

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

COMUNICACIÓN Y GROOMING: USO Y RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DEL CLUB DEPORTIVO CUENCA


Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Autor:

Tatiana Carolina Méndez Sanmartín

Director:

Cinthyá María Cevallos Ludeña

ORCID:  0000-0001-8331-5443

Cuenca, Ecuador

2024 - 06 - 05

Resumen

El grooming en las redes sociales es un fenómeno preocupante que ha ido en aumento en los últimos años. Es un problema grave que requiere de la colaboración y la acción de todos, desde los padres y educadores hasta las mismas redes sociales, para proteger a los menores y mantener un entorno en línea seguro. El objetivo de este estudio es analizar el uso y riesgos de las redes sociales en adolescentes del Club Deportivo Cuenca en relación al Grooming con una muestra de 90 participantes. Los resultados se definen a partir de 3 puntos: el primero son los factores motivacionales en el uso y riesgo de las redes sociales, el segundo en las redes sociales que mayor uso reciben por parte de los adolescentes, y el último, evidencia la afectación que han experimentado adolescentes por parte del grooming. Con toda la información recabada, los resultados indican que el desconocimiento de este tema es el principal factor que conduce a los pederastas a engañar a través de las redes sociales, ya que no existe un buen uso, supervisión y privacidad de información por parte de los adolescentes en línea.

Palabras clave del autor: acoso cibernético, pederastia, riesgos sociales



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

Grooming on social networks is a worrying phenomenon that has been increasing in recent years. It is a serious problem that requires the collaboration and action of everyone, from parents and educators to the social networks themselves, to protect minors and maintain a safe online environment. The objective of this study is to analyze the use and risks of social networks in adolescents of Club Deportivo Cuenca in relation to Grooming with a sample of 90 participants. The results are defined from 3 points: the first are the motivational factors in the use and risk of social networks, the second on the social networks that receive greater use by adolescents, and the last shows the affectation that adolescents have experienced by grooming. With all the information collected, the results indicate that the lack of knowledge of this topic is the main factor that leads pedophiles to cheat through social networks, since there is no good use, nor supervision and privacy of information by adolescents online.

Author Keywords: cyberbullying, pedophilia, social risks



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de contenido

Resumen	2
Abstract	3
Índice de contenido	4
Índice de figuras	6
Agradecimiento	7
Dedicatoria	8
Introducción	9
Capítulo 1: ámbito, objetivos y planteamiento del problema de investigación	10
Antecedentes	10
Justificación	11
Objeto de estudio	12
Objetivos	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
Capítulo 2: marco teórico	13
1. Comunicación	13
1.1 Tipos de comunicación	13
1.2 Cambios en el paradigma de la comunicación:	14
2. Redes sociales	15
2.1 Redes sociales más populares	16
2.2 Ventajas y desventajas de las redes sociales	17
3. Grooming	18
3.1 Tipos de acosadores del grooming	18
3.2 Fases del grooming	19
3.3 Grooming en Ecuador	19
Capítulo 3: metodología	21

Preguntas de Investigación	21
Hipótesis	21
Metodología	22
Herramientas de recolección de datos	25
Capítulo 4: discusión y resultados	28
Tabulación de encuestas	28
Análisis de los factores motivacionales del uso de las redes sociales	36
Uso de redes sociales	37
Riesgos en el uso de redes sociales	37
Afectación de menores por el grooming	37
Análisis de Entrevistas	39
Conclusiones	40
Recomendaciones	41
Referencias	42
Anexos	44
Consentimiento informado	44
Encuesta	46
Entrevista (preguntas referenciales)	51

Índice de figuras

Figura 1. Denuncias de child grooming hasta junio de 2020	20
Figura 2. Género de adolescentes encuestados	28
Figura 3. Edad de adolescentes encuestados	28
Figura 4. Conocimiento del término Grooming	29
Figura 5. Redes sociales que disponen los adolescentes	29
Figura 6. Redes sociales de mayor uso	30
Figura 7. Razones por las que usan redes sociales los adolescentes	30
Figura 8. Perfiles falsos en redes sociales	31
Figura 9. Aceptación de solicitudes de personas desconocidas	31
Figura 10. Conversaciones con desconocidos	32
Figura 11. Compromiso o presión por desconocidos en redes sociales	32
Figura 12. Amenazas en redes sociales	33
Figura 13. Tipos de amenazas recibidas	33
Figura 14. Publicación de videos o fotos comprometedoras	34
Figura 15. Comentarios a familiares o personas de confianza	34
Figura 16. Comentarios incómodos en redes sociales	35
Figura 17. Sentimientos con relación a comentarios incómodos	35
Figura 18. Reacciones ante comentarios incómodos	36

Agradecimiento

Agradezco a la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Cuenca, por brindarme la oportunidad de ejercer mis estudios y cumplir una de mis metas, agradezco a todos quienes fueron mis docentes en la Facultad y que más allá de ser guías académicos, fueron grandes maestros de enseñanza y dedicación. Especialmente, agradezco a la Dra. Cinthya Cevallos Ludeña quien ha demostrado ser paciente y ha estado dispuesta a brindarme sus tutorías para culminar mi trabajo de titulación y con ello mi desarrollo académico.

Dedicatoria

Dedico este acontecimiento a mis padres por ser quienes me apoyan y me ayudan a seguir adelante, a mi padre por ser exigente y querer siempre lo mejor para mí, a mi madre por brindarme su comprensión, por estar pendiente de cada paso que doy y por darme una palabra en los momentos que más necesito; a mis hermanas por alentarme a no darme por vencida, y sobre todo a mí misma por la fortaleza para no rendirme nunca a pesar de las adversidades de la vida.

Tatiana Méndez

Introducción

La globalización ha permitido la evolución de nuestra comunicación y, con ello, nuestra forma de vida. Los avances tecnológicos han llevado a los medios a expandirse y contraerse al mismo tiempo; “su intención es promover el intercambio de informaciones, conocimientos, experiencias, intereses e ideales en busca de objetivos comunes entre los usuarios” (Grapsas, 2017).

No obstante, existen muchos riesgos y peligros dentro de las tendencias tecnológicas que pueden desencadenar problemas de interés social.

El engaño pederasta o mejor conocido como “grooming” afecta directamente a los menores de edad, especialmente, niños, niñas y adolescentes. Ellos, al estar inmersos en esta era digital, son los principales sujetos de extorsión por parte de terceros que buscan ganarse su confianza a través de la infiltración en las redes sociales.

Estudios realizados y manifestados en los antecedentes, demuestran que los jóvenes están expuestos a los riesgos que conlleva manejar redes sociales y, a pesar de no visibilizar directamente a las víctimas, es notorio el alto nivel de delito cibernético.

La presente investigación, enfocada a “Comunicación y Grooming: uso y riesgos de las redes sociales en adolescentes del Club Deportivo Cuenca”, se desarrolla a partir de estudios similares realizados en distintas instituciones del país. Su desarrollo se justifica en la importancia de generar nuevas estrategias comunicacionales dirigidas a los jóvenes.

Capítulo 1: ámbito, objetivos y planteamiento del problema de investigación

Antecedentes

El grooming, más conocido como engaño pederasta, manifiesta una cifra alarmante en nuestro país. El desarrollo de las tecnologías de información y comunicación y, sobre todo, el auge del uso de las redes sociales en adolescentes de escuelas y colegios ha degenerado en su uso descontrolado. “Desde 2014 se han denunciado 798 casos de ‘child grooming’ en Ecuador” (Dávalos, 2020).

(López, 2016), realizó una investigación para analizar el uso de la red social Facebook en adolescentes de dos instituciones educativas de Quito: la FAE y la Salle. La metodología aplicada en esta investigación fue el método cuantitativo. Se encuestó a una muestra de 100 estudiantes, de ambos sexos, entre 16 y 17 años, para determinar si en la comunidad estudiantil se transmiten contenido violento, naturalizan el Grooming y el Cyberbullying en la red social Facebook, y si algún estudiante ha sido víctima de estos fenómenos. En esta investigación se concluyó que, aunque no se pueda visibilizar directamente a las víctimas, es notorio que existe un alto nivel de publicaciones denigrantes, con contenidos humillantes y de estereotipo que minimizan la integridad de los demás.

De igual forma, con el fin de desarrollar una campaña de Comunicación sobre Riesgos de Sexting y Grooming, dirigida a docentes y estudiantes entre 12 a 16 años de la Unidad Educativa Madre Laura, (Maldonado y Moreira, 2018) efectuaron un estudio descriptivo correlacional, cuya muestra fue de 240 estudiantes. Emplearon como instrumentos la entrevista, focus group y encuestas. Concluyeron que los adolescentes desconocen el riesgo de la mala utilización de las TIC, lo que los convierte en un grupo vulnerable ante las redes sociales por donde se cometen delitos cibernéticos a los que están expuestos.

(Constante, 2018), efectuó un estudio cuyo objetivo era investigar el uso y riesgo de las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato. El diseño metodológico que utilizó fue el método mixto: cuantitativo y cualitativo, con una muestra de 375 jóvenes, quienes respondieron a un cuestionario que sustenta la investigación. El investigador llegó a la conclusión de que muchos jóvenes poseen cuentas en las redes sociales y así mismo han sido víctimas de agresores, al punto de estar amenazados y no encontrar respuesta por parte de las autoridades pertinentes encargadas de tratar estos temas delictivos.

Justificación

Actualmente, muchos jóvenes desconocen el término “Grooming” o no le brindan la importancia necesaria, ya que creen que está lejos de su alcance. Los adolescentes, muchas de las veces, buscan protección en las redes sociales y es ahí cuando muchos pederastas aprovechan la oportunidad para infiltrarse y ganarse la confianza del niño, niña o adolescente. Se infiltran en su vida privada para después proceder a chantajear o amenazar con difundir su intimidad si no se hace lo que el sujeto desea.

Si bien el acoso infantil se lleva a cabo tanto cara a cara, así como en línea, aquellos que buscan victimizar a los niños se aprovechan del anonimato relativo, ya que los niños, niñas o adolescentes pueden estar sin supervisión o mínimamente supervisados cuando están conectados a las redes sociales, en general, están más dispuestos a compartir información y confiar en que la persona con la que interactúan es un amigo.

Es posible que estos menores de edad ni siquiera entiendan que están siendo preparados para futuros abusos sexuales mediante actividades como conversaciones sexuales, crear imágenes y videos sexuales o interactuar con la cámara web. La preparación en línea se realiza a través de correo electrónico, aplicaciones de mensajería instantánea, sitios de redes sociales, salas de chat, sitios de juegos en línea, sitios para compartir fotos y aplicaciones de citas a los que se puede acceder a través de ordenadores personales y portátiles, tabletas y teléfonos móviles.

El proceso de preparación puede ocurrir rápidamente, en cuestión de minutos en algunos casos, pero el impacto negativo en la víctima suele ser duradero. Por ello, la relevancia de esta investigación es mostrar desde la perspectiva académica, el interés nacional e internacional por este tema y la falta de estudios de este tipo en la ciudad de Cuenca y el país; mientras que, desde el contexto social, crear un primer acercamiento a los problemas que está generando en niños y adolescentes (desde el análisis de un caso particular), y la necesidad de proponer estrategias para enfrentarlo desde el ámbito comunicacional.

Los resultados que se obtengan a partir de esta investigación permitirán fomentar nuevas estrategias comunicacionales para la prevención del “grooming”, así como también, será un punto de partida para nuevas investigaciones a futuro.

Objeto de estudio

Uso y riesgos de las redes sociales con relación a la comunicación y grooming en los adolescentes del Club Deportivo Cuenca, se llevará a cabo en la ciudad durante el presente año. Para ello definiremos “comunicación” y “grooming” como términos que serán usados durante toda la investigación con la finalidad de analizar el problema social.

Objetivos

Objetivo General

Analizar el uso y riesgos de las redes sociales en adolescentes del Club Deportivo Cuenca en relación al Grooming.

Objetivos Específicos

1. Analizar información sobre la comunicación, redes sociales y grooming.
2. Identificar la metodología adecuada para el presente trabajo de titulación.
3. Identificar los factores motivacionales en el uso y riesgos de las redes sociales en los adolescentes.

Capítulo 2: marco teórico

1. Comunicación

“La comunicación es un proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones” (González, 2013).

Chiavenato (2006) sostiene: “comunicación es el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social” (p.110).

Para Socorro (2000) comunicar es:

Llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. (p.4)

Al tratarse de un aspecto muy importante en la vida de ser humano, la comunicación nos ofrece infinitas posibilidades y con ello la oportunidad de innovar con la nueva era de la tecnología, con ello se han implementado muchos medios que permiten la comunicación entre una o varias personas se realice de manera más rápida, ágil y eficaz.

1.1 Tipos de comunicación

A medida que el tiempo transcurre, el ser humano se mantiene innovando en los medios de comunicación y con ello ideando múltiples formas de comunicarse unos con otros.

- **Comunicación oral:** Permite que las personas puedan percibir las palabras a través del oído, existe mayor interacción entre ambos, feedback y es posible la retroalimentación entre ambas partes.
- **Comunicación escrita:** Este tipo de comunicación se percibe con la visión, es necesario que el lector esté concentrado para lograr entender e interpretar el mensaje que se transmite.
- **Comunicación no verbal:** No posee ninguna interacción verbal, es una de las más complejas porque se realiza a través de signos, gestos o movimientos corporales.

- **Comunicación intrapersonal:** Esta comunicación es íntima con cada persona, consiste en un diálogo interno, conversaciones que se tienen consigo mismo y es bastante saludable, pues permite decir cosas que normalmente no se le dirían a nadie más.
- **Comunicación grupal:** Ocurre cuando un conjunto de personas se une e intercambian mensajes de manera interactiva, lo cual resulta importante en el desarrollo de relaciones personales, familiares, sociales, entre otras.
- **Comunicación interpersonal:** Se da principalmente entre dos personas que están próximas físicamente, en la cual intercambian sentimientos e información, tanto de manera verbal como de manera no verbal.
- **Comunicación pública:** Radica primordialmente en la difusión de información dirigida a un público masivo con el objetivo de transmitir mensajes con diversos fines o ideales.

1.2 Cambios en el paradigma de la comunicación:

Al hablar de los nuevos paradigmas, lo primero que se nos viene a la cabeza es tecnología. Muchos autores no hablan simplemente del término tecnológico, sino que, se refieren más al impacto y a la relación conjunta con las personas a través del internet o de las redes sociales.

Los avances tecnológicos y el crecimiento inexplicable del Internet han modificado la forma de concebir a la sociedad. Esta afección ha producido que los grupos de personas se vinculen, interaccionen y se relacionen fuera de un espacio físico. Ahora, la comunidad se ha trasladado al Internet, como la denominada “Sociedad Red” (Castells, 2003).

Botero (2011) en Modelos de Comunicación Digital enfatiza que el concepto acuñado para explicar el rápido desarrollo y alcance de la comunicación digital: “virtualización de la realidad” no se debe concebir como que la realidad supera a la virtualidad o viceversa, más bien, en la comunicación actual (es decir, digital) la virtualidad es la realidad misma.

Decir comunicación digital es referirse directamente a la hipertextualidad, como la posibilidad de producir, añadir, enlazar y compartir información de distintas fuentes mediante enlaces asociativos y redes sociales.

José Luis Orihuela (2002) asevera:

El hipertexto es la nueva frontera tecnológica de la escritura, y exige nuevas destrezas comunicativas y un mayor esfuerzo de lectura. La desarticulación del texto, su fragmentación y la posibilidad de enlazarlo con cualquier otro texto disponible en la Red, desvanece el paradigma lineal, y con él desaparece también la unidad, la autonomía, la estructura y a veces hasta la coherencia y el sentido propios de los textos escritos y audiovisuales. (p.18-25)

En efecto, la comunicación digital se ha introducido en la vida cotidiana de las personas, tanto en el ámbito personal, como profesional, social y hasta psicológico, por eso influye mucho en la sociedad, en la manera de comunicarse e incluso en las relaciones que se derivan actualmente a partir de plataformas digitales, mejor conocidas como “redes sociales”.

2. Redes sociales

Las primeras redes sociales se dan a partir de las relaciones que el ser humano tiene con otras personas, es un ser social por naturaleza que se organiza a partir de la formación de grupos que son acorde a intereses o criterios en común. Gallego (2010) define: “...red social como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad”

“Las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, 2008).

Dado que la evolución hacia una Web 2,0 nos ha llevado al ámbito digital y con ello a la aparición de nuevas plataformas podemos mantener contacto a cualquier hora y en cualquier lugar con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo o de estudio. Muchas son las plataformas que han sido creadas bajo esta misma expectativa, sin embargo, hay algunas que sobresalen como: Facebook, WhatsApp, Messenger, Instagram, YouTube, Twitter, Tik Tok.

Así pues, la información que antes se guardaba en papeles y carpetas, hoy en día se almacena en una base de datos. Nuestra información está visible en las plataformas y es fácil ser encontrados por cualquier persona en cualquier parte del mundo, a pesar de ser un gran mecanismo de comunicación también es un mecanismo de riesgo y de desinformación.

2.1 Redes sociales más populares

En un mundo de tecnología e internet, existen muchas plataformas digitales que desempeñan el rol de redes sociales, entre las más populares podemos encontrar tales como:

- **Facebook**, plataforma digital conocida a nivel mundial que permite mantener comunicación con amigos o familiares que se encuentran en otros países o descubrir a nuevas personas con quienes compartimos intereses en común, realizar publicaciones con amplios textos sin límite de caracteres, imágenes, videos, gifs, transmisiones en vivo, llamadas, videoconferencias, entre otros.
- **WhatsApp**, aplicación de mensajería que permite enviar y recibir archivos multimedia a través del chat, el registro se hace directamente con el número celular y puede usarse a través del ordenador. Mantiene un cifrado de extremo a extremo lo que permite proteger las conversaciones y actualmente cuenta con la opción de vincular el contacto a una “Cuenta de empresa oficial”.
- **Messenger**, aplicación de mensajería que permite intercambiar textos y archivos, además de estar conectado al perfil de Facebook, permite contactar amigos y ver historias recientes publicadas en esta red social.
- **Instagram**, aplicación que actúa como red social, cuyo objetivo principal es compartir fotos y videos con la opción de añadir efectos y filtros fotográficos; así como también añadir etiquetas, hashtags, ubicaciones y enlazarlas directamente con Facebook.
- **YouTube**, se considera una red social debido a que sus usuarios pueden intercambiar comentarios, votos de “me gusta” y “no me gusta”, compartir videos y suscribirse a canales de otros usuarios.
- **Twitter**, generalmente esta red social se usa para compartir reflexiones, opiniones, pensamientos y memes; no obstante, es una de las principales fuentes de información debido a la inmediatez de sus mensajes denominados “tweets” y su alcance a través del uso de los hashtags.
- **Tik Tok**, es una nueva red social desarrollada con la finalidad de compartir pequeños clips musicales, permite crear, editar y subir videos de 15 segundos hasta 3 minutos.

Incluye funciones como lista de amigos, votaciones, la posibilidad de enviar mensajes, un sistema de seguidores y visualizaciones de los videoclips.

- **Telegram**, es una aplicación de mensajería que cuenta con opciones para compartir imágenes, videos, documentos, entre otros; como también presenta soporte para llamadas, video llamadas, mensajes de voz y confirmación de envío y lectura en sus chats.

2.2 Ventajas y desventajas de las redes sociales

En la sociedad actual, las redes sociales han tenido un gran impacto. La necesidad de expresarse y ser reconocidos se refleja en lo que refiere Aristóteles al decir que “el hombre es un ser social por naturaleza”. Puesto que para saciar sus exigencias físicas y espirituales requiere vivir en sociedad, al ser una criatura racional y personal no es independiente y necesita el apoyo de otros, por ello forma sociedades.

Ventajas

- Relacionarse con personas de diferentes ciudades, estados e inclusive territorios.
- Envío de archivos varios (fotografías, documentos, etcétera.) de forma inmediata y simple.
- Conocer nuevas amistades.
- Relaciones o conexiones en tiempo real.
- Reencuentro con personas conocidas.
- Permiten la participación política.
- Foros de controversia y debate.
- Posibilita el aprendizaje colaborativo.
- En redes comerciales, posibilita difundir productos con más facilidad.
- Son de gran ayuda a corporaciones policíacas en la indagación de un crimen o delito, con la facilidad de ver el perfil del atacante.

Desventajas

- Cualquier desconocido y/o persona peligrosa puede tener acceso a información personal, violando cuentas y volverse un acosador.
- Aleja de la probabilidad de conocer a gente de tu mismo ámbito, lo cual te aísla del núcleo familiar, amigos del colegio, etcétera.

- Para crear una cuenta se necesita ser mayor de edad.
- Crea la probabilidad de volverse dependiente de estas.
- Existe un extenso porcentaje de individuos que no cuentan todavía con equipo de cómputo ni energía eléctrica por consiguiente quedan excluidos de este servicio.
- Las relaciones interpersonales se tornan menos afianzadas.

Derivado de los aspectos anteriores, organizaciones proveedoras de estos servicios han integrado en sus páginas de Internet políticas de privacidad que los cibernautas ignoran, de modo que ponen en riesgo la integridad personal y familiar.

3. Grooming

Grooming o también conocido como “engaño pederasta” es una forma de acoso que inicia principalmente a través de las redes sociales. A través del chat, el agresor intenta ganarse la confianza de la víctima (niño, niña o adolescente) presentándose bajo otra identidad para establecer este vínculo de confianza a través de confesiones íntimas, para luego incitar al menor a realizar actividades sexuales mediante fotos o videos. Al obtener lo antes mencionado, dan por iniciar con los chantajes y advertencias de agresión hacia la víctima; los menores al no tomar medidas de seguridad se vuelven vulnerables ante este pederasta quien está relacionado directamente con la pornografía infantil.

3.1 Tipos de acosadores del grooming

Como si fuera poco, existen tres tipos de acosadores tales como: acosador directo, acosador oportunista y el acosador específico.

- **Acosador Directo.** - Se mantiene activo en las redes sociales con la finalidad de identificar a menores y crear contacto con ellos. Al hacerlo, realiza propuestas de “sexo virtual” e incita a que le envíen imágenes o prendan sus cámaras web.
- **Acosador Oportunista.** - Selecciona a sus víctimas con base en fotografías de carácter sexual que encuentra en internet, amenaza con difundir las imágenes a amigos y familiares convirtiendo a la víctima en su objeto de acoso.
- **Acosador Específico.** - Se trata de un pedófilo, quien primero realiza un acercamiento hacia el menor para ganarse progresivamente su confianza y posteriormente obtener imágenes sexuales y establecer contacto sexual con la víctima.

3.2 Fases del grooming

A primera vista, entablar una relación con un desconocido nos parece normal, hacer amigos a través de las redes sociales se ha vuelto muy común y rutinario, sin embargo, existen riesgos y varios factores que ignoramos al momento de confiar en alguien que no conocemos. En principio no lo notamos porque todo es un proceso hasta llegar al objetivo que ha sido planteado por el sujeto en cuestión.

- **Enganche.** - El acosador realiza preguntas al niño/a con el fin de conocerlo, le pregunta su edad y localización geográfica. Después, aspira conocer sus gustos e inquietudes, para ajustarse a ellos y tener puntos en común que le permitan ganar su confianza. Aquí, el acosador procura estrechar lazos de amistad con el infante, evitando el uso de preguntas incómodas o que puedan ahuyentarlo antes de concretar con su objetivo.
- **Fidelización.** - Tras hacerse amigo del niño/a y mostrarse como alguien amable, interesante y con muchas afinidades, el acosador se asegura de que su nuevo amigo querrá continuar hablando con él. Para poder hacer esto, habitualmente hablan de temas de interés recíproco (deportes, música, estudios), para después continuar con temas relacionados: con quién vive, cómo es su familia, qué actividades realizan sus padres, etcétera.
- **Sedución.** - Con toda la información y confianza construida hasta entonces, el acosador se dedica a seducir, a integrar temas sexuales en las charlas, y a tratar de intercambiar imágenes con el infante. Halagando y generando un sentimiento de deuda en él, el acosador logrará que cumpla con la mayor parte de sus demandas.
- **Acoso.** - En este instante el acosador ya tiene una iniciativa cercana de lo que puede obtener del infante. Dispone de información privada y familiar (gustos, fotografías, preocupaciones, etcétera). El propósito ahora se hace más claro: establecer una interacción sexual, aunque al inicio sea virtual. Es probable que en este periodo el acosador se muestre tal cual es, y use chantajes, amenazas y manipulaciones para lograr sus objetivos.

3.3 Grooming en Ecuador

Este delito ya se encuentra tipificado en el Código Orgánico Integral Penal Ecuatoriano, en su artículo 173 desde el año 2014, que trata del contacto con finalidad sexual con menores "...de

dieciocho años por medios electrónicos, el mismo que es sancionado con pena privativa de libertad de 1 a 3 años” (Ecuador, 2014).

Beatriz Rodríguez, directora de Estudios Penales de la Fiscalía General del Estado y docente de la Escuela de Derecho de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), menciona que “ahora más que nunca debemos estar alertas a los perpetradores”. Su argumento se basa en que “los niños se encuentran más tiempo en Internet debido a la pandemia” y eso los deja más expuestos a este tipo de delincuentes” (Dávalos, 2020).

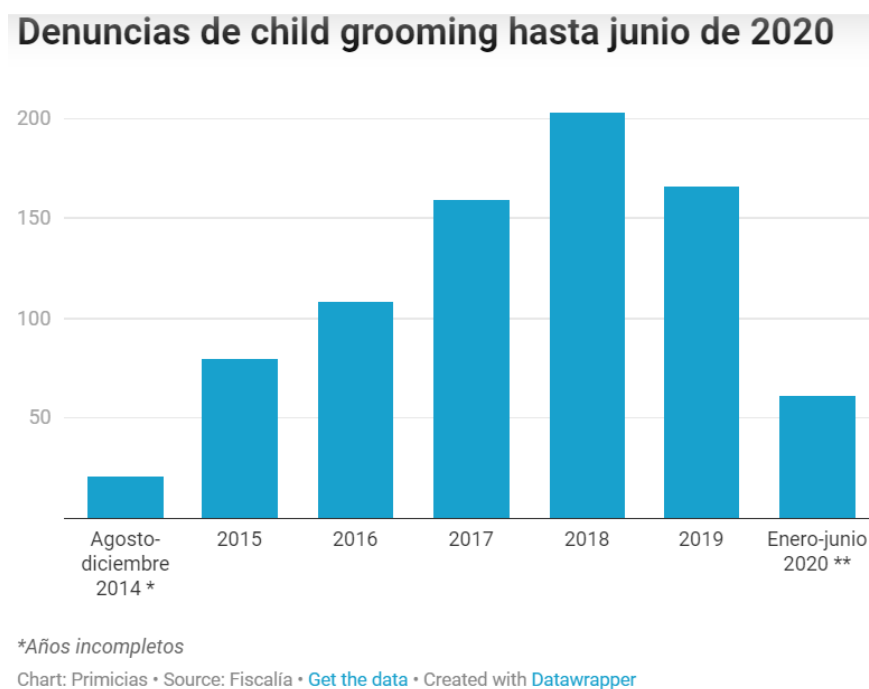


Figura 1. Denuncias de child grooming hasta junio de 2020

Fuente: (Dávalos, 2020)

En efecto, a partir del año 2014 hasta el 2018 se ha dado un incremento de denuncias con relación a estos casos. A diferencia de los últimos años en donde el número ha disminuido considerablemente; por supuesto que es un descenso bastante notorio teniendo en cuenta las cifras presentadas con anterioridad, aun así, es evidente que este problema no desaparece y siempre se encuentra inmerso en nuestro entorno social.

Capítulo 3: metodología

A partir de este punto se definirá el enfoque, el universo y la muestra en la que se basará nuestra investigación, así mismo, se visibilizará los instrumentos para la recolección de datos y a su vez el análisis de datos obtenidos se realizará según su tipo.

Dentro de esta investigación se hará uso del enfoque mixto, el cual consiste en el enfoque cuali-cuantitativo; el cual permitirá una mejor ampliación de resultados dentro del estudio y público objetivo.

Preguntas de Investigación

- ¿Qué factores motivacionales influyen en el uso y riesgo de las redes sociales en los adolescentes del Club Deportivo Cuenca?
- ¿Qué medio tecnológico y redes sociales son más utilizados por los adolescentes para comunicarse?
- ¿Cuáles son las motivaciones de los adolescentes al usar las redes sociales?
- ¿Cuáles son los riesgos ante el uso constante de redes sociales?
- ¿Cuántos menores han sido afectados por el grooming?

Hipótesis

¿Pueden las redes sociales influenciar en la práctica del grooming hacia los adolescentes del Club Deportivo Cuenca?

- **Hipótesis Nula**
No existe una relación entre el uso de las redes sociales y la práctica del grooming.
- **Hipótesis Alternativa**
Los riesgos de ser víctima de grooming aumentan con el uso de las redes sociales en los adolescentes del Club Deportivo Cuenca.

Metodología

1. Enfoques

1.1 Enfoque Cualitativo

Este tipo de enfoque permitirá describir e interpretar la realidad del problema, desde una perspectiva interna hacia una externa, además pondrá énfasis en el resultado que se obtenga debido a que trabajaremos con una población delimitada que ayudará en el desarrollo de la investigación.

1.2 Enfoque Cuantitativo

En esta investigación predomina este enfoque cuantitativo, ya que se hará uso de la recolección y análisis de datos para responder a las preguntas de investigación planteadas mediante un estimador estadístico.

Definición de población y muestra

1. Universo

Acorde al tema de tesis, el universo son los adolescentes del Club Deportivo Cuenca. Reside principalmente en ellos ya que como jóvenes siempre deben estar más pendientes de lo que puede ocurrir en las redes sociales y como un mal uso de estas pueden perjudicar su privacidad y mostrar una cara diferente a la realidad, hoy en día es fácil estar conectados, pero al mismo tiempo podemos percibir identidades falsas, esto debido a la manipulación y engaño pederasta que se da a través de las redes sociales.

Las plataformas digitales nos permiten hoy en día encontrar todo tipo de usuarios, desde niños hasta ancianos; sin embargo, debido a la libertad ilimitada para registrarse dentro de estos medios digitales podemos encontrar agresores, pederastas, delincuentes, entre otros.

Conocer los riesgos que existen sobre los adolescentes es esencial ya que con estos datos se podrán realizar mejores estrategias de prevención, ya sea desde un ámbito educativo o social, esto ayudará a crear mejores destrezas comunicacionales para que se pueda identificar desde el inicio un engaño pederasta y reaccionar de la manera apropiada ante muchos casos que son evidentes en todas estas plataformas digitales.

2. Muestra

La muestra define una porción de la población, en este caso la muestra de nuestro estudio se definirá con base en el desarrollo de las etapas de muestreo, sin embargo; podemos resaltar varios aspectos que forman parte de la muestra, como lo hemos mencionado anteriormente los adolescentes pertenecen al Club Deportivo Cuenca, su edad varía desde los 15 hasta los 17 años. Hemos optado por determinar la muestra de esta población debido a que como jóvenes se vuelven un grupo vulnerable ante este problema social denominado grooming.

2.1 Desarrollo de Etapas de Muestreo

Para poder determinar la muestra de nuestro Universo es indispensable seguir varias etapas que nos guiarán a la obtención de datos concretos y reales dentro de la investigación.

- **Etapas 1: Definir la población.** - En esta etapa determinamos puntos importantes como: lugar, tiempo y población. Considerando cada uno de estos aspectos, nuestra investigación tendrá lugar en la ciudad de Cuenca – Ecuador, en el que nuestro objetivo a estudiar se encuentra en el Club Deportivo Cuenca con los adolescentes de la categoría 15, 16 y 17. Los datos que recopilaremos serán tomados durante el año 2021, se determinará el tamaño de la muestra más adelante para considerar el número de encuestas que requerimos para nuestra investigación. En cuanto al aspecto de la población, todos los adolescentes, cada uno con su género de identidad serán partícipes; su edad varía desde los 15 hasta los 17 años y son quienes pertenecen a una fase de adolescencia media.
- **Etapas 2: Identificar el marco muestral.** - Dado que nuestro estudio es directo con los adolescentes del Club Deportivo Cuenca, el marco muestral que nos servirá para continuar con nuestra investigación es la nómina de jugadores de las diferentes categorías, estas listas las solicitaremos a los entrenadores con propósitos educativos de tal manera que nos facilitarán el acceso a las mismas.
- **Etapas 3: Seleccionar el tipo de muestreo.** - Esta etapa consiste principalmente en definir el tipo de muestreo que utilizaremos en el transcurso de la investigación, en el caso del enfoque cuantitativo haremos uso del muestreo Probabilístico. Esto es esencial ya que se pretende hacer estimaciones de variables en la población. Estas variables serán medidas con instrumentos de medición y serán examinadas con pruebas

estadísticas para el análisis de datos. La ventaja de utilizar este tipo de muestreo en nuestra tesis es que se puede medir el tamaño del error en nuestras predicciones, de esta manera los elementos muestrales tendrán valores muy parecidos a los de la población. Por otro lado, en el enfoque cualitativo, a partir de las entrevistas a los adolescentes haremos uso del muestreo No Probabilístico, con relación a los primeros resultados de las encuestas.

- **Etapla 4: Elegir el método de muestreo.** - Para continuar con estas etapas, hemos optado por el Muestreo por áreas o conglomerados. Partiendo de que el Club Deportivo Cuenca cuenta con una población de 150 jugadores separados en 10 categorías, cada categoría es un conglomerado, en cada uno existen 15 jugadores y se juntan en grupos de aproximadamente 5 miembros. Como hemos especificado en la Etapa 1 al definir la población, que trabajaremos con los adolescentes de 15 hasta 17 años, inmediatamente procederemos a seleccionar al azar, los grupos a considerar. Luego identificamos la cantidad exacta de sus participantes hasta llegar a la cantidad requerida para nuestro estudio.
- **Etapla 5: Determinar el tamaño de la muestra.** - Finalmente, en este punto para determinar el tamaño de la muestra de la investigación, dado que nuestro Universo es finito (menor a 3000) trabajaremos de la siguiente manera:

Población = 90

Coeficiente de confianza = 90% (1,65)

Probabilidad de éxito = 50% (0.5)

Probabilidad de contra = 50% (0.5)

Error de muestreo = 10% (0.10)

Para obtener la muestra de la población, aplicaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Coeficiente de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad en contra

N = Población

e = error de muestreo

Reemplazamos nuestros datos en la fórmula:

$$n = \frac{1,65^2 * 0,5 * 0,5 * 90}{0,10^2 * (90-1) + 1,65^2 * 0,5 * 0,5}$$

El resultado de la muestra es: **47**

La población con la que trabajaremos es de 90 participantes, por lo tanto; las encuestas se aplicarán a 47 adolescentes con la finalidad de obtener resultados objetivos y detallados para la investigación.

Herramientas de recolección de datos

En nuestro estudio haremos uso de la investigación mixta, la cual corresponde tanto al enfoque cuantitativo como el cualitativo.

Entrevista

La entrevista se realizará a los adolescentes con la finalidad de comprender sus motivaciones para entablar conversaciones con desconocidos o darles uso a las redes sociales con temas similares, conocer sus experiencias si las hubiera y analizar los fenómenos que repercuten para que se dé este problema social denominado grooming.

Encuesta

Dentro de nuestro proyecto, las encuestas se realizarán a nuestro público objetivo, los adolescentes del Club Deportivo Cuenca y los resultados serán tabulados con la finalidad de tomar una muestra de la población sobre el uso y riesgo de las redes sociales ante la comunicación y el grooming.

Análisis

1. Herramienta de recolección de datos (Encuesta)

Tratamiento de datos. - Para el tratamiento de datos con la herramienta de la encuesta, utilizaremos paquetes informáticos. Estos nos permitirán definir porcentajes e interpretar los resultados obtenidos. Cada pregunta y respuesta se irá registrando dentro de los programas para validar cada una de las respuestas obtenidas dentro de las encuestas.

Procesamiento de los datos. - Para responder al Objetivo Específico 1 (Determinar las redes sociales más utilizadas por los adolescentes para comunicarse) y, 3 (Determinar los riesgos ante el uso constante de redes sociales en adolescentes); se hará un proceso de los datos correspondientes. El procesamiento de datos se encarga de la recolección, ordenación y evaluación de datos para obtener información relevante que posteriormente será analizada.

Con este procesamiento lo que se pretende es delimitar los resultados de manera general y obtener datos específicos.

Análisis de datos. - Dentro de este tipo de herramienta como es la encuesta no existe un tipo de codificación, por lo tanto, el análisis de datos se determina a partir de respuestas específicas mediante la tabulación de resultados.

2. Herramienta de recolección de datos (Entrevista)

Tratamiento de datos. - De acuerdo con nuestra herramienta a utilizar lo que se pretende es organizar la información a través de programas informáticos. Este permitirá desarrollar las ideas de acuerdo a las temáticas y categorizarlas dentro de este documento.

Procesamiento de los datos. - Para responder al Objetivo Específico 2 (Identificar las

principales motivaciones de los adolescentes ante el uso de las redes sociales) y, 4 (Diagnosticar la prevalencia de menores afectados por el grooming); se llevará a cabo un proceso de los datos correspondientes y para eso nos basamos en el siguiente concepto: “Procesamiento de Datos es cualquier ordenación o tratamiento de datos, o los elementos básicos de información, mediante el empleo de un sistema. Procesar datos es generar información para la toma de decisiones” (Figuerola, 2016).

Con lo cual se pretende conocer cada uno de los parámetros que se den dentro del grupo focal para el análisis correspondiente de nuestro proyecto.

Análisis de datos. - El tipo de codificación que utilizaremos dentro de esta herramienta es “la codificación sustantiva”, esta propone conceptualizar lo esencial en los incidentes evidenciados en los datos. “Se denomina codificación sustantiva cuando se presenta la fragmentación de los datos ya sea en vivo-procedentes directamente de los datos recopilados o expresados en otras palabras en las etapas de análisis iniciales” (Acuña, 2015).

Este tipo de codificación nos permitirá conocer mejor el código que usan los adolescentes, es decir, los significados de ciertas palabras y expresiones que tienen los participantes para referirse a las maneras de comunicarse a través de las redes sociales.

Capítulo 4: discusión y resultados

Dentro de la metodología, se ha nombrado el uso de las herramientas: cuantitativa (encuesta) y cualitativa (entrevista), las cuales contribuyen en el desarrollo de la investigación planteada al inicio. En el muestreo se ha determinado una cantidad exacta de encuestas que debían realizarse. En nuestra investigación, se necesitó realizar la encuesta a 47 adolescentes, con la finalidad de obtener los datos y cifras concretos que permiten incidir en el resultado final.

Tabulación de encuestas

Género
47 respuestas

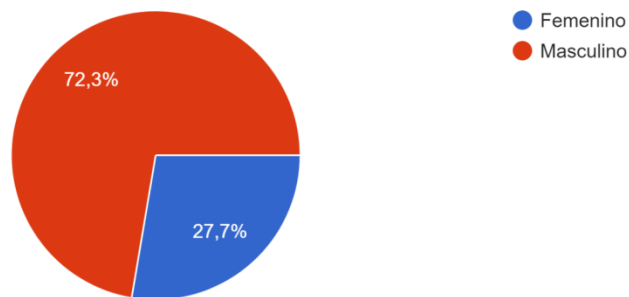


Figura 2. Género de adolescentes encuestados

Interpretación: Se puede evidenciar que el mayor porcentaje que lidera en las respuestas acorde al género, es el grupo masculino quien data con un 72,3% frente al 27,7% del género femenino.

Edad
47 respuestas

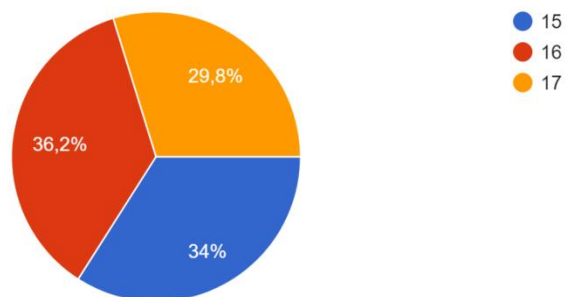


Figura 3. Edad de adolescentes encuestados

Interpretación: Dentro del muestreo de encuestas que se realizó a un grupo de adolescentes, su promedio está entre 15, 16 y 17 años. Siendo el 36,2% de encuestados de 17 años, 34% de 16 años y 29,8% de adolescentes de 15 años.

1. ¿Conoce o ha escuchado sobre el término grooming?
47 respuestas

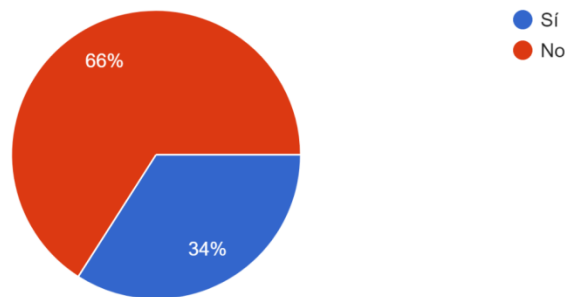


Figura 4. Conocimiento del término Grooming

Interpretación: Con el 66% de resultados podemos deducir que la mayoría de adolescentes no tienen conocimiento sobre el término grooming, mientras que el 34% afirma conocer o haber escuchado sobre esta terminología.

2. ¿Cuántas redes sociales dispone?
47 respuestas

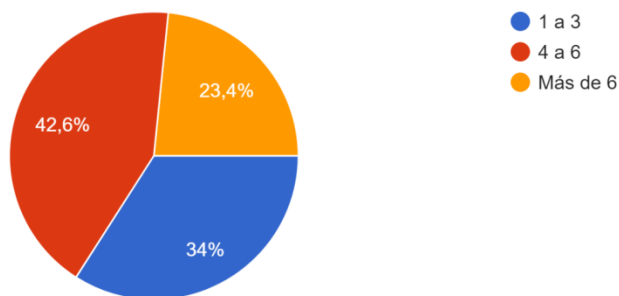


Figura 5. Redes sociales que disponen los adolescentes

Interpretación: Son varias las redes sociales existentes, con el 42,6% la mayoría de adolescentes dispone de 4 a 6, el 34% dispone de 1 a 3 y el 23,4% dispone más de 6 redes sociales

3. De las siguientes redes sociales seleccione las que utiliza con mayor frecuencia. (5 veces al día)

47 respuestas

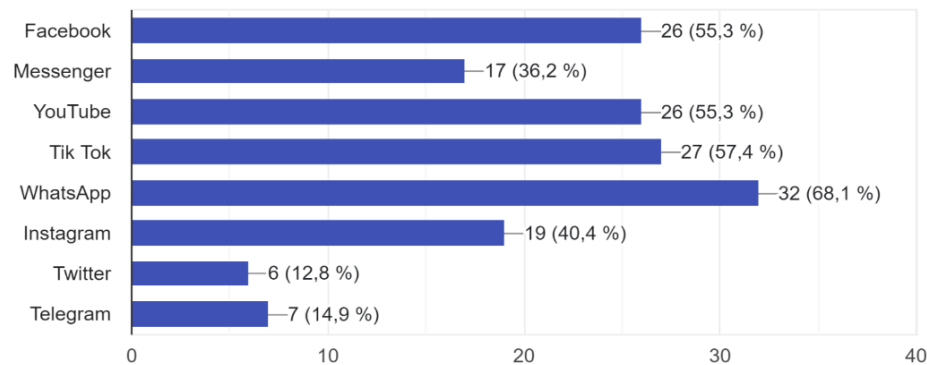


Figura 6. Redes sociales de mayor uso

Interpretación: Para los encuestados con un porcentaje de 68,1% WhatsApp es la red social más utilizada, siguiendo Tik Tok con el 57,4%, después se encuentra Facebook y YouTube con un porcentaje compartido del 55,3%, Instagram con el 40,4%, Messenger con el 36,2%, Telegram con el 14,9% y finalmente Twitter con un porcentaje del 12,8%.

4. ¿Para qué utiliza las redes sociales? Marque de 1 a 3 opciones.

47 respuestas

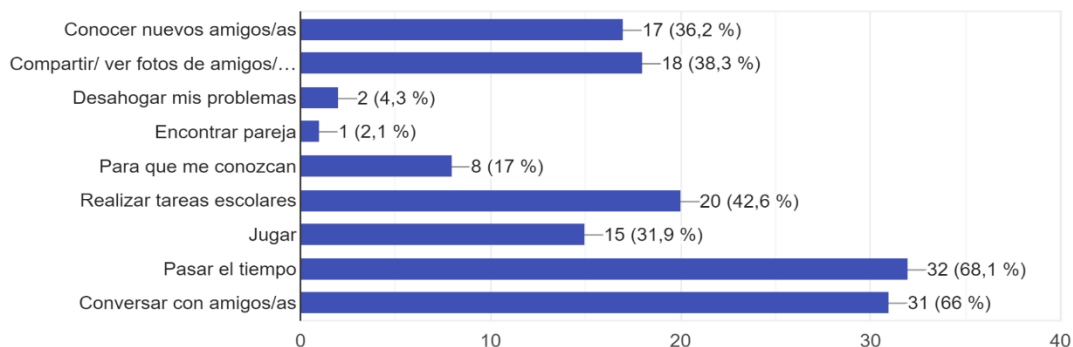


Figura 7. Razones por las que usan redes sociales los adolescentes

Interpretación: Para pasar el tiempo es la respuesta con mayor afluencia en el uso de las redes sociales con un 68,1% de la encuesta, el 66% lo usan para conversar con amigos, el 42,6% lo utilizan para realizar tareas escolares, el 38,3% para compartir y ver fotos de amigos, el 36,2% para conocer nuevos amigos, el 31,9% para jugar, el 17% para hacerse conocidos en las redes sociales, el 4,3% para desahogar sus problemas y el 2,1% las usan para encontrar pareja.

5. ¿Ha creado un perfil falso en alguna red social?

47 respuestas

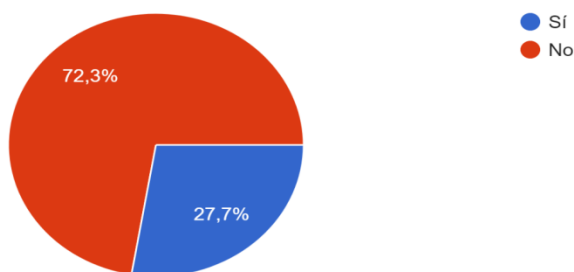


Figura 8. Perfiles falsos en redes sociales

Interpretación: Dentro de los resultados obtenidos, el 72,3% no ha creado perfiles falsos, mientras que el 27,7% si lo ha hecho en las redes sociales.

6. ¿Ha aceptado solicitudes de personas desconocidas en las redes sociales?

47 respuestas

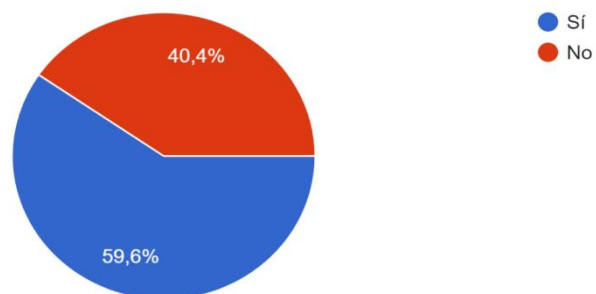


Figura 9. Aceptación de solicitudes de personas desconocidas

Interpretación: Con un porcentaje de 59,6% los adolescentes sí han aceptado solicitudes de personas desconocidas y, por otro lado, el 40,4% no ha aceptado este tipo de solicitudes.

7. ¿Ha mantenido alguna conversación con un desconocido por medio de las redes sociales?

47 respuestas

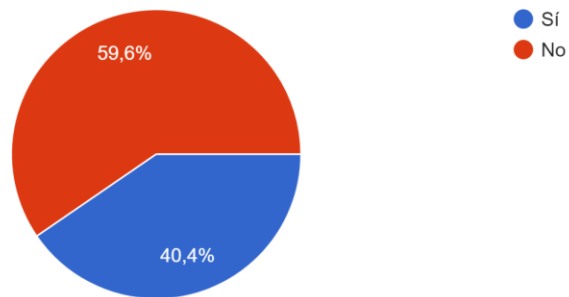


Figura 10. Conversaciones con desconocidos

Interpretación: El 59,6% de adolescentes ha evitado tener conversaciones con desconocidos, mientras que el 40,4% si ha entablado conversaciones con usuarios que no conocen por medio de las redes sociales.

8. ¿Se ha visto comprometido o presionado en algún momento por un desconocido en las redes sociales?

47 respuestas

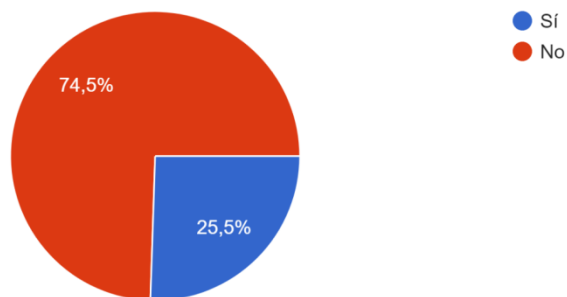


Figura 11. Compromiso o presión por desconocidos en redes sociales

Interpretación: La mayoría de adolescentes, el 74,5% no se han sentido comprometidos ni presionados por desconocidos, mientras que el 25,5% si se han sentido de esta manera a través de las redes sociales.

9. ¿Ha recibido amenazas a través de redes sociales?

47 respuestas

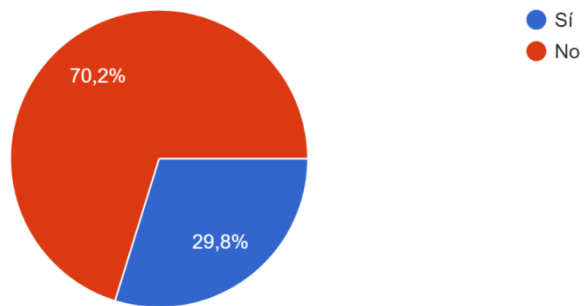


Figura 12. Amenazas en redes sociales

Interpretación: El 70,2% de adolescentes no han recibido amenazas, pero el 29,8% si han sido víctimas de estas situaciones de riesgo en las redes sociales.

10. ¿Qué tipo de amenazas ha recibido? Marque de 1 a 3 opciones.

15 respuestas

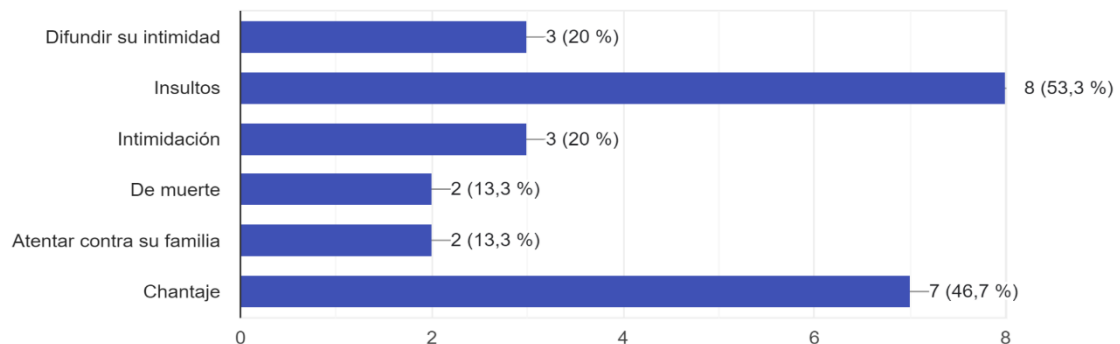


Figura 13. Tipos de amenazas recibidas

Interpretación: Con un 53,3% los insultos han sido la mayor amenaza que han experimentado los adolescentes, siguiendo con el chantaje que representa el 46,7%, al mismo nivel se encuentra la intimidación y la amenaza de difundir la intimidad con el 20% y, por último, amenazas de muerte y de atentar contra la familia que se representa con el 13,3%.

11. ¿Alguien ha publicado videos o fotos comprometedoras sobre usted en internet?

47 respuestas

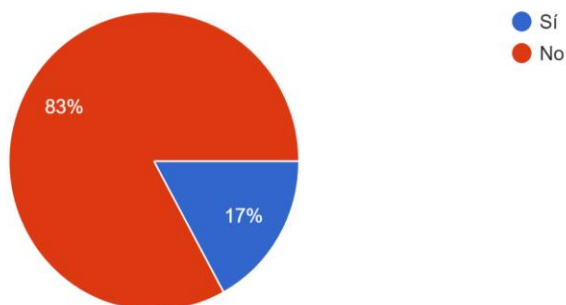


Figura 14. Publicación de videos o fotos comprometedoras

Interpretación: El 83% de adolescentes manifiesta que no han sido publicadas fotos o videos comprometedores y un 17% manifiesta que sí han realizado este tipo de publicaciones afectando su privacidad.

12. ¿Le ha comentado lo sucedido a sus familiares o persona de confianza?

15 respuestas

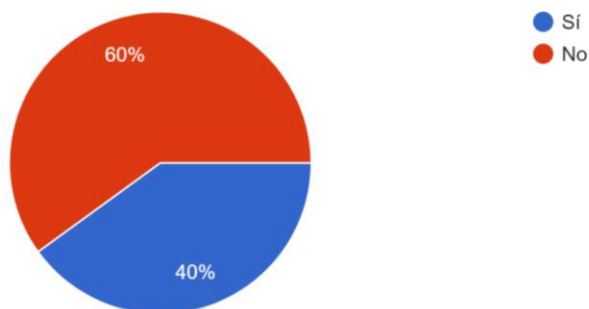


Figura 15. Comentarios a familiares o personas de confianza

Interpretación: El 60% de adolescentes prefieren no comentárselo a nadie, mientras que el 40% decide hablar de lo sucedido con su familia o persona de confianza.

13. ¿Ha recibido algún comentario o mensaje sexual que le haya incomodado a través de las redes sociales?

47 respuestas

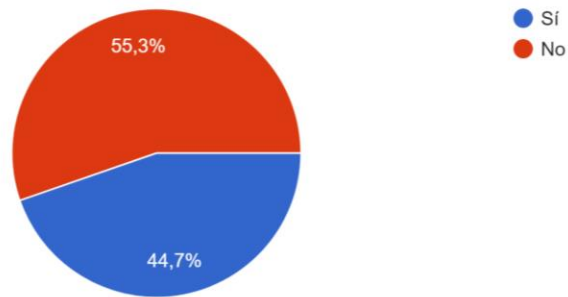


Figura 16. Comentarios incómodos en redes sociales

Interpretación: Con el 55,4% de los encuestados se enfatiza que no han recibido comentarios o mensajes sexuales a través de las redes sociales, sin embargo, el 44,7% manifiestan ser víctimas de estos comentarios y mensajes incómodos.

14. ¿Cómo se sintió al respecto? Marque de 1 a 3 opciones.

20 respuestas

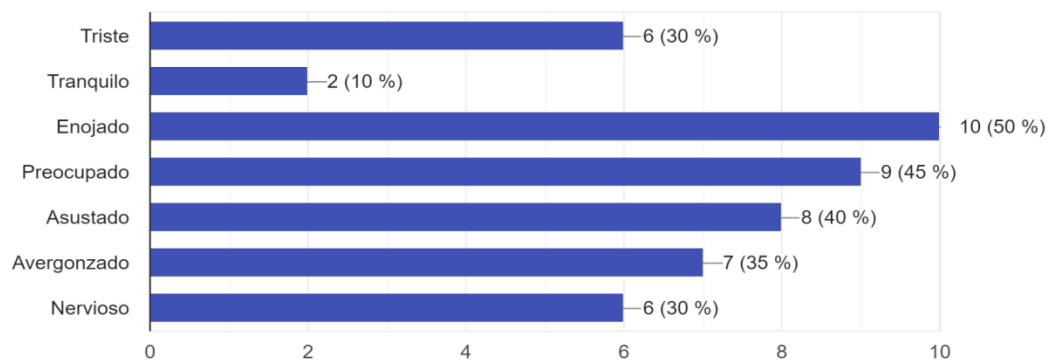


Figura 17. Sentimientos con relación a comentarios incómodos

Interpretación: Al recibir comentarios o mensajes sexuales que intimidan a los adolescentes, ellos principalmente se sienten enojados (50%), preocupados (45%), asustados (40%), avergonzados (35%), nerviosos y tristes (30%) y en los menores de los casos se sienten tranquilos (10%).

15. ¿Cuál fue su reacción ante lo suscitado? Marque de 1 a 3 opciones.

21 respuestas

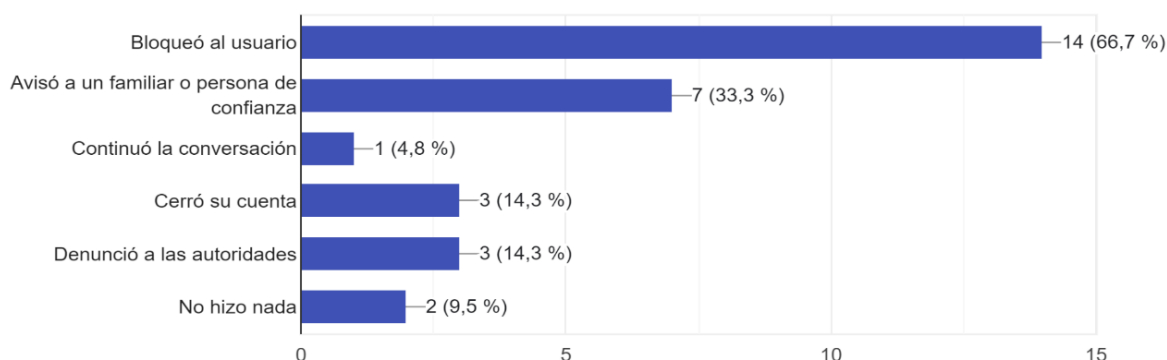


Figura 18. Reacciones ante comentarios incómodos

Interpretación: Después de reflejar sus estados de ánimo, los adolescentes bloquean al usuario (66,7%), avisan a un familiar o persona de confianza (33,3%), cierran sus cuentas y denuncian a las autoridades (14,3%), simplemente no hacen nada (9,5%) o continúan la conversación (4,8%).

Análisis de los factores motivacionales del uso de las redes sociales

Las redes sociales se han caracterizado por el alto nivel de importancia que los adolescentes les dan en su vida cotidiana. A través de las encuestas y entrevistas se ha logrado evidenciar que a estas edades aún se puede enseñar y educar de la mejor manera para que los adolescentes tengan conocimiento y no se dejen guiar por sus emociones al momento de interactuar a través de las redes sociales, al principio pueden denotar alegría, entusiasmo por conocer a nuevas personas, por hacer nuevos amigos y por interactuar con personas de gustos similares; sin embargo, esas emociones varían con el pasar del tiempo y pueden llegar a convertirse en enojo, tristeza, nerviosismo, entre otros, debido a comentarios, mensajes o invasión de la privacidad que los intimidan y los perjudican psicológicamente.

Uso de redes sociales

Como resultados a partir de la aplicación de encuestas y entrevistas determinamos que la mayoría de adolescentes disponen de acceso de 4 a 6 redes sociales, dentro de las cuales destacan WhatsApp, Tik Tok, Facebook y YouTube, estas redes sociales las utilizan principalmente para pasar el tiempo, conversar con amigos, realizar tareas escolares, compartir y ver fotos de amigos, conocer nuevos amigos, jugar, hacerse conocidos en las redes sociales, desahogar sus problemas y en algunos de los casos para encontrar pareja.

Riesgos en el uso de redes sociales

A partir de los resultados obtenidos, destacamos el desconocimiento de los adolescentes sobre el grooming, lo que los conlleva a aceptar solicitudes de desconocidos y entablar conversaciones con estos usuarios, quienes luego de ganarse su confianza presionan a los adolescentes para que cumplan con sus exigencias a través de mensajes y comentarios ofensivos, insultando y amenazando con divulgar su intimidad.

Afectación de menores por el grooming

En este apartado analizaremos los resultados de las entrevistas realizadas a adolescentes del Club Deportivo Cuenca, quienes han sido afectados por esta amenaza que es el grooming.

Se realizaron varias interrogantes para comprender de mejor manera su forma de pensar y de sentirse ante estas situaciones desagradables, con el único objetivo de conocer su realidad con referencia al tema de investigación.

Entrevistas a adolescentes

Adolescente 1

La entrevistada de 17 años, menciona que ha escuchado lo que significa el término grooming y lo relaciona con el acoso a las personas. Una de las redes sociales que más utiliza es la plataforma de Tik Tok y mantiene su información de manera pública en esta y otras aplicaciones, así mismo suele aceptar solicitudes de desconocidos y en ocasiones ha

entablado conversaciones con personas que no conoce; al principio, conversaciones que tratan sobre juegos, series y gustos en común pero luego al volverse incómodo y sentir acoso por parte de estos usuarios, haciéndola sentir asustada, inquieta y triste decidió bloquearlos de las redes sociales, como adolescente recomienda no aceptar solicitudes de personas desconocidas.

Adolescente 2

El entrevistado de 17 años manifiesta conocer sobre el término grooming y lo define como acoso por redes sociales, la red social que más utiliza es Facebook donde mantiene su información personal de manera pública y ha aceptado solicitudes de desconocidos, entablando así conversaciones sobre música, juegos y gustos personales, así mismo, han llegado mensajes comprometedores e incómodos para él que lo han hecho sentir avergonzado, inquietante y tímido, con lo cual ha procedido a bloquear en varias ocasiones a estos usuarios y en otras, tener que avisar a alguien mayor para solicitar ayuda. Como adolescente recomienda no aceptar solicitudes a desconocidos y solo conversar con gente confiable.

Adolescente 3

El entrevistado de 15 años no conoce y no ha escuchado sobre el término grooming, una de las redes sociales que más utiliza es Tik Tok, donde mantiene su información de manera privada como en el resto de sus redes sociales; sin embargo, suele aceptar solicitudes de desconocidos y ha entablado conversaciones con algunos de ellos, ya sea por llamada o mensajes de texto en la que indican el deseo de conocerlo no solo a través de redes sociales sino que les gustaría conocerlo físicamente, sintiéndose acosado con comentarios que lo han incomodado y que han hecho acelerar sus latidos sin saber qué hacer en esos momentos de nerviosismo y de los cuales ha decidido no comentarlo a sus padres. Como adolescente recomienda que no acepten solicitudes de desconocidos.

Adolescente 4

La entrevistada de 17 años, indica conocer sobre el grooming ya que lo ha escuchado muchas veces en su colegio, lo relaciona con acoso y abuso sexual. Dentro de sus redes sociales, de las que más hace uso son Instagram, en la que mantiene su información privada y Tik Tok en la que su información se comparte de manera pública. Ha aceptado solicitudes de desconocidos y ha entablado conversaciones, al principio, sobre datos personales, pero sin revelar tanta

información por seguridad ya que en ocasiones ha sido víctima de comentarios sexuales e insultantes teniendo que bloquear a estos usuarios. Como adolescente recomienda no aceptar solicitudes de desconocidos, pero en caso de hacerlo tener mucha precaución con lo que se dice y cómo se comparte su propia privacidad.

Análisis de Entrevistas

El grooming como referente de manipulación y extorsión por parte de un adulto a un niño o adolescente con fines sexuales, es de breve conocimiento por parte de los adolescentes, especialmente por aquellos que están activos en las redes sociales y utilizan internet con regularidad, en la mayoría de plataformas comparten su información de manera pública y aceptan solicitudes de desconocidos con quienes entablan conversaciones que parecen ser normales, inicialmente de información personal y gustos en común pero con el tiempo se tornan en conversaciones incómodas y comprometedoras para los adolescentes, donde han optado por la opción de bloquear a estos usuarios y en pocos de los casos deciden avisar a un familiar o persona de confianza. Como mensaje ante los hechos suscitados recomiendan no aceptar solicitudes de desconocidos ya que, ese es el inicio de todo aquello que puede resultar perjudicial para el bienestar tanto físico como psicológico y de los que derivan secuelas a largo plazo difíciles de sanar.

Durante la adolescencia, los jóvenes experimentan cambios físicos y emocionales que pueden hacerlos sentir inseguros o confundidos e intentan buscar atención o aceptación en línea por parte de personas desconocidas. Los adolescentes por lo general, carecen de experiencia y conocimiento para reconocer señales de una situación de grooming y pueden sentirse atraídos por la idea de tener una relación íntima o romántica en línea. La falta de supervisión y comunicación por parte de los padres o tutores hacia los adolescentes y las necesidades de encajar puede llevarlos a confiar y establecer vínculos con personas peligrosas que pueden tener acceso más fácil y continuo hacia ellos.

Conclusiones

El grooming o conocido como engaño pederasta, se ha caracterizado por el nivel de desconocimiento en los niños, niñas y adolescentes que se les presenta constantemente a través de plataformas digitales. Es posible visualizar estos sucesos en las diferentes redes sociales, especialmente en aquellas en las que se ofrece más libertad de publicar y compartir desde imágenes, vídeos, hasta transmisiones en vivo. Las redes sociales son herramientas útiles y poderosas para comunicarse y compartir información, pero también son un espacio en el que se pueden producir situaciones de riesgo. Cada día es más fácil para los adolescentes mantenerse conectados y estar al tanto de las innovaciones y nuevas aplicaciones; sin embargo, el pederasta también utiliza estos medios a beneficio de sus artimañas que traen consigo muchos riesgos ante la integridad de los adolescentes.

El grooming en redes sociales es una práctica peligrosa que amenaza la seguridad y el bienestar de los menores, implica el acoso y la manipulación de un adulto hacia un menor de edad con el objetivo de obtener imágenes o vídeos de contenido sexual o establecer un encuentro físico para abusar sexualmente de él. Es crucial que tanto adolescentes como adultos sean conscientes de los riesgos asociados con el grooming y tomen medidas proactivas para prevenirlo. La educación sobre seguridad en línea, la supervisión de la actividad en redes sociales y el fomento de la comunicación abierta son pasos fundamentales para proteger a los adolescentes de esta forma de explotación.

Además, es importante que las plataformas digitales y las autoridades trabajen en conjunto para reforzar marcos legales, medidas de seguridad y políticas para combatir el grooming, proteger a los usuarios más jóvenes y brindar apoyo a las víctimas. Todos debemos estar comprometidos en proteger a los niños, niñas y adolescentes en su uso de Internet y las redes sociales para prevenir y conllevar el grooming.

Recomendaciones

Educación y conciencia: Es importante estar informado sobre qué es el grooming, cómo identificarlo y los riesgos asociados. Instruir a los adolescentes y adultos sobre los riesgos y las estrategias que utilizan los pedófilos para ganarse la confianza de los menores.

Comunicación abierta: Crear un ambiente de confianza donde los adolescentes se sientan cómodos compartiendo cualquier experiencia o situación extraña que hayan tenido en línea. Animarlo a hablar sobre sus actividades en línea y a preguntar si algo no le parece correcto.

Privacidad y configuración de las redes sociales: Configurar las opciones de privacidad en las redes sociales para limitar quién puede acceder a su información y contenido. Enseñarles a no aceptar solicitudes de amistad de extraños y a no compartir información personal en línea.

Supervisión de actividades en línea: Monitorear las actividades en línea y establecer reglas claras sobre el uso de Internet y redes sociales. Establecer límites de tiempo y lugares en los que pueden usar dispositivos conectados a Internet.

Uso responsable de la tecnología: Educar sobre la importancia de no enviar ni compartir imágenes o mensajes comprometedores en línea, incluso con personas que consideren de confianza. Enfatizar que una vez que se comparte algo en Internet, es difícil o imposible eliminarlo por completo.

Confiar en sus propios instintos: Animar a los adolescentes a tener confianza para compartir momentos incómodos o situaciones de acoso que hayan experimentado, ya sea en línea o en la comunidad, instruirlos a confiar en sus instintos y a decir "no" cuando sientan que algo está mal o les parezca extraño.

Denunciar actividades sospechosas: En caso de sospecha o verificación de grooming hacia un menor, asegurarse de informar a las autoridades competentes. También se puede comunicar con organizaciones que se especializan en protección de niños, niñas y adolescentes para obtener asesoramiento.

Referencias

- Acuña, V. (2015). La codificación en el método de investigación. *Innovaciones educativas*, 80.
- Botero, L. (2011). *Modelos de Comunicación Digital*. Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Castells, M. (2003). *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, España: Delbolsillo.
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. España: Grupo Planeta.
- Constante, D. (2018). *Las redes sociales como plataforma para el grooming en los jóvenes de 12 a 17 años de la ciudad de Ambato*. Ambato.
- Cruz, J. (2013). *Ley Natural*. Obtenido de <http://www.leynatural.es/2013/09/21/los-valores-supremos/>
- Dávalos, N. (2020). *Primicias*. Obtenido de Tecnociencia: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/datos-fiscalia-child-grooming-ecuador/#>
- Ecuador, A. (2014). *Código Orgánico Integral Penal*. Obtenido de <https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/EC>
- Figueroa, M. (2016). *SaberMetodología*. Obtenido de Procesamiento de Datos: <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/03/05/1882/>
- Gallego. (2010). *Tecnologías de la información y de la comunicación*. Madrid: Editex.
- González, F. (2013). *Webscolar*. Obtenido de Definiciones de comunicación según diferentes autores: <https://www.webscolar.com/definiciones-de-comunicacion-segun-diferentes-autores>
- Grapsas, T. (2017). *Rockcontent*. Obtenido de historia de las redes sociales: <https://rockcontent.com/es/blog/historia-de-las-redes-sociales/>

López, D. (2016). *La violencia en las redes. Estudio de caso facebook*. Quito.

Maldonado, W., y Moreira, M. (2018). *Diseño de campaña de Comunicación sobre Riesgos de Sexting y Grooming en Adolescentes de 12 a 16 años de la Unidad Educativa Madre Laura*. Santo Domingo.

Paéz, S. (2020). *DerechoEcuador.com*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/la-libertad>

Anexos

Consentimiento informado



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Título de la investigación: **Comunicación y Grooming: Uso y riesgos de las redes sociales en adolescentes del Club Deportivo Cuenca**

Datos del equipo de investigación:

	Nombres completos	# de cédula	Institución a la que pertenece
Investigador Principal	Tatiana Carolina Méndez Sanmartín	0107946352	Universidad de Cuenca

¿De qué se trata este documento?

Su hijo/a está invitado(a) a participar en este estudio que se realizará con los integrantes adolescentes del Club Deportivo Cuenca. En este documento llamado "consentimiento informado" se explica las razones por las que se realiza el estudio, cuál será su participación y si acepta la invitación. También se explican los posibles riesgos, beneficios y sus derechos en caso de que usted decida participar. Después de revisar la información en este Consentimiento y aclarar todas sus dudas, tendrá el conocimiento para tomar una decisión sobre la participación de su hijo/a o no en este estudio. No tenga prisa para decidir. Si es necesario, lleve a la casa y lea este documento con sus familiares u otras personas que son de su confianza.

Introducción

Este proyecto surge por la necesidad de comprender las características del uso de las redes sociales por los adolescentes que integran el Club Deportivo Cuenca, de manera que se puedan prevenir posibles riesgos en su seguridad e integridad, tal como es el caso del Grooming (Acoso sexual a menores de edad a través de medios informáticos o telemáticos, fundamentalmente mediante chats y redes sociales).

Objetivo del estudio

Analizar el uso y riesgos de las redes sociales en la comunicación y Grooming en adolescentes del Club Deportivo Cuenca.

Descripción de los procedimientos

Para analizar las características del uso de redes sociales por los adolescentes y las motivaciones o factores de riesgo, se procederá de la siguiente forma:

- Aplicación de un cuestionario a los adolescentes para recopilar información sobre el uso de diferentes redes sociales, sus motivaciones y riesgos; así como la determinación de posibles casos de Grooming.
- Realización de entrevistas a los adolescentes, para estudiar la realidad en su contexto natural y cómo sucede, de manera que sea posible analizar los fenómenos que repercuten para que se dé este problema social denominado Grooming.

Riesgos y beneficios

Este estudio no representa ningún riesgo y es posible que este estudio no traiga beneficios directos a usted. Pero al final de esta investigación, la información que genera, puede aportar beneficios a los demás.

Otras opciones si no participa en el estudio

Recuerde que tiene la libertad de participar o no en el estudio.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Derechos de los participantes

Usted tiene derecho a:

- 1) Recibir la información del estudio de forma clara;
- 2) Tener la oportunidad de aclarar todas sus dudas;
- 3) Tener el tiempo que sea necesario para decidir si quiere o no participar del estudio;
- 4) Ser libre de negarse a participar en el estudio, y esto no traerá ningún problema para usted;
- 5) Ser libre para renunciar y retirarse del estudio en cualquier momento;
- 6) Recibir cuidados necesarios si hay algún daño resultante del estudio, de forma gratuita, siempre que sea necesario;
- 7) Derecho a reclamar una indemnización, en caso de que ocurra algún daño debidamente comprobado por causa del estudio;
- 8) Tener acceso a los resultados de las pruebas realizadas durante el estudio, si procede;
- 9) El respeto de su anonimato (confidencialidad);
- 10) Que se respete su intimidad (privacidad);
- 11) Recibir una copia de este documento, firmado y rubricado en cada página por usted y el investigador;
- 12) Tener libertad para no responder preguntas que le molesten;
- 13) Estar libre de retirar su consentimiento para utilizar o mantener el material biológico que se haya obtenido de usted, si procede;
- 14) Contar con la asistencia necesaria para que el problema de salud o afectación de los derechos que sean detectados durante el estudio, sean manejados según normas y protocolos de atención establecidas por las instituciones correspondientes;
- 15) Usted no recibirá ningún pago ni tendrá que pagar absolutamente nada por participar en este estudio.

Información de contacto

Si usted tiene alguna pregunta sobre el estudio por favor llame al siguiente teléfono 0988110814 que pertenece a Tatiana Méndez o envíe un correo electrónico a tatiana.carolina.mendez@gmail.com

Consentimiento informado

Comprendo mi participación en este estudio. Me han explicado los riesgos y beneficios de participar en un lenguaje claro y sencillo. Todas mis preguntas fueron contestadas. Me permitieron contar con tiempo suficiente para tomar la decisión de participar y me entregaron una copia de este formulario de consentimiento informado. Acepto voluntariamente participar en esta investigación.

Nombres completos del/a participante	Firma del/a participante	Fecha
Nombres completos del representante legal	Firma del representante legal	Fecha
Nombres completos del/a investigador/a	Firma del/a investigador/a	Fecha

Encuesta

ENCUESTA “COMUNICACIÓN Y GROOMING: USO Y RIESGOS DE LAS REDES SOCIALES EN ADOLESCENTES DEL CLUB DEPORTIVO CUENCA”

Este proyecto surge por la necesidad de comprender las características del uso de las redes sociales por los adolescentes que integran el Club Deportivo Cuenca, de manera que se puedan prevenir posibles riesgos en su seguridad e integridad, tal como es el caso del Grooming.

Indicaciones:

- Lea bien la pregunta antes de marcar su respuesta.
- Marque la respuesta que usted elija.
- Responda con la mayor sinceridad posible. Muchas Gracias por su colaboración.

* Indica que a pregunta es obligatoria



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Filosofía Letras y
Ciencias de la Educación
Comunicación

Género *

☐

Femenino

☐

Masculino

Edad *

☐

15

☐

16

☐

17

1. ¿Conoce o ha escuchado sobre el término grooming? *

☐

Sí

☐

No

Grooming

(Acoso sexual a menores de edad a través de medios informáticos o telemáticos, fundamentalmente mediante chats y redes sociales).

2. ¿Cuántas redes sociales dispone? *

☐

1 a 3

☐

4 a 6

☐

Más de 6

3. De las siguientes redes sociales seleccione las que utiliza con mayor frecuencia. (5 veces al día) *

☐

Facebook

☐

Messenger

☐

YouTube

☐

Tik Tok

☐

WhatsApp

☐

Instagram

☐

Twitter

☐

Telegram

4. ¿Para qué utiliza las redes sociales? Marque de 1 a 3 opciones. *

- ☐ Conocer nuevos amigos/as
- ☐ Compartir/ ver fotos de amigos/as
- ☐ Desahogar mis problemas
- ☐ Encontrar pareja
- ☐ Para que me conozcan
- ☐ Realizar tareas escolares
- ☐ Jugar
- ☐ Pasar el tiempo
- ☐ Conversar con amigos/as

5. ¿Ha creado un perfil falso en alguna red social? *

- ☐ Sí
- ☐ No

6. ¿Ha aceptado solicitudes de personas desconocidas en las redes sociales? *

- ☐ Sí
- ☐ No

7. ¿Ha mantenido alguna conversación con un desconocido por medio de las redes sociales? *

- ☐ Sí
- ☐ No

8. ¿Se ha visto comprometido o presionado en algún momento por un desconocido en las redes sociales? *

- ☐ Sí
- ☐ No

9. ¿Ha recibido amenazas a través de redes sociales? *

☐

Sí

☐

No

Si su respuesta anterior es sí (conteste esta pregunta, caso contrario, pase a la siguiente)

10. ¿Qué tipo de amenazas ha recibido? Marque de 1 a 3 opciones.

☐

Difundir su intimidad

☐

Insultos

☐

Intimidación

☐

De muerte

☐

Atentar contra su familia

☐

Chantaje

11. ¿Alguien ha publicado videos o fotos comprometedoras sobre usted en internet? *

☐

Sí

☐

No

Si su respuesta anterior es sí (conteste esta pregunta, caso contrario, pase a la siguiente)

12. ¿Le ha comentado lo sucedido a sus familiares o persona de confianza?

☐

Sí

☐

No

13. ¿Ha recibido algún comentario o mensaje sexual que le haya incomodado a través de las redes sociales? *

☐

Sí

☐

No

Si su respuesta anterior es sí (conteste las siguientes preguntas, caso contrario, su encuesta ha finalizado)

14. ¿Cómo se sintió al respecto? Marque de 1 a 3 opciones.

- ☐ Triste
- ☐ Tranquilo
- ☐ Enojado
- ☐ Preocupado
- ☐ Asustado
- ☐ Avergonzado
- ☐ Nervioso

15. ¿Cuál fue su reacción ante lo suscitado? Marque de 1 a 3 opciones.

- ☐ Bloqueó al usuario
- ☐ Avisó a un familiar o persona de confianza
- ☐ Continuó la conversación
- ☐ Cerró su cuenta
- ☐ Denunció a las autoridades
- ☐ No hizo nada

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

Entrevista (preguntas referenciales)

1. ¿Qué edad tiene?
2. ¿Usted conoce sobre el grooming o ha escuchado sobre este término?
3. ¿Cuál es la red social que más utiliza?
4. ¿Tiene su información privada o pública en sus redes sociales?
5. ¿Ha aceptado solicitudes de desconocidos en sus redes sociales?
6. ¿Ha entablado conversaciones ya sea por llamada o mensajes de texto con personas que no conoce? ¿sobre qué temas han tratado?
7. ¿Ha sentido acoso o le han dicho algún comentario sexual que le incomode? ¿Cómo se sintió al respecto?
8. ¿Qué recomendaría a otros adolescentes para que no llegasen a pasar por esta situación?