. Debido a este tipo de datos, consideramos sumamente importante la educación de las generaciones mayores (padres de familia) para que puedan guiar a sus hijos a un consumo saludable y consciente de la Internet.

Internet cada día gana más terreno dentro de nuestra sociedad por lo cual es fundamental que las nuevas generaciones crezcan con una guía sobre cómo mantener una relación saludable con el mismo. Es importante también que las generaciones mayores puedan perder el miedo a la internet y descubrir cómo cuidar a sus hijos y a ellos mismos de los peligros que viven dentro de esta red. Con esta campaña, aparte de lo antes mencionado, los padres de familia también se sentirán empoderados a descubrir y trabajar en conjunto con la internet para explotar los beneficios del mismo y convertirse en unos ciudadanos digitales conscientes y responsables.

4.1.2 Enfoque sustentable de la campaña

Nuestra propuesta de campaña estará justificada bajo el objetivo 4 de los objetivos de desarrollo sostenible: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos. Nos basamos en este objetivo ya

que consideramos que nuestra campaña tendrá el fin de enseñar a los padres de familia acerca de los peligros y beneficios que existen en la Internet y en las redes sociales.

4.1.2 Enfoque social de la campaña

Los padres de niños y adolescentes desconocen los riesgos y beneficios que conlleva el mundo de la Internet. Hoy por hoy, estas plataformas forman parte del día a día de la audiencia anteriormente mencionada, por lo tanto, es necesario que los padres de familia se empiecen a familiarizar con este mundo desconocido.

Educar a los padres de familia acerca de los beneficios y riesgos que se encuentran en el mundo digital para que de esta forma ellos puedan transmitir esta educación y asesoramiento a sus hijos como manera de prevención y manejo correcto de la Internet.

4.2 Metodología de Investigación Cualitativa

4.2.1: Revisión Teórica

A lo largo de nuestra investigación pudimos tener una mirada global acerca del uso de la Internet, es decir la cantidad de usuarios activos, rangos de edades e incluso al nivel al que está creciendo anualmente. Primero se obtuvo una mirada a nivel mundial en cuanto al uso de la Internet, donde se indica que 4.54 billones es la cantidad de usuarios conectados a la Internet es decir que en porcentaje sería el 59% de usuarios en cuanto a la población global. Y los indicadores muestran que están creciendo anualmente un +7.0% de usuarios. El promedio que una persona pasa conectada a la Internet en el día según Hootsuite es de 6 horas y 43 minutos, pero este promedio se estima que cada año aumenta de manera rápida, a pesar de que esto depende del país, ya que hay países en donde el aumento es aún mayor o menor.

En cuanto al uso de redes sociales a nivel mundial, se estima que existen alrededor de 3.80 billones de usuarios activos, es decir un 49% en cuanto a la población total mundial. El uso de redes sociales a nivel global ha tenido un incremento extremadamente elevado en los últimos años, anualmente alrededor de +9.2% y se estima que este porcentaje se va a elevar aún más. Debido a la facilidad que los teléfonos celulares han proveído a la población, en especial para el uso diario de redes sociales, ha permitido que los usuarios aumenten y sean aun más activos a lo largo del día, ya que 3.7 billones de usuarios se conectan a través de sus celulares, y se estima que prácticamente el 99% de usuarios activos que tienen redes sociales acceden por medio de sus teléfonos celulares. (Hootsite, 2020).

4.2.2: Entrevistas a Expertos

Gabriela Lopez

Entrevistamos a Gabriela Lopez, comunicadora en la organización proveedora de Internet Netlife en Quito, Ecuador. Durante la entrevista, se tocaron muchos temas importantes y relevantes para nuestra campaña. Pudimos conocer servicios que provee esta compañía de Internet para los padres de familia como el “Control Parental”. Esta herramienta sirve para que los padres puedan controlar el tiempo que sus hijos navegan en internet para que no se genere un abuso dentro del mismo. Gabriela comentó también acerca de los problemas sociales que existen dentro del internet como lo son el cyberbullying o el ciberacoso. Pudimos comentar con ella que la internet también trae muchos beneficios para aquel que lo utiliza, hoy en día con la problemática social del COVID-19, la internet ha permitido que la educación no se detenga en todo el mundo.

Gabriela también nos dio varias recomendaciones acerca de cómo llegar con la información a nuestro público objetivo. Nos recomendó tener como objetivo los padres de familia o profesores

ya que ellos son los que pueden guiar de mejor manera a los niños con este problema y también conocer acerca de los beneficios de la internet y romper con el tabú de que este es malo.

Marco Lopez

Entrevistamos a Marco Lopez investigador de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Marco nos compartió sus conocimientos sobre cómo elaborar una campaña que sea efectiva para padres de familia y sobre todo cómo abordar la información dentro de estos grupos. Nos recomendó basar nuestra campaña en redes sociales con cápsulas cortas de información que puedan ser viralizadas a través de estas plataformas. Nos sugiere también no saturar a los padres de familia con charlas e información muy larga ya que considera que el contexto en el cual nos encontramos hoy en día ha hecho que los padres rechacen este tipo de metodología. Por otro lado, nos mencionó la importancia de hablar de manera positiva del internet con mensajes como “usos saludables” para poder atraer mejor a nuestra audiencia y tratar esta campaña como una forma de empoderamiento. Por último, una de sus sugerencias fue basarnos en el término “convergencia de medios” el cual es un fenómeno de origen tecnológico en el surgimiento de los lenguajes digitales y la digitalización de medios que ha causado cambio en los usuarios dentro del panorama mediático.

Luciana Musello

Dentro de la entrevista con Luciana Musello pudimos aprender sobre varios temas relacionados a nuestra campaña. Uno de los enfoques que captó mucha nuestra atención fue aquella de no tratar los riesgos de las redes sociales infundiendo el miedo dentro de los padres de familia, si no de empoderarnos a buscar la mejor forma de mantener la seguridad de sus hijos de una manera preventiva y en donde se les pueda brindar mucho conocimiento del tema y tips para el mejor entendimiento de estas nuevas herramientas como es la Internet.

Resultados:

Después de realizar nuestra investigación, pudimos sacar resultados muy útiles para la ejecución de nuestra campaña. El sondeo fue uno de los mejores indicadores ya que mediante esta encuesta pudimos conocer las preocupaciones que tiene nuestra audiencia y las tendencias de pensamiento que hoy por hoy se encuentran en la sociedad. Pudimos encontrar que una de las mayores preocupaciones que hoy en día surgen en los padres de familia es la exposición que tienen los adolescentes en Internet a pedófilos o delincuentes que puedan atentar contra su seguridad. Otra de las grandes preocupaciones viene a ser el acceso a pornografía en adolescentes o el uso de imágenes personales como pornografía infantil. Este tipo de preocupaciones vienen a ser sumamente poderosas en la cabeza de los padres de familia, por lo que consideramos que educar con información acerca de cómo prevenir este tipo de actitudes puede ser sumamente útil y atractivo.

En cuanto a los beneficios, pudimos entender que los padres de familia conocen una parte muy superficial de los beneficios del uso de internet en los adolescentes. Esto nos da el hallazgo de que nuestra campaña debe dar a conocer los grandes beneficios que trae el uso del mismo y la manera de usarlo correctamente.

4.3. Diseño, planificación, y ejecución de la campaña

4.3.1 Nombre de la Campaña

Uso Sin Abuso: El nombre de la campaña nace de la idea de poder utilizar la internet de manera empoderadora sin caer en el abuso del mismo. Buscamos comunicar que nuestra campaña promueve el uso de la internet de manera sana y responsable.

4.3.2 Concepto de la Campaña

Uso Sin Abuso es una campaña que busca educar e informar a los padres de familia acerca de los beneficios y riesgos de la Internet de una manera divertida, amigable y empoderadora para crear así buenos ciudadanos digitales que sean ejemplo para las futuras generaciones. La campaña tiene como base las redes sociales como Facebook e Instagram para la difusión de sus mensajes cortos a través de grupos cerrados de padres de familia y perfiles públicos en las mismas redes. Se utilizan también conversatorios abiertos en donde se motiva a la participación de los padres de familia para resolver sus dudas con expertos. Se utilizan artes con colores amigables a la tecnología para mandar un mensaje coherente con dicho concepto (azul, celeste y naranja).

4.3.3 Logotipo y justificación del mismo



El logotipo de Uso Sin Abuso se basa en dos celulares conectados mediante un apretón de manos. Con estos símbolos se busca representar dos conceptos sumamente importantes. El primer concepto que se quiere representar es la internet como un aliado en

la vida cotidiana, el cual puede representar un apoyo para las actividades del día a día. Por otro lado, el apretón de manos simboliza el hecho de “hacer la paz” con la internet y romper el tabú de que este es un enemigo y más bien empoderar a los usuarios a utilizarlo a su favor. Hemos decidido utilizar dos celulares ya que consideramos que es el medio por el cual hoy en día se accede al internet más frecuentemente y por el cual las personas acceden a información, entretenimiento y educación.

4.3.4: Mapa de Públicos y Aliados Estratégicos

- **Públicos Beneficiados**

- Padres de familia de niños y adolescentes entre los 10 a 19 años.

Aliados Estratégicos:

Como alianzas estratégicas hemos seleccionado a personas de gran influencia y difusión dentro de nuestro objetivo principal: grupos de facebook cerrados de padres de familia. Consideramos estas alianzas estratégicas ya que son medios importantes de difusión que ayudan a promover nuestro mensaje dentro de nuestro grupo objetivo.

- **Anabel Perez - Destrabadas Ecuador**

Anabel Perez es la fundadora de Destrabadas Ecuador, un grupo cerrado de Facebook con más de 9,800 miembros. Ella fue difusora de la campaña dentro del mismo y también fue protagonista de un conversatorio en la página de Instagram de la campaña con el tema “La Internet como medio para emprender en niños y adolescentes.”

- **Gabriela Falconí - Mamás y Papás de Adolescentes en Pandemia**

Gabriela Falconi es la fundadora del grupo cerrado Mamás y Papás de Adolescentes en Pandemia, un grupo cerrado de Facebook con más de 1600 miembros. Gabriela

nos permitió usar su plataforma para difundir nuestro mensaje y promocionar las invitaciones a los diferentes conversatorios de nuestra plataforma en Instagram.

- **Maria Jose Teran - Innovate.ed**

Maria Jose Teran es creadora del blog de instagram InnovatED. Estudió educación en la Universidad San Francisco de Quito y luego realizó un máster en Liderazgo y Administración Educativa en la Universidad de Sevilla. Ha trabajado en el área de educación por más de 10 años y actualmente desarrolla el trabajo de coordinador de tecnología e innovación en un prestigioso colegio de Quito. Maria Jose participó en uno de nuestros conversatorios con el tema “Modelar conductas de ciudadanía digital como padres para poder formar ciudadanos digitales en los niños” en nuestra semana de Atajando a la generación Z en la Internet”.

- **Athenea Garza - Coach de vida y transformacional**

Athenea es una coach de vida y coach transformacional con 12 años de experiencia como facilitadora, coach y capacitadora. Es educadora emocional, facilitadora de programas vivenciales y transformacionales de liderazgo en niños, adolescentes y adultos. Es coach asociada y supervisora del programa de “Desarrollo de habilidades de coaching (DEHAC)”. Es entrenadora de familias en disciplina positiva y ha dictado más de 1000 talleres transformacionales en México, USA, Colombia y Perú. Athenea participó en el conversatorio en Instagram con el tema “Familia y Redes Sociales: Úsalos a tu favor”, en la semana de ¿Cómo combatir los riesgos en Internet?

- **Luciana Musello - Comunicadora especializada en medios digitales, teoría del Internet y Redes Sociales.**

Luciana es Profesora del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la USFQ, y comunicadora especializada en medios digitales, teoría del internet y redes sociales. Tiene una

maestría en Social Media, Culture and Society de la Universidad de Westminster en Londres, y una licenciatura en Comunicación Publicitaria de la Universidad San Francisco de Quito. Ha trabajado como creadora de contenido digital y directora de arte para varios proyectos artísticos, culturales y académicos. Luciana participó con el tema “Rompiendo el tabú de la Internet en nuestros hogares”, en la semana de “Rompiendo el tabú”.

4.4. Planificación de la campaña (fases, matriz de objetivos, estrategias y tácticas)

4.4.1 Fases de la campaña

Expectativa: Empezar a promocionar la campaña a través de las redes sociales con artes mostrando datos curiosos y cifras relevantes acerca de los beneficios de la Internet.

- Promocionar artes con información relevante acerca de la internet.
- Realizar trivias a través de los stories de Instagram probando los conocimientos acerca de la Internet y las Redes Sociales.

Informativa:

Semana 1: Atajando la generación Z en el mundo on-line

- Publicar en redes sociales como manejar la Internet con adolescentes dentro del hogar
- Conversatorio con Maria Jose Teran de InnovatED: “Modelar conductas de ciudadanía digital como padres para poder formar ciudadanos digitales en los niños”
- Compartir artes de los beneficios de la Internet en los adolescentes.

Semana 2: Cómo combatir los riesgos de la Internet.

- Publicar en redes sociales herramientas de control parental saludable.
- Live con Athenea Garza: “Familia y Redes Sociales: Úsalos a tu favor”.
- Tips sobre qué hacer como padre de familia al enfrentarse a los riesgos de la Internet.

Semana 3: Rompiendo el Tabú

- Publicar acerca de los beneficios de la Internet y las Redes Sociales.
- Live con Luciana Musello: “Rompiendo el tabú de la Internet en nuestros hogares”.

Recordacion:

- Publicar cápsulas de un minuto de los expertos que participaron en los conversatorios durante toda la semana con un mensaje de agradecimiento.
- Recordar que los conversatorios están guardados en los IGTV, para su acceso ilimitado.

4.4.2: Matriz de Objetivos

Objetivo General: Educar a los padres de familia acerca de los beneficios y riesgos que se encuentran en el mundo digital para que de esta forma ellos puedan transmitir esta educación y asesoramiento a sus hijos como manera de prevención y manejo correcto de la Internet.

Objetivos Específicos:

1. Impulsar un consumo saludable de la internet mediante la información proporcionada en nuestras redes sociales y en las entrevistas en medios de comunicación durante los meses de abril y mayo del 2021 en al menos 200 familias.
2. Informar sobre posibles herramientas para combatir los riesgos de la internet a través de la información proporcionada en nuestras redes sociales y las entrevistas en medios de comunicación durante los meses de abril y mayo del 2021.
3. Educar sobre los beneficios que la internet nos provee en al menos 2 redes sociales mediante conversatorios y entrevistas con expertos durante los meses de abril y mayo del 2021.

4.4.3: Estrategias y Tácticas

Estrategia: Dar a conocer los beneficios y riesgos de la internet en redes sociales.

Tácticas:

- Hacer un estudio sobre las redes sociales más afines a nuestro público objetivo.
- Crear conversatorios con expertos para que el grupo objetivo pueda solucionar sus dudas acerca de los temas a tratar.
- Utilizar artes amigables, divertidas y atractivas que no aburran al consumidor.

Estrategia: Vincularse con grupos cerrados de Facebook en donde los padres de familia generen conversaciones.

Tácticas:

- Contactarse con los administradores de al menos dos grupos para que nos permitan difundir la campaña.
- Solicitar el apoyo de dichos administradores para que el contenido tenga más visibilidad.
- Invitar a los usuarios de los grupos a las actividades realizadas durante la campaña.

4.4.4: Planificación Digital de la Campaña

Marzo 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	CREACIÓN PÁGINA DE INSTAGRAM - Publicación del #	25	26	27
Introducción STAFF - Presentación Micaela - Presentación Emily - Logo	29	30	31			

Descarga más imprimibles en: www.Minimalista.cl

Abril 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	INICIO CAMPAÑA EXPECTATIVA - Introducción al .com Stories: Historia del .com	EXPECTATIVA - Datos Curiosos: Internet tardó solo 4 años en llegar a 50 millones de personas.	EXPECTATIVA - Introducción al .www Stories: #TrivioUsoSinAbuso	EXPECTATIVA - #FACTS: Estímulos del aprendizaje con Internet Stories: Cronograma	10	EXPECTATIVA - #FACTS: El Futuro es Internet
12	EXPECTATIVA - #FACTS: Rehabilitación Internet Stories: Beneficios del Internet	14	INICIO CAMPAÑA INFORMATIVA - #TIPS: Espacios libres de internet dentro del hogar Stories: #TrivioUsoSinAbuso	INFORMATIVA Stories: #TrivioUsoSinAbuso	INFORMATIVA Stories: #TrivioUsoSinAbuso	INFORMATIVA
INFORMATIVA - #LiveUsoSinAbuso: Invitación MJT - Innovat.ed	INFORMATIVA - #TIPS: Lista de actividades sin internet. - #LiveUsoSinAbuso: Invitación MJT - Innovat.ed	INFORMATIVA Stories: LIVEMJT	INFORMATIVA - Introducción al Control Parental	INFORMATIVA 23	INFORMATIVA - Control Parental en Microsoft #TutorialUsoSinAbuso Stories: Tips Control Parental	INFORMATIVA 25
INFORMATIVA - Control Parental en iOS #TutorialUsoSinAbuso Stories: Grabación Telesucessos	INFORMATIVA - Control Parental en YouTube (Real) #TutorialUsoSinAbuso	28	29 Stories: Grabación Yucas en Cobitea	30		

Descarga más imprimibles en: www.Minimalista.cl

Mayo 2021

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	INFORMATIVA - #LiveUsoSinAbuso: - Invitación AG - - COACH - Stories - LIVE AG	INFORMATIVA - #LiveUsoSinAbuso: - AG - - Familia y RESS	INFORMATIVA - #LiveUsoSinAbuso: - Invitación AP - - Emprendimiento	INFORMATIVA - #LiveUsoSinAbuso: - AP - - Internet como - medio para emprender	INFORMATIVA	INFORMATIVA
INFORMATIVA - #LiveUsoSinAbuso: - Invitación AM - - Conciencias - #LiveUsoSinAbuso: - ROMPIENDO EL TABU		RECORDACIÓN - Cápsula MUT	RECORDACIÓN - Cápsula AG	RECORDACIÓN	RECORDACIÓN	RECORDACIÓN
RECORDACIÓN - Agradecimientos						
24	25	26	27	28	29	30
31						

Descarga más imprimibles en: www.Minimalista.cl

4.5: Ejecución de la campaña, resultados e impactos:

4.5.1 Ejecución de la Campaña

La ejecución de la campaña fue desarrollada desde el 29 de marzo hasta el domingo 16 de mayo del 2021. La primera semana se la denominó como la semana de expectativa, la cual estuvo dividida en dos fases: Introducción y generación de expectativa. La semana de introducción sirvió para presentar a las dos personas detrás de la campaña, Emily Wells y Micaela Pallares. Esto se realizó con el fin de que aquellas personas que vayan siguiendo las redes sociales de la campaña en el transcurso de los meses, puedan identificar a sus autoras de una manera sencilla. Posteriormente, se comenzó con la generación de contenido que cause expectativa dentro de nuestro público. Para esta semana, se publicaron 6 artes los cuales incluyen datos curiosos como “La Internet produce una mayor capacidad de aprendizaje perceptual y permite hacer frente a varios estímulos de manera simultánea.”

Posteriormente a la primera semana, se dio inicio a la fase informativa de la campaña en donde se procuró informar al público objetivo de la manera más empoderadora, divertida y fácil de procesar. Dentro de esta fase, se realizaron 8 publicaciones con tips e información acerca del control parental, la herramienta principal dentro de nuestra campaña. Adicional al contenido publicado, también se crearon 4 conversatorios con expertos en el tema, hablando acerca de diferentes perspectivas de la Internet. Dentro de estos conversatorios contamos con la presencia de Maria Jose Teran “Coordinadora de Tecnología e Innovación en Quito”, Athenea Garza “Coach de Vida y Coach Transformacional” mexicana, “Anabel Perez “Fundadora de Destrabadas Ecuador” y Luciana Musello “Comunicadora especializada en medios digitales, teoría de la internet y redes sociales.” Los temas de los conversatorios fueron “Modelar conductas de ciudadanía digital como padres para poder formar ciudadanos digitales en los niños” (Maria Jose Teran), “Familia y Redes Sociales: Úsalas a tu favor” (Athenea Garza), “La Internet como medio para emprender en niños y adolescentes” (Anabel Perez) y “Rompiendo el Tabú del Internet” (Luciana Musello).

La fase de recordación, con duración de una semana, tuvo como objetivo recordar los detalles más importantes de nuestros conversatorios, por lo cual los expertos realizaron un video de 1 minuto el cual resumía la información compartida dentro de su conversatorio. Esos videos fueron publicados en las cuentas de Instagram y Facebook.

4.5.2 Resultados e Impactos en Relación a Objetivos Específicos

Objetivos Específicos

- Impulsar un consumo saludable de la internet mediante la información proporcionada en nuestras redes sociales y en las entrevistas en medios de comunicación durante los meses de abril y mayo del 2021 en al menos 200 familias.

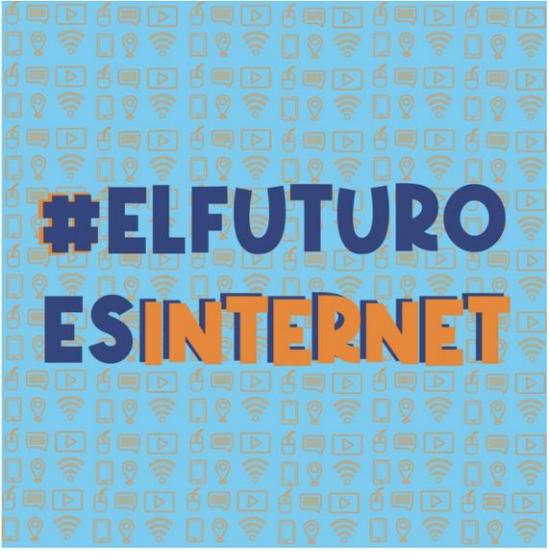
- Informar sobre posibles herramientas para combatir los riesgos de la internet a través de la información proporcionada en nuestras redes sociales y las entrevistas en medios de comunicación durante los meses de abril y mayo del 2021.
- Educar sobre los beneficios que la internet nos provee en al menos 2 redes sociales mediante conversatorios y entrevistas con expertos durante los meses de abril y mayo del 2021.
 - Resultados: Por medio de las redes sociales se obtuvieron los siguientes resultados:
 En Instagram se consiguió un total de 210 seguidores, 135 reproducciones en el segundo conversatorio (Athenea Garza), 152 reproducciones en el tercer conversatorio (Anabel Perez) y 75 reproducciones en el último (Luciana Musello).
 De acuerdo a los medios de comunicación que logramos conseguir entrevistas y publicar artículos, tras un análisis de seguidores de redes sociales tanto en facebook como en instagram tuvimos un alcance de 100.000 personas a nivel nacional.
- Indicadores Redes Sociales utilizadas
 - Instagram

Fase Expectativa	Indicadores
------------------	-------------

 <p>Emily W. Estudiante de Comunicación en la USFQ. 22 años</p>	<p>Interacciones: 92 Impresiones: 379 Me gusta: 36 Comentarios: 5 Alcance: 321</p>
 <p>USO SIN ABUSO Internet, nuestra mano derecha.</p>	<p>Interacciones: 185 Impresiones: 438 Me gusta: 30 Comentarios: 0 Alcance: 340</p>

 <p>Micaela P. Estudiante de Comunicación en la USFQ. 24 años</p>	<p>Interacciones: 30 Impresiones: 420 Me gusta: 58 Comentarios: 1 Alcance: 317</p>
 <p>.com</p>	<p>Interacciones: 15 Impresiones: 199 Me gusta: 17 Comentarios: 0 Alcance: 166</p>
<p>¿SABÍAS QUÉ? ¿SABÍAS QUÉ?</p> <p>La TV tardó 13 años en llegar a todo el mundo y la radio 18 años, el Internet tardó 4 AÑOS en llegar a 50 millones de personas.</p> 	<p>Interacciones: 7 Impresiones: 175 Me gusta: 15 Comentarios: 1 Alcance: 156</p>

 <p>www.</p>	<p>Interacciones: 11 Impresiones: 208 Me gusta: 9 Comentarios: 0 Alcance: 144</p>
 <p>#FACTS </p> <p>El INTERNET produce una mayor CAPACIDAD de aprendizaje perceptual y permite hacer frente a varios ESTÍMULOS de manera simultánea.</p>	<p>Interacciones: 4 Impresiones: 188 Me gusta: 15 Comentarios: 0 Alcance: 149</p>

	<p>Interacciones: 3 Impresiones: 170 Me gusta: 5 Comentarios: 0 Alcance: 144</p>
	<p>Interacciones: 3 Impresiones: 169 Me gusta: 14 Comentarios: 0 Alcance: 145</p>
<p>Fase Informativa</p>	

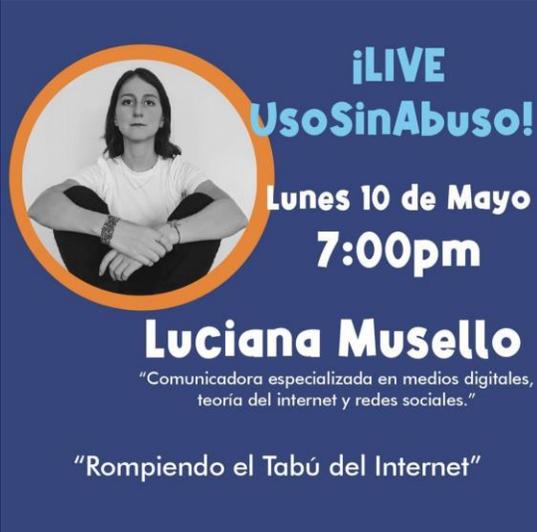
<p>#TIPS</p> <p>Define espacios libres de internet dentro de tu hogar, de esta forma existirá una convivencia basada en los momentos y experiencias del mundo real.</p>	<p>Interacciones: 12 Impresiones: 249 Me gusta: 18 Comentarios: 2 Alcance: 181</p>
<p>iLIVE UsoSinAbuso!</p>  <p>Martes 7:00pm</p> <p>María José Terán Coordinadora de Tecnología e Innovación en Quito</p> <p>“Modelar conductas de ciudadanía digital como padres para poder formar ciudadanos digitales en los niños”</p>	<p>Interacciones: 18 Impresiones: 197 Me gusta: 15 Comentarios: 0 Alcance: 165</p>
<p>#TIPS</p> <p>Haz una lista de actividades que tu hij@ disfrute que no incluyan la tecnología. Designa un momento del día para realizar cualquiera de estas actividades con el.</p>	<p>Interacciones: 4 Impresiones: 185 Me gusta: 16 Comentarios: 0 Alcance: 140</p>

 <p>¿QUÉ ES EL CONTROL PARENTAL?</p> <p>1/3</p>	<p>Interacciones: 6 Impresiones: 205 Me gusta: 18 Comentarios: 2 Alcance: 146</p>
 <p>CONTROL PARENTAL</p> <p>1/3</p> <p>Microsoft</p>	<p>Interacciones: 2 Impresiones: 201 Me gusta: 10 Comentarios: 0 Alcance: 139</p>

 <p>Thumbnail for a video titled "CONTROL PARENTAL". The image shows a hand cursor pointing at a search bar containing the text "CONTROL PARENTAL". Below the search bar is an iPad displaying the Apple logo and the text "iOS". There are orange exclamation marks to the left of the iPad. In the top right corner, there is a small circle with "1/3".</p>	<p>Interacciones: 5 Impresiones: 190 Me gusta: 12 Comentarios: 0 Alcance: 138</p>
 <p>Thumbnail for a video titled "¿CÓMO ACTIVAR EL CONTROL PARENTAL EN YOUTUBE?". The background is light blue with the text "¿CÓMO ACTIVAR EL CONTROL PARENTAL EN YOUTUBE?" in large, bold, dark blue letters. At the bottom is the YouTube logo. In the top right corner, there is a small circle with "0:14". In the bottom left corner, there is a button that says "Ver reels". In the bottom right corner, there is a speaker icon.</p>	<p>Reel Vistas: 1177 Me gusta: 27 Comentarios: 1</p>

 <p>iLIVE Uso Sin Abuso!</p> <p>Miercoles 5 de Mayo 7:00pm</p> <p>Athenea Garza "Coach de Vida y Transformacional con 12 años de experiencia."</p> <p>"Familia y Redes Sociales: úsalas a tu favor. "</p>	<p>Interacciones: 8 Impresiones: 212 Me gusta: 15 Comentarios: 3 Alcance: 164</p>
 <p>Familia y redes sociales úsalas a tu favor ✕</p> <p>usosinabusos 5 de mayo · transmitió en vivo</p> <p>140 reproducciones · 1 comentario</p> <p>Explorar IGTV ></p>	<p>Interacciones: 8 Impresiones: 182 Me gusta: 28 Comentarios: 1 Alcance: 143 Reproducciones: 141</p>

 <p>iLIVE Uso Sin Abuso!</p> <p>Viernes 7 de Mayo 8:00pm</p> <p>Anabel Pérez "Fundadora Destrabadas"</p> <p>"El Internet como medio para emprender en niños y adolescentes."</p>	<p>Interacciones: 1 Impresiones: 162 Me gusta: 11 Comentarios: 0 Alcance: 138</p>
 <p>Live Anabel Pérez - "El Internet: Medio para emprender en adolescentes" ✕</p> <p>usosinabuso 7 de mayo · transmitió en vivo</p> <p>155 reproducciones · 1 comentario</p> <p>Explorar IGTV ></p>	<p>Interacciones: 11 Impresiones: 207 Me gusta: 22 Comentarios: 1 Alcance: 175 Reproducciones: 155</p>

 <p>¡LIVE UsoSinAbuso!</p> <p>Lunes 10 de Mayo 7:00pm</p> <p>Luciana Musello "Comunicadora especializada en medios digitales, teoría del internet y redes sociales."</p> <p>"Rompiendo el Tabú del Internet"</p>	<p>Interacciones: 6 Impresiones: 157 Me gusta: 8 Comentarios: 0 Alcance: 132</p>
 <p>Rompiendo el tabú del internet ✕</p> <p>usosinabuso Hace una semana · transmitió en vivo</p> <p>79 reproducciones</p> <p>Explorar IGTV ></p>	<p>Interacciones: 7 Impresiones: 154 Me gusta: 17 Comentarios: 0 Alcance: 121 Reproducciones: 80</p>
<p>FASE RECORDACIÓN</p>	

	<p>Interacciones: 4 Impresiones: 133 Me gusta: 10 Comentarios: 0 Alcance: 110 Reproducciones: 80</p>
	<p>Interacciones: 4 Impresiones: 126 Me gusta: 9 Comentarios: 0 Alcance: 105 Reproducciones: 48</p>

- Facebook

Fase Expectativa	Indicadores
	<p>Alcance Orgánico: 20 personas</p>

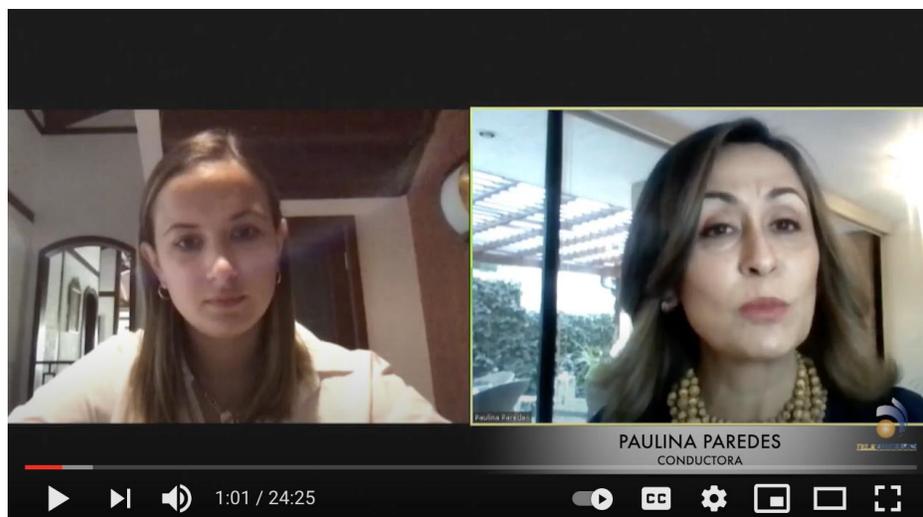
	<p>Alcance Orgánico: 23 personas</p>
	<p>Reproducciones: 459 Alcance Organico:773 Reacciones: 1 Veces Compartido: 2</p>
	<p>Reproducciones: 100 Alcance Organico: 105 Reacciones: 0 Veces Compartido: 0</p>

4.6 Gestión de Medios de Comunicación y Relaciones Públicas

4.6.1 Boletín de Prensa (Anexo 1)

4.6.2 Medios de Comunicación

- **Telesucesos:** Entrevista con Paulina Paredes para segmento Vida y Tecnología. (25 minutos)



- **Wambra Radio:** Entrevista con Gabriela Albornoz para el segmento “La Posada: Culturas Juveniles.”



- **Radio Casa de la Cultura:** Entrevista con Diana Pavon y Fernanda Espinoza para segmento Voces en Cabina.

VC Voces en Cabina transmitió en vivo. 29 de abril a las 12:30 · 🌐

🔥❤️ Hablemos la plena sobre la despenalización del aborto por violación ❤️ en Ecuador 🇪🇨 en compañía de la Fundación Desafío.

📍 Por otra parte nos acompañarán las iniciativa Uso sin Abuso y Laura´s Dialy no te pierdas de la transmisión en vivo. 🎥🔴



- **Aula Magna:** Artículo compartido en Redes Sociales.

Aula Magna 15 de mayo a las 11:50 · 🌐

📱 El promedio de personas que utiliza el internet durante un aproximado de 6 horas y 43 minutos al día, lo que equivale a un 23% del mismo, ¿Hay uso y abuso de la Internet?

👤 La campaña **Uso Sin Abuso** busca educar a los padres de familia acerca de los beneficios y riesgos que se encuentran en el mundo digital para que de esta forma ellos puedan transmitir esta educación y asesoramiento a sus hijos como manera de prevención y manejo correcto de la Internet.

👤 La campaña ... [Ver más](#)





👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

<https://aulamagna.usfq.edu.ec/?p=13070&fbclid=IwAR3l67->

UVc2eBqXl33fTbEuU_hPXiYmJ45IW5bVnLuU1oHmyvZ0XVVxvdZI

- **FM Mundo.**

4.7 Conclusiones y Recomendaciones

La Internet se ha convertido en una herramienta esencial en el día a día y cada vez cobra más importancia para la realización de actividades diarias. En los últimos años se ha visto un incremento radical en cuanto al uso de esta poderosa herramienta, la cual ha logrado a las población superarse en muchos aspectos y facilitar y agilizar muchos procesos. En cuanto a temas educativos y laborales ha brindado excelentes posibilidades y proveer una mejora continua en todos los aspectos y actividades que realizamos. A pesar de que esta herramienta se ha convertido en nuestra mano derecha y dependemos en muchos aspectos de ella, es importante entender que nos provee también un sin fin de información y sitios para navegar, es por esto hay que saber manejar a la herramienta y sacarle el mejor provecho para mantener una relación saludable con la misma.

Las nuevas generaciones han crecido de la mano con la Internet y se ha convertido fundamental en la mayoría de los casos su uso. Existe una gran probabilidad de que no todos/as conozcan los riesgos que esta herramienta trae o incluso el abuso que puede existir de este beneficio que lo llamamos hoy en día. Ya que, en muchos casos se ha detectado que existe una gran dependencia por parte de los niños y adolescentes en cuanto al Internet, y no hay un uso adecuado o saludable por parte de ellos ya que sus padres y madres de familia no han implementado un uso saludable o incluso educativo al momento de dejar en las manos esta herramienta en sus hijos. Es importante que todos tanto padres de familia como hijos tengamos esta educación saludable digital para poder mantener un uso sin abuso de la Internet empezando desde el hogar y que esto se pueda seguir transmitiendo a las siguientes generaciones.

Esta campaña buscó educar e incentivar en específico a los padres y madres de familia para que puedan tener una relación más amigable y saludable con la Internet. Ya que se pudo evidenciar que existe una falta de confianza por parte de esta generación en cuanto al Internet y su uso, por ende existe miedo al momento en el que sus hijos forman parte del mundo online y ellos no son capaces de controlar el uso que le están dando. Mediante esta campaña se logró informar y educar a los padres de familia por medio de la misma herramienta de la Internet y aprovechar este espacio para darle un uso correcto, a través de las redes sociales de Facebook e Instagram logramos generar lives con coaches y expertos en el tema para romper estos tabús que existen y que por medio de voces de madres de familia en este caso se pueden sentir relacionadas y relacionados con estos conversatorios y entender la importancia de mantener una relación sana y sobre todo de como hacerlo mediante consejos de estas expertas que nos pudieron acompañar a lo largo de esta campaña. Incluso logramos mantener viva a la campaña por medio de las mismas redes sociales a través de publicaciones con tips y recomendaciones para que pueda nuestro público objetivo y seguidores estar al tanto de los beneficios de la red y educarse de una forma divertida y amigable. Incluso logramos tener apertura en 4 medios digitales para la difusión de esta información en cómo mantener un uso sin abuso en casa con los hijos y de igual manera lograr entender y difundir la importancia de darle un uso adecuado para así poder crear buenos ciudadanos digitales.

Finalmente, consideramos que a pesar de que es un tema que tenemos muy presente, en especial las generaciones que no crecieron con la Internet desde pequeños llegan a generar ciertos miedos o rechazo hacia esta herramienta tan poderosa, nos hubiera gustado poder impartir estas charlas, tips y conocimientos en colegios pero consideramos que a pesar de las circunstancias del Covid-19, el hecho de hacerlo a través de las mismas plataformas digitales fue un beneficio para poder sacarle provecho a esta herramienta y que se evidencia que también existe este tipo de

información y cuentas que ayudan al crecimiento tanto profesional como personal de las personas en las redes sociales. A pesar de que hubiera sido mucho mejor conectarse con organizaciones aliadas para poder tener un mayor soporte con anterioridad y poder tener un mayor alcance en medios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, J. (2011). *Introducción al análisis de redes sociales*. Documento N82. Centro interdisciplinario para el estudio de las políticas públicas. Recuperado el 18 de noviembre del 2002 de: <https://www.ciepp.org.ar/images/ciepp/docstrabajo/doc%2082.pdf>
- Barbas, A. (2012). *Educomunicación: Desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado*. FarenHouse: España. Recuperado el 3 de noviembre del 2020 de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=447544618012>
- Castañeda, L.; González, V. & Serrano, J.L. (2011) *Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales*. Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red. Alicante: Marfil. pp 47-63
- Colorado, A. (2010). Perspectivas de la Cultura Digital. *Universidad Complutense de Madrid*. 15(28). 103-115
- De Déu, S. (2020). *Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes*. Barcelona-Hospital. Recuperado el 17 de noviembre del 2020 de: <https://faros.hsjdbcn.org/es/articulo/riesgos-redes-sociales-salud-mental-adolescentes>
- Echeverría, J. (2006). Cultura Digital y Memoria en Red. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*. (737) 560-566
- Fernandez-Garcia, N. (2017). *Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática*.

Nueva Sociedad, (269). 66-77

Fernández, A. (2014). *Interactividad y redes sociales*. Editorial: ACCI. Recuperado el 18 de noviembre del 2020 de:

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=90lJDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA15&dq=historia+redes+sociales+&ots=BtQGbulQBY&sig=Xp2jhCYiDepDNqy1x-TvhBul89w#v=onepage&q=historia%20redes%20sociales&f=false>

Flores, J. (2009). *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*.

Comunicar, vol. XVII, núm. 33, 2009, pp. 73-81. Recuperado el 18 de noviembre del 2020 de: <https://www.redalyc.org/pdf/158/15812486009.pdf>

Gil, F. Del Valle, G. Oberst, U. & Chamarro, A. (2015) Nuevas tecnologías - ¿Nuevas patologías? El smartphone y el fear of missing out. *Aloma*, 33 (2) 77-83

Hutt, H. (2011). LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN. *Revista*

Reflexiones 91(2) 122-128

Jaramillo, P. (2014). *El Universo: Mal uso de redes sociales afecta a niños y adolescentes*.

Recuperado el 6 de noviembre del 2020 de:

<https://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/18/nota/4354351/mal-uso-redes-sociales-afecta-ninos-adolescentes>

Lasen, A., Puente, H. (2016). La Cultura Digital. *Research Gate*. 41

Madrigal, C. (2015). *Instagram como herramienta de comunicación publicitaria: En caso de made mith lof*. Sevilla. Publicidad y Relaciones Públicas. Recuperado el 19 de noviembre del 2020 de:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/41561/TFG_cristinaSEPT4b.compressed.pdf?sequence=1

Morales, E. (2012) El Smartphone como Motor de una Nueva Incertidumbre Social. *Dialnet*, 8, 87-112

Mohanna, G, Romero, D. (2019). *Adicción a las Redes Sociales y Ansiedad en estudiantes de secundaria de Lima Metropolitana*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Recuperado el 17 de noviembre del 2020 de:

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628014/Mohanna_VG.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Nocito, M, De Moya, P, Gutiérrez, S, López, B. (2017). *La evolución del marketing tradicional al de influencia: Los Influencers*. Gregorio Orvalle, Las rosas de Madrid. Recuperado el 15 de noviembre del 2020 de:

https://www.unav.edu/documents/4889803/13079787/62_Orvalle+-+La+evoluci%F3n+del+Marketing+tradicional+al+de+influencia+Los+influencers.pdf/5d9ee093-ff02-1d1a-c20f-714e021e9c5d

Ramos, M. (2012) Relaciones Públicas. 2.0: El uso de los Medios Sociales en la estrategia de comunicación online de marcas ciudad españolas. *REVISTA INTERNACIONAL DE RELACIONES PÚBLICAS* 3(11) 72-90

Torres, C, Carranza, M. (2011). *Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?*.Apertura, vol. 3, núm. 2, 2011. Guadalajara, México. Recuperado el 19 de noviembre del 2020 de:
<https://www.redalyc.org/pdf/688/68822737001.pdf>

We Are Social. (2020) *Global Digital Overview*. <https://wearesocial.com/digital-2020>

Anexo 1:



Boletín de Prensa

DM de Quito, 19 de abril del 2021

El promedio de personas utiliza el Internet durante un aproximado de 6 horas y 43 minutos al día, lo que equivale a un 23% del mismo, ¿Hay uso y abuso de la Internet?

#SOCIEDAD #INTERNET El 59% de la población mundial utiliza el Internet y un 49% de la misma son usuarios activos en redes sociales. Es por esto, que la campaña **Uso Sin Abuso** busca educar a los padres de familia acerca de los beneficios y riesgos que se encuentran en el mundo digital para que de esta forma ellos puedan transmitir esta educación y asesoramiento a sus hijos como manera de prevención y manejo correcto de la Internet. Esta campaña digital se realizará durante todo el mes de abril y mayo del 2021, mediante redes sociales como Facebook e Instagram.

En la actualidad, Internet se ha convertido en una herramienta indispensable para todos, es por esto que consideramos necesario asesorar a los padres de familia para que puedan guiar a sus hijos hacia una relación más saludable con el uso de esta poderosa herramienta. Dentro de nuestra campaña, realizaremos conversatorios con expertos sobre el tema por medio de las redes sociales, en donde se busca resolver preguntas de padres de familia y también incrementar el conocimiento de los mismos acerca de esta red.

En caso de solicitar más información contactarse con

Emily Wells
emilywells18@hotmail.com
0992751511

Micaela Pallares
micapallaresb@gmail.com
0992047346

Uso Sin Abuso
Instagram: @usosinabuso
usosinabusoc@gmail.com