



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador  
Sede Ibarra**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO MEDIÁTICO:**

**FACEBOOK Y EL CASO “BALLENA AZUL”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:**

**COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO E INTEGRACIÓN SOCIAL Y  
PRODUCTIVA**

**AUTORA: JOHANNA DEL CARMEN AGUIRRE FARINANGO**

**ASESORA: MGS. ELIZABETH GRANDA SÁNCHEZ**

**IBARRA, ABRIL 2019**

*Ibarra, abril del 2019*

*Mgs.*

*Elizabeth Granda Sánchez*

*ASESORA*

**CERTIFICA:**

*Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Comunicación Social (ECOMS), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.*



*Magíster*

*Elizabeth Granda Sánchez*

*C.C. 1002526067*

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

*El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):*

(f)  .....

Mgs. Elizabeth Granda Sánchez

C.C.: 1002526067 .....

(f)  .....

Mgs. Yalitza Therly Ramos Gil

C.C.: 175705739-1 .....

(f)  .....

Mtr. Ana Magali Culqui Medina

C.C.: 100317895-9 .....

## CESIÓN DE DERECHOS

*Yo, Johanna del Carmen Aguirre Farinango declaro conocer y aceptar la disposición del artículo 66 del Instructivo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”*

*Ibarra, abril del 2019*



*Johanna del Carmen Aguirre Farinango*

*C.C. 100330360 – 7*

## **AUTORÍA**

*Yo, Johanna del Carmen Aguirre Farinango portadora de la cédula de ciudadanía N° 1003303607 declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.*

A handwritten signature in blue ink that reads "Johanna Aguirre". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke extending to the left.

*Johanna del Carmen Aguirre Farinango*

*C.C. 100330360 – 7*

## RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación trata sobre “La Ballena Azul”, juego desarrollado y difundido a través de la red social “Facebook”, que generó gran polémica durante los años 2016 y 2017, aunque su origen es anterior. Desde que el fenómeno se hizo público, en los meses de marzo y abril, el interés por el problema fue creciendo, a causa de las víctimas que generaba, en adolescentes y niños de distintos países de Latinoamérica, como los casos reportados en Colombia, Argentina, México y Brasil. Una vez hechas las indagaciones por las autoridades, se descubrió que su origen es Europa del Este, específicamente en Rusia.

Dicho juego consiste en alrededor de 50 desafíos que los participantes deben cumplir a lo largo de igual número de días, los que van desde pasar una noche sin dormir, marcarse una Ballena Azul con cuchillo en el brazo, hasta llegar al suicidio. Por esta razón, se describe la problemática con base en el sustento teórico existente sobre la comunicación, sus modelos, tipos, medios y la descripción de internet, Facebook, así como la adolescencia y otros conceptos y categorías.

Con este sustento, se analiza la situación específica de la problemática, luego de haber encuestado a estudiantes de 8vo Año de Básica de la Unidad Educativa Otavalo, estudiantes de 9no Año de Básica de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre y estudiantes de 10mo Año de Básica de la Unidad Educativa Ibarra, con esto se analiza las cifras obtenidas con la respectiva tabulación.

Como respuesta comunicacional, se desarrolló una campaña de prevención en contra del peligro de los juegos en la red social, con la creación de la página en Facebook, llegando con imágenes, fotografías, spots, afiches, para que los jóvenes puedan prevenir este tipo de peligros, de igual forma se dio el seguimiento respectivo, en la red social y en medios de comunicación lo que se complementó con la medición de los impactos en las dimensiones social, política, mediática y educativa. Además de esto, el trabajo se complementa con recomendaciones y conclusiones de la respectiva investigación.

## **ABSTRACT**

This study is about "The Blue Whale", game developed and spread through the social network "Facebook", which generated great controversy during the years 2016 and 2017, although its origin is earlier. Since the phenomenon became public, in the months of March and April, interest in the problem was growing, because of the victims it generated, especially in adolescents and children from different countries in Latin America, such as the cases reported in Colombia, Argentina, Mexico and Brazil. Once made the investigations by the authorities, it was discovered that its origin is Eastern Europe, specifically in Russia.

This game consists of about 50 challenges that participants must meet over the same number of days, ranging from spending a night of sleeplessness, marking a blue whale with a knife in the arm, until suicide. For this reason, the problem is described based on the existing theoretical support on communication, its models, types, media and the description of the Internet, Facebook, as well as adolescence and other concepts and categories.

With this support, the specific situation of the problem is analyzed, after having surveyed 8th grade students of the Otavalo Educational Unit, 9th grade students of the Educational Unit Teodoro Gómez de la Torre and 10th grade students of the Ibarra Educational Unit, with this the figures obtained with the respective tabulation are analyzed.

As a communication response, a prevention campaign was developed against the danger of games in the social network, with the creation of the Fan page, arriving with images, photographs, spots, posters, so that young people can prevent this type of danger; In the same way, the respective follow-up was carried out, in the social network and in the media, which was complemented with the measurement of the impacts on the social, political, media and educational dimensions. In addition to this, the work is complemented with recommendations and conclusions of the respective investigation.

## DEDICATORIA

El presente trabajo de tesis dedico principalmente a Dios, a Nuestra Señora de Las Lajas, quienes con su bendición y su santo manto inspiran mi espíritu para realizarme como una profesional en Comunicación Social.

La felicidad de terminar una tesis no se compara con nada, llegar a cumplir esta meta dándome salud, además de su infinito amor.

A mi hermosa madre Emma Aguirre, por ser el pilar más importante, por haberme dado la vida, por formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, por su ayuda y apoyo incondicional en todo momento y agradecerle por ser mi mejor amiga y compartir momentos increíbles junto a ella que se quedaran guardados en mi mente y corazón.

*Johanna Aguirre*

## AGRADECIMIENTO

Este agradecimiento lo hago muy extensivo con todo mi corazón principalmente al Divino Niño Jesús, a nuestra señora del Rosario de Agua Santa que desde el primer día que comencé a realizar esta investigación la puse en sus manos para que me guíen y me iluminen en todo este trabajo.

Agradezco también de una manera muy especial a mi prima Paulina Vaca que más que mi prima ha sido mi hermana en todo el sentido de la palabra, gracias por brindarme su apoyo emocional y económico incondicional a lo largo de mi trayectoria, porque ha sido un sustento para culminar mi carrera profesional.

También quisiera agradecer a dos personas muy especiales que ahora están cuidándome desde el cielo, una de ellas es mi abuelito Carlos Aguirre y mi madrina Silvia Vaca, sé que estarán felices por este logro.

Gracias a Gabriel C. por todo el apoyo, comprensión, confianza, que me has dado en momentos difíciles, gracias por brindarme todo tu cariño y amor a lo largo de mi formación profesional, por acompañarme todo este arduo camino y compartir conmigo alegrías y fracasos.

Un agradecimiento a mi querida asesora Elizabeth Granda, gracias por el tiempo y paciencia en la elaboración de esta investigación.

Quiero agradecer también a las unidades educativas por formar parte de esta investigación. A todas las personas que de una u otra forma participaron de este trabajo.

A la escuela de Comunicación Social que aprendí muchas cosas para el desarrollo profesional. También agradezco a los medios de comunicación por permitir conocer esta investigación.

Dios les pague, bendiciones en sus vidas

*Johanna Aguirre*

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**  
**COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO E INTEGRACIÓN SOCIAL Y**  
**PRODUCTIVA.**

Esta línea se concreta en la concepción de la relación comunicativa entre sujetos sociales humanas, como la posibilidad de intercambiar mensajes y experiencias con aquellos individuos diferentes, la capacidad de establecer interacciones e interrelaciones capaces de beneficiar a la sociedad en su conjunto, construyendo reglas de juego en diferentes órdenes, así como para la formación de ciudadanos con capacidad crítica y de decisión sobre su presente y futuro, que partan de sus propios intereses para generar acción de beneficio individual y colectivo.

El desarrollo, en esta perspectiva, se concibe con una simplicidad aparente y preocupante: la existencia de un Estado paternalista, benefactor y una comunidad humana beneficiaria, pero al tiempo, automarginada, autoexcluida de las decisiones más importantes. Este Estado no dio resultados a largo plazo, primero porque nunca fue benefactor, pues las políticas públicas no se centraron en la calidad de la vida, sino, en el mejor de los casos que no son muchos en la construcción de obras civiles, adecuación y mejoramiento de servicios públicos. Por tanto, la colectividad social nunca fue beneficiada, pero no fue considerada como sujeto y protagonista de sus realidades y de las decisiones políticas en el nivel local, regional ni nacional.

Por tanto, con estos estudios se pretende dar un mayor poder a la colectividad, un mayor protagonismo y la capacidad de responder a las problemáticas cotidianas, simples o complejas, fáciles o difíciles y lograr, entre todos, resolver una situación, como la planteada en este estudio.

## ÍNDICE

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| CERTIFICACIÓN DEL ASESOR .....                                                | 2  |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL .....                                                 | 3  |
| CESIÓN DE DERECHOS.....                                                       | 4  |
| AUTORÍA.....                                                                  | 5  |
| RESUMEN EJECUTIVO.....                                                        | 6  |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....                                               | 15 |
| 1.1. LA COMUNICACIÓN.....                                                     | 15 |
| 1.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....                                      | 16 |
| 1.1.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN .....                                            | 16 |
| 1.1.2.1. COMUNICACIÓN VERBAL .....                                            | 16 |
| 1.1.2.2. COMUNICACIÓN NO VERBAL .....                                         | 17 |
| 1.1.3. COMUNICACIÓN DIGITAL O VIRTUAL.....                                    | 18 |
| MODELOS DE COMUNICACIÓN .....                                                 | 18 |
| 1.1.3.1. MODELO DE LASSWELL .....                                             | 18 |
| 1.1.3.2. MODELO DE SHANNON Y WEAVER.....                                      | 19 |
| 1.1.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....                                           | 20 |
| 1.1.4.1. AUDIOVISUALES .....                                                  | 20 |
| 1.1.4.2. RADIOFÓNICOS.....                                                    | 20 |
| 1.1.4.3. MEDIOS IMPRESOS.....                                                 | 21 |
| 1.1.4.4. MEDIOS DIGITALES.....                                                | 21 |
| 1.1.5.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS.....                                    | 25 |
| 1.1.5.2. INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN .....                            | 25 |
| 1.6. INTERNET Y REDES SOCIALES .....                                          | 28 |
| 1.7. LAS REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD ACTUAL.....                            | 30 |
| 1.1.8. PRINCIPALES REDES SOCIALES EN LA ACTUALIDAD .....                      | 30 |
| 1.1.8.2. TWITTER .....                                                        | 31 |
| 1.1.8.3. LINKEDIN .....                                                       | 34 |
| 1.1.8.4. INSTAGRAM.....                                                       | 34 |
| 1.1.8.1. FACEBOOK.....                                                        | 35 |
| 1.9. ¿EL JUEGO “LA BALLENA AZUL” TIENE ALGUNA RELACIÓN CON EL BULLYING? ..... | 40 |
| 1.1.10. EDUCACIÓN Y FAMILIA VS. REDES SOCIALES .....                          | 41 |
| 1.1.10.1. DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL DE LA EDUCACIÓN .....                        | 41 |
| 1.1.10.2. EDUCACIÓN EN LOS ADOLESCENTES .....                                 | 41 |
| 1.1.10.3. ADOLESCENTES Y SU FAMILIA.....                                      | 42 |
| 1.1.10.4. ADOLESCENTES Y SUS PADRES.....                                      | 44 |

|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1.1.10.5. ADOLESCENCIA Y VIDA ESCOLAR .....                              | 45  |
| 1.11. ADOLESCENTES Y REDES SOCIALES .....                                | 46  |
| 1.12. TRASTORNOS PSICOLÓGICOS DE LA ADOLESCENCIA.....                    | 47  |
| 1.12.1. LA DEPRESIÓN .....                                               | 47  |
| 1.12.2. ANSIEDAD DE SEPARACIÓN.....                                      | 49  |
| 1.12.3. ESTRÉS .....                                                     | 49  |
| 1.12.4. AGRESIVIDAD.....                                                 | 51  |
| 1.12.5. CAUSAS DE LA AGRESIVIDAD .....                                   | 51  |
| 1.12.6. TIMIDEZ .....                                                    | 52  |
| 1.12.7. ANOREXIA Y LA BULIMIA .....                                      | 53  |
| 1.13. RIESGO CIBERNÉTICO .....                                           | 53  |
| 1.14.1. ANTECEDENTES .....                                               | 54  |
| 1.14.2. ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL.....       | 57  |
| 1.14.3. ANÁLISIS DESDE EL ENFOQUE COMUNICACIONAL .....                   | 58  |
| 1.14.4. EL JUEGO LA BALLENA AZUL Y LA SOCIEDAD .....                     | 64  |
| 1.14.5. INVESTIGACIÓN DE CASOS VINCULADOS AL JUEGO LA BALLENA AZUL ..... | 65  |
| 1.15. ADOLESCENCIA Y SU DESARROLLO .....                                 | 67  |
| 1.15.1. ADOLESCENCIA MEDIA.....                                          | 69  |
| 1.15.2. ADOLESCENCIA TARDÍA.....                                         | 70  |
| 1.15.3. ADOLESCENCIA Y SUS EMOCIONES.....                                | 70  |
| 2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO.....                                         | 72  |
| 2.1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA.....                                      | 72  |
| 2.2. METODOLOGÍA.....                                                    | 72  |
| 2.3. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE CASOS.....                               | 73  |
| 2.4. CRITERIO DE LA ELECCIÓN DE ESTUDIO DE CASOS .....                   | 73  |
| 2.5. TÉCNICAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN .....         | 73  |
| 2.6. INSTRUMENTO DE APLICACIÓN .....                                     | 73  |
| 2.7. OBJETIVOS .....                                                     | 74  |
| 2.7.1. OBJETIVO GENERAL .....                                            | 74  |
| 2.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....                                        | 74  |
| 2.8. CIFRAS .....                                                        | 74  |
| 2.3. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA .....                                  | 75  |
| 2.4. TABULACIÓN ENCUESTAS ESTUDIANTES .....                              | 76  |
| 3. CAPÍTULO III: PROPUESTA .....                                         | 100 |
| 3.1. LOCALIZACIÓN.....                                                   | 100 |
| 3.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN .....                                          | 101 |

|                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN.....                                     | 101 |
| 3.2. NOMBRE DEL PROYECTO.....                                      | 102 |
| 3.3. JUSTIFICACIÓN.....                                            | 102 |
| 3.4. OBJETIVOS.....                                                | 102 |
| 3.4.1. OBJETIVO GENERAL.....                                       | 102 |
| 3.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....                                  | 102 |
| 3.5 CREACIÓN DE UNA PÁGINA DE SEGUIDORES EN FACEBOOK .....         | 103 |
| 3.6 NOMBRE Y SLOGAN DE LA CAMPAÑA .....                            | 104 |
| 3.7 PROPUESTA OPERATIVA PARA EL MANEJO DE LA RED SOCIAL .....      | 104 |
| 3.7.1 OBJETIVO DE LA CAMPAÑA.....                                  | 105 |
| 3.7.2 VIABILIDAD DE LA CAMPAÑA.....                                | 106 |
| 3.8 FINANCIAMIENTO.....                                            | 106 |
| 3.9 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA .....                          | 106 |
| 3.10. LOGOTIPO.....                                                | 107 |
| 3.11. CRONOGRAMA DE SPOTS .....                                    | 109 |
| 3.12. PLAN DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA.....                          | 116 |
| 3.13. REDES SOCIALES .....                                         | 116 |
| 3.14. AGENDA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA..... | 116 |
| 3.15. RESULTADOS .....                                             | 117 |
| 4.    CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE IMPACTOS .....                      | 121 |
| 4.2. IMPACTO SOCIAL.....                                           | 122 |
| 4.3. IMPACTO POLÍTICO .....                                        | 123 |
| 4.4. IMPACTO MEDIÁTICO.....                                        | 124 |
| 4.5. IMPACTO EDUCATIVO .....                                       | 125 |
| 5.    CONCLUSIONES .....                                           | 126 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                                                  | 128 |

## INTRODUCCIÓN

Esta investigación trata sobre “La Ballena Azul”, juego desarrollado y difundido a través de la red social Facebook y que generó gran polémica durante los años 2016 y 2017, aunque su origen es anterior.

El juego como tal recibió una importante cobertura mediática cuando se lo conoció, pero poco a poco el interés por tal amenaza fue disminuyéndose, como tantos otros hechos de la vida social. En este estudio se pretende mantener vivo el interés por esta y otras amenazas que subsisten en internet y también se dan en las redes sociales, siendo Facebook el espacio ideal para masificarlos.

Por ello, el estudio se estructura en cuatro capítulos, además de esta introducción y las conclusiones y recomendaciones.

El primero, presenta el marco teórico, conteniendo la base sobre la comunicación, tipos y modelos de comunicación, internet, el juego de “La Ballena Azul”, Facebook, la adolescencia y el riesgo cibernético, entre otros elementos fundamentales para desarrollar el estudio.

En el segundo capítulo, se expone el diagnóstico y metodología del estudio, señalando las características de los estudios de casos, las cifras y la identificación de la muestra, con la posterior aplicación de las encuestas entre estudiantes de tres unidades educativas de la provincia de Imbabura.

El tercer capítulo contiene la propuesta del estudio, especificando la localización, el nombre del proyecto, su justificación, objetivos y otros elementos más, que culminan con el diseño de la página “Tu vida vale + que un juego”, con el slogan No te enRedes.

El cuarto capítulo, por último, contiene la medición del impacto social, político, mediático y educativo de la problemática analizada en el estudio.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. LA COMUNICACIÓN**

La comunicación es “todo proceso de interacción social mediante símbolos y sistemas de mensajes, e incluye cualquier proceso donde la conducta de un individuo estimula la conducta de otro” (Lomonosov, 2009, p. 50).

La definición incluye la interacción y la influencia de los individuos, y coinciden en la identificación del emisor y el receptor, además del mensaje y su codificación y decodificación. La comunicación constituye una capacidad innata del ser humano, por lo tanto, toda persona tiene la habilidad de comunicarse. Por esa razón, varios estudiosos de las ciencias sociales han puesto un interés central en la comunicación, desde la aparición de los medios de comunicación, a raíz de este hecho, nace la teoría de la comunicación.

La comunicación es tan antigua como el ser humano, desde su prehistoria, este manifestó la necesidad de desarrollar, constituyéndose de esta manera en un ser social por naturaleza.

Entonces, la comunicación como proceso social, es el conjunto de capacidades que los seres humanos tienen para producir y para construir significados y sentidos. Es decir, cuando nos comunicamos con alguien, establecemos una relación y hablamos sobre un tema. Tú le dices lo que piensas acerca del tema (produces significados), la otra persona, aunque no esté de acuerdo con tu pensamiento, te escucha (construye sentidos o interpreta) para luego responderte inmediatamente (produce significaciones) por último tú le escuchas (construyes sentidos o interpretas) (ERBOL, 2015, p. 45).

La comunicación, término que proviene de las voces latinas *commune facere* o *communis*, que quieren decir “hacer o poner en común” o “lo que es común”, respectivamente, ser entendida como el acto de compartir sin reservas.

Sin embargo, lo que ocurre generalmente es que la comunicación se realiza entre imágenes sociales que ocultan el verdadero yo de cada sujeto y reducen toda a una interrelación de apariencias. Este hecho es más patente aún en el caso de los mass media porque los roles están firmemente institucionalizados y la distancia social es insuperable.

La comunicación, por tanto, es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen un conocimiento común.

### 1.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Los elementos de la comunicación varían según el modelo teórico, pero los diferentes enfoques coinciden en los siguientes elementos básicos (Romero, 2017, p. 50).

- **EMISOR:** Es la persona, grupo, organización o dispositivo que envía un mensaje.
- **RECEPTOR:** Persona, colectividad, organización o dispositivo que recibe el mensaje.
- **CÓDIGO:** Conjunto o sistema de signos que el emisor utiliza para codificar el mensaje.
- **RUIDO:** Cualquier factor que dificulta la llegada correcta del mensaje al receptor.
- **CANAL:** Elemento físico por el que el emisor envía el mensaje, y que el receptor capta por los sentidos físicos.
- **MENSAJE:** Núcleo o elemento central de la comunicación.
- **CONTEXTO:** Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el hecho o acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

### 1.1.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación humana puede ser desde diferentes enfoques y clasificarse en un número variable de tipos, dependiendo del autor consultado. Para los fines de este estudio, se identifican los siguientes tipos como principales para el desarrollo de los contenidos (Kotler & Armstrong, 2013, p. 48):

#### 1.1.2.1. COMUNICACIÓN VERBAL

Se caracteriza por el uso de una lengua o idioma, sea oral o escrita, es decir, con palabras organizadas según estructura sintáctica y gramatical completa (Pastor, 2009, pág. 60).

#### COMUNICACIÓN ORAL

La comunicación oral se da mediante el uso de la voz, con la rapidez en la respuesta como principal característica. Suelen omitirse diversas reglas gramaticales en su proceso, pero

se exige claridad en los mensajes para su correcta comprensión. Aunque se puede llegar a varios destinatarios al mismo tiempo (una asamblea, una reunión), una limitación de esta forma de comunicación es la limitada cobertura simultánea, además de su brevedad.

## **COMUNICACIÓN ESCRITA**

Se da con el uso de un soporte físico o electrónico, y en la actualidad, especialmente cuando se usan canales electrónicos, la respuesta o retroalimentación puede ser instantánea, sobre este subtipo se describe con mayor detalle al explicar la comunicación digital o virtual. Una gran ventaja de la comunicación escrita es su posibilidad de permanencia, así como la de abarcar grandes distancias o múltiples destinatarios, así como su permanencia en el tiempo. En la actualidad, los recursos electrónicos digitales, de forma particular internet y los denominados teléfonos inteligentes, hacen posibles nuevas formas de comunicación escrita, aunque el aporte de los mismos a la educación y la cultura es discutible (Wolfolk, 2016, pág. 54).

### **1.1.2.2. COMUNICACIÓN NO VERBAL**

Es aquella que utiliza recursos distintos de la voz, específicamente los gestos, la posición del cuerpo, señas específicas con las manos o los pies, entre otras posibilidades. En ocasiones, el emisor es inconsciente de los mensajes que transmite con los elementos referidos, pero el receptor puede interpretar una disponibilidad de ánimo, sea de alegría o molestia (expresión en el rostro), la ansiedad de su interlocutor (tronarse los dedos), o cualquier otro mensaje empleando este medio (Davis, 2010, pág. 58).

Este tipo de comunicación tiene particular interés para los expertos en reclutamiento de personalidad, pues permiten identificar las características personales de un candidato a ocupar un puesto, y que trascienden la información contenida en su hoja de vida.

Como se mencionó anteriormente, la postura del interlocutor, el cambio de posición, la ansiedad manifiesta, la forma de caminar, los cambios en la fisonomía y otras particularidades inconscientes o involuntarias, revelan más que las palabras de una persona y el experto en comportamiento humano y comunicación no verbal podrá descifrar sin problemas las condiciones de una persona y determinar si es apto o no para ocupar un puesto en una empresa (Wolfolk, 2016, pág. 62).

Las habilidades de interpretación de comunicación no verbal también sirven en otras ramas profesionales, como la investigación criminal, donde el experto interpretará tanto

el tono de voz (independientemente de las palabras) como los movimientos o posición de las manos al interrogar a un testigo o sospechoso, lo que le dará una idea más clara sobre la persona con la que conversa, independientemente del asunto que se trate (Davis, 2010, p. 65).

### **1.1.3. COMUNICACIÓN DIGITAL O VIRTUAL**

Tendencias comunicacionales adoptadas por los usuarios de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS). Estas tecnologías reclaman un lenguaje propio a fin de que los mensajes cumplan el propósito comunicacional, mientras suscita y motiva la interacción. Internet y los celulares inteligentes son lo más avanzado en este campo y su uso, aunque facilite la comunicación humana, también puede acarrear efectos negativos, como el caso de la Ballena Azul.

Este tipo de comunicación será desarrollado con mayor detalle a lo largo del estudio, por lo que en este punto se plantean las generalidades más básicas del mismo.

## **MODELOS DE COMUNICACIÓN**

### **1.1.3.1. MODELO DE LASSWELL**

Este modelo se caracteriza por su carácter básicamente descriptivo. Su finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicacionales, respondiendo las siguientes preguntas:

¿(1) Quién dice (2) Qué, (3) En Qué Canal, (4) a Quién y con (5) Qué Efecto? Cada pregunta tiene su propio significado u objetivo en el modelo. (Moragas, 1988, p. 40).

La siguiente tabla contiene una descripción básica de estas interrogantes:

**TABLA 1. DESCRIPCIÓN DE LAS 5 INTERROGANTES BÁSICAS DEL MODELO DE LASWELL**

| <b>INTERROGANTE</b>                 | <b>DESCRIPCIÓN</b>                                                                                                                                |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Quién dice? (Análisis del control) | Factores que originan y orientan el acto comunicacional (comunicador).<br>El emisor es la persona o institución responsable que emite el mensaje. |
| ¿Qué dice? (Análisis de contenido)  | Contenido del mensaje.<br>El mensaje es aquello que dice y expresa el emisor.                                                                     |

| INTERROGANTE                                  | DESCRIPCIÓN                                                                   |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Por qué canal?<br>(Análisis de los medios)   | Medio físico mediante el cual se envía el mensaje: radio, prensa, televisión. |
| ¿A quién dice? (Análisis de la audiencia)     | Destinatarios del mensaje.                                                    |
| ¿Con qué efecto?<br>(Análisis de los efectos) | Impacto observado en las audiencias.                                          |

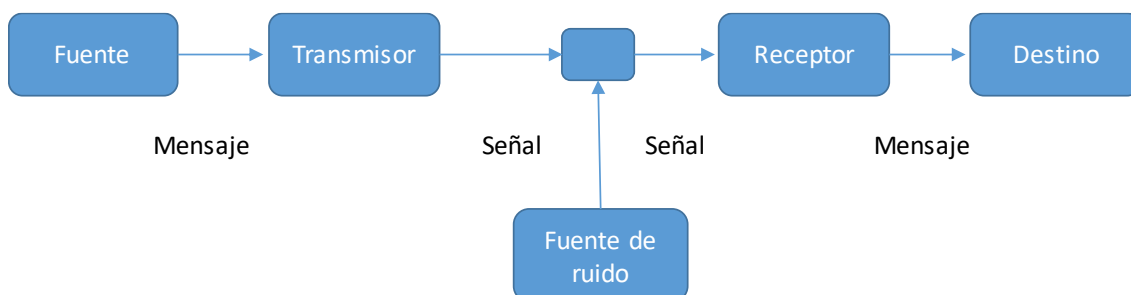
**FUENTE:** (Moragas, 1988, p. 40). **ELABORACIÓN:** Propia.

Este modelo muestra la comunicación como un proceso de transmisión lineal, en el que un mensaje parte del emisor hacia el receptor, utilizando un canal apropiado y con el código compartido por ambos agentes. Cuando se desee llegar con un mensaje a un público considerable, se debe tomar en cuenta quien codificará el mensaje, identificando sus intenciones, entre otros aspectos.

#### 1.1.3.2. MODELO DE SHANNON Y WEAVER

El modelo de Shannon y Weaver es una teoría de la información desarrollada en función de la cibernética. En este enfoque, la información es una unidad cuantificable que ignora el contenido del mensaje, este modelo se aplica a cualquier mensaje, sin importar su significación. Este enfoque teórico permite, principalmente, estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio, capacidad medida según el sistema binario (0-1) en bits (binary digits). Estas medidas y capacidades se asocian a la velocidad de transmisión del mensaje. Esta velocidad puede ser disminuida por el ruido. (Moragas, 1988, p. 42).

El modelo de Shannon y Weaver es representado por un esquema compuesto con cinco elementos: fuente, transmisor, canal, receptor y destino. En este modelo el mensaje no es un elemento principal. Se incluye el ruido, que aporta una cierta perturbación.



### **Esquema de los elementos comunicacionales, según el modelo de Shannon y Weaver**

El modelo de Shannon y Weaver es bastante práctico por su sencillez y flexibilidad. Sin embargo, se trata de un modelo Emisor-Receptor amplio, incapaz de formular explicaciones detalladas relativas a la comunicación humana. (Moragas, 1988, p. 45).

#### **1.1.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios se clasifican según el soporte empleado para transmitir sus contenidos. Entre estos, se pueden distinguir:

##### **1.1.4.1. AUDIOVISUALES**

Pueden ser escuchados y vistos al mismo tiempo. Se basan en dispositivos tecnológicos capaces de emitir imagen y sonido. Es el caso de la televisión y el cine (Torrico, 2009, p. 50). Estos dos tipos de medios son los más populares en gran parte del mundo, por la poca concentración que exige del receptor, y su capacidad de llegar a una gran audiencia. En las últimas décadas, se experimentaron diferentes mejoras en la señal e imagen y se pasó del sistema monocromático (conocido popularmente como blanco y negro) al color, cautivando a un público cada vez mayor, especialmente a niños. De forma particular, la televisión fue seriamente cuestionada por los especialistas, habiendo sido denominada “la caja boba” por su capacidad de adormecer a su audiencia. Sin embargo, existe otro segmento de especialistas que ven en ella una oportunidad para reforzar los contenidos educativos (Wolfolk, 2016, p. 65).

En cuanto al cine, este medio es particularmente dedicado al entretenimiento, y aunque tuvo un auge significativo durante las pasadas dos décadas, por el surgimiento del DVD y los televisores de grandes dimensiones, se observa un interesante rebrote durante los últimos años, lo que se puede evidenciar en una visita a cualquier sala de cine en las principales ciudades del país, generalmente repletas, sobre todo los fines de semana y feriados.

##### **1.1.4.2. RADIOFÓNICOS**

Se basa exclusivamente en difundir contenidos en formato sonoro. Su proceso de producción es simple, comparado con la televisión. Su accesibilidad también es una ventaja frente a otros medios. Su principal limitación es la distancia geográfica y

accidentes que imposibilitan la transmisión y el sonido se ve afectado (Torrico, 2009, p. 49).

Una característica particular de estos medios es que, para ciertos públicos, es el medio predominante, como los conductores de taxis, buses y otros medios de transporte, que, por la naturaleza de sus actividades, deben permanecer largas horas del día sin mayor contacto humano, siendo una compañía ideal.

#### **1.1.4.3. MEDIOS IMPRESOS**

Incluyen las revistas, periódicos, folletos y panfletos. Estos medios, por su elevado costo de producción y la masificación de internet, son cada vez menos influyentes, pero gran parte de los medios tradicionales tienen sus formatos en internet (Torrico, 2009, p. 52).

Al tener su base en la comunicación escrita, una característica principal de estos medios es su permanencia a lo largo del tiempo, y la posibilidad de llegar a un público variado en diferentes contextos geográficos.

Entre los principales medios de comunicación impresa se destaca el periódico, que durante siglos se constituyó en un importante referente comunicacional, e incluso, en algunos casos, decidían la suerte de los gobernantes (Torrico, 2009, p. 54).

Las revistas tienen una dinámica diferente, y pueden desarrollar tanto periodismo investigativo, como centrarse en el entretenimiento y la distracción.

Existen revistas especializadas en deportes, mecánica, jardinería, arquitectura, moda y cuanta rama del comercio y actividad social existan, y su público es diverso, tanto en edad como en ingresos.

#### **1.1.4.4. MEDIOS DIGITALES**

Se basan en las computadoras personales conectadas por internet, así como celulares, tablets y otros dispositivos tecnológicos, cada vez más populares y con mejores condiciones de manejo y maniobra (Torrico, 2009, p. 60).

Estos medios constituyen el contexto general del presente estudio, tomando en cuenta el soporte para el desarrollo de Facebook y otras redes sociales. Su estudio debe estar en concordancia con las necesidades humanas, individuales y colectivas, así como las

expectativas de uso que se pueden dar, tomando en cuenta las facilidades para cualquier público, su alcance, y sus potenciales efectos, tanto positivos como negativos.

#### 1.1.5. EL INTERNET

Internet nace en el Departamento de Defensa de los EE.UU. en 1960 como un proyecto de red de investigación en los ámbitos militares y científicos. Su finalidad era que un mensaje, en época de un posible conflicto bélico, pudiera llegar a destino sin ser interceptado ni perder parte de su contenido. De esta manera, un mensaje puede ir de Barcelona a Nueva York vía transatlántica o por Rusia-Japón-Los Ángeles -Nueva York. Estas múltiples combinaciones que se dan, según el tráfico de la red, son posibles gracias al protocolo TCP/IP (Bibiana, 2001, p. 32).

La siguiente tabla contiene una síntesis de la evolución de la red Internet.

**TABLA 2. SÍNTESIS DE LA EVOLUCIÓN DE LAS REDES INFORMÁTICAS.**

| <b>Año</b> | <b>ACONTECIMIENTO</b>                                                                                                                            |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1966       | Se conectan dos computadoras mediante un enlace discado de 1200 bps entre los laboratorios Lincoln y la compañía System Development Corporation. |
| 1967       | Se presenta el plan de creación de ARPANET (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada)                                            |
| 1969       | Primera conexión de ARPANET. (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada)                                                          |
| 1970       | La universidad de Hawaii desarrolla la primera red conmutada                                                                                     |
| 1971       | ARPANET (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada).<br>Crece a 15 nodos                                                          |
| 1972       | Ray Tomlinson adapta su programa de correo electrónico para ARPANET. (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada)                  |

| <b>Año</b> | <b>ACONTECIMIENTO</b>                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1973       | ARPANET (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada) cambia su nombre a DARPANET (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa) y hace su primera conexión internacional con el University College of London                            |
| 1974       | Vinton Cerf and Bob Kahn publican la arquitectura de un programa de control de transmisión (Transmission Control Program, TCP)                                                                                                                                      |
| 1978       | TCP (Transmission Control Program) se divide en TCP e IP (Programación de Internet)                                                                                                                                                                                 |
| 1979       | Se desarrolla USENET (Red de Usuarios)                                                                                                                                                                                                                              |
| 1980       | Son desarrollados los sistemas BITNET (Red antigua internacional de computadoras), CSNET (Red de servicios para departamentos académicos) en la Universidad de Wisconsin.                                                                                           |
| 1983       | El sistema DCA (Defense Communication Agency) y DARPA establecen el Transmission Control Protocol (TCP) e Internet Protocol (IP) y el conjunto de protocolos conocidos como TCP/IP.                                                                                 |
| 1983       | DARPANET (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzados de Defensa) se divide en ARPANET (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada) y MILNET. Esta última es una red militar concebida para desarrollar sistemas de redes dedicadas a la defensa. |
| 1983       | Se conectan CSNET (Red académica para las supercomputadoras) y ARPANET. (Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada)                                                                                                                                  |
| 1984       | Se introduce Domain Name Service. (Sistema de nomenclatura jerárquica construida sobre una base de datos distribuida de computadoras, servicios, o cualquier otro recurso conectado a la Internet o una red privada)                                                |

| Año  | ACONTECIMIENTO                                                                                                                                                                                           |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1991 | El CERN, en Suiza, desarrolla la World Wide Web (WWW) y Tim Berner-Lee crea el lenguaje HyperText Markup Language (HTML) (Lenguaje de marcado que se utiliza para el desarrollo de páginas de Internet.) |
| 1993 | La NCSA (Centro Nacional de Aplicaciones de Supercomputación). Crea Mosaic el primer navegador gráfico                                                                                                   |
| 1994 | Dos estudiantes de doctorado de Stanford, Jerry Yang y David Filo, crean Yet Another Hierarchical Officious Oracle (Yahoo)                                                                               |

**Fuente:** (Díaz, 2012, pág. 25). **Elaboración:** Propia.

La World Wide Web.- También llamada WWW o w3 (red mundial), fue el último servicio incorporado a Internet. Tuvo tanto éxito que muchos usuarios acabaron identificándolo con la propia red, fue creado en el año 1990 en CERN de Ginebra, pero se hizo popular el año 1993, cuando se desarrolló una interfaz gráfica para acceder a todos los documentos presentes en la WWW. Sa interfaz era Mosaic, distribuido gratuitamente a todos los usuarios de la red (Castro, 2016, pág. 46).

En la actualidad, en Internet se vende y compra con tarjeta de crédito, pero también se aplican otras formas de pago, como Pay-pal, e incluso Bitcoin, una criptomoneda de gran popularidad. Las características que han hecho de la red una auténtica y real revolución telemática son (Castro, 2016, p. 60):

- La difusión mundial
- Lo fácil que resulta utilizarla
- La organización hipertextual
- La posibilidad de recibir/transmitir información multimedia

#### **1.1.5.1. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS**

De forma genérica, una red es “Todo sistema de comunicaciones de un país, como la red telefónica o la red ferroviaria” (Ossorio, 2013, p. 58). Internet es una red de comunicación entre computadoras, celulares y tablets, o, dicho en términos más precisos, “Es una red en línea global de redes de computadoras y otros dispositivos digitales” (Bishop, 2009, p. 219).

La idea central de una red es la posibilidad de interconectar personas en diferentes lugares del mundo, superando incluso barreras idiomáticas. Ahí radica el centro de su fortaleza, pero a la vez la potencial amenaza hacia la humanidad, pues permite el diálogo entre dos personas, donde una puede constituirse en un potencial agresor, frente a su víctima. Con la masificación de dispositivos digitales, particularmente los celulares y tablets, así como la permisividad de los padres, el acceso de niños y adolescentes se constituye en un asunto de preocupación tanto para los gobiernos como para las familias, por lo que se constituye en un punto central para esta investigación.

Además, la red Internet permite comunicar personas e instituciones ubicadas en lugares remotos, en tiempo real, sin importar el espacio a cubrir. Es decir, donde estén ubicados los interlocutores al otro lado de sus ordenadores, cubriendo todo el planeta, los lugares más recónditos (Castro, 2016, pág. 52).

A futuro, se anuncian otros cambios, como señala la siguiente cita:

“Tiene previsto avances sobre su velocidad, en base a la implementación de sistemas de fibra óptica, la existencia hoy de Internet, reservado para el área educacional, para tener información al instante de las novedades y características de otros planetas lo que allí ocurre en el denominado Internet Espacial” (Bibiana, 2001, p. 89).

#### **1.1.5.2. INTERNET COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN**

Existe polémica para afirmar que Internet sea un medio de comunicación, pues mientras algunos autores lo consideran un hipermedio apropiado para la era post-televisión; para otros, no llega siquiera a ser un hipermedio. Esta controversia se origina en dos percepciones contrapuestas:

- a) Quienes le niegan la condición de medio concluyen tal cosa como consecuencia de su comparación con la radio o la televisión, y en menor grado, con la prensa escrita (Wolton, 2000, p. 36).
- b) La de quienes ven a Internet como un hipermedio debido a que contiene a los demás, está puesta en su lenguaje, en su hipertextualidad y en sus posibilidades expresivas (Piscitelli, 1998, p. 38).

En este estudio, se apoya la postura de Piscitelli, tomando en cuenta la capacidad de internet para influir en la sociedad, y por contener de forma clara a los demás medios de comunicación.

En la actualidad, se ha venido desarrollando una serie de cambios en la cultura y la sociedad, sustentados en las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC'S) que dan forma a las herramientas digitales, donde las personas buscan cada vez mayor participación e interacción directa con los diferentes públicos, siendo internet el medio más relevante en este fenómeno.

Al respecto, Pastor (2009, pág. 39) ha mencionado que las Tecnologías de Información y Comunicación, y de forma particular internet, no solo han contribuido al desarrollo del ser humano, sino también a aumentar las prestaciones o servicios de los dispositivos tecnológicos. Expresando de esta forma, nuevas representaciones de ver la vida y una revolución generalizada de todo el sistema de comunicación conocido.

Internet puede ser comprendido como un conjunto de medios no convencionales basados en plataformas tecnológicas. Se caracterizan por facilitar a los usuarios el acceso a contenidos mediáticos desde cualquier lugar y en cualquier momento y comunicar a través de textos, imágenes y videos entre una o más redes.

Tienen usos en dependencia del medio a aplicación para cual se utilicen: (Wadke, 2001, pág. 60).

- Facilita la comunicación por diversos medios digitales desde diversos lugares del mundo. El emisor puede radicar en Japón, Grecia, Egipto u otro país de cualquier límite del mundo, y el receptor en México, Ecuador o Argentina. Si bien este atributo también lo tienen otros medios tradicionales, como la radio, internet ofrece el agregado de facilitar el intercambio de información multimedia en

tiempo real, siendo posible compartir fotografías, videos, mensajes de audio y otros datos, por medio de las plataformas disponibles en internet.

- En pedagogía se utilizan para hacer más dinámico el trabajo dentro del aula, pues funcionan como material de apoyo. De forma particular, se experimentó durante los pasados años un mayor uso de videos pedagógicos disponibles en YouTube, pero no solo esa red social ofrece contenidos didácticos, pues existe bastante material elaborado con fines pedagógicos, como fotografías, explicaciones, fórmulas, videos, entre otros.
- Se utilizan en investigación y en el manejo de documentos tanto para mostrar la información como facilitar el archivo de la misma pues permite crear bases de datos, así como archivos digitales. Esta información puede ser utilizada tanto con fines pedagógicos como comerciales e informativos en general.

Tanto las instituciones públicas (gobierno, ministerios, instituto de estadísticas) como no gubernamentales (iglesia, sociedades de lucha contra el cáncer) o privadas (empresas, personas particulares), pueden desarrollar y compartir estos contenidos, según los fines que persigan.

## **INTERNET EN EL ÁMBITO EDUCATIVO**

Internet constituye es una de las denominadas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). Estas tecnologías ingresan en diversos espacios de la vida humana, individual y social, tanto en el trabajo como en el hogar. Su ingenio se vincula a los cambios operados en la sociedad, la política y la economía de las pasadas décadas.

Las instituciones educativas no están ajenas a este proceso (Papalia, Olds, & Feldman, 2015, p. 53). La forma como se incorporan estas tecnologías debe estar determinada por distintos factores: desde las políticas nacionales en materia educativa hasta la programación curricular concreta de cada docente.

Para utilizar los recursos de Internet, se debe tener como premisa el fomento en los usuarios de una actitud crítica hacia la información disponible.

El volumen y la confiabilidad de los productores de contenidos disponible en Internet ponen en primer plano la importancia de la capacidad del usuario para identificar la

información que tenga relevancia y veracidad. El desarrollo de criterios de selección, de destrezas de alto orden y la adquisición de valores, permitirán a los usuarios identificar la mejor información. Por el contrario, la falta de conocimiento sobre cualquier tema, dificulta la búsqueda de nueva información y en vez de facilitar el desarrollo del conocimiento, lo complica (Papalia, Olds, & Feldman, 2015, p. 56)

## **1.6. INTERNET Y REDES SOCIALES**

Aunque el término “Red Social” se masificó con los últimos años con alusión a las interconexiones entre usuarios de diversos puntos del mundo a través de una aplicación digital en internet. Su primer uso aparece con la antropología, la sociología, la psicología y la matemática (Bishop, 2009, pág. 60). Sin embargo, en este estudio no se profundizará la historia ni características originales de este concepto, pero se debe tomar en cuenta parte de los antecedentes para una mejor comprensión del tema, con mayor claridad:

La idea central de los análisis de Redes reside en el supuesto de que lo que la gente siente, piensa y hace, tiene su origen y se manifiesta en las pautas de relaciones situacionales que se dan entre actores oponiéndose así a la idea de que los atributos de los actores individuales sean la causa de las pautas de comportamientos y de las estructuras sociales. La raza, la edad, el sexo, la categoría social importan menos que las formas de las relaciones mantenidas que son las que realmente posicionan a las unidades en la estructura social: lo que construye las posiciones generales son las relaciones mutuas entre actores, los diferentes vínculos que les mantienen en redes sociales.

Por consiguiente, la explicación del comportamiento requiere un análisis de cómo los actores están conectados unos a otros en las diversas situaciones en las que son observados. El análisis de Redes es un conjunto conceptual y de métodos descriptivos, estructurales y predictivos para conseguirlo (Masdeu, 2015, p. 57).

En la actualidad, el mismo enfoque se aplica a las TIC, pero adicionando el detalle de las interconexiones entre personas, independientemente del lugar del mundo donde estén.

Esto es posible gracias a que los usuarios no sólo pueden utilizar el servicio a través de su computadora personal, además en los últimos tiempos, se puede participar en este tipo de comunidades a través de una gran variedad de dispositivos móviles, tales como teléfonos celulares o computadoras portátiles, algo que marca la nueva tendencia en comunicación.

A continuación, se presenta una pequeña reseña histórica de las redes sociales (Castro, 2016, pág. 46):

**1971:** Se envía el primer mail, los dos ordenadores protagonistas del envío estaban uno al lado del otro.

**1978:** Se intercambian BBS (Bulletin Board Systems) a través de líneas telefónicas con otros usuarios.

**1978:** Las primeras copias de navegadores de internet se distribuyen a través de la plataforma Usenet.

**1994:** Se funda GeoCities, una de las primeras redes sociales de internet tal y como hoy las conocemos. La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido (Hollywood, Wallstreet, etc.).

**1995:** TheGlobe.com da a sus usuarios la posibilidad de personalizar sus propias experiencias online publicando su propio contenido e interactuando con otras personas con intereses similares.

**1997:** Se lanza AOL Instant Messenger.

**1997:** Se inaugura la web Sixdegrees.com, que permite la creación de perfiles personales y el listado de amigos.

**2000:** La “Burbuja de internet” estalla.

**2002:** Se lanza el portal Friendster, pionero en la conexión online de “amigos reales”. Alcanza los 3 millones de usuarios en sólo tres meses.

**2003:** Se inaugura la web MySpace, concebida en un principio como un “clon” de Friendster. Creada por una empresa de marketing online, su primera versión fue codificada en apenas 10 días.

**2004:** Se lanza Facebook, concebida originalmente como una plataforma para conectar a estudiantes universitarios. Su disparo de salida tuvo lugar en la Universidad de Harvard y más de la mitad de sus 19.500 estudiantes se suscribieron a ella durante su primer mes de funcionamiento.

**2006:** Se inaugura la red de microblogging Twitter.

**2008:** Facebook adelanta a MySpace como red social líder en cuanto a visitantes únicos mensuales.

**2011:** Facebook tiene 600 millones de usuarios repartidos por todo el mundo, MySpace 260 millones, Twitter 190 millones, Friendster apenas 90 millones.

## **1.7. LAS REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD ACTUAL**

Las redes sociales están actualmente extendidas por todo el mundo. Facebook es la mayor red de este tipo. Es raro el estudiante de instituto o universitario, o incluso profesionales y padres de familia, que no utilicen habitualmente Facebook o Twitter.

Las redes sociales son comunidades virtuales donde los usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gusto o intereses en común.

Operativamente, “funcionan como una plataforma de comunicación que permite centralizar recursos, como fotos y videos, en lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos” (Castro, 2016, p. 59)

Las redes sociales han pasado a ser de vital importancia, por ser un medio de comunicación que llega a masas, como los medios de comunicación convencionales, pero sin las limitaciones de estas últimas.

Está comprobado el poder que ejercen estas herramientas, al ser un medio donde toda la ciudadanía con acceso puede comunicarse libremente y generar debates, convocatorias, protestas, realizar campañas y hasta echar presidentes y dictadores. Tal fue el caso de la “Primavera Árabe”, que consiste en una serie de alzamientos populares en los países árabes, principalmente del norte de África, a través de redes sociales.

Las redes sociales más usadas en el Ecuador, según el estudio realizado por la empresa Stat Counter Global Stant, son Facebook con un 80% seguida, con la gran diferencia, por Twitter con un 10%. Este estudio fue realizado entre enero de 2013 a enero 2014.

### **1.1.8. PRINCIPALES REDES SOCIALES EN LA ACTUALIDAD**

Las redes sociales más utilizadas para la publicidad son: Facebook, Twitter, blogs, YouTube y LinkedIn. Cada una con sus características independientes nos permiten

realizar campañas digitales. Es preciso saber elegir cuáles se acoplan mejor a los objetivos comunicacionales.

Es importante mencionar, como característica esencial en el uso de las redes sociales, que se convierten en un lugar de socialización de personas en sentido general, sin distinción de creencias, gustos o culturas. Es decir, son una vía que facilita un amplio espectro de comunicación y culturización. Así podemos clasificar que la interactividad, la decisión de los usuarios a formar parte de los medios y elegir los elementos que determinen o consideren para ello, por voluntad propia son factores claves para definir este sistema (Gales de la Vega, 2012, pág. 62)

#### **1.1.8.2. TWITTER**

Twitter es un sistema de microblogging, que empezó a funcionar en el año del 2006, su característica principal es que permite redactar mensajes de solo 140 caracteres, lo que hace que la información publicada en esta red sea mucho más concreta.

Actualmente, cuenta con más de 200 millones de usuarios cantidad que cada día incrementa más, genera alrededor de 65 millones de tweets al día; y están disponible en 25 idiomas, ocupando el español el segundo puesto.

A esto, se suma que “El éxito de este medio no depende del volumen de la información difundida; que dicha información debe ser segura (limpia)” (Gales de la Vega, 2012, p. 94).

Entre las principales funciones que destacan a este microblogging son:

- **SEGUIDORES:** Son usuarios que comparten información de cuentas de terceros para estar conectados y compartir información.
- **REDES:** Son grupos de usuarios que comparten información esta red puede ser pública o privada, según la configuración realizada.
- **MENSAJES:** Son mensajes privados que podemos enviar a nuestros seguidores, antes había la opción de enviar mensajes a cualquier usuario, esta opción por motivos de seguridad y privacidad fue eliminada.
- **TWEETS.** Son mensajes de hasta 140 caracteres que cualquier usuario con una cuenta activa puede publicar, y que sea visto y puede ser retuiteado por sus seguidores.

- **RETWITT:** Son mensajes de terceros que nosotros compartimos, está representado por las letras "RT", que anteceden al mensaje.
- **HASHTAG:** Son etiquetas en palabras clave que están representadas por un "#" que antecede a las mismas, con el fin de que tanto el sistema como el usuario la identifique de formas rápidas.
- **TWEERTS:** Patrocinados son tweets que gracias a los patrocinadores de empresas aparecen como primer resultado de una búsqueda.

Estas son las funciones más importantes de esta red social, como podemos ver son muy útiles y simples de usar "La simplicidad del método de tweets ha hecho que esta aplicación se convierta en el arma más contundente para el manejo de información abierta en un medio digital" (Gales de la Vega, 2012, p. 91).

Twitter se ha convertido en una herramienta estratégica que no puede pasar de ser percibida, es inconcebible quedar al margen de este escenario donde ya está en juego la imagen, el prestigio y la reputación.

## **VENTAJAS**

**INTERACCIÓN EN TIEMPO REAL:** Permite interactuar con los usuarios en cualquier momento; responder dudas, explicar propuestas y hasta defender. A la vez conocer la posición de seguidores y reacciones al instante de una publicación, para que sea más fácil identificar los resultados y en caso de ser necesario, tomar cartas en el asunto en el momento indicado (Díaz, 2012, pág. 45)

**FLUJO DE INFORMACIÓN PERMANENTE:** La rapidez de este medio, permite comunicar a los seguidores lo que ocurre en el instante mismo de los hechos, así como conocer noticias de terceros y de adversarios con la misma rapidez, sin esperar que sea transmitido en el noticiero nacional y menos aún esperar hasta que lo imprima en los diarios para el día siguiente (Díaz, 2012, pág. 47)

**CREAR REDES DE CONTACTO ESPECÍFICOS:** Gracias a la "lista" podemos crear grupos de amigos específicos con los que deseamos compartir y recibir información privada. Esto da la opción de segmentar audiencias para llegar a cada una con un mensaje específico, pues es un hecho que no podemos generalizar mensajes (Díaz, 2012, pág. 49)

## **DESVENTAJAS**

**FALTA DE CREDIBILIDAD:** En Twitter es necesario definir una posición política e ideológica y que los mensajes vayan acorde al objetivo comunicacional, previamente planificado, caso contrario, corremos el riesgo de perder credibilidad y que a los usuarios deje de importarles las publicaciones.

**POCA FRECUENCIA:** Twitter es un medio que debe ser alimentado constantemente, sin saturar a los seguidores, pero mantenerlos informados y actualizados con contenido diario, en lo posible.

**TROLLS:** Los usuarios con cuentas falsas que buscan crear polémica y molestar a otros. Es preciso saber gestionar este tipo de usuarios y sus comentarios para que no provoquen crisis en la red.

**FALTA DE GESTIÓN:** Si no contamos con un responsable de manejo de estas herramientas digitales, nos exponemos a que otros hablen por nosotros, que emitan comentarios poco favorables e influyan a terceros.

Incluso al no responder comentarios o mensajes de nuestros partidarios, estamos perdiendo la lealtad de ellos. En este caso es mejor no abrir una cuenta, en caso de que ya exista, cerrarla.

Como herramienta de publicidad, Twitter es un arma de doble filo por su rápida propagación de mensajes, por lo que requiere obligatoriamente una gestión estratégica alienada a los objetivos comunicacionales que se desean alcanzar.

Las características de esta plataforma social, se han desarrollado una serie de estrategias de las cuales se ha servido la publicidad para establecer diferentes campañas. Así tenemos la rapidez con que funciona este medio de comunicación y con ello la simplicidad de la cual se vale para comunicar cualquier enunciado. A partir de ello se tienen una serie de propuestas que la publicidad debe tener en cuenta cuando se sirve de la misma. De esta forma:

- Los anuncios propuestos deben estar en relación directa con el tópico donde se publica.

- Los mismos deben aportar información al relevante a los usuarios que lo consumen para generar en ellos el interés requerido.
- Los anuncios deben estar relacionados con el Trending Topics, lo que produce la expansión del anuncio a gran escala entre los usuarios.
- Además, resulta importante destacar el uso de Retweet (RT), a través del cual los beneficiarios de esta red social publican el anuncio en sus cuentas personales.

#### **1.1.8.3. LINKEDIN**

Linkedin es una red social de carácter profesional, que fue creada en el año de 2002 y se lanzó oficialmente en mayo del 2003. Actualmente, cuenta con más de 225 millones de usuarios.

Las cuentas personales permiten que los usuarios puedan subir su currículum vitae o diseñar su propio perfil con el fin de mostrar experiencias de trabajo y habilidades profesionales. De esta manera puede encontrar un nuevo empleo o generar oportunidades de negocio.

Las cuentas empresariales, por su parte suben información de la empresa, y tienen la opción de publicar anuncios de búsqueda personal, así de manera inmediata pueden acceder a las hojas de vida de miles de postulantes.

Una de las principales características de esta red social es su enfoque “gated acces” (donde contacto con cualquier profesional requiere de autorización previa, ya sea mediante una relación existente o con la intervención de contacto entre ellos) tiene la intención de fomentar la confianza entre los usuarios del servicio.

Para el adecuado uso de las herramientas web 2.0 es preciso verificar su funcionalidad basándose en criterios de uso como su interacción con la ciudadanía, la generación de diálogos virtuales, actualización de información y recursos disponibles como videos, documentos, imágenes, etc.

#### **1.1.8.4. INSTAGRAM**

A diferencia de las redes sociales antes descritas, Instagram sólo opera desde un Smartphone, sea que utilice el sistema Android o los Iphone de Apple. En cualquiera de

ambos casos, su característica principal es que se limita a compartir fotos entre usuarios, y también, como las demás redes sociales descritas, permite crear grupos de interés.

Además, esta aplicación “cuenta con diecisiete filtros digitales que permiten transformar las fotografías, mejorando la calidad del producto final, modificando colores, ambiente, bordes y tonos” (Territorio Creativo, 2012, pág. 49)

En estas particularidades radica la fortaleza de dicha aplicación, y su atractivo central es la posibilidad de difundir fotografías en forma instantánea hacia el público seguidor.

Existen ciertas desventajas, como la imposibilidad de almacenar la fotografía si antes no se la pública, pero estas desventajas quedan superadas con aumentos por las ventajas que representa su uso.

Las fotografías dadas de alta en Instagram pueden ser compartidas en Facebook, Twitter, Flickr, entre otras redes sociales, y el usuario debe crear su cuenta con el mismo nombre que tenga en Twitter, de forma que pueda compartir las fotografías en ambas redes de manera simultánea (Territorio Creativo, 2012, pág. 50)

#### **1.1.8.1. FACEBOOK**

A raíz de los cambios que se han producido en el mundo de la publicidad y el marketing, se ha incrementado a los mismos la red social conocida como Facebook.

La cual ha desarrollado la percepción y valoración de los usuarios en relación a las campañas publicitarias, creando “Un mundo personalizado de interactividad, conversación, nuevos patrones de comportamiento, de negocios; en síntesis, nueva perspectiva de ver el mundo en relación a esta temática.

La red social Facebook, fue creada por Mark Zuckerberg junto con Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz.

Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero al poco tiempo abrió su red para personas de todo el mundo. Desde sus inicios en el 2004, Facebook ha crecido rápidamente, ahora tiene traducciones a 70 idiomas y alcanza cerca de mil millones de usuarios (Bishop, 2009).

A mediados de 2007 Facebook en español generó un mundo virtual donde las personas al ser “amigos” interactúan entre sí, sin importar el lugar donde se encuentren, “Facebook es la red de redes, el Rey de las Redes, la red más grande del mundo, que cambió para siempre el modo de relacionarnos y entretenernos” (Llavina, 2016, p. 37).

**PERFIL DE USUARIO:** Este perfil fue creado para personas naturales. Cualquier persona con un correo electrónico activo puede crear una cuenta, siempre y cuando acepte las políticas de usuario. En este perfil los usuarios suben su información personal y crean una red de amigos. Las principales características de este perfil son:

- **BIOGRAFÍA:** Es el perfil del usuario, reemplaza al “Muro”. Se trata de una línea de tiempo, que se presenta todas las publicaciones realizadas desde la apertura de la cuenta ordenadas cronológicamente.  
Contiene algunas mejoras, como por ejemplo, fecha exacta de publicaciones actualizaciones de estado, comentarios, etc. (Rodríguez, 2012, pp. 119-120).
- **LISTA DE AMIGOS:** Los usuarios pueden agregar amigos que también tengan una cuenta activa, para esto Facebook posee herramientas de búsqueda y sugerencia de amigos.  
Esta puede ser considerada la característica principal de esta red social, ya que permite encontrar personas con las que se ha perdido el contacto sin importar que se ha perdido el contacto sin importar que estén en cualquier rincón del mundo (Rodríguez, 2012, p. 120).
- **CHAT:** Facebook posee su propio servicio de mensajes instantánea en computadoras o cualquier dispositivo móvil, permitiendo que los usuarios interactúen en tiempo real, eliminando las barreras de tiempo y lugar (Rodríguez, 2012, p. 121).
- **GRUPOS:** Esta opción de Facebook permite que los usuarios hagan grupos de amigos que tengan intereses en común. En estos grupos, los integrantes pueden compartir información relevante, añadir fotos, videos, mensajes. Sin embargo, existen políticas claras para la creación de grupos, entre la cual se incluye la prohibición de grupos con temáticas discriminatorias, falta de respeto y la honra de las personas (Rodríguez, 2012, p. 125).

- **MENSAJES:** Permite intercambiar mensajes entre usuarios de Facebook, sin la necesidad que sean “amigos”, esta opción puede ser personalizada por cada usuario. La diferencia con el chat es que estos mensajes no dependen de que el usuario esté conectado (Rodríguez, 2012, p. 122).
- **FOTOS:** Los usuarios pueden subir alrededor de 1000 fotos por álbum. Compartir sus momentos con sus amigos y generar una interacción en su red.
- **VIDEOS:** Facebook también permite a los usuarios subir videos ya sea de algún sitio web como YouTube o archivos alojados en el PC (Rodríguez, 2012, p. 122).
- **BOTÓN “ME GUSTA “:** Esta función valora el agrado de una publicación, una foto, un comentario o cualquier actividad que se realice. (Rodríguez, 2012, p. 120).
- **EVENTOS:** Los usuarios pueden crear eventos e invitar a sus amigos; modificar la privacidad ya que puede ser pública o privados.  
Esta herramienta también nos permite crear listas de amigos confirmar y que ellos puedan publicaciones (Rodríguez, 2012, p. 122).
- **FAN PAGE:** El segundo tipo de perfil es el Fan Page, que fue creando exclusivamente para organizaciones, empresas, famosos, políticos y marcas reales (Rodríguez, 2012, p. 126).  
Fue diseñado para promover relaciones directas ya sean comerciales o comunicacionales con audiencias afines a su target. Entre las principales características de este perfil se destacan:
- **SEGUIDORES:** Reemplazan a los “amigos” del perfil tradicional. Son usuarios que indican que les gusta la página y se convierten en seguidores de la misma; de esta manera empiezan a interactuar con el sitio y a enterarse de la actividades y publicaciones que se realiza (Rodríguez, 2012, p. 122).
- **PRIVACIDADES:** Toda la información de estos perfiles es públicas y está disponible para todos los usuarios de Facebook (Rodríguez, 2012, p. 122).
- **BOTÓN ME GUSTA:** Cualquier usuario está habilitado para darle “like” a la página, indicando que le gusta lo que le permite conectarse a ella para recibir actualizaciones de noticias. No se limita el número de personas a las que pueden gustar una página (Rodríguez, 2012, p. 127).
- **ADMINISTRACIÓN DE LA PÁGINA:** Los administradores pueden compartir publicaciones utilizando el nombre de la página Las publicaciones de las páginas

aparecen la sección de las personas a las que les gusta la página (Rodríguez, 2012, p. 129).

- **EVENTOS:** Este perfil, al igual que el anterior brinda la opción de crear eventos (Rodríguez, 2012, p. 130).
- **ANUNCIOS:** Son espacios publicitarios que se ubican en la parte derecha de la página de noticias de los usuarios. Consiste en publicar un anuncio de máximo 135 caracteres, que contiene una imagen de perfil, un texto titular y un enlace directo a la página de la organización o personaje (Rodríguez, 2012, p. 132).
- **ESTADÍSTICAS:** Un perfil de Fan Page a los administradores de la página medir la gestión de sus campañas digitales. En sus inicios, la métrica principal era la cantidad de “me gustan” que tenía la página. Este esquema fue reemplazado por “están hablando de esto”, que nos da métrica de cuando la gente interactúa con el sitio y de los temas que más llamaron la atención.

Esta herramienta es muy útil para el seguimiento de una campaña política digital ya que nos permite conocer si la estamos gestionando adecuadamente (Rodríguez, 2012, p. 133).

Como se observa estas son las características principales de la modalidad Fan Page. Sin embargo, las características básicas de Facebook funcionan de la misma manera que el perfil de usuario.

La gestión estratégica de un fan page es vital para el adecuado funcionamiento del mismo, es muy contraproducente hacerlo artesanalmente y publicar, comentar y /o difundir mensajes no planificados.

## **VENTAJAS**

Las ventajas del uso de esta red social, como estrategia en una campaña son varias, entre las principales tenemos:

- **CONTACTO:** La principal ventaja es el contacto que generamos con la ciudadanía, el mercado, los proveedores. Cabe destacar que es una comunicación mucho más directa y de doble vía, lo que permite conocer las opciones, comentarios, quejas y sugerencias de la ciudadanía.

- **VISIBILIDAD:** La información publicada en la página es visible para todo el mundo, sin depender si son o no nuestros “amigos”.
- **POSICIONAMIENTO:** La Fan Page tiene mejores resultados de posicionamiento en los buscadores, por lo que es más fácil que los usuarios nos encuentren.
- **MEDICIÓN:** Sus múltiples herramientas de medición permite conocer si estamos realizando una buena gestión de nuestra página y cómo mejorar.
- **PUBLICIDAD:** El nivel de segmentación de los anuncios publicitarios, permite llegar a nuestro target en específico sin necesidad de invertir grandes cantidades de dinero.

“La ventaja de este perfil es el grado de “modularidad” que se puede lograr. Esto quiere decir que existe varias alternativas para difusión de información, lo que convierte a las Fan Page en entornos muy manejables” (Gales de la Vega, 2012, p. 60).

## DESVENTAJAS

Facebook también tiene sus desventajas, aunque no son muchas, las existentes pueden ser controladas con una efectiva gestión, las más comunes son:

- **SEGURIDAD:** Los niveles de seguridad de Facebook no son muy complejos de invalidar. Se ha visto muchos casos que personas logran entrar a páginas ajenas y hackearlas, cambiando contraseña y publicando comentarios y fotos fuera de lugar.
- **PERFILES FALSOS:** Usualmente son creados por los denominados “trolls” que buscan crear controversia en las redes sociales publicaciones que dan lugar a disputas. Estos perfiles también pueden ser utilizados por los adversarios, para conocer más acerca de nuestras actividades e incluso hacerse pasar por partidarios para obtener información y así adelantarse a los hechos.
- **VIRTUALIZACIÓN:** Hay que tener en cuenta que Facebook a pesar de permitirnos tener una comunicación virtual. No hay que confundir este punto, es preciso tener siempre en cuenta que este medio nunca reemplaza a la comunicación personal. Es un complemento.
- **LOS NIVELES DE CENSURA:** Un error tremendo es pensar que en Facebook se puede publicar cualquier cosa, así tengamos la libertad de hacerlo, poner un

comentario o una foto “no estratégica” sin pensar, nos puede ocasionar una grave crisis de imagen y comunicación tan grave como si saliera en el noticiero estelar.

Gran influencia que ejerce la comunidad social dentro de Facebook, es un eje muy importante a considerar no solo como herramientas de campaña, sino de manera permanente para lograr establecer una imagen e involucramiento constante con la gente, con los trabajadores.

Dicha red social cuenta con un gran número de seguidores, sobrepasando en número de usuarios, a sus semejantes. Esto resulta de su dinámica interactiva para la comunicación y las aplicaciones que propone. Esto causa que sea un foco de atención de las campañas publicitarias y de las grandes empresas para exponer sus demandas.

Para realizar una campaña publicitaria utilizando tan importante y extendida red social, se hace necesario conocer las normas que impone Facebook para el desarrollo y empleo de los cinco formatos con los que hasta ahora cuenta, seleccionarlos y ajustarlos al programa de la campaña que se propone.

De esta forma, las opciones con las que cuenta hasta el momento son: Enlace a sitio web externo, enlace a página de fans, historia patrocinada con enlace a página de fans, historia patrocinada con enlace a interacción en una aplicación de la página de fans. Cada uno cuanta con características propias para la navegación y ajustes en las publicaciones.

### **1.9. ¿EL JUEGO “LA BALLENA AZUL” TIENE ALGUNA RELACIÓN CON EL BULLYING?**

El juego de “La Ballena Azul”, aunque se da con mayor frecuencia entre los adolescentes y niños, estudiantes de distintos grados del sistema educativo formal, no tiene relación con el bullying, que es una forma de hostigamiento entre estudiantes, en el aula, el patio, los alrededores del colegio, e incluso a través de las redes sociales; pero sin plantear los desafíos, cuyo propósito final sea el suicidio de las víctimas.

Sin embargo, el ser víctimas de cyberbullying podría ser un factor que impulse a jóvenes y adolescentes que se sientan menospreciados por sus padres a formar parte del juego “La Ballena Azul”. El cyberbullying se caracteriza por trasladar los ciclos de acoso en ambientes educativos a las redes sociales, y consiste en el hostigamiento permanente de un compañero o grupo de ellos a la víctima, con comentarios groseros, insultos y burlas

a cada publicación o post compartido por la víctima, o la creación de memes satíricos con fotografías de la misma (Mendoza, 2016, pág. 56)

#### **1.1.10. EDUCACIÓN Y FAMILIA VS. REDES SOCIALES**

##### **1.1.10.1. DESCRIPCIÓN CONCEPTUAL DE LA EDUCACIÓN**

La educación es el proceso de socialización de los individuos, es decir, de apropiación de los valores y pautas de conducta de la cultura a la cual pertenece. Implica el desarrollo de conocimientos, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores, y se va modificando con el paso de los años, por los distintos fenómenos existentes al interior de la sociedad (Canda, 2009, p. 63).

##### **1.1.10.2. EDUCACIÓN EN LOS ADOLESCENTES**

La Organización Mundial de la Salud ofreció las siguientes estadísticas sobre los diversos problemas durante la adolescencia: el suicidio es la primera causa de muerte de jóvenes, uno de cada seis muchachos al llegar a los 20 años, presentan síntomas de embriaguez crónica. El 5% de las mujeres a nivel mundial presentan problemas de bulimia o anorexia por hecho de no aceptarse como son (Corbin, 2017, pág. 56)

Por eso se debe aprender a manejar las emociones y los sentimientos, ya que no están en el corazón estos se encuentran en la mente, el desarrollo de las diferentes inteligencias es un paso adelante en la creatividad porque tienden a eliminar los bloqueos que pueden surgir en el proceso de pensamientos.

El cerebro actúa de manera conjunta estableciendo un perfecto equilibrio entre los dos hemisferios, tanto en el lógico como el creativo. El desarrollo de la creatividad es muy importante para el día a día y trabaja junto con el pensamiento creativo.

Si la educación está considerada como una mejor manera de vivir entonces uno de los factores primordiales es la creatividad, la misma que debe estar presente como rasgo característico de la educación eficaz y completa, ya que, sin creatividad no hay desarrollo.

La relación creativa maestro - estudiante, la cual implica una actitud constructiva, de confianza. El conocimiento de sus características y funcionamiento psicológico, el desarrollo de la creatividad es muy importante para el día a día.

Rogers (1991, p. 21) plantea ideas coincidentes en relación con las condiciones que propician el desarrollo de la creatividad:

- El trabajo en grupo
- El ambiente de libertad
- La libre expresión
- La estimulación de ideas nuevas y originales
- El clima de confianza de aceptación y respeto a la persona
- La eliminación de la amenaza de la evaluación
- La independencia
- La libertad de proyectar y seleccionar diversas opciones

#### **1.1.10.3. ADOLESCENTES Y SU FAMILIA**

Aunque los padres de familia hagan todo lo posible por que la relación de padre e hijo estén bien no siempre son como de desean o como se piensan, algunas de los conflictos más comunes en el núcleo familiar son:

Adolescencia temprana, estos son los problemas más cotidianos como son el decirle al joven que recoja su cuarto o que ayude a colocar la mesa, lo que influye en este comportamiento son las amistades con las que se juntan, la vestimenta o el horario de salida.

Otros aspectos que justifican las relaciones conflictivas entre padres e hijos es que el pasar más tiempo con los amigos esto provoca que se preparen para ser adultos autónomos.

Los autores afirman que la desvinculación o incluso el conflicto con los padres tienen finalidad evolutiva que no es otra que la dependencia que les empuja a conocer a una pareja y crear su propia familia.

Esta desvinculación emocional con los padres lleva al adolescente a un estado de vulnerabilidad que hace que se sientan identificados, esta independencia emocional

llevara a los jóvenes a sacar mejores notas, tener una autoestima elevada y una identidad de logro.

Sin embargo, cuando esta independencia es acusada por relaciones de padres e hijos surgida en la infancia y caracterizadas por la falta de apoyo y afecto, los aspectos que pueden aparecer son baja autoestima. Inseguridad o falla de consolidación de la identidad.

La familia juega un papel importante en el desarrollo social de los adolescentes, esta debe estar basada sobre la que se construirán los cimientos de los comportamientos de los adolescentes.

Para que un adolescente se desarrolle de manera positiva y adquiera cierta autonomía, es necesario tener un hogar con un ambiente que combine el afecto con la autonomía, mediante la comunicación que favorezca la iniciativa propia, como por ejemplo fomentar debates en los que argumente las opiniones desde el respeto y la escucha activa.

Cuando se habla de autonomía, no significa dejar que los adolescentes hagan lo que quieran, sino que hablamos de darles las herramientas para que adopten sus decisiones y poco a poco vayan tomando la iniciativa respecto a los asuntos más importantes de sus vidas.

Es importante conocer las amistades de los chicos y chicas, y a la vez interesarse por sus aficiones y actividades, no olvidando que la adolescencia es una etapa de exploración por lo que los padres deberán identificar cuáles son los comportamientos que puedan suponer un alto riesgo para la salud del adolescente.

Se debe recordar que el núcleo esencial es la familia, para que un adolescente encuentre apoyo y el cariño necesario y por otro lado el respeto hacia su independencia y creatividad.

El control que ejercen los padres se debe regular e introducir la comunicación como una de las mejores ganancias para evitar la sensación de control, lo cual puede crear el efecto

contrario en los adolescentes, es importante que los padres sean flexibles, así que deben adecuarse a los cambios vertiginosos por los que pasa el adolescente.

#### **1.1.10.4. ADOLESCENTES Y SUS PADRES**

La vida en grupo es tan antigua como el ser humano, alguna de las particularidades que integran los grupos de adolescentes esta daba por la participación, pero que es lo que buscan, como pueden influir los grupos en los distintos adolescentes.

Amor, amistad, afecto, el sentirse reconocido y valorado, son necesidades psicológicas fundamentalmente para el ser humano.

Lo hace sentir bien y le da sentido de pertenecía, por esto es tan importante el grupo en la vida de las personas, los distintos grupos a los que nos integramos.

En el grupo el adolescente, a veces aprende a postergar intereses particulares a favor de conductas que implican participación, solidaridad y colaboración, que representan a valores que son básicos para la convivencia en comunidad. Si bien es cierto que el pasaje de la niñez a la adolescencia es difícil, el sujeto sufre otros cambios, es decir tres duelos primordiales:

- El duelo por el cuerpo del niño perdido, es decir su cuerpo cambió, pero no maduró su esquema corporal.
- El duelo por la pérdida del rol de niño, es decir el adolescente juega a ser adulto.
- El duelo por la pérdida de la idealización de los padres de la infancia, los padres cambian de categoría lo que en la niñez son héroes, en la adolescencia pasa a ser subestimados.

Para establecer esta valoración, él busca referencias para comparar, el espejo donde se mira habitualmente es el conformado por la familia, los vecinos, amigos, los compañeros de la escuela, en estos grupos los adolescentes obtienen pautas para su propio desarrollo como lo son la publicidad, las modas, la televisión, los modelos que los adultos transmiten.

Estos elementos diferenciadores los detectamos en el aula por las actividades que realizan, el lenguaje que utilizan, sus lugares de encuentro, los símbolos que adoptan, lo que consumen y lo que no consumen, sirven tanto como marcas personales, como para

identificarse con otros que lo comparten, dentro de esto, el joven puede conservar su capacidad crítica, su forma singular de pensar su pertenencia al grupo será una expresión de su propia libertad de elección.

Si, por el contrario, la presión del grupo no se lo permite, se producirán efectos negativos, especialmente en aquellos adolescentes vulnerables y necesitados de un marco de contención y de pertenencia, que por su propia historia personal hacen ocupaciones violentas o de silencio, ya sea en el hogar en la escuela o la comunidad.

#### **1.1.10.5. ADOLESCENCIA Y VIDA ESCOLAR**

Los sentimientos que la acompañan son de temor ante la posibilidad de no estar preparados para afrontar con solvencia estos cambios, de desosiego ante lo desconocido. De ahí que la transición a la vida activa adquiera especial relevancia en la adolescencia.

La calidad de las capacidades desarrolladas por el sistema educativo, preferentemente, y la formación adquirida a lo largo de la vida marcarán el rumbo de la proyección vital de los/las jóvenes, bien sea como empresarios o como trabajadores, consiguiendo así una vida cotidiana digna, justa y equitativa.

En este sentido la educación obligatoria debe ayudar a los alumnos y alumnas a despejar dudas y prepararles adecuadamente para que afronten su transición a la vida adulta y activa en condiciones óptimas, resolviendo positivamente sus procesos personales de transición.

Esta función orientadora, debe incidir en la potenciación de la igualdad de oportunidades para los/las adolescentes, abriendo nuevas perspectivas de desarrollo profesional que superen los roles sexistas aún existentes en nuestra sociedad y tomando como base el respeto por las necesidades personales.

Más particularmente esta orientación escolar debe dirigirse al desarrollo de capacidades tales como:

- Formar una imagen de sí mismo, de sus características y posibilidades en relación con su entorno socio- profesional, favoreciendo el autoconocimiento respecto de sus intereses y motivadores.

- Actuar con creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor en la elaboración y desarrollo de estrategias personales de formación y profesionalización a partir del conocimiento de sus características y potenciales.
- Tomar decisiones responsables, fruto del contraste entre el autoconocimiento, la observación y la comprensión del entorno socioeconómico.
- Mantiene una actitud de indagación y curiosidad por conocer las características y las demandas de su entorno socioeconómico local participando e interviniendo en el desarrollo del mismo con autonomía y sentido.
- Mantener una actitud de indignación y curiosidad por conocer las características y las demandas de su entorno socioeconómico local, participando e interviniendo en el desarrollo del mismo con autonomía y sentido de la iniciativa.
- Tomar conciencia de las desigualdades existentes por razón de sexo, contribuyendo activamente en los cambios de actitudes que favorecen la igualdad de oportunidades.
- Reforzar competencias que permitan el desarrollo de un proyecto de vida satisfactorio.

### **1.11. ADOLESCENTES Y REDES SOCIALES**

El desarrollo y uso de las redes sociales digitales en el actual siglo, demanda de padres y educadores una correcta valoración de los usos positivos y negativos que puedan darse a las mismas, de forma particular entre niños y adolescentes.

De forma particular, la masificación de los denominados Smartphone, obliga a repensar las estrategias de supervisión y control de niños y jóvenes (ITE, 2014, p. 28).

El mayor problema educativo que pueden representar las redes sociales para niños y adolescentes es el tiempo que destinan a su uso, así como los contenidos que visitan y comparten (Castro, 2016, p. 65).

Además de ello, según lo expuesto en esta investigación, está el riesgo que puede entrañar la inscripción a algún grupo o página que no brinde las medidas de seguridad necesarias

para cuidar el bienestar físico y psicológico de los grupos vulnerables, como los examinados en este estudio.

El impacto, en este sentido, puede ser positivo o negativo. Positivo, si el estudiante está apropiadamente informado sobre lo que encontrará en las RRSS (Redes Sociales) cuando puede enfrentar situaciones difíciles con usuarios peligrosos, y tiene la suficiente confianza en sus padres o tutores para comunicarles cualquier situación anómala. Asimismo, cada vez que intercambia criterios, puntos de vista e información sobre cualquier tema con sus compañeros y familiares del mundo real con una cuenta en las RRSS (Redes Sociales) construye relaciones duraderas los mismos aunque difieran sus enfoques sobre cualquier situación (Piscitelli, 1998, p. 35). Lo contrario, supondrá un uso negativo, especialmente cuando no existe una sólida comunicación entre padres e hijos, generándose seres vulnerables y sin preparación para manejar las situaciones de riesgo en el mundo virtual.

Entonces, es importante la continua supervisión de un adulto sobre el tiempo que destina un niño o adolescente, así como los contenidos que visita y comparte. Dicha supervisión no implica tener una persona mayor al lado cada vez que el estudiante inicia actividades en las redes sociales. Se trata de reforzar la comunicación, generar confianza suficiente, y explicar, en todo lo que sea posible, los riesgos y gratificaciones que encontrará en el uso de las RRSS (Redes Sociales) (Piscitelli, 1998, p. 36)

## **1.12. TRASTORNOS PSICOLÓGICOS DE LA ADOLESCENCIA**

Entre los trastornos psicológicos más comunes en la adolescencia están:

### **1.12.1. LA DEPRESIÓN**

La adolescencia es quizás la época más complicada en todo el ciclo de la vida humana. No conocer porque la maduración empieza cuando lo hace, tampoco explicar cuál es el mecanismo exacto en la que la desencadena, solo que a cierta edad determinada por factores biológicos esto ocurre. (Pintado, Jiménez, Padilla, Guerra, & Antelo, 2010, p. 38).

La consideración inicial para detectar la depresión es la etapa de la vida en que puede ser más frecuente, que es la adolescencia. Ante esto, los familiares deben estar atentos por

cualquier señal que evidencia el adolescente en su comportamiento o su trato con los familiares, pero evitando generar falsas alarmas.

Los autores citados sugieren no confundir cualquier comportamiento inusual como una depresión auténtica, recordando la misma que es “el estado de infelicidad permanente sin causa conocida razonable” (Pintado, Jiménez, Padilla, Guerra, & Antelo, 2010, p. 28)

La depresión puede ser un síndrome; es decir, un conjunto de síntomas, o bien, puede aparecer como síntoma asociado en otra entidad o trastorno, por ejemplo, como consecuencia de una enfermedad.

Los estados de somnolencia, propios de la adolescencia, pueden ocultar la depresión, por lo que los padres deben estar atentos a otras señales que pueda estar emitiendo el joven, como encerrarse a solas en su habitación por períodos prolongados, demorar más de lo habitual para compartir la mesa con la familia y otros, pueden ser síntomas a tomar en cuenta y que la propia experiencia cotidiana de quienes cohabitan con jóvenes no pueden pasar por alto.

La persona depresiva tiende a desarrollar estrategias de autoayuda, generalmente como medidas de desesperación, como el consumo de bebidas alcohólicas o sustancias controladas. El uso excesivo de internet suele estar asociado a esta problemática cuando el sujeto reemplaza sus relaciones familiares o escolares por relaciones virtuales, con personas de diferentes edades en distintos países del mundo, quienes no siempre tienen las mejores intenciones (Castro, 2016, p. 40).

### **1.12.2. ANSIEDAD**

El adolescente es una persona nerviosa por naturaleza. No es para menos, con tantos cambios en su cuerpo y en su entorno. Sin embargo, la ansiedad ha de permanecer siempre entre unos límites, para no interferir de manera negativa en la vida del joven. A mayor

ansiedad, por ejemplo, peores resultados académicos (Pintado, Jiménez, Padilla, Guerra, & Antelo, 2010, p. 30)

Los jóvenes con niveles altos de ansiedad, suelen mostrarse inseguros, perfeccionistas, con gran necesidad de recibir la aprobación de los demás para que les aseguren la calidad de lo que hacen. Confían poco en sí mismos, les da miedo cualquier situación y requieren la constante presencia del adulto para enfrentarse a sus temores.

La ansiedad en el caso de estudio se traduce por el interés marcado de adolescentes o niños por ingresar a Facebook. Esto puede generar momentos difíciles con el resto de la familia, sea con sus hermanos o con sus padres, al almacenar la computadora en sus conversaciones personales, cuando se dispone de un solo equipo para toda la familia, o por las horas prolongadas de encierro en su habitación, cuando dispone de un celular exclusivo. A eso, se suma la frustración sentir cuando no cumplen sus deseos de conversar con sus contactos, cuando por alguna limitación de los padres o por algún problema técnico de su celular, se ven impedidos de acceder a Facebook.

#### **1.12.2 ANSIEDAD DE SEPARACIÓN**

Un tipo concreto de ansiedad, que experimentan algunos adolescentes ante la posibilidad de tener que separarse de sus padres, o de aquellas personas queridas. Sienten un gran temor a los ladrones. A que les pase algo a sus padres. Antes de admitir el verdadero motivo (no querer separarse de sus seres queridos) dan mil justificaciones, incluso pueden presentar un cuadro físico muy espectacular con vértigos, desmayos, dolores de barriga o latidos fuertes del corazón.

Al joven le queda, durante mucho tiempo, el temor a que se repita este episodio, por lo mal que lo pasa; con lo que no es de extrañar que por un tiempo no quieran salir solos, o incluso que no quieran salir de casa (Rubín, 2015, pág. 75).

Este problema se relaciona con el anterior, según lo expresado, de forma particular cuando se niega al adolescente a no acceder a Facebook por un tiempo prolongado.

#### **1.12.3. ESTRÉS**

La vida presta abundantes factores de estrés en la etapa de mayor fragilidad de la personalidad. Los síntomas de estrés son (Corbin, 2017, pág. 42):

- Cansancio, dolores de cabeza, dolores de espalda u otras molestias.
- Comer, beber o fumar en exceso.
- Actitud depresiva, tristeza, llanto y desesperanza.
- Nerviosismo, inquietud y ánimo preocupado.
- Dificultad para concentrarse.
- Brotes de mal genio (rabietas).
- Repentinamente fugas del hogar.
- Por el contrario, incomunicación social.

Como se puede ver, el estrés está presente desde temprana edad en la vida humana, y el acceso a las RRSS (Redes Sociales) puede debilitar ese problema, especialmente cuando los padres se percatan de alguna anomalía en el comportamiento de los hijos, con cualquiera de los síntomas referidos y relacionan el problema con el prolongado tiempo que el hijo usa Facebook u otra red. En tales circunstancias, los hijos pueden montar escenas de violencia verbal o incluso física hacia sus padres o hermanos, agravando la situación.

Algunos jóvenes saben encajar bien la llegada del estrés y se sobreponen con facilidad; otros se sienten incapaces de superar estas situaciones, manifestando una serie de conductas desproporcionadas. Estos son los adolescentes con problemas de adaptación.

- No se trata de conductas normales ante una situación determinada, como, por ejemplo, la lógica reacción de dolor ante la pérdida de un ser querido. Se trata de reacciones, normalmente, con una mezcla de depresión y ansiedad. También pueden manifestarse por alteraciones severas de la conducta, como vandalismo, conducción irresponsable, peleas o incumplimiento de las normas sociales propias de su edad. En caso de existir una causa de estrés, concreta y conocida por el adolescente y su entorno, las reacciones desadaptativas, Nerviosismo, inquietud y ánimo preocupado.
- Dificultad para concentrarse.
- Brotes de mal genio (rabietas).
- Repentinamente fugas del hogar.
- Por el contrario, incomunicación social.

Como se puede ver, el estrés está presente desde temprana edad en la vida humana, y el acceso a las RRSS (Redes Sociales) puede debilitar ese problema, especialmente cuando los padres se percatan de alguna anomalía en el comportamiento de los hijos, con cualquiera de los síntomas referidos, y relacionan el problema con el prolongado tiempo que el hijo usa Facebook u otra red. En tales circunstancias, los hijos pueden montar escenas de violencia verbal o incluso física hacia sus padres o hermanos, agravando la situación.

#### **1.12.4 AGRESIVIDAD**

En todo comportamiento humano existe un componente químico y otro aprendido. En situaciones parecidas, dos personas pueden reaccionar de maneras muy diferentes.

¿Debido a los genes? quizá. Es bien sabido, que los niños humillados y maltratados tienden a volverse emocionalmente insensibles a esta situación y aprenden que la agresión, es la respuesta automática ante las contrariedades. Con lo que de adultos, repetirán este tipo de escenas, siendo ahora ellos los agresores. Es una etapa donde se van dejando atrás los valores de la infancia, y hay una necesidad de encontrar nuevos valores más acordes con los cambios que empiezan a percibir.

Puede existir decepción con la sociedad que encuentran, y querer cambiarlo absolutamente todo. Pueden culpabilizar a la familia por lo que no les gusta. En definitiva, “pueden sentirse tremendamente solos, con lo que desarrollarán unos mecanismos de defensa que fácilmente se convierten en agresivos” (Rubín, 2015, pág. 45)

#### **1.12.5 CAUSAS DE LA AGRESIVIDAD**

La situación económica: pobreza, desempleo, discriminación, marcadas desigualdades económicas, desequilibrio entre las aspiraciones y las oportunidades. Las tensiones de una sociedad competitiva, donde se valora la acumulación de bienes exclusivamente materiales. Suelen aparecer a los tres meses de tener lugar dicho acontecimiento estresante; aunque normalmente son un conjunto de factores los que están influyendo sobre el joven” (Rubín, 2015, pág. 47)

Esta cita indica que son diversos los factores que impulsan la desadaptación del joven a su contexto social, generando otras complicaciones mayores para él y su familia. Entre otros factores, se pueden identificar:

- Terminación brusca de un noviazgo.
- Dificultades de integración escolar.
- Aislamiento social, falta de amigos.
- Problemas de relación con los padres.

La situación económica: pobreza, desempleo, discriminación, marcadas desigualdades económicas, desequilibrio entre las aspiraciones y las oportunidades. Las tensiones de una sociedad competitiva, donde se valora la acumulación de bienes exclusivamente materiales.

En cuanto a los factores ambientales, y desde un punto de vista práctico, la familia puede tomar la iniciativa, para evitar o neutralizar conductas de riesgo en los adolescentes.

Los usuarios de Facebook víctimas del juego “La Ballena Azul” pueden propender a reducir sus muestras de agresividad, según lo antes indicado, aunque pueden presentar episodios violentos cuando se les limita el acceso a las RRSS (Redes Sociales), o cuando perciben el desinterés de su familia en su situación.

Sea una u otra cosa, el adolescente o niño desea llamar la atención de su círculo familiar y cuando no lo logra, puede desarrollar los comportamientos antes mencionados.

#### **1.12.6. TIMIDEZ**

Ese muchacho encantador, organizado y trabajador, cuando vienen visitas a casa, no sabe dónde meterse. Utiliza mil excusas para no salir a saludar y cuando no le queda más remedio que hacerlo, actúa torpemente, se queda parado en un rincón sin abrir la boca.

Síntomas, que aparecen cuando el adolescente debe hablar con otras personas.

- Enrojecimiento facial.
- Temblor de manos.
- Palpitaciones
- Sudores.
- Sequedad de boca.
- Tartamudeo.
- Sale corriendo en cuanto puede.

Sólo cuando la timidez tenga importantes repercusiones en la vida del joven, se recurrirá a la ayuda de un especialista, que utilizará técnicas de psicoterapia de apoyo. (Rubín, 2015, pág. 49)

#### **1.12.7 ANOREXIA Y LA BULIMIA**

Son trastornos de la alimentación más comunes en jóvenes, aunque no son los únicos, se trata de enfermedades en las que la comida y el peso se transforman en una obsesión, las personas más dispuestas a sufrir estas enfermedades son perfeccionistas, inseguros, dispuestas a cumplir lo que los demás esperan de ellas y muy controladoras de sus pensamientos y apariencias.

En el caso de la bulimia hay que tener cuidado porque puede permanecer en secreto durante mucho tiempo, hasta que comienza a aparecer los problemas de salud, esta enfermedad se caracteriza por tremendos atracones de comida y después, el temor de que la comida le haga engordar, por lo que desarrollan actitudes para evitarlo: vómitos, periodos de ayuno, laxantes.

En ambos casos es importante acudir a especialistas que trabajen tanto en psicología como emocionalmente. Se recomienda evitar la hospitalización, siempre que se pueda.

Es decir, los padres y otros familiares de los adolescentes que manifiesten conductas extrañas, deben ejercer una presión sutil, motivándolos a salir, a realizar más actividades en familia, practicar algún deporte, conversar más con los mismos, de forma que cualquier alteración sea oportunamente detectada y efectivamente tratada.

#### **1.13. RIESGO CIBERNÉTICO**

La categoría riesgo cibernético está asociada a las amenazas a la red informática doméstica o empresarial, y se constituye en materia de estudio para los especialistas en seguridad digital. Según los expertos, existen ocho tipos principales de amenazas a la seguridad digital: ingeniería de los medios sociales, servicios en la nube, factores de riesgo externos, seguridad HTML, las APTs, BYOD, Malware y Botnets (IDS, 2014, p. 52).

Aunque no guardan relación directa con el tema de estudio, interesa mencionar la amenaza identificada como ingeniería de los medios sociales, tomando en cuenta la vulnerabilidad de los perfiles de Facebook, que pueden ser suplantados o manipulados

por un tercero, a partir del cual se pueden enviar mensajes contaminados a los contactos del perfil vulnerado, y a partir de esto obtener datos e información confidencial, con el propósito de vaciar cuentas, o, como en el caso de estudio, persuadir a otros usuarios a participar de peligrosos juegos para la salud, la integridad y la vida humana (Llavina, 2016, pág. 32).

#### **1.14. FACEBOOK Y EL CASO “LA BALLENA AZUL”**

Las redes sociales adquirieron una fuerza increíble en el mundo actual y su influencia en las nuevas generaciones es innegable. Tienen efectos positivos en la sociedad, pero también son utilizadas con fines maliciosos y surgen hechos fatídicos que se hacen fenómenos globales, como el caso La Ballena Azul, que se constituye en el objeto de estudio, consistente en retos que han alarmado a las autoridades y las familias.

##### **1.14.1. ANTECEDENTES**

La Ballena Azul es un juego desarrollado a través de las redes sociales. Generó gran preocupación mundial debido a la incitación a los jóvenes adolescentes a superar retos y pruebas que van desde simples actividades como mirar películas de terror hasta la autolesión y el suicidio. Aunque no existe amplia información de los antecedentes, se detectaron varios casos aislados en diversos países y otros aparentemente relacionados con la aplicación. Según medios rusos, este juego se inició en dicho país, en la red social Vkontakte (Vk) que pudo haber sido la causa de aproximadamente 130 suicidios en adolescentes.

El primer caso conocido fue identificado en Rusia el año 2016, cuando un artículo periodístico del diario Novaya Gazeta afirmó que los 130 suicidios de menores de edad registrados ese año se debieron, en su mayoría, al reto de la Ballena Azul. El mismo medio lo desmintió luego y una organización periodística como Snopes, encargada de verificar hechos, tiene este asunto en la categoría de “sin confirmar”.

El falso testimonio de Novaya Gazeta sacó de lo profundo de Vkontakte a la Ballena Azul y esta se sumergió en Facebook, donde el espectro de usuarios potenciales crece de forma exponencial. Aunque hasta el momento no existe confirmación oficial que relacione a la macabra treta con los casos de menores que intentaron quitarse la vida, el hecho llama a

la reflexión, pues los adolescentes son el grupo etario más vulnerable entre los usuarios de internet (Guevara, 2017, pág. 33).

Sin embargo, a lo largo del territorio de Rusia y en algunos países de Asia Central como Kazajstán y Kirguistán, La Ballena Azul se convirtió en un fenómeno viral preocupante, al ser muchos los casos de niños y adolescentes muertos por influencia de este juego.

La Ballena Azul surge como un juego en línea al que acceden en grupos privados en redes sociales y su público objetivo está constituido principalmente por adolescentes. Este juego tendría su origen en V Kontakte, red social rusa. Los participantes deben seguir las instrucciones de alguna persona conocida como “el guardián”, designada por un período de cincuenta días, en los que debe cumplir diversas tareas. Los retos se van intensificando hasta llegar al suicidio saltando de una ventana o en caída libre para ser “libre”. El engaño cibernético simula el comportamiento de las ballenas azules que van a morir en alguna playa apartada, lejos de los suyos. (Guevara, 2017, pág. 36)

Este fenómeno se convirtió en un problema social preocupante por haberse extendido gracias a las redes sociales, principalmente Facebook. Tuvo un impacto negativo en la población adolescente, quienes son considerados un público en riesgo debido a las constantes transformaciones, cambios a nivel físico, cognitivo, social y psicológico que generalmente experimentan mientras consolidan su personalidad.

Los adolescentes son fácilmente influenciados, sobre todo si no cuentan con figuras cercanas capaces de contrarrestar esa influencia del juego. En estas circunstancias, el juego tiene un impacto negativo en la salud emocional y física de sus participantes. Además, las redes sociales se han popularizado tanto que no existe un límite real para el ingreso y los adolescentes se vuelven adictos en poco tiempo, carentes de la información necesaria para valorar los riesgos a los que se exponen.

Entonces, por ser la adolescencia un periodo de formación de personalidad, este trance debe ser llevado con base en una comunicación efectiva. La tecnología no es mala en sí misma. Depende del uso y la preparación previa para obtener cualquier beneficio.

Los participantes deben pasar por varias pruebas, como tatuarse una Ballena Azul con un cuchillo, saltar al vacío desde grandes alturas, ver películas de terror el día entero, o

permanecer largos periodos de tiempo despiertos. La última prueba consiste en suicidarse (Corbin, 2017, pág. 61)

El juego tiene un funcionamiento simple, pero peligroso y hasta letal. Una vez iniciado el juego, los administradores asignan a los jugadores diferentes tareas durante 50 días, las cuales deben ser superadas, y finalmente exigen al participante que se auto elimine.

En un estudio ruso, comentado en un artículo online se expresó lo siguiente:

Casi tres cuartas partes de una muestra de personas con tendencias suicidas revelaron algún tipo de uso de internet vinculado al suicidio en algún momento de sus vidas. Sergey Khazov-Cassia, periodista de Radio Liberty y autor de un extenso reportaje sobre la Ballena Azul, ve también pocas opciones de que el juego sea la única causa de peligro: “El sistema de apoyo psicológico a menores en Rusia casi no existe. Sin duda es más simple de acusar un juego místico que decir que es una responsabilidad de los padres, de la escuela o de la sociedad en general (Llanera, 2017, pág. 29).

Lo interesante de lo citado, es que existe una triangulación de componentes importantes que están ligados al suicidio, donde la familia, factores sociales y las redes incitan al joven quebrantado mentalmente, al suicidio. Este tipo de juegos son lo que terminan de potenciar este comportamiento suicida.

En España, un reportaje periodístico de ABC y TV3, detectó 5 alumnos que seguían el reto suicida de la Ballena Azul. Dos de ellos ya se habían realizado cortes en los brazos con el dibujo F57, requerido en la primera prueba. Las consejerías escolares reforzaron las tutorías sobre los riesgos de internet y las redes sociales, y efectúan seguimientos de los casos referidos (ABC, 2017, pág. 18)

Otro reportaje, en marzo del 2017, del Diario NVI noticias, en la ciudad de México, identificó otra víctima, estudiante de secundaria, quien se encontraba jugando la Ballena Azul, siguiendo las indicaciones del juego a través de la comunidad de Facebook.

Entre las características de la víctima, los periodistas hallaron lesiones en su brazo y un comportamiento extraño propio del juego. (NVInoticias, 2017, pág. 20).

En Colombia se identificaron 3 casos a mediados de abril de 2017 vinculados al fenómeno del juego y en Ecuador, aunque no hay reportes confirmados sobre víctimas, se puso en

alerta a la población sobre el juego y su relación con las redes sociales (Tabaola, 2017, pág. 28)

#### **1.14.2. ANÁLISIS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL**

La Ballena Azul es una aplicación online, presentada en plataformas como Facebook y Twitter, entre otras. Se centra en los adolescentes, caracterizados por atravesar un periodo de definición de su personalidad, inseguridad y una mayor propensión a ser manipulados.

Como se describió anteriormente, los retos de este juego van aumentando al pasar los días hasta llegar al suicidio del adolescente.

La razón por la cual los jóvenes propenden a participar de estos juegos es por tener rasgos similares a la hipnosis. Los administradores comienzan con retos sencillos, pero según avanzan incorporan más intensidad en las tareas a cumplir y esto va envolviendo al joven haciéndole caer en una espiral adictiva.

Los adolescentes actuales pertenecen a la era digital, donde se manejan diversas redes sociales sin supervisión y no pertenecer a una red social es sentirse fuera de la sociedad. Carecer de supervisión adulta da a los adolescentes una falsa seguridad, convenciéndoles que nada les puede suceder y todo lo tienen bajo control.

El ser humano necesita 21 días para modificar un hábito, incluso una creencia a nivel de inconsciente. Sin darse cuenta, al pasar los días el adolescente va perdiendo la conciencia sobre lo hecho los primeros días del juego.

Finalmente, el cerebro a nivel neuroquímico no distingue entre la fantasía y la realidad, dejándose llevar por las descargas de dopaminas y adrenalina que produce el juego, alcanzando el centro de recompensa. Esto provoca en el sujeto la pérdida del criterio de realidad. Continuar en este desafío perverso produce placer al individuo y estar inmerso en este mundo virtual, pero con acciones reales, incrementa la pasión. (Corbin, 2017, pág. 43).

El juego es manipulador, empujando al sujeto al suicidio, porque el cerebro inconsciente (emoción) es obediente y podría decirse que le gana al consciente (racional), pues las emociones tienen más poder que la racionalidad.

Es importante la intervención de los padres para reconocer las señales que los hijos dan por los cambios en sus actitudes y forma de vida. Es necesario proteger y vigilar lo que ellos hacen dentro de estas redes, es significativo dar mayor protección a aquellos jóvenes que atraviesan estados depresivos o crisis familiares porque buscan refugio en personas virtuales de las diferentes plataformas, quienes pueden incitar al joven un cambio de comportamiento negativo.

Desde este punto de vista, la comunicación familiar es importante en este periodo. Los padres deben ocupar un rol de acompañamiento durante su crecimiento y abrir un espacio de comunicación efectiva que mejore la confianza en ellos.

### **1.14.3. ANÁLISIS DESDE EL ENFOQUE COMUNICACIONAL**

El fenómeno de la Ballena Azul ha sido motivo para diversos debates, entrevistas y artículos periodísticos. Aunque las cifras de los casos relacionados con el juego no fueron confirmadas, diversos periodistas opinan que se dio al tema un toque exagerado, haciendo una publicidad gratuita al juego, e incrementando sus efectos.

Los medios de comunicación aumentaron aún más la curiosidad sobre el juego en la población adolescente (FNPI, 2017, pág. 33).

Sobre el particular, Jaramillo (2017, p. 55) señala:

La publicación distorsionada y exagerada de un hecho real, más uso inapropiado de lenguaje y descripción detallada de los retos están produciendo resultados preocupantes. Según la Dijin (Dirección de Investigación Criminal e Interpol), los grupos cerrados de la Ballena Azul en Facebook pasaron de tener entre 20 y 70 miembros a más de 3.000 o 4.000. Esto, sin contar con la aparición de muchos más grupos que aprovecharon la popularidad gratuita que les dieron los medios.

En función de lo señalado, el periodismo debe evaluar el tratamiento dado a los hechos noticiosos, evitando el morbo y mostrando más rigurosidad. Se necesita un mejor criterio sobre lo que se publica. La idea es aprovechar al máximo el medio para enfrentar estos riesgos y reducir el daño, creando conciencia y evitando incitar a la demanda del juego.

El juego La Ballena Azul, según se expuso anteriormente, creó gran temor entre los padres de niños y adolescentes en prácticamente el mundo entero. Philip Budeikin, de la

Federación Rusa, de 21 años, estudiante expulsado de la carrera de psicología, detenido desde el 15 de noviembre de 2016, confesó haber inventado el juego de La Ballena Azul, con el cual pretendía para incentivar al suicidio. El joven de 21 años señaló haber dividido a los jugadores en dos grupos: 1) en gente, y, 2) residuos biodegradables. Estos últimos son considerados como personas sin valor para la sociedad. Según Budeikin, él estaba limpiando a la sociedad con este juego. (Minuto Uno, 2017, pág. 33)

El juego tiene la facilidad de expandirse rápidamente mediante redes sociales como Facebook, Twitter, WhatsApp y otras que ponen en riesgo la vida de los jóvenes. Este juego se maneja mediante los chats donde proveen enlaces a las víctimas.

Por tanto, las autoridades deben identificar las direcciones de IP potencialmente nocivas y mantener control sobre ellas. En base a esta razón, es necesario informar al respecto sin caer en la exageración que despierte la curiosidad del juego en los adolescentes. Se debe actuar de forma equitativa, objetiva y crítica, precautelando el bienestar de la colectividad.

Con el mismo enfoque, se debe resaltar que los medios de comunicación como la televisión y las diferentes plataformas abordaron el tema de suicidio desde mucho tiempo, pero de manera negativa. Lo hacen a través de novelas, series, animes, que muestran historias donde el suicida es el protagonista. Estos modelos pueden invitar al sujeto a imitar tales conductas.

En este sentido, el suicidio es uno de los tabúes persistentes en la sociedad contemporánea. El drama que nadie quiere escuchar, pero que tampoco se trabaja lo suficiente en solucionar. Quienes deciden acabar con su vida quedan como incomprensidos, incapaces de superar las adversidades, porque pocas personas se preocuparon en explicar sobre las causas y efectos de un suicidio. Un suicidio es un rompecabezas de factores impredecibles y no tan comunes como se piensa. Es mucho menos habitual oír que los suicidas provienen de familias desestructuradas o disfuncionales (Guevara, 2017, pág. 26)

Informar sobre suicidios incrementa el riesgo de imitación y por esta razón la práctica profesional periodística tiende a no informar sobre suicidios, a no ser que éstos formen parte nuclear de una noticia, como en el caso de la Ballena Azul.

Es necesario informar sobre las causas planteando estrategias de prevención, pues la teoría de la imitación no es una leyenda. Si se informa sobre los casos de la Ballena Azul de una forma mediática, se está promocionando la imitación.

Según esta y otras fuentes, el juego fue originado en Rusia y cuenta con numerosos grupos de redes sociales. Consiste en crear grupos anónimos a los que se unían decenas de jóvenes para participar en lo que llamarían el reto de la Ballena Azul, el nombre proviene de la decisión que toman esos gigantes animales de encallar en las playas para morir. Dichos integrantes de los grupos anónimos son invitados a superar una prueba por día durante cincuenta días, para ello existen perfiles falsos en Facebook y reparten mensajes con determinados desafíos por medio de esa red social o a través de whatsapp.

Algunos desafíos obligan a los chicos despertarse en la madrugada a mirar videos de terror, cortarse el brazo con una navaja o acercarse al borde de un precipicio, la última prueba consiste en suicidarse al saltar desde un balcón, todas las demostraciones deben hacerse en un horario determinado es decir a las 4:20 de la madrugada, los implicados en esta serie de retos deben enviar fotografías que comprueben o certifiquen que los retos se han realizado con éxito (Perfil, 2017, pág. 22)

Se trata de 50 retos diarios que el jugador debe cumplir. La víctima es obligada a realizar dichos retos por medio de amenazas a familiares y todo tipo de sufrimientos (Metro 951, 2017, pág. 3):

1. Con un cuchillo o navaja de afeitar, escribir “F57” en alguna parte del cuerpo (generalmente palma de la mano o brazo) y luego enviar una foto al curador. El curador es el promotor o responsable máximo regional del juego La Ballena Azul y que supervisa el cumplimiento de los retos del juego.
2. Ver películas de terror y psicodelia a las 4:20 de la mañana. El curador le indicará cuales películas, recordando que va a hacer preguntas acerca de las escenas porque quiere saber si realmente las ha visto la víctima.
3. Hacer tres cortes en el brazo, no necesitan ser muy profundos. Enviar la imagen al curador.

4. Dibujar una Ballena Azul en un papel y enviar la imagen al curador.
5. Si se está listo para convertirse en una Ballena Azul, escribir “SI” en la pierna con un cuchillo. Si no es así, debe hacerse varios cortes fuertes castigándose.
6. Tarea secreta. El curador siempre cambia el sexto desafío, basado en el perfil de la víctima.
7. Dibujar con un cuchillo o navaja en la piel “f40”.
8. En la red social la víctima debe publicar “#i\_am\_whale” (Soy Ballena)
9. Se le da una misión en función del mayor temor de la víctima, debe superar ese miedo.
10. Despertar a las 4:20 de la mañana y subir a un tejado, entre más alto mejor.
11. Hacer un dibujo de una Ballena Azul en el brazo con una navaja y enviar la imagen al curador.
12. Ver películas de terror y psicodelia todo un día.
13. Escuchar las canciones que el curador le envíe.
14. Cortarse el labio.
15. Pincharse las manos con una aguja muchas veces.
16. Hacer algo doloroso, salir lastimado o enfermo.
17. Encontrar el techo más alto que pueda y quedarse de pie en el borde durante 22 minutos.
18. Encontrar un puente y pararse en el borde.
19. Hacer un enemigo.
20. El curador comprobará si la víctima es confiable. Acá pone una tarea según cada quien.
21. Tener una charla con otra Ballena Azul (otra víctima del juego) por Skype. El curador le mostrará otra Ballena Azul si es necesario.
22. Ir de nuevo a un techo alto, pero esta vez sentarse en la orilla con las piernas colgando.
23. Misión secreta fase 1.

24. Misión secreta fase 2.
25. Tener una cita con otra Ballena Azul.
26. El curador indicará la fecha de la muerte de la víctima y esta deberá aceptarla.
27. Despertar a las 4h20 am e ir a una vía férrea o un ferrocarril.
28. No hablar con nadie en todo un día.
29. Hacer un voto o juramento de que en realidad si es una Ballena Azul.
30. Cada día, se debe despertar a las 4h20 de la mañana ver vídeos de terror, escuchar música que le envía su curador, debe hacer un corte en su cuerpo por día y hablar con otra Ballena Azul.
50. Saltar de un edificio alto, ahorcarse, arrebatar su propia vida.

Un juego que cambia la vida no solo de la víctima sino también de familiares y amigos cercanos, como lo relata la madre de una de las víctimas de la Ballena Azul, en la siguiente entrevista, el dolor de una madre al ver a su hija ahorcada con una cinta que le pido días antes y ella no supo ver que su hija había caído en los desafíos de la famosa Ballena Azul, la pequeña Maylen con tan solo 13 años de edad se quitó la vida en un pueblo de Colombia. La madre nunca sospecho aun cuando la niña le hizo una pregunta como “mamá ¿existen las ballenas azules?”. Pero ni con preguntas como esas la madre se dio cuenta de que dos meses después fallecería su princesa, el miedo de conocer el mundo de las redes sociales que mato a su hija le hicieron atar cabos para entender que la pequeña había sido víctima del escalofriante juego de la Ballena Azul (El Mundo, 2017, pág. 16)

Para hacer frente y combatir al famoso juego viral llamado la Ballena Azul, se crea el desafío de la Ballena Rosa. Esta propuesta nace en Brasil, el primer país latinoamericano donde se registraron casos relacionados con el macabro juego de la Ballena Azul. El objetivo de estos nuevos desafíos es promover la alegría. El juego propone a los niños ser generosos con alguien, hacer reír a otra persona, expresar cariño, fomentar la autoestima, elogiar a un compañero que sufra acoso escolar o hacer nuevos amigos. El último reto consiste en salvar una vida. Con la creación de este juego, se quiere demostrar que internet también puede usarse para hacer el bien, así afirmaron los creadores de la Ballena Rosa (Diario Nuevo, 2017, pág. 8)

Un estudio reciente, publicado por Madelyn S. Gould y realizado desde la Division of Child and Adolescent Psychiatry and Division of Epidemiology, de la Universidad de Columbia y el Instituto Estatal de Psiquiatría de Nueva York sigue encontrando alarmantes las correlaciones que existen entre la representación del suicidio en las informaciones o en la ficción y los procesos de imitación.

También se manifiesta en este sentido Ana Azurmendi (2017, p. 22): experta en Derecho de la Comunicación y también profesora en la Universidad de Navarra

Se silencia, sí, pero no porque se trate de un tema tabú, sino porque se tiene miedo a no acertar en el tratamiento de la información. Aunque quizá hoy el problema de contagio o incluso de cierta presión hacia el suicidio se dé en redes sociales, donde se han advertido conductas de pacto de suicidio o la difusión de mensajes de apología del suicidio.

En conformidad con lo expresado, los medios de comunicación deben trabajar más en aportar soluciones a los diferentes problemas existentes en la sociedad.

En la actualidad, surgen cada vez más casos de suicidios, especialmente relacionados con redes sociales. Siendo necesario hacer con más prudencia en el manejo de la información de esta situación problemática para evitar la imitación. Por tanto, el periodista debe ser muy prudente con las informaciones relativas al suicidio, porque se ha comprobado psicológicamente que este tipo de noticias incitan a otras personas propensas a suicidarse y lo ven como un estímulo de imitación.

El juego de la Ballena Azul es un fenómeno que se esparce rápidamente por las redes sociales, especialmente en la comunidad adolescente. Sin embargo, los jóvenes capaces de ser envueltos por esta red malvada, poseen un perfil psicológico específico, entre los cuales pueden destacarse las siguientes características (Guevara, 2017, pág. 33).

- **IMITACIÓN:** En primer lugar, los lleva a involucrarse la imitación. Los sujetos más propensos a participar en el juego se encuentran entre los 15 y 20 años, porque buscan generar su propia identidad. Una forma de buscarla es imitando, participando en fenómenos sociales que lo hagan sentirse importantes, como el juego la Ballena Azul.
- **TRISTEZA:** Los jóvenes que se acercan a estos juegos son atrapados por la depresión. El sentimiento de tristeza los lleva a un mundo desahuciado. Aunque

el juego al inicio no dice claramente la prueba final, el joven debe sentir deseos de morir, por eso se acercan a esos retos suicidas.

- **CURIOSIDAD:** Otros jóvenes participan en estos juegos por pura curiosidad. La adrenalina generada por el juego origina adicción al mismo.
- **MANIPULABLE:** Normalmente estos jóvenes presentan baja autoestima, trastornos, se dejan influenciar rápidamente por líderes psicópatas. La capacidad de estos líderes es movilizar a masas. Tienen un carisma letal.
- **SUICIDIO:** El suicidio es una característica del adolescente que no se encuentra conforme consigo mismo, quien está en un etapa de tristeza.

La depresión de la infancia es una característica de personalidad muchas veces desapercibida y tiene una gran influencia cuando llegan a la adolescencia.

Las víctimas que participan en estos juegos son aquellas personas con personalidades débiles, dificultad para relacionarse, posiblemente con estados depresivos de fondo que fueron enmascaradas desde temprana edad o pasaron desapercibidos. Esto se une a una búsqueda de identidad, con la intención de parecerse a alguien.

El joven termina imitando a otro con la intención de agradar. Asimismo, los jóvenes sobrevaloran la tecnología, por considerarla su único medio para socializar y conocer personas, con la intención de buscar la aceptación.

Por tal razón es importante que los padres observen los cambios de conductas del adolescente, el humor y el aislamiento. La supervisión y comunicación de los padres es necesaria, y si el adolescente no cuenta con ello, se le suma la baja autoestima, que los hace vulnerables y manipulables, fácilmente caen en redes de líderes con gran simpatía, como los administradores de la Ballena Azul, que los manipula a su antojo hasta lograr su objetivo, el suicidio.

#### **1.14.4. EL JUEGO LA BALLENA AZUL Y LA SOCIEDAD**

Considerando que las principales víctimas del juego La Ballena Azul son adolescentes, en este subtítulo se desarrollan las características principales de esta población.

#### **CAUSAS Y EFECTOS DE PARTICIPAR EN LA BALLENA AZUL**

No existe una única causa ni un único efecto relacionados a la participación en este juego. Los factores que posibilitan la participación de una persona en el juego son (Perfil, 2017, p. 66):

- Edad predominante: entre 12 a 18 años. Si bien se identificaron casos donde la víctima tenía una edad diferente, el rango indicado es el prevalente.

Al ser una de las etapas más conflictivas en el desarrollo para toda persona, los adolescentes tienen una mayor vulnerabilidad y son más fácilmente influenciados por grupos con una visión diferente a la que ven de forma cotidiana.

- Autoestima baja, con depresión, provenientes de familias disfuncionales, vulnerables a la adicción de drogas y alcohol.
- Hijos con padres ausentes. Sea que uno de los padres haya dejado el hogar, o que dedique muchas horas al trabajo, se tiende a desarrollar una figura ausente, y en consecuencia, la personalidad tiende a desarrollarse con un afecto limitado.

Esos serían las principales causas para que un adolescente participe en el peligroso juego analizado. Entre los principales efectos están (Guevara, 2017, p. 36):

- Aislamiento de la familia o sus grupos de amigos. La personalidad no integrada a su entorno inmediato, que propende a una vida solitaria, con mayor afinidad por la vida digital que por las relaciones reales, se niega a participar en actividades colectivas o grupales.
- Divagación y falta de concentración en la vida escolar. Si un estudiante era antes activo y participativo, repentinamente pierde interés, e incluso sus notas tienden a bajar.
- Pérdida de interés por actividades que antes lo motivaban, como los partidos de fútbol, paseos familiares.

#### **1.14.5. INVESTIGACIÓN DE CASOS VINCULADOS AL JUEGO LA BALLENA AZUL**

En España, el mes de mayo de 2017 se reportó un caso donde una estudiante de entre 13 y 14 años se inició en este juego. Una de las profesoras denunció el hecho, y se preparó la respectiva investigación (RT, 2017, p. 36)

Al ser la víctima menor de edad, se mantiene en reserva su identidad, pero se dieron a conocer algunas fotografías del brazo y el cuaderno de la referida estudiante, como se puede apreciar en las siguientes imágenes:



Figura. Herida con cuchillo donde se forma la figura de la Ballena Azul.

Fuente: (RT, 2017, p. 37)

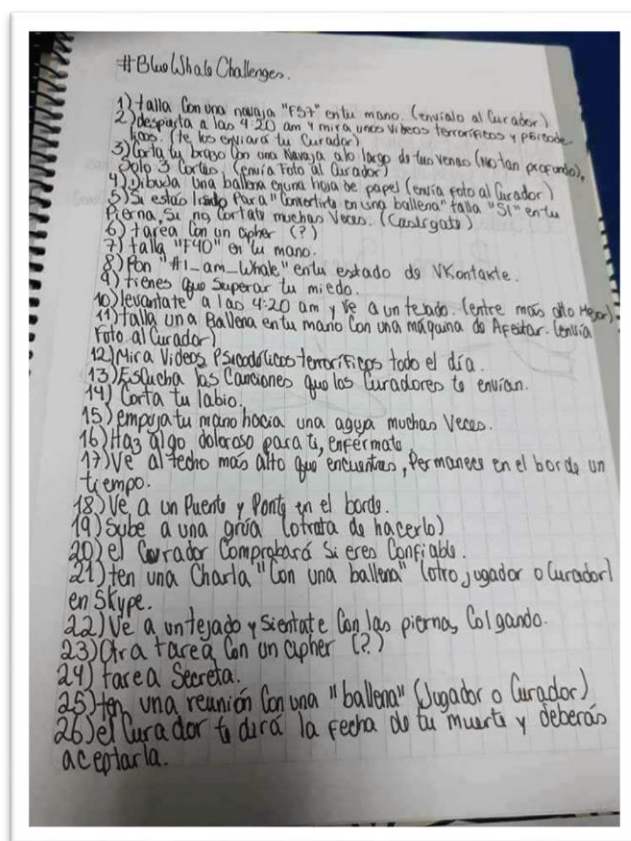


Figura. Parte de los retos encontrados entre el material escolar de la víctima.

Fuente: (RT, 2017, p. 38)

Otro de los muchos casos reportados se presentó en la provincia argentina de Córdoba, donde una adolescente de 15 años fue rescatada antes de suicidarse, cuando ya tenía una participación bastante avanzada en el juego. Este caso llamó la atención, entre otras cosas, porque la víctima sufría acoso escolar cibernético, y amenazó por la red de Facebook con matar a todos los miembros de su familia, y luego suicidarse. No se debe confundir el acoso escolar, más conocido como bullying, “como un factor determinante para la participación de la víctima en este juego, pero, al menos en este caso, fue decisivo para arrinconar a la adolescente” (Minuto 1, 2017, p. 5)

### 1.15 ADOLESCENCIA Y SU DESARROLLO

La adolescencia marca el comienzo del desarrollo de procesos más complejos de la vida de una persona también se los conoce como operaciones lógico formal dentro de esto se desarrolla el pensamiento lógico abstracto, la capacidad de razonar a partir de principios

conocidos, considerando diversos puntos de vista según sus criterios variables y la capacidad de pensar acerca del proceso del pensamiento.

Algunos autores definen la adolescencia de la siguiente manera:

**STANLEY** “Las cualidades del cuerpo y del espíritu son nuevas, los rasgos humanos surgen el desenvolvimiento es menos gradual y más violento, en el proceso de la adolescencia surgen funciones importantes hasta inexistentes”.

**SHOPEN** “La lucha entre el niño y el hombre, como el esfuerzo del individuo para formarse automáticamente y comprender el sentido de la propia existencia”.

**MIRA Y LÓPEZ** “La adolescencia es el periodo de crecimiento acelerado, el llamado estirón, que separa a la niñez de la edad adulta”.

**BERNARD** “Es preciso establecer distinción neta entre la pubertad y adolescencia, la pubertad se refiere esencialmente a la maduración física de los órganos sexuales, mientras que la adolescencia comprende el proceso total del crecimiento de una persona”.

**HENRY PIERON** “Esto se refiere al despertar de los organismos femeninos y masculinos, teniendo en cuenta la fase de crisis orgánica y afectiva de efervescencia, en el cual las interferencias hormonales, las modifican de las tendencias que suscitan”.

**PAUL SWARTS** “La adolescencia designa el periodo de crecimiento corporal que se extiende desde la pubertad hasta la adquisición de la madurez fisiológica, dicho desarrollo psicológico se refiere a la evaluación de la conducta desde la pubertad hasta la edad adulta.

Dentro de la adolescencia se sufren algunos cambios cognitivos que se manifiestan de la siguiente manera:

Los adolescentes adquieren la capacidad de pensar sistemáticamente acerca de todas las relaciones lógicas, el proceso que cada adolescente realiza en el desarrollo de su capacidad de elaborar pensamientos más complejos se lleva cabo de formas diferente, es decir, cada adolescente genera un punto de vista propio acerca del mundo y su entorno, es posible que algunos apliquen las operaciones lógicas a la resolución de las tareas escolares antes de poder aplicarlas a los dilemas de la vida cotidiana, la habilidad de

considerar posibilidades y hechos puede influir ya sea de manera positiva o negativa en la toma de decisiones.

El proceso implica el desarrollo más simple o complejo que se evidencia a través de ciertos indicadores, entre los que se incluyen

- Adolescencia precoz la misma, que consiste en la toma de decisiones personales en el colegio u hogar.
- Se comienza a cuestionar la autoridad y las normas de la sociedad.
- Empieza a formar sus propios pensamientos y puntos de vista sobre temas diversos que generalmente van relacionados con la vida diaria, preguntas frecuentes que ayuden a esclarecer sus ideas y pensamientos, por ejemplo:

¿Cuáles son los mejores deportes para practicar?

¿Cuáles son los grupos más convenientes para incluirse?

¿Qué aspecto personal es atractivo o deseable?

¿Qué reglas establecidas por los padres deberían cambiarse?

Preguntas simples pero que en el periodo de la adolescencia marcan gran importancia en la vida cotidiana.

### **1.15.1 ADOLESCENCIA MEDIA**

Debido a que el adolescente cuenta ya con algo más de experiencia en el uso de los procesos del pensamiento más complejo, el énfasis en la adolescencia media frecuentemente se extiende e incluye cuestiones más filosóficas y futuristas, entre las que se incluyen.

- El adolescente que se encuentra en esta etapa suele cuestionar con una mayor profundidad.
- Suelen analizar también con mayor profundidad.
- Piensa acerca de su propio código ético y comienza a elaborarlo.
- Piensa acerca de diferentes posibilidades para el futuro y comienza a considerarlas sistemáticamente.
- Piensa sobre sus propios planes y comienza a elaborarlos.

- Comienza a pensar a largo plazo.

El hecho de que el adolescente piensa sistemáticamente comienza a influir en su relación con los demás.

### **1.15.2 ADOLESCENCIA TARDÍA**

Esta adolescencia inicia entre los 17 y 18 años, esta etapa se disminuye la velocidad de crecimiento y empieza a recuperar la armonía en la producción de los diferentes segmentos corporales; estos cambios van dando seguridad y se empieza a tener el control de emociones, tiene más independencia y autonomía, se empieza a percibir las presiones de las responsabilidades, presentes, ya sea por iniciativa propia o por el sistema social (Papalia, Olds, & Feldman, 2015, p. 49)

Durante la adolescencia tardía, los procesos de pensamiento complejos se utilizan para concentrarse en conceptos menos egocéntricos y en la toma de decisiones.

El adolescente se encuentra en una etapa que piensa con mayor frecuencia en conceptos globales como son la justicia, la historia, la política y el patriotismo, frecuentemente, se desarrolla puntos de vista idealistas acerca de temas o cuestiones específicas.

Los adolescentes comienzan a dirigir el pensamiento hacia la decisión de optar por una carrera.

### **1.15.3 ADOLESCENCIA Y SUS EMOCIONES**

La adolescencia es una etapa de la vida caracterizada por el cúmulo de cambios que se producen, a los adolescentes no solo afectan los cambios físicos pues también hay cambios importantes a nivel de desarrollo emocional y mental (Papalia, Olds, & Feldman, 2015, pág. 52)

Los cerebros funcionan de una forma acelerada, debe asumir los cambios que se están produciendo en su cuerpo y en sus vidas y a veces sienten que nadie les puede entender, no es fácil ser adolescente pero tampoco es fácil ser padre de adolescentes, ellos están con sensibilidad a flor de piel y a veces, los padres perdemos un poco la paciencia y olvidan que también tuvieron esas vivencias.

Los cambios físicos que los adolescentes sufren son muy evidentes, pero los emocionales no pasan desapercibidos. Puede que les invada la tristeza, que sientan ganas de llorar, que estén más rebeldes de lo normal.

**PROBLEMAS DE AUTOESTIMA:** En ocasiones si los adolescentes reciben muchas críticas ya sea de sus padres o de otros compañeros puede instalarse en ellos la idea de que no sirven para nada, de que todo lo hacen mal.

**DEPRESIÓN:** Las señales de que un adolescente está sufriendo una depresión son diferentes de los adultos. Se debe estar atentos a sus reacciones y su comportamiento. Es necesario estar atentos de lo habitual, más triste o incluso si se expone a actividades de riesgo.

**ANOREXIA O BULIMIA:** Estos problemas se generan en la mente de los adolescentes, no les gusta su cuerpo, piensan que están muy pasados de peso y quieren perderlo a toda costa.

**TRASTORNOS DE ANSIEDAD:** Causados por miedos o fobias ante algunas situaciones.

**ESTRÉS:** Es uno de los grandes problemas de los adolescentes. Son muchas las causas que les pueden provocar el estrés, generando ansiedad, depresión y problemas de autoestima, entre otros. Lo que los padres exigen, el tomar las decisiones adecuadas en lo referente a los estudios, ser aceptados por el grupo de amigos.

## **2. CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO**

### **2.1. DIAGNÓSTICO Y METODOLOGÍA**

Este capítulo contiene el diagnóstico obtenido con base en las respuestas de los estudiantes encuestados en las tres unidades educativas de mayor población estudiantil en la provincia de Imbabura: Unidad Educativa Otavalo, Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre y Unidad Educativa Ibarra. El estudio contó con la apertura y colaboración de los rectores e inspectores, quienes facilitaron el acceso para la aplicación de las encuestas.

### **2.2. METODOLOGÍA**

El tipo de investigación es analítico porque examina detenidamente las características del objeto de estudio describiendo rasgos, cualidades o atributos de la población, objeto de estudio. Es decir, se trata de descomponer el fenómeno estudiado en sus elementos constitutivos, identificando sus características particulares, verificando su correspondencia con la base teórica revisada, entre otros importantes puntos, aplicando conceptos y categorías tales como fenómenos depresivos, impacto mediático, respuesta institucional, o conflictos familiares, entre otros.

El análisis consiste en examinar cada elemento separado del todo, observando las causas, la naturaleza del objeto y los efectos. Para desarrollar una observación detenida, se examina el hecho en particular, tomando en cuenta su contexto, las relaciones entre los diferentes elementos que lo componen, y otros procesos mentales que permitan tener una visión clara del objeto de estudio (Tamayo y Tamayo, 2017, pág. 38)

Este estudio se desarrollará con un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo (Hernández, Fernández, & Baptista, 2013, pág. 23). Será cualitativo por la información relativa a los cuadros depresivos de niños y adolescentes, que los hacen vulnerables frente a estímulos externos, desencadenando procesos extremos de autolesión y el suicidio, que constituyen el trasfondo de las acciones de los creadores y administradores del juego La Ballena Azul.

Será cuantitativo, por el registro necesario de los datos estadísticos disponibles que permiten medir la magnitud del fenómeno: número de países donde se confirmó que opera el juego, número de supuestos usuarios registrados, número de suicidios, entre otros, así como la valoración de los encuestados que respondan las diferentes preguntas.

## **2.3 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE CASOS**

El método elegido es estudio de casos, porque analiza una unidad específica de un universo poblacional. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2013, pág. 26). El caso estudiado permite formular interpretaciones sobre la población seleccionada, y las tendencias identificadas serán válidas para el resto del universo en cuestión. En este caso, los resultados obtenidos permiten interpretar las tendencias de los estudiantes encuestados de las unidades educativas seleccionadas, como válidas para toda la población estudiantil de la provincia Imbabura.

## **2.4. CRITERIO DE LA ELECCIÓN DE ESTUDIO DE CASOS**

Los criterios de selección para el estudio de caso son:

- Adolescentes de unidades educativas en la provincia de Imbabura.
- Sexo, indiferente.
- Uso habitual o periódico de las redes sociales.

Con estos criterios de selección para el estudio de casos, planteados a fin de activar el proceso de investigación, se procedió a aplicar las técnicas de investigación, descritas en el siguiente subtítulo.

## **2.5. TÉCNICAS METODOLÓGICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN**

Las técnicas que se utilizan en el proyecto de investigación son las entrevistas, y encuestas. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2013).

Entrevista: Esta técnica se utilizará para conocer los diferentes puntos de vista de cada uno de los especialistas que aporten con la investigación.

Encuesta: Esta técnica se utilizará para desarrollar preguntas abiertas y cerradas para conocer una información base, después se aplicará a una muestra específica dando como resultado el análisis respectivo.

## **2.6. INSTRUMENTO DE APLICACIÓN**

En este estudio se usó la encuesta por su facilidad de elaboración, codificación y vaciado de datos, al tener preguntas cerradas que simplifican su aplicación.

Las respuestas obtenidas de los estudiantes de las unidades educativas seleccionadas fueron vaciadas en matrices diseñadas con tal propósito, habiéndose obtenido así las tendencias requeridas de las respuestas.

## 2.7. OBJETIVOS

### 2.7.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar las tendencias en cuanto a conocimiento y uso de las redes sociales, específicamente Facebook, y el juego La Ballena Azul, así como sus riesgos.

### 2.7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la distribución según edad, sexo y unidad educativa a la que pertenecen los estudiantes encuestados.
- Determinar la frecuencia de uso de internet y las redes sociales por los estudiantes encuestados.
- Identificar el conocimiento de los estudiantes encuestados del juego La Ballena Azul” y sus riesgos.

## 2.8 CIFRAS

A continuación, se plantean las cifras de los estudiantes que fueron encuestados en las diferentes Instituciones.

### ENCUESTAS ESTUDIANTES

| <b>Unidad Educativa<br/>“Otavalo”</b>                       | <b>8vo Año de Básica<br/>“A”</b>  | <b>8vo Año de Básica<br/>“B”</b>  | <b>TOTAL</b> |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|--------------|
| Encuestas Aplicadas                                         | <b>36</b>                         | <b>34</b>                         | <b>70</b>    |
| <b>Unidad Educativa<br/>“Teodoro Gómez<br/>de la Torre”</b> | <b>9no Año de Básica<br/>“A”</b>  | <b>9no Año de Básica<br/>“B”</b>  | <b>TOTAL</b> |
| Encuestas Aplicadas                                         | <b>36</b>                         | <b>34</b>                         | <b>70</b>    |
| <b>Unidad Educativa<br/>Ibarra</b>                          | <b>10mo Año de<br/>Básica “C”</b> | <b>10mo Año de<br/>Básica “D”</b> | <b>TOTAL</b> |
| Encuestas Aplicadas                                         | <b>35</b>                         | <b>34</b>                         | <b>69</b>    |
| <b>TOTAL<br/>ENCUESTAS</b>                                  |                                   |                                   | <b>209</b>   |

**Elaboración:** Propia

En el libro Proyectos, Tesis y Marco Lógico de Posso (2011) se refiere textualmente a la mecánica operativa: “constituye la metodología o instrumentalización puntual del diagnóstico, y para ello es importante indicar o detallar los siguientes aspectos”:

### 2.3. IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Según argumenta Posso (2011), es necesario aplicar la siguiente fórmula:

$$N \cdot d^2 \cdot z^2 \cdot n = (N-1) E^2 + d^2 \cdot z^2$$

Los datos corresponden a:

n = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N= Universo de la población a estudiarse.

d<sup>2</sup>= Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25 ya que la desviación típica tomada como referencia es 0.5.

N-1= Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E= Límite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01-0.09 es decir el 1 y 9%.

z= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

Donde:

N=674

d = 0.5

z= 1.96

E=0.05634

$$n = \frac{N \cdot d^2 \cdot z^2}{(N-1) E^2 + d^2 \cdot z^2}$$

$$n = \frac{674 \cdot 0.5^2 \cdot 1.96^2}{(674-1) 0.05634^2 + 0.5^2 \cdot 1.96^2}$$

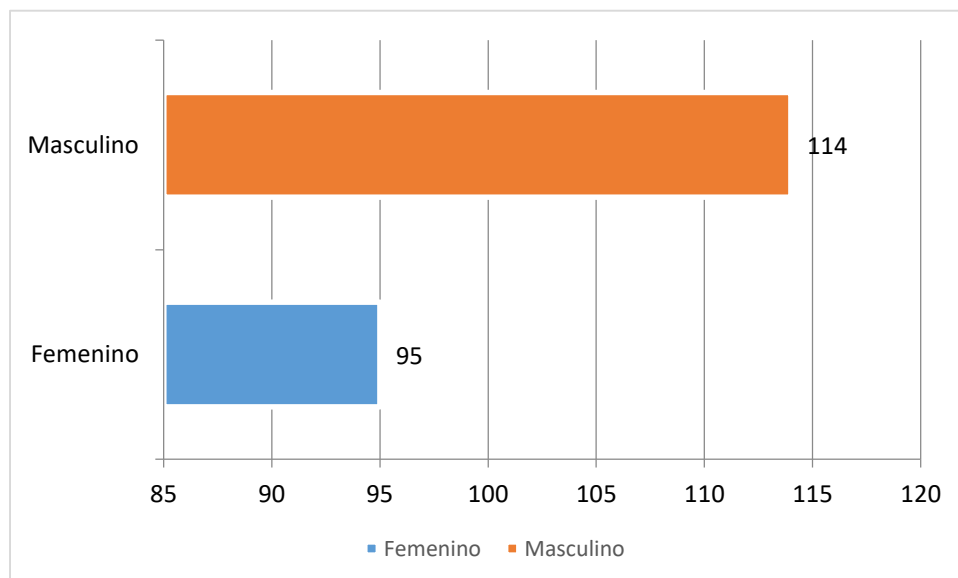
$$n=209.04$$

Por tanto, se tiene 209 estudiantes a ser encuestados.

## 2.4. TABULACIÓN ENCUESTAS ESTUDIANTES

### PREGUNTA 1: GÉNERO

|              |            |
|--------------|------------|
| Femenino     | 95         |
| Masculino    | 114        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

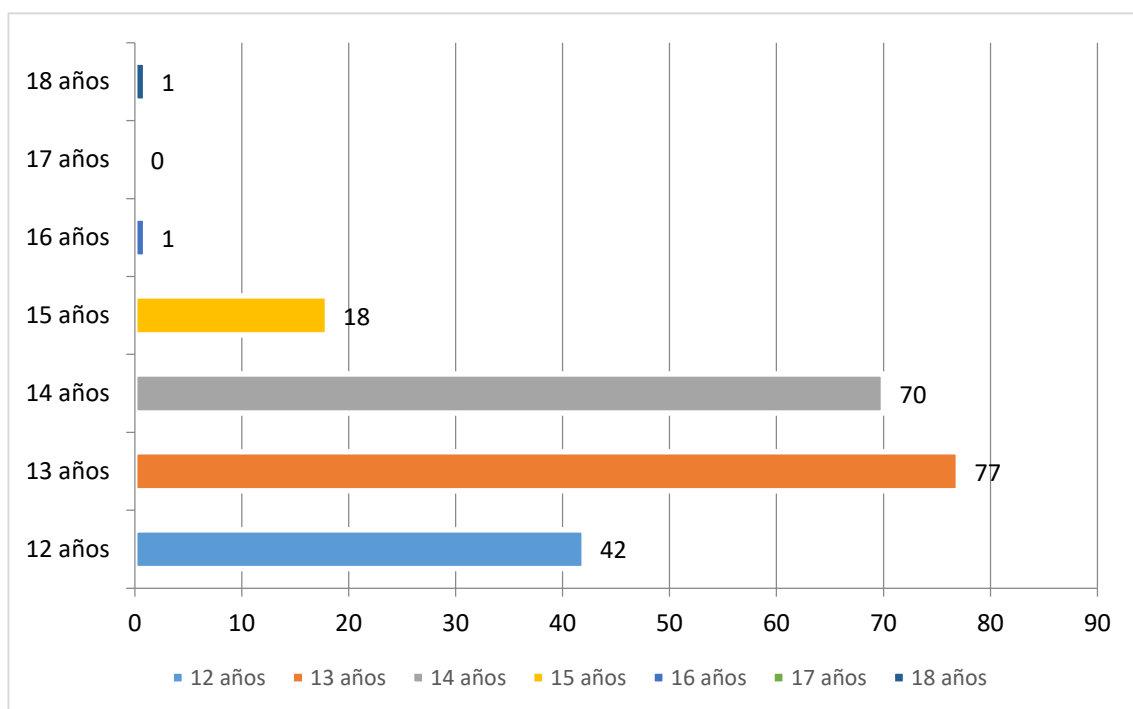
**Elaborado por:** La Autora

### INTERPRETACIÓN:

Dentro de las 209 encuestas realizadas en las tres Unidades Educativas de Imbabura, se observa en esta tabla y su respectiva figura que el porcentaje más alto de los estudiantes encuestados son del género masculino, con un total de ciento catorce estudiantes, y con el noventa y cinco el género femenino.

## PREGUNTA 2: EDAD

|              |            |
|--------------|------------|
| 12 años      | 42         |
| 13 años      | 77         |
| 14 años      | 70         |
| 15 años      | 18         |
| 16 años      | 1          |
| 17 años      | 0          |
| 18 años      | 1          |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

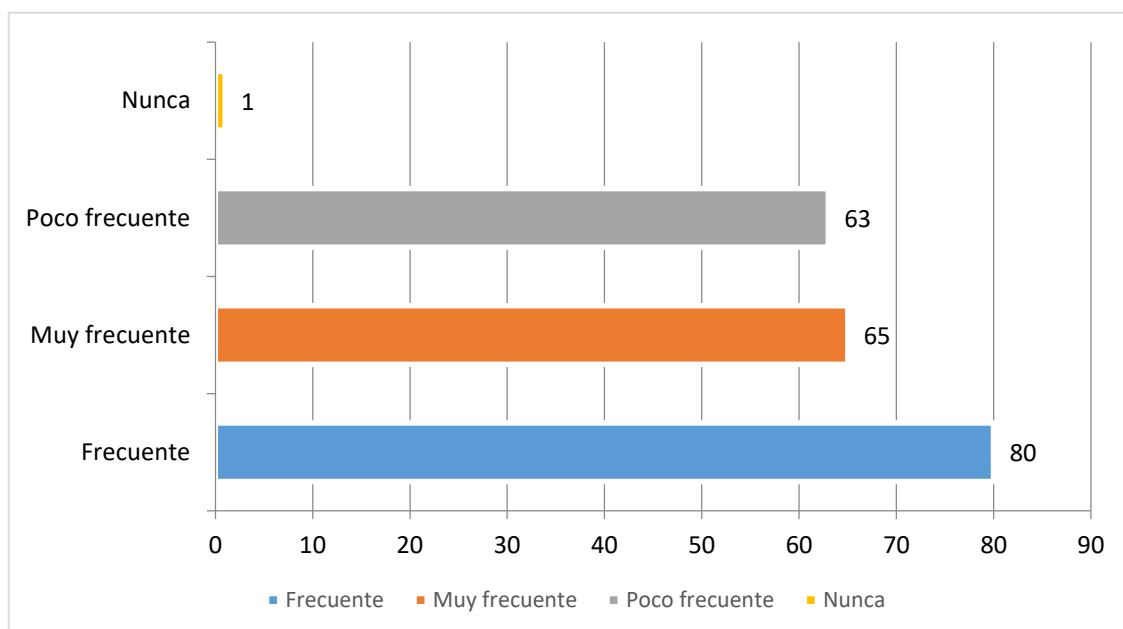
**Elaborado por:** La Autora

### INTERPRETACIÓN:

En cuanto a la edad, la población más alta corresponde al grupo de 13 años con un total de 77 estudiantes, seguidos del grupo de 14 años con 70 estudiantes, mientras el grupo con menor población corresponde a los 12 años, con 42 estudiantes.

**PREGUNTA 3: ¿CON QUE FRECUENCIA USTED HACE USO DEL INTERNET?**

|                |            |
|----------------|------------|
| Frecuente      | 80         |
| Muy frecuente  | 65         |
| Poco frecuente | 63         |
| Nunca          | 1          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

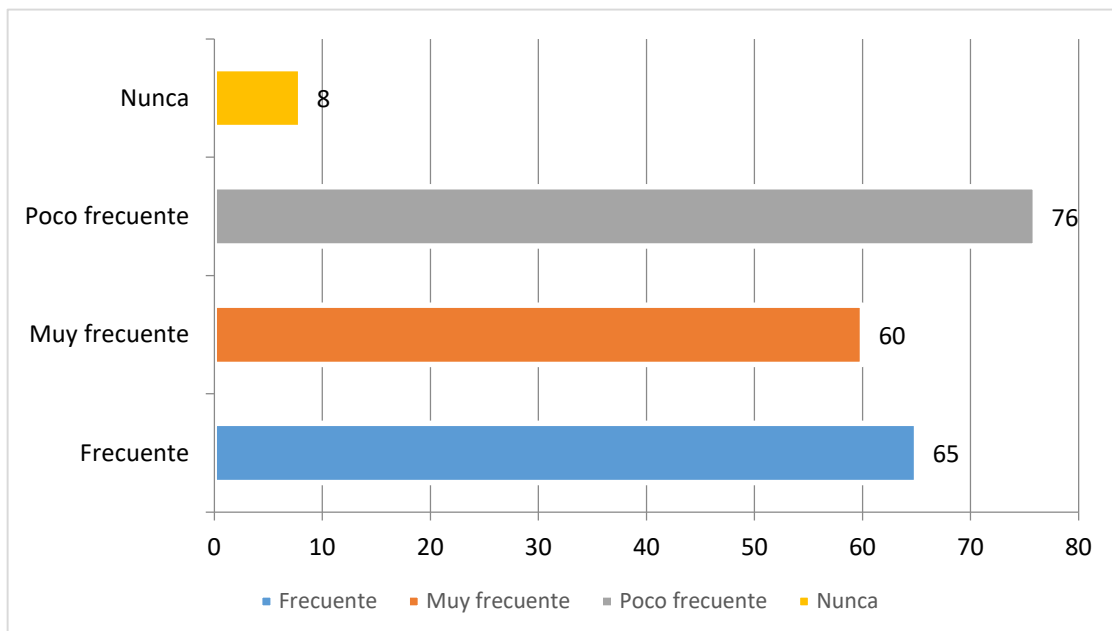
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Según se observa en esta tabla y su correspondiente figura, 80 estudiantes hacen uso frecuente del internet y muy frecuente 65 estudiantes, lo que indica un nivel del uso habitual de navegación en internet por parte de los encuestados.

**PREGUNTA 4: ¿USTED UTILIZA REDES SOCIALES?**

|                |            |
|----------------|------------|
| Frecuente      | 65         |
| Muy frecuente  | 60         |
| Poco frecuente | 76         |
| Nunca          | 8          |
| <b>TOTAL</b>   | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

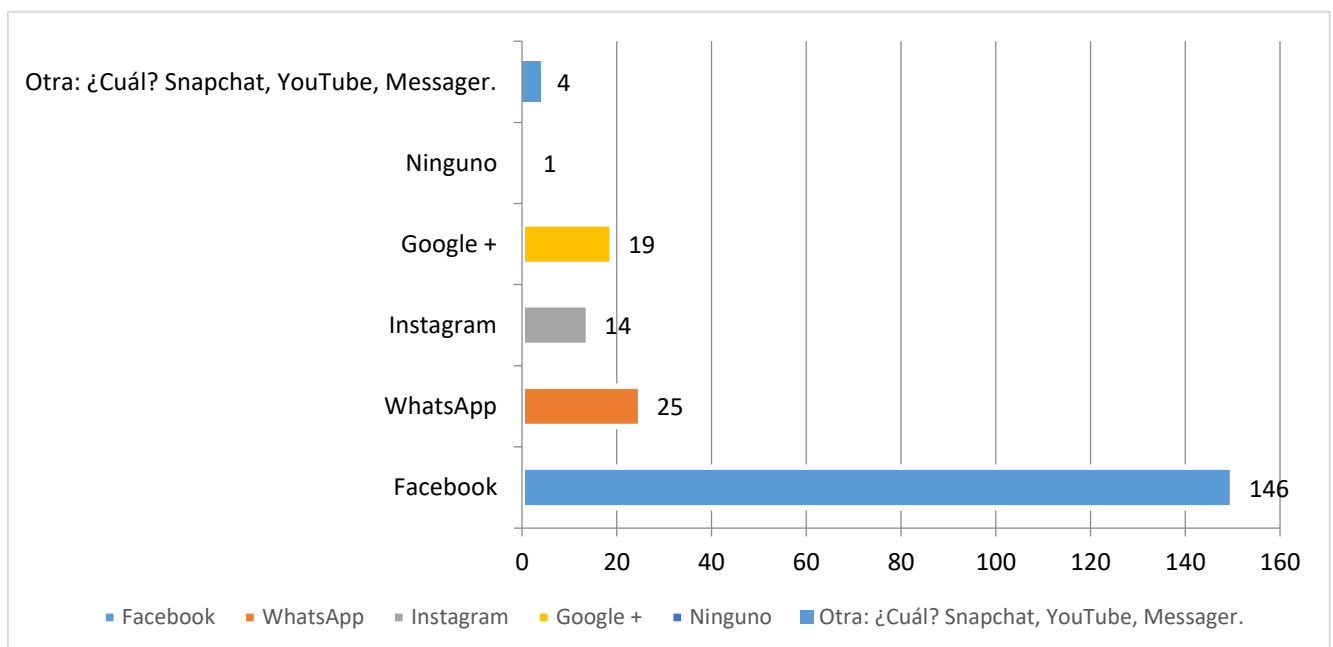
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Con relación a las redes sociales, 76 estudiantes encuestados utilizan poco frecuente las redes sociales, mientras 65 estudiantes hacen uso frecuente, 60 estudiantes muy frecuente. Observando los resultados, las redes sociales se destacan entre frecuente y muy frecuente rebotando un porcentaje alto de las mismas, con todos los efectos positivos y negativos que estas pueden tener en la vida y la salud de los estudiantes.

**PREGUNTA 5: ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES REDES SOCIALES UTILIZA CON MAYOR FRECUENCIA?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Facebook     | 146        |
| WhatsApp     | 25         |
| Instagram    | 14         |
| Google +     | 19         |
| Ninguno      | 1          |
| Otra: ¿Cuál? | 4          |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

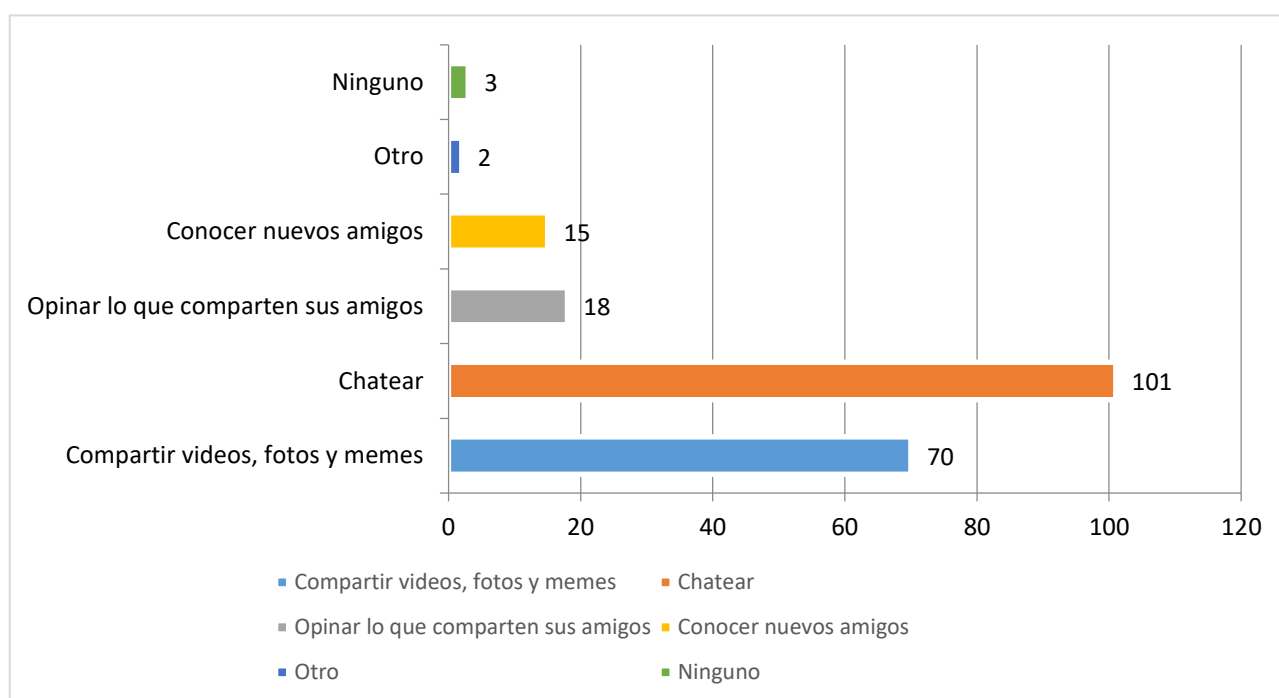
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

La red social más utilizada es Facebook, 146 encuestados así lo manifestaron. Le siguen, aunque de lejos, WhatsApp, con 25 estudiantes, Google+, lo suelen utilizar 19 estudiantes de los encuestados, y 14 estudiantes utilizan Instagram.

**PREGUNTA 6: ¿USTED UTILIZA EL FACEBOOK PARA?**

|                                    |            |
|------------------------------------|------------|
| Compartir videos, fotos y memes    | 70         |
| Chatear                            | 101        |
| Opinar lo que comparten sus amigos | 18         |
| Conocer nuevos amigos              | 15         |
| Otro                               | 2          |
| Ninguno                            | 3          |
| <b>TOTAL</b>                       | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

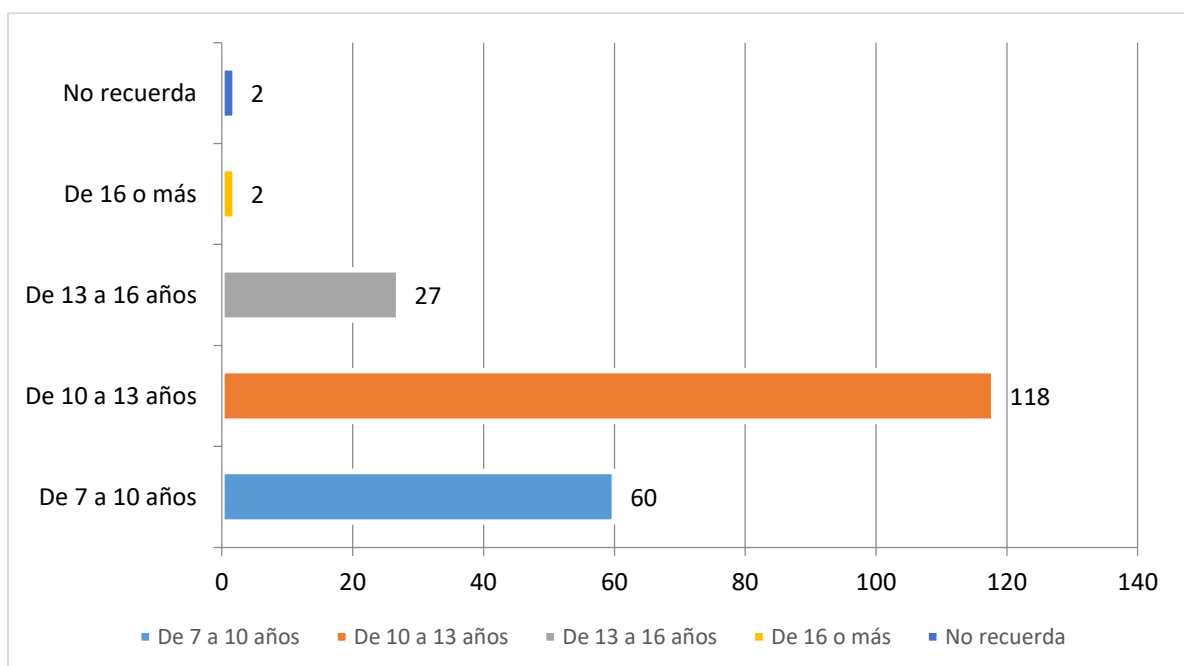
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

En cuanto al uso de Facebook, ciento uno estudiantes lo utilizan para chatear, setenta estudiantes lo usan para compartir videos, fotos y memes, y en menor frecuencia lo utilizan para comentar, conocer nuevos amigos, y otros usos. Facebook hoy en día es la red más grande que se utiliza para tener una conexión rápida en cualquier sitio.

**PREGUNTA 7: ¿A QUÉ EDAD USTED CREO SU PERFIL DE FACEBOOK?**

|                 |            |
|-----------------|------------|
| De 7 a 10 años  | 60         |
| De 10 a 13 años | 118        |
| De 13 a 16 años | 27         |
| De 16 o más     | 2          |
| No recuerda     | 2          |
| <b>Total</b>    | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

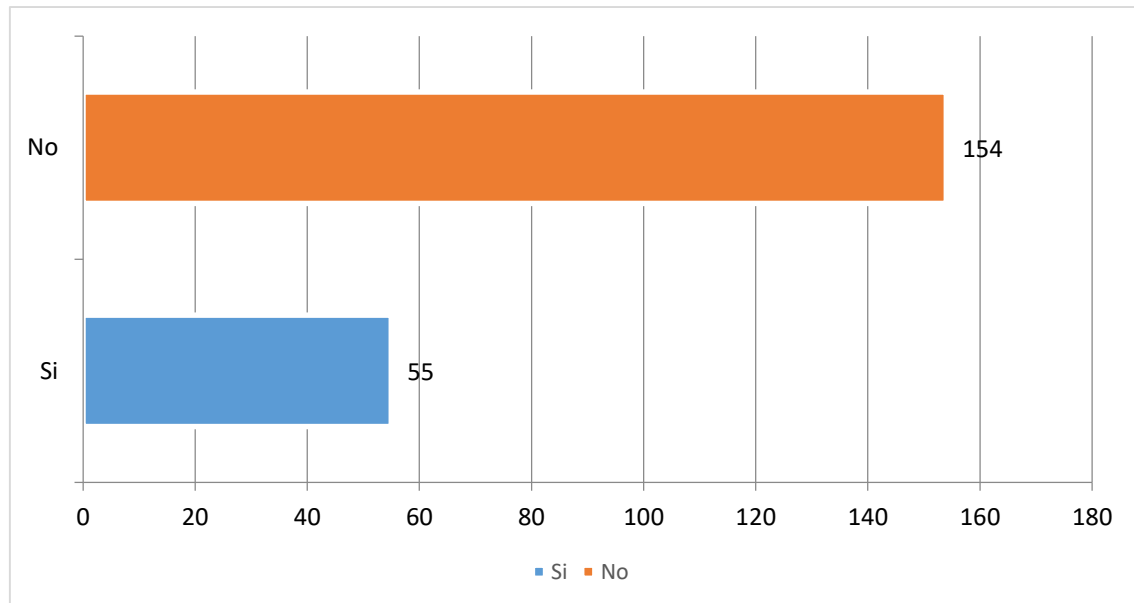
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

En cuanto a la edad de creación del perfil, se observó que 118 estudiantes crearon su perfil entre los 10 y 13 años, 60 estudiantes lo hicieron entre los 7 y 10 años. Estos datos son preocupantes, pues evidencian un uso cada vez más temprano de las redes sociales, sobre todo porque los padres no siempre están atentos a las actividades de sus hijos en la red, y por la tendencia creciente a usar las redes sociales como principal espacio de entretenimiento, con todos los riesgos del caso.

**PREGUNTA 8: ¿UTILIZA USTED ALGÚN SOBRENOMBRE PARA SU CUENTA DE FACEBOOK?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 55         |
| No           | 154        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

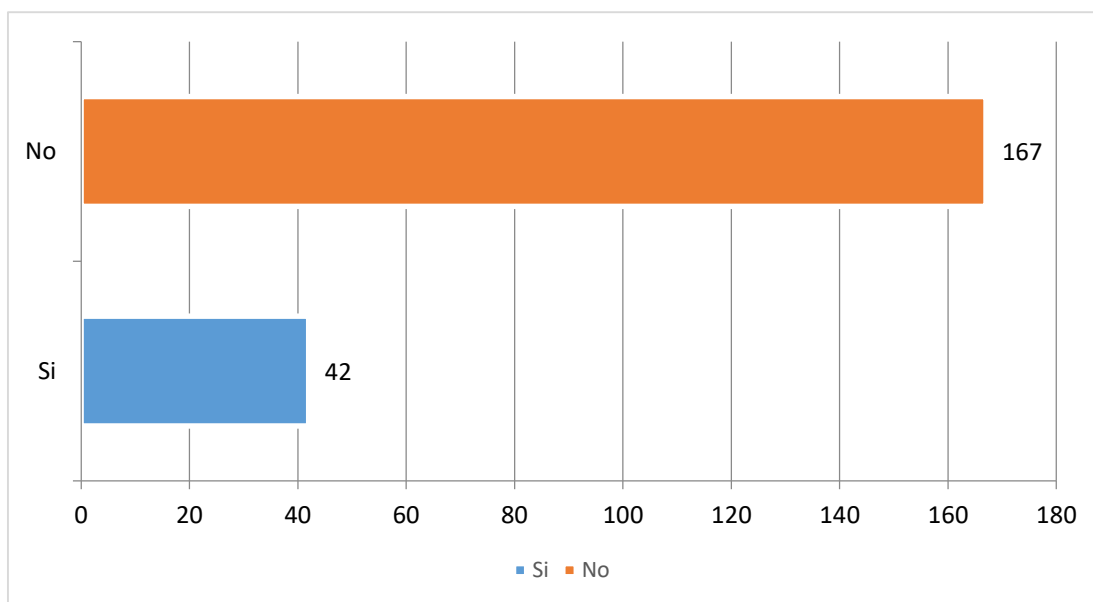
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

En esta tabla y su respectiva figura se observa que 154 estudiantes declaran usar un sobrenombre para su cuenta de Facebook. Esto se podría entender como una medida de seguridad. Sin embargo, aunque los usuarios tengan un sobrenombre como identificación en Facebook, las fotos son tuyas, reales, en la mayoría de los casos, lo cual implica también vulnerabilidad.

**PREGUNTA 9: ¿ACEPTA USTED SOLICITUDES DE DESCONOCIDOS EN FACEBOOK?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 42         |
| No           | 167        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

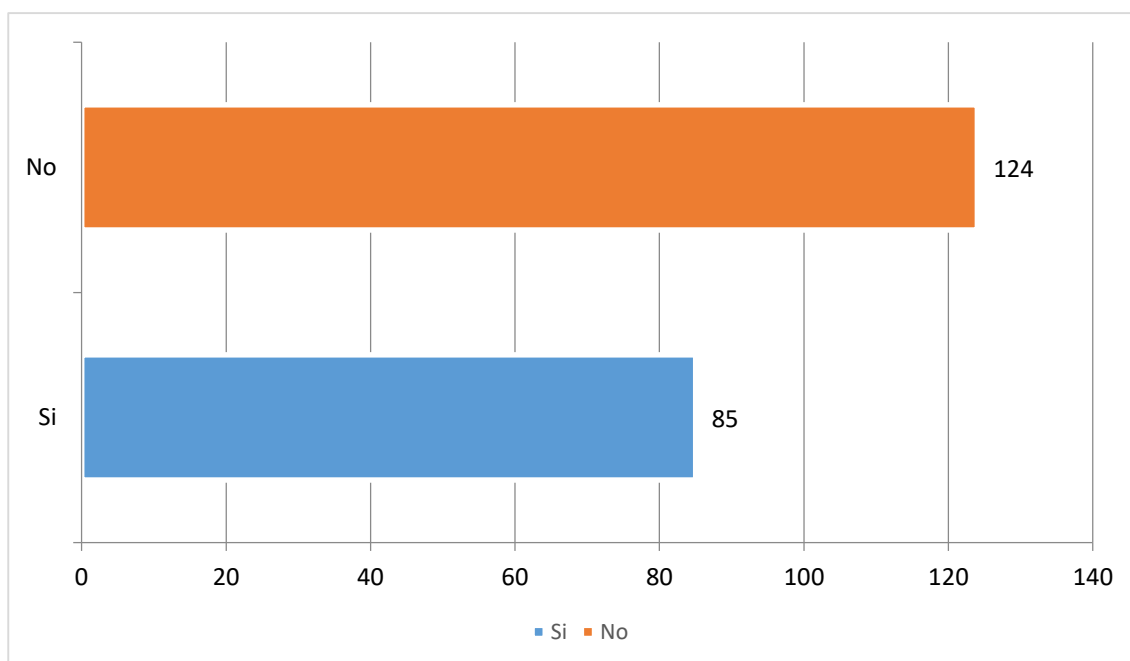
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Según lo evidenciado en la gráfica, 167 estudiantes encuestados declaran no aceptar solicitudes de desconocidos. Sin embargo, 42 estudiantes admitieron que sí lo hacen, dejando una brecha para que personas potencialmente peligrosas ingresen a sus vidas.

**PREGUNTA 10: ¿HA VISTO USTED EN FACEBOOK PUBLICIDAD, JUEGOS O MENSAJES QUE LO INCITEN A CUMPLIR RETOS O DESAFÍOS?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 85         |
| No           | 124        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

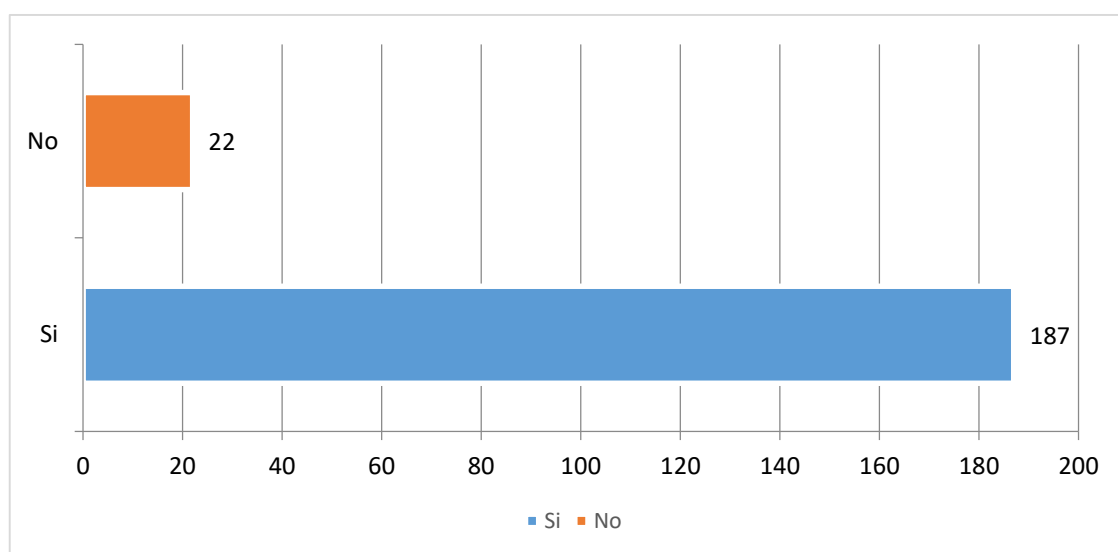
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Lo observado en la figura, revela que 124 estudiantes señalan no haber recibido invitaciones para cumplir retos o desafíos en Facebook. Pero 85 estudiantes, que también es un porcentaje alto, señalan haber recibido tales invitaciones.

**PREGUNTA 11: ¿HA ESCUCHADO USTED ACERCA DE LA EXISTENCIA DE UN JUEGO LLAMADO: LA BALLENA AZUL?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 187        |
| No           | 22         |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

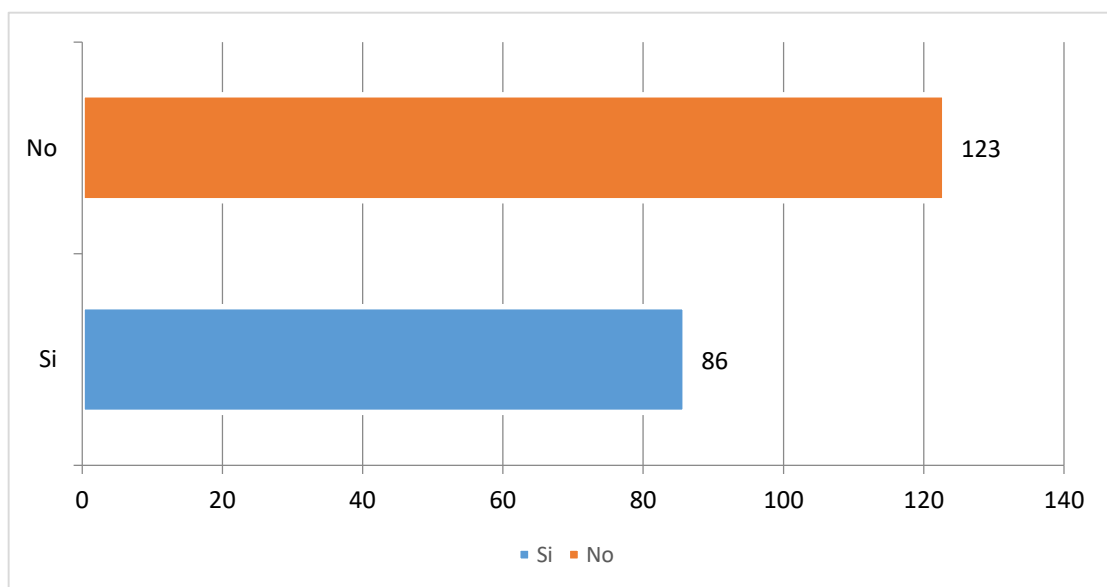
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Hablando específicamente del juego La Ballena Azul, 187 estudiantes señalan haber escuchado o tener algún conocimiento de este juego. Este dato indica que existe conciencia sobre el peligro, y las nociones básicas para prevenir los riesgos que implican participar de estos desafíos o de cualquier otro que pueda existir en la red.

**PREGUNTA 12: ¿CONOCE USTED LOS RETOS O DESAFÍOS DEL JUEGO LA BALLENA AZUL?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 86         |
| No           | 123        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

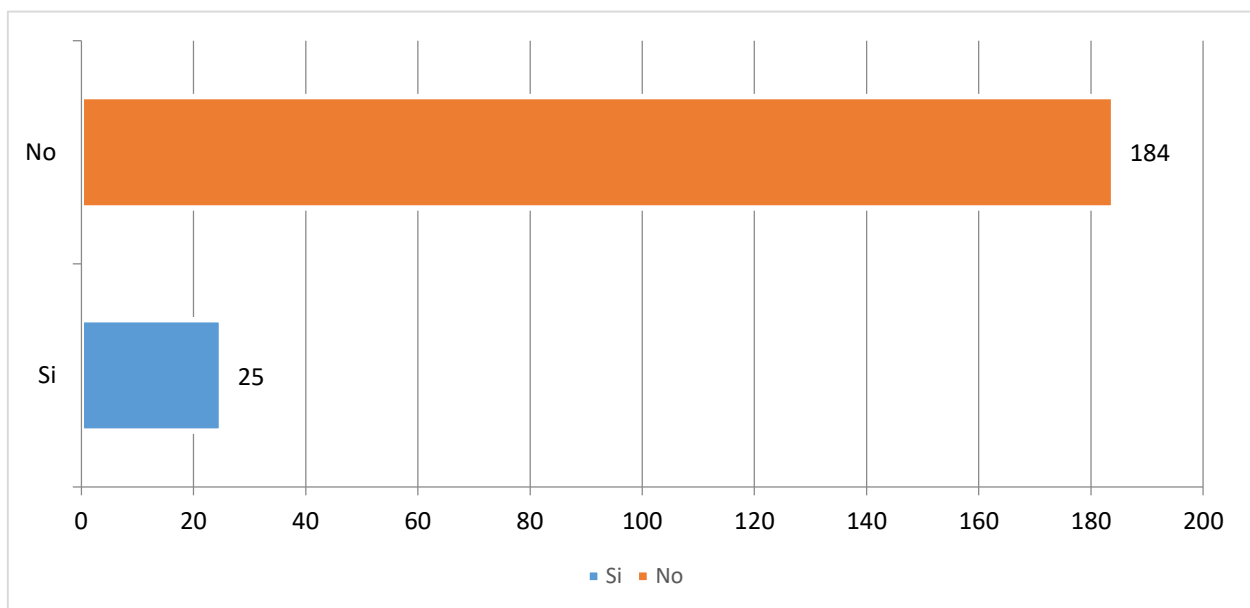
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Los resultados revelaron que 123 estudiantes escucharon sobre el juego La Ballena Azul, a pesar de lo cual desconocen los retos o desafíos que lo componen. Por otra parte, 86 estudiantes afirman tener conocimiento. Este dato indica la noción entre los estudiantes consultados sobre el referido juego, siendo necesario brindar más información a los mismos para prevenir.

**PREGUNTA 13: ¿LE LLEGÓ ALGUNA VEZ UNA INVITACIÓN POR REDES SOCIALES PARA PARTICIPAR EN EL JUEGO DE LA BALLENA AZUL?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 25         |
| No           | 184        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

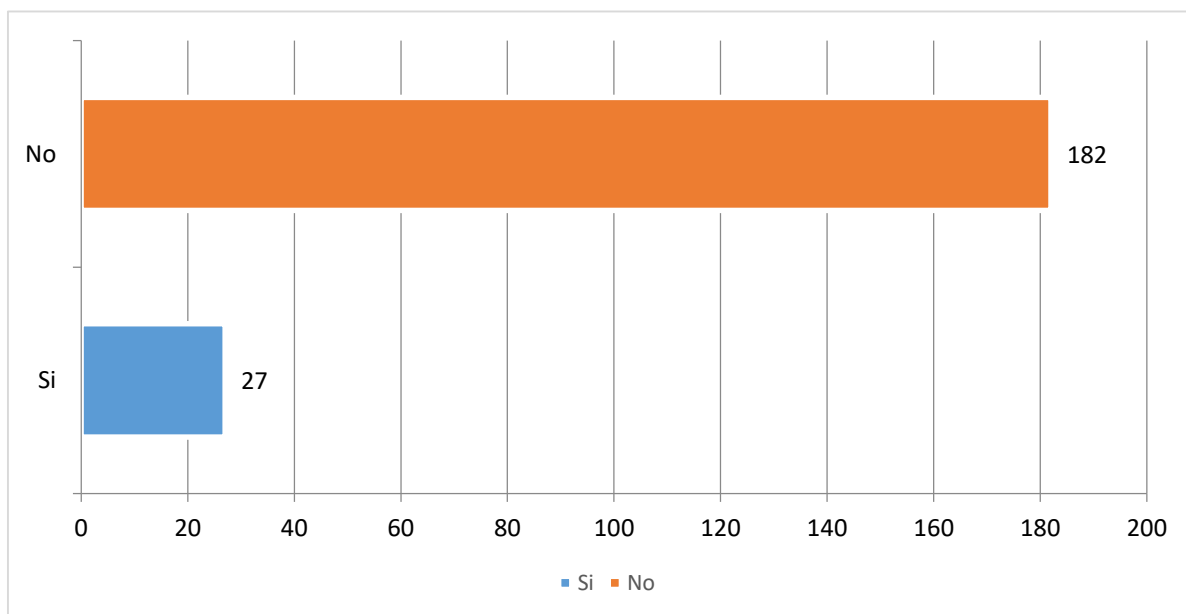
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

El dato más importante de las encuestas está en esta tabla y su correspondiente figura, donde se observa que 184 estudiantes declararon haber recibido alguna vez una invitación a participar del juego La Ballena Azul. Sin embargo, los estudiantes encuestados no indican haber aceptado las invitaciones, quedando incompleta esta información.

**PREGUNTA 14: ¿CONOCE A UN AMIGO O AMIGA QUE HAYA PARTICIPADO EN ESTE JUEGO?**

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 27         |
| No           | 182        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

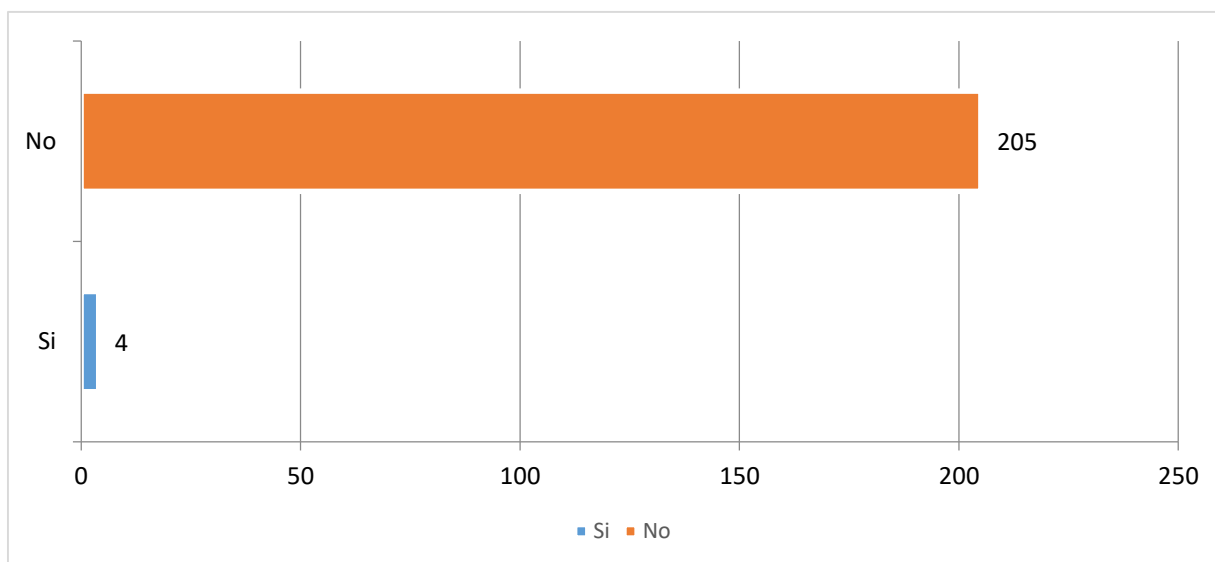
**Elaborado por:** La Autora

**INTERPRETACIÓN:**

Lo observado en la gráfica demuestra 182 estudiantes indicando conocer algún amigo que haya participado en el juego. En la respuesta no se especifica si el amigo llegó a completar una parte de los desafíos, o si dio alerta temprana a sus familiares, pero por la información periodística existente, no se presentaron casos de esta naturaleza en la provincia de Imbabura, descartándose cualquier muerte o intento de suicidio.

**PREGUNTA 15:** ¿SI LE LLEGA A USTED UNA INVITACIÓN POR REDES SOCIALES PARA PARTICIPAR EN RETOS QUE PERJUDIQUEN A SU SALUD Y VIDA, ¿LO HARÍA?

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 4          |
| No           | 205        |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

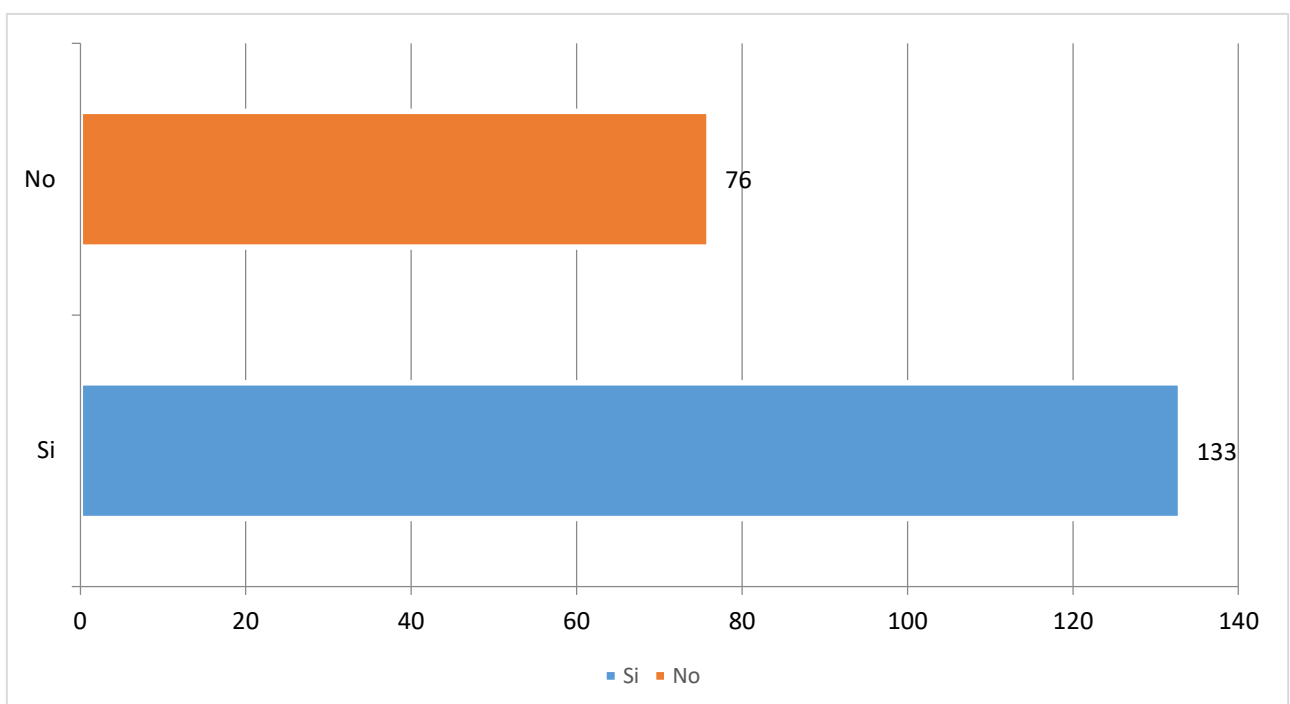
**Elaborado por:** La Autora

### **INTERPRETACIÓN:**

Según la anterior tabla y su figura, se observó que sólo 4 de los encuestados participaría en los retos del juego La Ballena Azul u otro parecido. Aunque es un porcentaje pequeño, no deja de preocupar que haya estudiantes dispuestos a participar de este peligroso juego.

**PREGUNTA 16:** ¿CONSIDERA USTED OPORTUNO RECIBIR INFORMACIÓN POR LAS REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS SOBRE EL PELIGRO DE RECIBIR INVITACIONES PARA PARTICIPAR EN JUEGOS COMO LA BALLENA AZUL?

|              |            |
|--------------|------------|
| Si           | 133        |
| No           | 76         |
| <b>TOTAL</b> | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

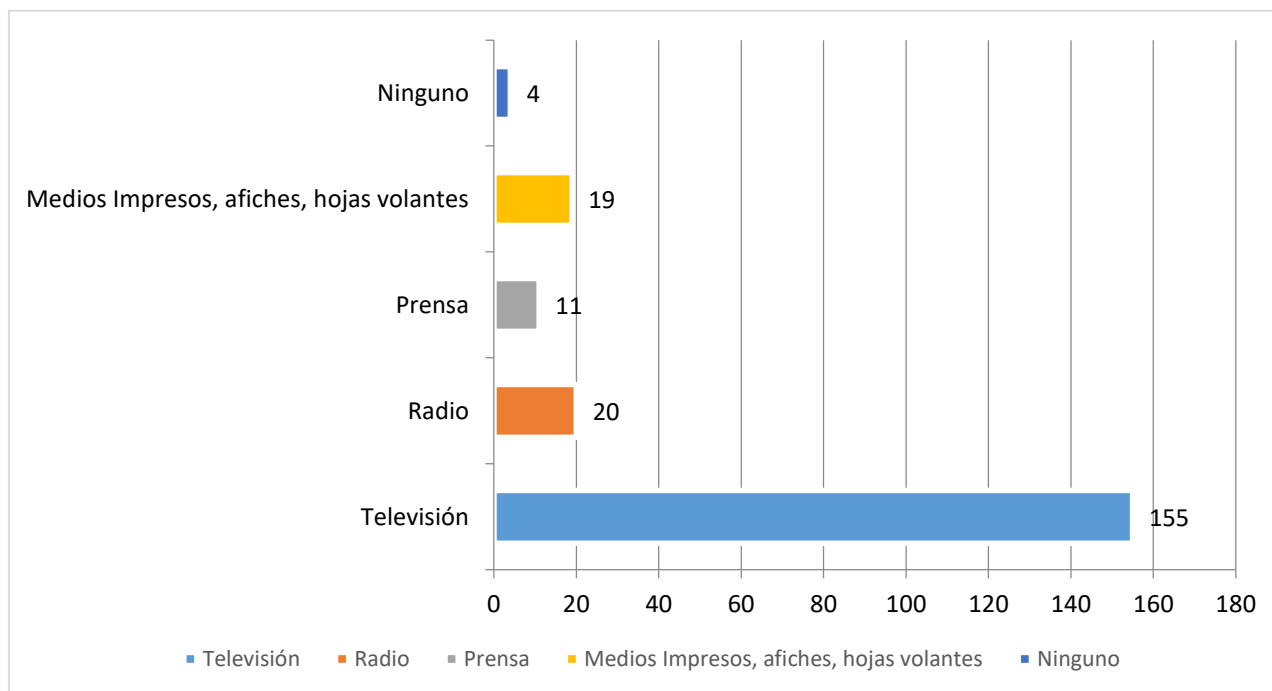
**Elaborado por:** La Autora

#### **INTERPRETACIÓN:**

Se observa que 133 estudiantes están dispuestos a recibir información sobre el juego La Ballena Azul y sus riesgos. Sin embargo, una frecuencia relevante compuesta por 76 estudiantes declara desinterés sobre este punto.

**PREGUNTA 17:** ¿EN QUÉ MEDIOS QUISIERA RECIBIR INFORMACIÓN ACERCA DE RIESGOS EXISTENTES EN REDES SOCIALES?

|                                          |            |
|------------------------------------------|------------|
| Televisión                               | 155        |
| Radio                                    | 20         |
| Prensa                                   | 11         |
| Medios Impresos, afiches, hojas volantes | 19         |
| Ninguno                                  | 4          |
| <b>TOTAL</b>                             | <b>209</b> |



**Fuente:** Encuestas estudiantes año lectivo 2017-2018.

**Elaborado por:** La Autora

### **INTERPRETACIÓN:**

Se observó que 155 estudiantes declaran tener interés por recibir información por medio de la televisión, acerca del juego La Ballena Azul y sus riesgos. La estrategia comunicacional correspondiente a esta tendencia de preferencia por los medios, como se observa, resulta costosa, pero debe tomarse en cuenta este interés para cualquier acción futura en este sentido.

## **ENTREVISTA APLICADA A PROFESIONAL EN PSICOLOGÍA DE LA UNIDAD EDUCATIVA OTAVALO**

Entrevista a Andrade Boada Martha Jacqueline psicóloga de la unidad educativa  
Otavalo

Para esta investigación se presenta la siguiente entrevista respondiendo lo siguiente.

**Entrevistador.** Buenas tardes Lic. Jacqueline esta entrevista me servirá como fuente para mi trabajo de investigación que estoy realizando. El objetivo de presentar esta entrevista es efectuar un diagnostico comunicacional sobre el interés que suscito en fenómeno del juego “La Ballena Azul”.

**Entrevistado.** Buenas tardes Johanna, gracias por esta entrevista un gusto ayudarle y participar en esta investigación.

**Entrevistador.** ¿Considera que la amenaza del juego “La Ballena Azul” ya pasó en el contexto ecuatoriano?

**Entrevistado.** Creo que en un momento dado fue llamativo para los adolescentes, pero en la actualidad ya casi no se escucha sobre este tema (pasó de moda), ya que los adolescentes también lo hacían por seguir a otros amigos o para llamar la atención. En nuestro medio creo que no tuvo niveles de impacto como en otros medios.

**Entrevistador.** Según su percepción, ¿La sociedad ecuatoriana en general, e imbabureña en particular, está en condiciones de enfrentar la amenaza que representa el juego “La ballena azul” (o cualquier otro similar) para la salud e integridad de niños y adolescentes?

**Entrevistado.** Es complicado ya que las personas de bajo nivel cultural ni siquiera saben lo que es la “Ballena Azul” y pues mucho menos podrá guiar a sus hijos o familiares; aún hace falta implementar estrategias para llegar de manera efectiva a sectores que son vulnerables a cualquier fenómeno que los afecta. En el caso de personas con mayor nivel educativo será más probable que pueden conllevar el tema, investigando en internet o en diversos medios para poder guiar y afrontar en caso necesario la temática.

**Entrevistador.** ¿Qué acciones o estrategias debe desarrollar el sistema educativo para enfrentar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Trabajar en talleres, charlas sobre la auto aceptación, autoestima y sobre reconocer lo que es bueno y provechoso y lo que es malo y perjudicial. Mayor información sobre todo porque las redes sociales, traen demasiada información que hasta alarma innecesariamente.

**Entrevistador.** ¿Cómo deben enfrentar los padres de familia la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Deben mantener diariamente charla con sus hijos haciéndoles saber lo importante que es para sus padres, que le apoyan incondicionalmente y estar siempre al pendiente de las páginas de internet que frecuentan sus hijos y guiarles siempre con amor, comprensión y paciencia. Teniendo mayor control del uso y tiempo que sus hijos permanezcan en el internet, donde tienen acceso a todo tipo de información.

**Entrevistador.** ¿Qué acciones debe desarrollar el gobierno para frenar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Debe realizar talleres para las personas de bajos recursos y de sectores rurales para que estén al tanto de lo que es la Ballena Azul y de tantos juegos peligrosos que ahora se encuentra en todo medio y dar pautas para afrontar y detectar. Creo que de este tema no se preocupan.

**Entrevistador.** ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación frente a la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Dar información clara y segura de lo que está pasando con este tema y de los problemas que está generando en la vida de los adolescentes, con historias de vida reales, para que los adolescentes escuchen versiones de personas que estuvieron equivocadas y de cómo volvieron al camino correcto. Tener mayor conciencia de la información positiva para la formación de niños y adolescentes.

## **INTERPRETACIÓN**

La entrevistada pone énfasis en el bajo nivel educativo de algunos padres como un factor de riesgo para la seguridad de sus hijos, por lo que sugiere llevar adelante talleres de información para los padres de los sectores populares del país, a fin de que se aumente la conciencia sobre el peligro de las redes sociales en general, pues, aunque el juego “La Ballena Azul” ya no acapara titulares ni es tema de conversación, y, por tanto, el peligro de caer en dicho juego desapareció, el riesgo al que se exponen niños y adolescentes no lo hizo, siendo una amenaza constante para la salud, la integridad y la vida de estos grupos vulnerables.

Se necesita, en esta perspectiva, una mayor información hacia los padres, y reforzar la prevención hacia los jóvenes en el sistema educativo sobre estas y otras amenazas.

## **ENTREVISTA APLICADA A DOCENTE DE LA UNIDAD EDUCATIVA OTAVALO**

Entrevista a Jsela Salomé Flores Flores docente de la unidad educativa Otavalo

Para esta investigación se presenta la siguiente entrevista respondiendo lo siguiente.

**Entrevistador.** Buenas tardes Lic. Jsela esta entrevista me servirá como fuente para mi trabajo de investigación que estoy realizando. El objetivo de presentar esta entrevista es efectuar un diagnostico comunicacional sobre el interés que suscito en fenómeno del juego “La Ballena Azul”.

**Entrevistado.** Buenas tardes Johanna, gracias por esta entrevista.

**Entrevistador.** ¿Usted tiene conocimiento del juego denominado “La Ballena Azul” y su alcance o implicancias para la niñez y juventud ecuatorianas?

**Entrevistado.** Lo miré en Facebook. Si tengo conocimiento y es un juego que implica muchas afectaciones psicológicas a la juventud, era un juego agresivo que termina con la muerte.

**Entrevistador.** ¿Abordó usted en su materia la temática de este juego y el riesgo para la niñez y juventud?

**Entrevistado.** Si se abordó este tema para concientizar a los estudiantes de los daños de este juego, pero dentro de la institución no se ha tenido casos.

**Entrevistador.** ¿Qué acciones o estrategias considera usted que debe desarrollar el sistema educativo para enfrentar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Deben elaborar proyectos educativos que sean inductores del fortalecimiento de valores y conductas correctas de cada ser humano. Charlas a los padres de familia sobre los riesgos de este tipo de juegos en redes sociales, orientar a los jóvenes sobre el buen uso de la tecnología.

**Entrevistador.** ¿Cree usted que los padres de familia están preparados para enfrentar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Los padres de familia si están preparados si son conscientes de su responsabilidad de padres y el rol que deben jugar en su familia. La mayoría de padres de familia tienen conocimiento sobre el manejo adecuado de las redes sociales y todos los peligros que se encuentran inmersos, pero también existen algunos padres de familia que desconocen la existencia de estos programas.

**Entrevistador.** ¿Qué acciones debe desarrollar el gobierno para frenar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Apoyar el desarrollo social de espacios de recreación sana, apoyar los proyectos que desarrolle el sistema educativo.

Debe realizar campañas de concientización sobre este tipo de amenazas en las Instituciones educativas, trabajar en campañas de prevención sobre el uso de la tecnología conjuntamente con el Ministerio de Educación – MINEDUC.

**Entrevistador.** ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación frente a la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Los medios de comunicación deben establecer proyectos de estimulación de conductas adecuadas, promocionar más las actividades culturales que promuevan espacios de recreación sana. Brindar información en todos los medios de comunicación sobre este tipo de amenazas, se debe informar a la comunidad de los peligros que conlleva la utilización de estos juegos.

## **INTERPRETACIÓN**

Existe plena conciencia sobre el peligro que implican el juego “La Ballena Azul” y otros similares.

La entrevistada indica que esta problemática se abordó en su clase, y que existe conciencia en la comunidad educativa sobre el tema. Sin embargo, un punto de preocupación abordado por la entrevistada es la existencia de padres que desconocen todos estos peligros, siendo, por ello, importante la ejecución de diferentes campañas educativas de prevención.

El sistema educativo en general está preparado para desarrollar actividades preventivas, pero sin la participación activa o interés por parte de los padres, los esfuerzos pueden resultar insuficientes en este propósito.

## **ENTREVISTA APLICADA A PADRE DE FAMILIA DE LA UNIDAD EDUCATIVA OTAVALO**

Entrevista a Rocío Del Cisne Navarro madre de familia de la unidad educativa Otavalo

Para esta investigación se presenta la siguiente entrevista respondiendo lo siguiente.

**Entrevistador.** Buenos días Sra. Rocío esta entrevista me servirá como fuente para mi trabajo de investigación que estoy realizando. El objetivo de presentar esta entrevista es efectuar un diagnostico comunicacional sobre el interés que suscito en fenómeno del juego “La Ballena Azul”.

**Entrevistado.** Buenos días Johanna, gracias.

**Entrevistador.** ¿Usted tiene conocimiento del juego “La Ballena Azul” y su alcance o implicancias para la niñez y juventud ecuatorianas?

**Entrevistado.** Tengo conocimiento de que son retos que los chicos hacen sin medir el riesgo que existe latente ya puede ocasionar un desastre, es un juego completamente peligroso.

**Entrevistador.** ¿Conversó usted en su familia sobre este juego y el riesgo para la niñez y juventud?

**Entrevistado.** Se realizó conversaciones indicando que los retos de carácter ofensivo ante una persona o varias no son más que hacer actividades sin sentido y que no se espera nada bueno, conversamos todo lo que causa ese juego.

**Entrevistador.** ¿Qué actividades cree usted que debe realizar el sistema educativo para enfrentar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego de “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** El sistema educativo debe limitar muchas cosas, en las instituciones educativas especialmente los jóvenes piensan que ellos pueden tomar decisiones sin autorización de sus padres y por eso ponen en riesgo su vida. A criterio personal se debería incrementar una materia muy especial que sería valores para el ser humano, yo sé que los valores vienen de casa, pero en algunos casos los padres de familia no lo hacen.

**Entrevistador.** ¿Cree usted que los padres de familia están preparados para enfrentar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Creo que no estamos preparados en su mayoría ya que la sociedad está muy preocupada por el consumismo y más no por rescatar a la familia. Pero solo depende de nosotros el informarnos y aprender cómo llegar a nuestros hijos y hacerles entender de la mejor manera que esos juegos no le sirven para su crecimiento personal.

**Entrevistador.** ¿Qué acciones debe desarrollar el gobierno para frenar la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Debe realizar proyectos para que socialicen los peligros que esto le puede causar y lo mejor es motivar por las redes sociales ya que los jóvenes utilizan más este medio. Pienso que deberían autorizar la materia de valores para el ser humano desde el inicial para que los estudiantes estén más protegidos intelectualmente y no se dejen llevar tan fácilmente por esos juegos y ni de nadie.

**Entrevistador.** ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación frente a la amenaza de juegos o portales en línea similares al juego “La Ballena Azul”?

**Entrevistado.** Que en su mayoría lo que hacen es más dar noticias de lo negativo y no orientan a resguardar la integridad de las personas en este caso de los jóvenes. De tener al país más informado de los riesgos que se corre y los peligros que ocasiona estos juegos.

### **INTERPRETACIÓN**

La entrevistada demuestra conocimiento sobre el tema, siendo lo más resaltable que lo comentaran en familia, advirtiéndolo a los hijos sobre el peligro que implica el juego “La Ballena Azul”.

Reconoce que los padres de familia no siempre se involucran en los riesgos a los que se exponen sus hijos en las redes sociales, pidiendo por ello un mayor apoyo del sistema educativo, ya que no existe total conciencia sobre este peligro.

Estos hechos se pueden interpretar como positivos para el bienestar de los hijos, pero con un mayor involucramiento de los padres de familia.

### **ENTREVISTA APLICADA A FUNCIONARIO POLICIAL DIVISIÓN DE DELITOS INFORMÁTICOS**

Entrevista a Richar Aguilar Sargento de la Unidad de Investigación de Delitos Tecnológicos.

Para esta investigación se presenta la siguiente entrevista respondiendo lo siguiente.

**Entrevistador.** Buenos días Sargento. Richar esta entrevista me servirá como fuente para mi trabajo de investigación que estoy realizando. El propósito de esta entrevista es

determinar el grado de amenaza para niños y jóvenes de la provincia en relación al juego “La Ballena Azul” y otras amenazas en las redes sociales.

**Entrevistado.** Buenos días Johanna, gracias un gusto los miembros de la Policía Nacional del Ecuador siempre al servicio.

**Entrevistador.** ¿En esta división o sección recibieron denuncias sobre el juego “La Ballena Azul” entre los años 2016 y 2017?

**Entrevistado.** Si

**Entrevistador.** En caso afirmativo, ¿cuántas denuncias aproximadamente?

**Entrevistado.** 1 denuncia

**Entrevistador.** ¿Con qué organismos nacionales o internacionales coordinan la investigación de estos delitos?

**Entrevistado.** La información vino a través del canal policial OCN-Interpol desde la Policía de Investigaciones de Chile-PDI, en donde se obtuvo información de un menor cuya conectividad era desde la ciudad de Machala, este usuario incentivaba a otros menores al juego de la Ballena Azul.

**Entrevistador.** ¿Qué otras amenazas existen en las redes sociales además del juego “La Ballena azul”?

**Entrevistado.** Directamente esta Unidad no ha tenido denuncias de otros juegos, pero se tiene conocimiento que existen otros juegos en las redes sociales e internet como el Juego de la canela, fire challenge (desafío del fuego), Shocking game (Juego de la asfixia), el reto de las 48 horas, entre los más relevantes.

**Entrevistador.** ¿Cuáles son los procedimientos que ejecuta la institución para prevenir dichas amenazas?

**Entrevistado.** Concientizar a los padres de familia a los niños, niñas y adolescentes el peligro que existe en el internet y en las redes sociales a través de campañas preventivas que realiza la Policía Nacional por medio de diferentes medios de comunicación.

**Entrevistador.** ¿Qué estrategias deben aplicar los padres de familia frente a estas amenazas?

**Entrevistado.** Tener mayor control sobre sus hijos al momento de que ellos naveguen en internet, darles horarios que deben cumplir, especialmente con los niños, lo recomendable es que los adolescentes menores de 13 años no tengan ningún tipo de cuenta en las redes sociales, no solo por el hecho de este tipo de juegos, sino que en las redes sociales existen perfiles o cuentas creadas por personas adultas que buscan engañar a los menores con el fin de obtener videos, fotografías o encuentros sexuales.

**Entrevistador.** ¿Qué estrategias deben aplicar las instituciones educativas frente a estas amenazas?

**Entrevistado.** Las instituciones educativas también están obligadas a llevar charlas y campañas preventivas del buen uso del internet y redes sociales por parte de los estudiantes. Concientizar a los estudiantes sobre el peligro y amenazas que existen al aceptar solicitudes de amistad de personas desconocidas en las redes sociales. No publicar información ni fotos personales.

## **INTERPRETACIÓN**

El entrevistado considera que todos los actores sociales están obligados a participar en la medida de sus posibilidades en estrategias nacionales de prevención.

Un punto importante señalado por el entrevistado, es la obligación de los padres plantear medidas que regulen el uso de las redes sociales de los hijos, comenzando por la edad a la que pueden hacerlo. Existen diferentes riesgos a los que se exponen los usuarios de Facebook, como bien afirma el oficial policial entrevistado, y los más vulnerables son los niños y adolescentes.

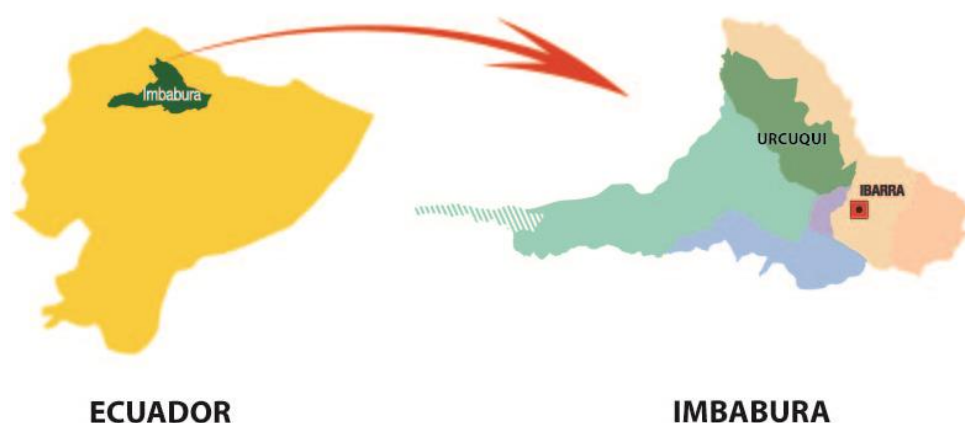
Este hecho debe interpretarse como una cuestión de interés permanente, y que el juego “La Ballena Azul” es solo una entre muchas amenazas que existen en la actualidad, y para lo cual deben estar preparados los padres de familia, los educadores y las autoridades.

## **3. CAPÍTULO III: PROPUESTA**

### **3.1 LOCALIZACIÓN**

La provincia de Imbabura situada en el norte del país, su capital la ciudad de Ibarra. En el territorio imbabureño habitan 345.781 habitantes, según las proyecciones para el año 2017, siendo la décimo tercera provincia más poblada del país. La Provincia de Imbabura está constituida por 6 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales, según el último ordenamiento territorial. (GAD Imbabura, 2017, pág. 31)

### 3.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN



Fuente: (GAD Imbabura, 2017, pág. 33).

El proyecto de investigación denominado Análisis de las redes sociales y su impacto mediático Facebook y el caso ‘‘Ballena Azul’’ se registró datos para la respectiva creación de una página de Facebook mediante esta se difunde una campaña de prevención en contra de este juego en la red social.

### 3.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Ibarra llamada oficialmente San Miguel de Ibarra, y la capital de la provincia de Imbabura, así como la urbe más grande y populosa de la misma, con un clima templado seco-mediterráneo de 17 °C en promedio (GAD Imbabura, 2017, pág. 38)

Es conocida como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas blancas con las que se bendijo la reconstruida ciudad en 1872 después del devastador terremoto de 1868. También llamada "Ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca campiña, clima ligero y amabilidad de su gente. (GAD Imbabura, 2017).

Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606, por orden de Miguel de Ibarra y Mallea; y en la actualidad es uno de los principales núcleos urbanos de Ecuador. Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales de la nación. Las actividades principales de la ciudad son la agroindustria y la producción de alimentos. (GAD Imbabura, 2017, pág. 40)

### 3.1.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para la información de este proyecto de investigación se toma en cuenta las tres unidades educativas de la provincia de Imbabura con mayor número de estudiantes como lo es los

estudiantes de 8vo Año de Educación Básica de la Unidad Educativa Otavalo, 9no Año de Educación Básica de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre y 10mo Año de Educación Básica de la Unidad Educativa Ibarra, dando un total de 209 encuestados.

### **3.2. NOMBRE DEL PROYECTO**

Análisis de las redes sociales y su impacto mediático: Facebook y el caso ‘‘Ballena Azul’’.

### **3.3. JUSTIFICACIÓN**

El presente estudio permitió especificar el riesgo al que se exponen los estudiantes de diferentes edades por el uso de las redes sociales, especialmente Facebook, donde se difundió hace algunos años el juego La Ballena Azul. Si bien, en apariencia, dicha aplicación y sus peligrosos desafíos salieron de la red, otros creadores podrían seguir con la misma orientación y ocasionar daños similares o peores a los detectados entre quienes jugaban habitualmente dicha expansión, y que recibieron cobertura, aunque tardía, de los medios de comunicación.

Este es un problema multidimensional e interdisciplinario. No corresponde a una sola profesión o especialidad dar una solución al problema, pero es posible, desde el campo de la comunicación, aportar a solucionar una parte del problema. Por ello, se plantea la presente propuesta comunicacional, mediante el diseño y alta de una página en Facebook (Fanpage), por medio del cual se desea comunicar y despertar la conciencia de los estudiantes sobre los riesgos de este juego y otros similares.

### **3.4. OBJETIVOS**

#### **3.4.1. OBJETIVO GENERAL**

- Informar a los estudiantes sobre los riesgos que implican juegos similares a La Ballena Azul en las redes sociales para sus vidas, sus relaciones y sus familias.

#### **3.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar una página en Facebook sobre los peligros que encierran juegos como La Ballena Azul en las redes sociales.
- Motivar a los jóvenes a buscar ayuda y consejo en sus padres y otros adultos de confianza en caso de recibir invitaciones a participar en estas peligrosas actividades.

- Impulsar un mejor clima de confianza en el hogar y los centros educativos que permitan la alerta temprana sobre la participación en juegos como La Ballena Azul.

### **3.5 CREACIÓN DE UNA PÁGINA DE SEGUIDORES EN FACEBOOK**

La red social Facebook, fue creada por Mark Zuckerberg junto con Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz.

Originalmente era un sitio para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero al poco tiempo abrió su red para personas de todo el mundo. Desde sus inicios en el 2004, Facebook ha crecido rápidamente, ahora tiene traducciones a 70 idiomas y alcanza cerca de mil millones de usuarios (Bishop, 2009, pág. 55)

A mediados de 2007 Facebook en español generó un mundo virtual donde las personas al ser “amigos” interactúan entre sí, sin importar el lugar donde se encuentren, “Facebook es la red de redes, la red más grande del mundo, que cambió para siempre el modo de relacionarnos y entretenernos” (Llavina, 2016, p. 37).

Se creó una página de seguidores en Facebook, considerando la misma vía para enfrentar la problemática que representa la amenaza del juego La Ballena Azul y otros similares.

Se diseñaron diez imágenes con mensajes relativos al nombre de la página “Tu vida vale + que un juego”. Estas imágenes se suben diariamente a la página de Facebook para ampliar la acogida.

Además, se diseñaron en un lapso de dos días, subiendo a diario las imágenes a la página. También se suben fotografías de producción propia, con frases como #dile\_no\_al\_juego\_de\_la\_ballena\_azul.

Se crearon dos afiches. Estos fueron socializados a los estudiantes de 8vo, 9no, y 10mo de básica de las unidades educativas Otavalo, Teodoro Gómez de la Torre, e Ibarra.

Los afiches fueron diseñados en una semana, y estuvieron impresos para socializarlos entre los estudiantes, para luego subirlos a la página de seguidores.

Se crearon tres videos spots, grabados y editados en una semana. En uno de estos videos se muestra el peligro del juego La Ballena Azul. Los otros dos son motivacionales para

dar más sentido a la vida. Los videos se visualizan en Facebook, en la página “Tu vida vale + que un juego”.

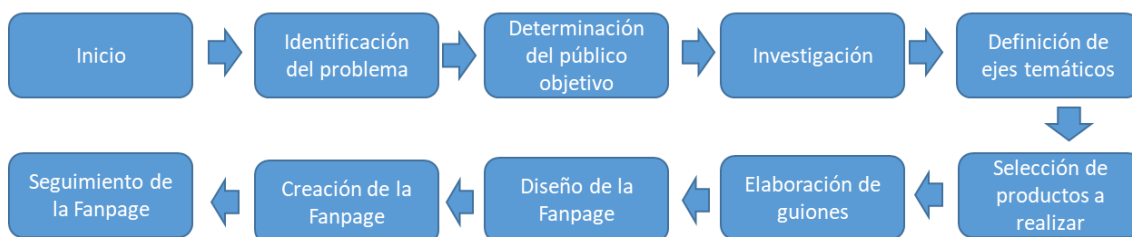
Considerando los resultados obtenidos por las encuestas, los estudiantes de las unidades educativas reconocidas en Imbabura prefieren que este tipo de información de peligros de juegos en la red, se dé a conocer mediante Facebook la red con más seguidos hasta la actualidad.

### 3.6 NOMBRE Y SLOGAN DE LA CAMPAÑA

Analizados los datos encuestados de los estudiantes de las unidades educativas Otavalo, Teodoro Gómez de la Torre, y unidad educativa Ibarra. En un nivel de 133/209 estudiantes consideran oportuno recibir información por las redes sociales y otros medios sobre el peligro de recibir invitaciones para participar en juegos como La Ballena Azul.

Teniendo en cuenta esta información se crea la campaña de prevención en contra del peligro de juegos en la red social. Una página en la red social Facebook denominada “Tu vida vale + que un juego”, con su respectivo slogan “No te enRedes”.

### 3.7 PROPUESTA OPERATIVA PARA EL MANEJO DE LA RED SOCIAL



**Inicio:** El proceso se forma con la caracterización de la propuesta.

**Identificación del problema:** Señalando específicamente la temática a abordar.

**Determinación del público objetivo:** Específicamente los estudiantes de los planteles seleccionados.

**Investigación:** Más detenida que debería explicarse sobre el problema seleccionado.

**Definición de ejes temáticos:** A incorporar en la Fanpage.

**Seguimiento de productos de la Fanpage:** Verificando el crecimiento y las interacciones con los seguidores a lo largo de las semanas y meses posteriores a su creación.

**Creación, Diseño de la Fanpage:** En Facebook, siguiendo los pasos existentes en la referida red social, para luego invitar al mayor número posible de contactos conocidos y desconocidos que expresan interés en las problemáticas sociales.

**Elaboración de guiones:** Respektivos, consistentes en motivar a los estudiantes para que compartan sus problemas con sus familiares y amigos, evitando caer en las actividades de estos peligrosos grupos de Facebook y otras redes sociales.

**Selección de productos de la Fanpage:** Una vez definidos estos elementos, se procedió a seleccionar los productos a realizar, es decir, los mensajes sobre el riesgo de este juego y otros similares.

El juego denominado La Ballena Azul debido a los daños ocasionados en niños y adolescentes de diversos países del mundo, y que llegaron incluso al suicidio generó un efecto mediático por los actores involucrados niños y adolescentes vulnerables y el esquema de sus desafíos.

El 40,66% de los estudiantes encuestados ha visto en la red social Facebook publicidad, juegos o mensajes que inciten a cumplir retos o desafíos, esto es preocupante porque si no tienen un control responsable por sus padres podrían caer en estos peligrosos juegos de la red social. Por esta razón se crea la campaña de prevención en contra del peligro de juegos en la red social.

La creación de la página denominada ‘‘Tu vida vale + que un juego’’ la cual contiene imágenes, fotografías, enlaces, spots se enfoca a padres de familia, estudiantes, docentes, autoridades entre otros, para que el manejo de las redes sociales sea una responsabilidad de las partes.

### **3.7.1 OBJETIVO DE LA CAMPAÑA**

Contribuir a un mejor conocimiento y comprensión de las potenciales amenazas que esconden las redes sociales para personas de cualquier edad, previniendo desenlaces negativos en la familia y la sociedad.

### 3.7.2 VIABILIDAD DE LA CAMPAÑA

| ACTIVIDAD                      | COSTO  |
|--------------------------------|--------|
| ALQUILER DE LIBROS Y<br>COPIAS | 30,00  |
| IMPRESIONES                    | 30,00  |
| MOVILIZACIÓN                   | 100,00 |
| EQUIPOS GRABACIÓN              | 200,00 |
| EQUIPO DE COMPUTACIÓN          | 35,00  |
| DISEÑADOR                      | 50,00  |
| OTROS                          | 200,00 |

**Elaboración:** Propia

### 3.8 FINANCIAMIENTO

El proyecto de investigación Análisis de las redes sociales y su impacto mediático: Facebook y el caso “La Ballena Azul” fue desarrollado por Johanna Aguirre egresada de la Escuela de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede – Ibarra, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, una vez que la Comisión de la Unidad de Titulación de la Escuela de Comunicación Social aprobó el presente proyecto de investigación.

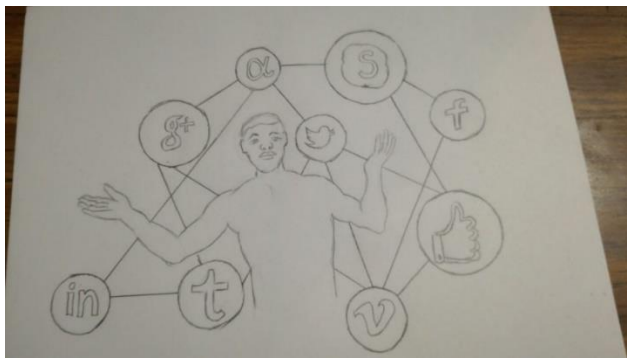
Los gastos de la elaboración del proyecto fueron cubiertos por la autora respectivamente.

### 3.9 CONCEPTUALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA

La campaña de prevención denominada “Tu vida vale + que un juego” se crea con el fin de dar a conocer información a padres de familia, estudiantes, docentes, entre otros sobre los peligros que existen en diferentes juegos en la red social, y así crear responsabilidad en el uso de las redes sociales con sus hijo/as.

### 3.10. LOGOTIPO

El logotipo que se utiliza para la difusión de la campaña de prevención mediante la página de Facebook “Tu vida vale + que un juego”, se diseñó una imagen en la cual podemos observar una persona con el efecto de sobra, donde representa la liberación de las redes sociales.



Con la respectiva imagen ya en digital se agrega el texto con el nombre de la campaña se utiliza la tipografía de Arial Rounded MT Bold.

TU  
VIDA  
VALE  
+  
QUE UN  
JUEGO

La unión de este diseño da como resultado la imagen final de difusión de la campaña “Tu vida vale + que un juego”. También podemos observar los colores azul y amarillo que fueron utilizados para el desarrollo de esta campaña.



### 3.11. CRONOGRAMA DE SPOTS

#### Spot 1

Nombre. El peligro del juego de la Ballena Azul

| HORA  | GRABACIÓN                                                                                                                                                                                          | LOCACIÓN  | LOGÍSTICA                                                                                                                                                                                                      | EQUIPOS                                                                                                                                                                                                                                             | RESPONSABLE     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 12h00 | Aparece el chico navegando en internet buscando nuevas víctimas, es el administrador general de todos los grupos que se manejan para buscar nuevas personas en Facebook.                           | Casa 1    | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Dos equipos de computación.</li> <li>✓ Mascara</li> <li>✓ Selección de fotografías de los perfiles de los chicos actores.</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Drone DJI Spark</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre |
| 12h30 | Aparece la Chica la cual le llega una solicitud de amistad del administrador del grupo. Ella se encuentra con su novio, pero a él no le dice nada de que está llegándole este tipo de información. | Heladería | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Heladería</li> <li>✓ Cambio de ropa de los chicos actores.</li> <li>✓ Dos cervezas corona.</li> <li>✓ Billetera para la chica.</li> <li>✓ Celular cargado.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                     | Johanna Aguirre |
|       |                                                                                                                                                                                                    |           |                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                     |                 |

| HORA  | GRABACIÓN                                                                                                                                                                                                              | LOCACIÓN  | LOGÍSTICA                                                                                                                                                                                              | EQUIPOS                                                                                                                                                                                                                                             | RESPONSABLE     |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 13h00 | Al mismo tiempo le llega información del juego al amigo de la chica para participar de este reto. Pero él lo toma de una manera más inteligente bloquea a todos esos contactos que le envían este tipo de información. | Heladería | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Heladería</li> <li>✓ Cubo de Rubik.</li> <li>✓ Adorno en la mesa.</li> <li>✓ Celular cargado.</li> </ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Drone DJI Spark</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre |
| 13h30 | La chica se interesa por ese juego acepta y empieza a participar de él.                                                                                                                                                | Casa 2    | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Cambio de ropa de la chica</li> <li>✓ Una laptop</li> </ul>                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                     | Johanna Aguirre |
| 14h00 | La chica acepta y cumple el reto de marcarse la mano con un cuchillo                                                                                                                                                   | Casa 2    | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Tijera</li> <li>✓ Preparación de la apariencia de sangre falsa para la chica.</li> <li>✓ Venda para cubrir el brazo de la chica.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                     | Johanna Aguirre |

| <b>HORA</b> | <b>GRABACIÓN</b>                                                                                                                                                 | <b>LOCACIÓN</b>                | <b>LOGÍSTICA</b>                                                                                                                                                  | <b>EQUIPOS</b>                                                                                                                                                                                                                                      | <b>RESPONSABLE</b> |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 14h30       | El novio va a visitarle, nota el corte en el brazo que se hizo dibujada una ballena, empiezan una pelea y su novio se va. La chica sigue participando del juego. | Casa 2                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Regalo del novio para la chica.</li> </ul>                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                     | Johanna Aguirre    |
| 15h00       | La chica se encuentra sentada en el parque. El último día a llegado el día de su muerte y el de matar a una persona que más quiere.                              | Parque La Victoria             | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Parque La Victoria.</li> <li>✓ Cambio de ropa para la chica.</li> <li>✓ Celular cargado.</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Drone DJI Spark</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre    |
| 15h30       | Reto número 50 cita a su novio para poder hablar, el novio acude al lugar.                                                                                       | Puente Rojo sector La Victoria | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Puente Rojo sector La Victoria.</li> <li>✓ Cambio de ropa para el chico.</li> <li>✓ Arma falsa para la chica.</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                                                     | Johanna Aguirre    |
| 16h00       | El administrador del juego está al tanto de todo lo que ocurrió.                                                                                                 | Casa 1                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Iluminación</li> </ul>                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                     | Johanna Aguirre    |

**Elaboración:** Propia

Spot 2

Nombre. No te enRedes

| HORA  | GRABACIÓN                                                                                    | LOCACIÓN | LOGÍSTICA                                                                                                                                                   | EQUIPOS                                                                                                                                                                                                                  | RESPONSABLE     |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 09h00 | Tres chicos escribiendo en el celular                                                        | Casa 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Celulares cargados</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> <li>✓ Micrófonos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre |
| 09h30 | Se acerca una chica y dice. Hey Chicos que su vida no dependa de un teléfono. No te enRedes. | Casa 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Celulares cargados</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> <li>✓ Micrófonos</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                          | Johanna Aguirre |
| 10h00 | El chico uno dice la frase. La red social es divertida, pero úsala con responsabilidad.      | Casa 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Celulares cargados</li> <li>✓ Maquillaje</li> </ul>                                              |                                                                                                                                                                                                                          | Johanna Aguirre |

| HORA  | GRABACIÓN                                                                                                                           | LOCACIÓN | LOGÍSTICA                                                                                                                                                   | EQUIPOS                                                                                                                                                                                                                  | RESPONSABLE     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|       |                                                                                                                                     |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Iluminación</li> <li>✓ Micrófonos</li> </ul>                                                                       |                                                                                                                                                                                                                          |                 |
| 10h30 | La chica dos dice la frase. Si no sabes de lo que están hablando o enviando por Facebook, busca información o habla con tus padres. | Casa 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Celulares cargados</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> <li>✓ Micrófonos</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                          | Johanna Aguirre |
| 11h00 | El chico tres dice la frase. No caigas en juegos de la red social. Que te acepten como eres.                                        | Casa 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Celulares cargados</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> <li>✓ Micrófonos</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre |
| 11h30 | Salen los cuatro chicos y dicen todos la frase. Tu vida vale + que un juego. No te enRedes.                                         | Casa 1   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 1</li> <li>✓ Celulares cargados</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> <li>✓ Micrófonos</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                          | Johanna Aguirre |

**Elaboración:** Propia.

### Spot 3

Nombre. Tu vida vale + que un juego

| HORA  | GRABACIÓN                                                                                                                         | LOCACIÓN | LOGÍSTICA                                                                                                                                               | EQUIPOS                                                                                                                                                                                                                  | RESPONSABLE     |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 09h00 | El chico uno sale sentado en la sala de la casa con una lámina la cual dice Los peligros de las redes sociales.                   | Casa 2   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Una laptop</li> <li>✓ Lamina Recorte</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre |
| 09h30 | El chico dos sale sentado en parte de la cocina de la casa con una lámina que dice Como afectan las redes sociales a los jóvenes. | Casa 2   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Una laptop</li> <li>✓ Lamina Recorte</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                          | Johanna Aguirre |
| 10h00 | Aparece la chica subiendo las gradas                                                                                              | Casa 2   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Afiche</li> </ul>                                                                            |                                                                                                                                                                                                                          | Johanna Aguirre |

| HORA  | GRABACIÓN                                                                                                                                                                             | LOCACIÓN | LOGÍSTICA                                                                                                                         | EQUIPOS                                                                                                                                                                                                                  | RESPONSABLE     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
|       | de la casa, indicando el afiche de la campaña Tu vida vale + que un juego.                                                                                                            |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> </ul>                                             |                                                                                                                                                                                                                          |                 |
| 10h30 | Aparecen dos chicas en el pasillo de la casa, le entrega una lámina en la cual está representado madre e hija en un dialogo constante sobre la responsabilidad de las redes sociales. | Casa 2   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Casa 2</li> <li>✓ Lamina Recorte</li> <li>✓ Maquillaje</li> <li>✓ Iluminación</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cámara Canon 7d</li> <li>✓ Estabilizador de imagen Zhiyun Crane</li> <li>✓ Dos Follow focus luz led</li> <li>✓ Trípode para estabilizador en edición Premier Cc 2018</li> </ul> | Johanna Aguirre |

**Elaboración:** Propia.

### 3.12. PLAN DE DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA

Con los objetivos planteados se da a conocer las estrategias para la difusión de la campaña

### 3.13. REDES SOCIALES

El 40,67% de estudiantes han visto en la red social Facebook publicidad, juegos o mensajes que inciten a cumplir retos o desafíos, esto es preocupante porque si no tienen un control responsable por sus padres podrían caer en estos peligrosos juegos de la red social.

Por esta razón se crea la campaña de prevención en contra del peligro de juegos en la red social. La creación de la página denominada “Tu vida vale + que un juego” la cual contiene imágenes, fotografías, enlaces, spots se enfoca a padres de familia, estudiantes, docentes, autoridades entre otros. Para que el manejo de las redes sociales sea una responsabilidad de las partes. La campaña se forma totalmente en la red social Facebook con el nombre y logo que la distinguen.



### 3.14. AGENDA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA

La campaña se difundió a través de la página de Facebook “Tu vida vale + que un juego”, también logramos socializar en medios de comunicación.

|                                 |                                                      |
|---------------------------------|------------------------------------------------------|
| Radio La Premier 91.9 FM        | Responsable del medio Lic. Luis Viteri               |
| Diario La Hora Ibarra           | Responsable de la nota Lic. Luis Almeida             |
| Radio Cotacachi 93.5 FM         | Responsable de la entrevista Lic. Joselyn Echeverría |
| Radio Armonía 94.3 FM           | Responsable de la entrevista Lic. Marcelo Campos     |
| Feria de Promotores Ambientales | Responsable Ministerio del Ambiente - Imbabura       |

**Elaboración:** Propia.

### 3.15. RESULTADOS

La campaña Tu vida vale + que un juego se crea en Facebook el veinte y tres de agosto de 2018, obteniendo los siguientes resultados

El Fan Page obtuvo 80 me gusta y 88 seguidores, según las estadísticas que se pueden visualizar en Facebook las treinta publicaciones realizadas. La publicación que se obtuvo mayor número de impacto en la red social fue de 8.805 de alcance. (Número de personas alcanzadas)



### MATRIZ DE RESULTADOS

|   | SEGUIDORES             |                             | TIPO DE CONTENIDO |           |          |          | FRECUENCIA DE PUBLICACIÓN |                         | INTERACTIVIDAD |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------------|-------------------|-----------|----------|----------|---------------------------|-------------------------|----------------|-------------|
|                                                                                                                                                                     | Nº seguidores actuales | Nuevos Seguidores Semanales | Texto             | Imágenes  | Videos   | Otros    | Publicaciones diarias     | Publicaciones semanales | Me gusta       | Comentarios |
| Semana 1                                                                                                                                                            | 4                      | 1                           | -                 | 1         | -        | -        | 1                         | 1                       | 10             | -           |
| Semana 2                                                                                                                                                            | 5                      | 2                           | -                 | 1         | 1        | -        | 1                         | 2                       | 13             | -           |
| Semana 3                                                                                                                                                            | 7                      | 7                           | 1                 | 2         | -        | -        | 2                         | 3                       | 12             | 2           |
| Semana 4                                                                                                                                                            | 14                     | 5                           | -                 | 4         | -        | -        | 4                         | 4                       | 12             | 2           |
| Semana 5                                                                                                                                                            | 18                     | 3                           | 2                 | 3         | 2        | -        | 3                         | 7                       | 15             | 1           |
| Semana 6                                                                                                                                                            | 21                     | 6                           | -                 | 3         | -        | -        | 3                         | 3                       | 17             | 3           |
| Semana 7                                                                                                                                                            | 27                     | 9                           | 2                 | 8         | 1        | -        | 2                         | 11                      | 11             | -           |
| Semana 8                                                                                                                                                            | 36                     | 7                           | 1                 | 6         | -        | -        | 0                         | 7                       | 10             | -           |
| Semana 9                                                                                                                                                            | 47                     | 8                           | -                 | 13        | -        | -        | 3                         | 13                      | 16             | 4           |
| Semana 10                                                                                                                                                           | 54                     | 9                           | 2                 | 4         | -        | -        | 2                         | 6                       | 21             | -           |
| Semana 11                                                                                                                                                           | 63                     | 8                           | -                 | 11        | 1        | -        | 7                         | 12                      | 17             | -           |
| Semana 12                                                                                                                                                           | 71                     | 5                           | 1                 | 7         | -        | -        | 6                         | 8                       | 14             | 7           |
| Semana 13                                                                                                                                                           | 78                     | 3                           | 2                 | 12        | 1        | -        | 7                         | 15                      | 29             | -           |
| Semana 14                                                                                                                                                           | 79                     | 2                           | 2                 | 16        | -        | -        | 7                         | 18                      | 13             | -           |
| Semana 15                                                                                                                                                           | 80                     | 0                           | 2                 | 4         | -        | -        | 4                         | 6                       | 18             | 6           |
| <b>Total</b>                                                                                                                                                        | <b>80</b>              | <b>75</b>                   | <b>15</b>         | <b>95</b> | <b>6</b> | <b>-</b> | <b>20</b>                 | <b>116</b>              | <b>228</b>     | <b>25</b>   |

**Elaboración:** Propia.

**Número de seguidores actuales en la campaña Tu vida vale + que un juego:** Al momento de iniciar la campaña se obtuvo una buena acogida incrementando cada día el número de seguidores, llegando a un promedio de 80 likes en la página, haciendo conocer por medio de las redes sociales.

**Número de seguidores semanales en la campaña Tu vida vale + que un juego:** Cada vez se fue alimentando con fotos, videos, y así incremento el número de seguidores subiendo cada semana uno a uno. Llegando a más personas con el mensaje de la difusión de la campaña, compartiendo con más seguidores la información requerida de la Fanpage.

#### **Tipo de Contenido:**

**-Texto:** Se analiza la Fanpage por medio de los artículos que se compartió e interactuó con los seguidores de la campaña, se utilizó artículos de importante información dando a conocer a los jóvenes como a padres de familia y docentes, que tengan precaución al momento que se manejan las redes sociales.

**-Imágenes:** Se difundió fotografías, afiches e imágenes las cuales llegan con un mensaje de precaución al momento que los jóvenes están expuestos a juegos peligrosos en las redes sociales y que estos pueden atentar contra la vida.

**-Videos:** Se trabajó 4 videos uno de estos indica el peligro que se corre al momento de jugar en la red social, los otros son motivacionales y que padres de familia como los jóvenes mismo sean responsables al momento de navegar en la red social, se obtuvo una gran acogida con la difusión de estos videos en la Fanpage.

**Publicaciones diarias:** Efectivamente compartir publicaciones diarias en la Fanpage hace que se interactúe con todos los seguidores ya que están atentos a la información de la campaña que se proporciona y de igual manera estos comparten información.

**Publicaciones semanales:** Cumpliendo con el objetivo de la campaña se publica para acoger más seguidores y que se conozca lo que se está trabajando, los videos fueron directamente de mayor impacto, siendo los más vistos por la audiencia que sigue la Fanpage, dando como resultado la interactividad.

**Interactividad:**

**-Me gusta:** Se obtuvo un gran interés por los número de me gusta, permitiendo que el usuario este informado de lo que se proporciona en la Fanpage. Diariamente fue incrementando llegando a más seguidores.

**-Comentarios:** Es posible que el usuario pueda dar un comentario para conocer lo que él quiere saber acerca de la Fanpage, conocer más información, o dar un comentario positivo de lo que está percibiendo en la campaña mediante la red social.

**Análisis General:**

El número de seguidores es el parámetro más importante de esta matriz, pues indica la evolución semanal de personas que se suman a la Fanpage, y, con ellas, la posibilidad de ampliar el espectro de seguidores, masificando los mensajes. Como se observa, la primera semana se tuvo pocos seguidores, pero se fueron sumando semana a semana. La diferencia de una semana respecto a la anterior constituye el número de nuevos seguidores semanales.

En cuanto al tipo de contenido, se produjeron sobre todo mensajes en imágenes, por su economía, y por generar mayor atención que el texto simple. Como se observa, cada semana se produjeron mensajes, habiéndose además compartido algunos mensajes motivadores de otras Fanpage o grupos de intereses similares.

La frecuencia de publicación fue media, según se observa en la columna respectiva, teniéndose entre 4 y 5 publicaciones semanales.

Por último, la interactividad fue medida con los Me gusta (y reacciones), comentarios y contenido compartido. De las tres interacciones, la más importante, para los fines de este estudio, son los comentarios, pues permiten conocer cómo perciben los seguidores la problemática planteada, habiéndose observado una importante y favorable acogida a los mensajes, con una significativa preocupación por el tema.

#### 4. CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE IMPACTOS

Cumplidas las etapas de investigación y diagnóstico, así como el diseño y ejecución de la propuesta, en el presente estudio se identificaron el impacto social, político, mediático y educativo, con base en la identificación del nivel de impacto, como se observa en la siguiente tabla de Posso (2011)

| NIVEL DE IMPACTO | VALOR NUMÉRICO |
|------------------|----------------|
| Alto negativo    | -3             |
| Medio negativo   | -2             |
| Bajo negativo    | -1             |
| No hay impacto   | 0              |
| Bajo positivo    | 1              |
| Medio positivo   | 2              |
| Alto positivo    | 3              |

**Elaboración:** Propia.

Una vez determinada la escala para medir los impactos comunicacional y social en las poblaciones seleccionadas, se describen los resultados obtenidos y el análisis correspondiente.

## 4.2. IMPACTO SOCIAL

**Tabla 2. Impacto social**

| <b>Niveles de impacto</b>               | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3          |
|-----------------------------------------|----|----|----|---|---|---|------------|
| <b>Indicador</b>                        |    |    |    |   |   |   |            |
| Creación de la Fan page                 |    |    |    |   | X |   |            |
| Aceptación en la red Facebook           |    |    |    |   |   |   | X          |
| Efectividad de la propuesta audiovisual |    |    |    |   |   |   | X          |
| Interacción con las publicaciones       |    |    |    |   |   | X |            |
| <b>TOTAL</b>                            |    |    |    |   | 1 | 2 | 6          |
|                                         |    |    |    |   |   |   | $\Sigma=9$ |

**Elaboración:** Propia.

Nivel de impacto comunicacional =  $\Sigma 9/4 = 2,25$

Nivel de impacto comunicacional = Alto positivo

### ANÁLISIS

El impacto social se mide por el interés del tema de investigación en la sociedad, es decir, en los actores involucrados (estudiantes, educadores, expertos en la materia).

Una vez desarrollado el diagnóstico y aplicada la propuesta, se determinó que la Fan page diseñada generó un impacto positivo bajo, pero la aceptación de la propuesta y la efectividad de la misma fueron positivas altas, mientras que la interacción con las publicaciones resultó positiva media. En general, se tuvo aceptación de la propuesta y el desarrollo de la misma.

### 4.3. IMPACTO POLÍTICO

**Tabla 3. Impacto político**

| Niveles de impacto                 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |     |
|------------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-----|
| Indicador                          |    |    |    |   |   |   |   |     |
| Conocimiento sobre la problemática |    |    |    |   |   |   | X |     |
| Respuesta de las instituciones     |    |    |    |   |   | X |   |     |
| TOTAL                              |    |    |    |   |   | 2 | 3 | Σ=5 |

**Elaboración:** Propia.

Nivel de impacto comunicacional =  $\Sigma 5/2 = 2,5$

Nivel de impacto comunicacional = Alto positivo

### ANÁLISIS

El impacto político se mide por el interés del problema en las instituciones estatales (Ministerio de Educación, Ministerio de Salud, Policía Nacional), teniendo un nivel de impacto positivo alto.

Según se pudo ver en la revisión de la información relativa al tema, el Estado ecuatoriano tuvo una respuesta rápida, con ruedas de prensa y la difusión de mensajes informativos, teniendo un nivel de impacto positivo medio. Sin embargo, conforme pasaron los meses, el tema fue cayendo, y no se advierten actividades preventivas ante otras potenciales amenazas.

#### 4.4. IMPACTO MEDIÁTICO

**Tabla 4. Impacto mediático**

| Indicador \ Niveles de impacto   | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3          |
|----------------------------------|----|----|----|---|---|---|------------|
|                                  |    |    |    |   |   |   |            |
| Conocimiento de la problemática  |    |    |    |   | X |   |            |
| Difusión de los hechos           |    |    |    |   |   |   | X          |
| Difusión de acciones preventivas |    |    |    |   |   | X |            |
| <b>TOTAL</b>                     |    |    |    |   | 1 | 2 | 3          |
|                                  |    |    |    |   |   |   | $\Sigma=6$ |

**Elaboración:** Propia.

Nivel de impacto comunicacional =  $\Sigma 6/3 = 2$

Nivel de impacto comunicacional = Positivo medio

#### ANÁLISIS

El impacto mediático se mide por el interés del problema en los medios de comunicación (tradicional y digital), teniendo un nivel de impacto positivo medio.

Según se pudo ver en la revisión de la información relativa al tema, los medios de comunicación le dieron amplia cobertura al fenómeno en sus inicios, y periódicamente se ocupaban por nuevos casos, principalmente en el exterior, y la alerta para la población local sobre la temática. Pero al final fue un tema más de prensa, una noticia, sin haberse profundizado el interés en la problemática.

#### 4.5. IMPACTO EDUCATIVO

Este impacto se mide por la aplicación de la experiencia en tres instituciones educativas. La siguiente tabla contiene la medición de dicho impacto.

**Tabla 5. Impacto educativo**

| Indicador \ Niveles de impacto   | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3          |
|----------------------------------|----|----|----|---|---|---|------------|
|                                  |    |    |    |   |   |   |            |
| Interés de los educadores        |    |    |    |   |   | X |            |
| Interés de los estudiantes       |    |    |    | X |   |   |            |
| Interés de los padres de familia |    |    |    |   | X |   |            |
| <b>TOTAL</b>                     |    |    |    | 0 | 1 | 2 | $\Sigma=3$ |

**Elaboración:** Propia.

Nivel de impacto comunicacional =  $\Sigma 3/3 = 1$

Nivel de impacto comunicacional = Positivo bajo

#### ANÁLISIS

El impacto educativo se mide por el interés en el problema por los actores de la educación, educadores, estudiantes y padres de familia.

Según se aprecia, los educadores tienen un interés positivo medio, mientras los estudiantes tienen uno neutro, y los padres uno positivo bajo. Esto se percibe en la escasa información que comparten padres e hijos sobre estos temas. Los educadores, en cambio, expresan un mayor interés por la problemática, pero tampoco se involucran de forma activa en su prevención.

## 5. CONCLUSIONES

El presente estudio permitió formular las siguientes conclusiones:

- El juego de La Ballena Azul es una peligrosa actividad desarrollada en la red social Facebook. Los medios de comunicación le dieron una importancia propia de los efectos mediáticos, con una significativa alerta en sus inicios, hasta un posterior desinterés.
- Las campañas de prevención fueron pocas, pero se informó lo suficiente a la ciudadanía para que lo tomen en cuenta. Sin embargo, no se desarrollaron campañas posteriores de servicio e información a la ciudadanía sobre posibles juegos similares, consistentes en diferentes desafíos por los cuales los niños y adolescentes que participen en el mismo se autolesionen o lesionen a otras personas.
- Facebook es una red social que se puede constituir en una importante herramienta de interacción humana, pero asimismo esconde peligros para los más vulnerables, especialmente niños y adolescentes, siendo necesario un mejor conocimiento de la misma, sus problemas y amenazas para la sociedad.
- Este estudio desarrolló una propuesta comunicacional, basada en la creación de una campaña de prevención en contra del peligro de juegos en la red social con una Fan page la cual visualizamos contenidos educativos y motivacionales, centrando el interés en la protección de la vida humana.
- La respuesta inicial fue de desinterés, al ser una Fan page nueva, pero según pasaban los días, con los nuevos mensajes y contenido compartido, la misma fue creciendo, recibiendo comentarios, contenido compartido y likes entre otras reacciones, a los diferentes mensajes.
- Se considera que la propuesta está bien encaminada en la tarea de prevenir este tipo de hechos.
- Esta investigación tuvo acogida en los jóvenes siendo más responsables en el uso de las redes sociales.
- Los jóvenes se interesaron por la campaña en Facebook, denominada Tu vida vale + que un juego.
- Las unidades educativas formaron parte de la socialización de los afiches dentro de la campaña Tu vida vale + que un juego.

- Los jóvenes consideraron que la mejor herramienta entre padre e hijos es el dialogo.

## **6. RECOMENDACIONES**

- Desarrollar otros estudios sobre la Ballena Azul y otros juegos con potencial amenaza para la salud y bienestar físico, mental y afectivo de la niñez y adolescencia ecuatorianas.
- Diseñar nuevas estrategias y reforzar las existentes, como Estado y como comunidad organizada, a fin de brindar una protección efectiva y permanente a la niñez y adolescencia ecuatorianas.
- Desarrollar una información continua en las unidades educativas siendo como principal enfoque los jóvenes y el manejo responsable de las redes sociales.
- Que los padres de familia y docentes se involucren con los jóvenes en estos temas buscar un diálogo permanente para saber qué es lo nuevo del internet.
- Dentro de las unidades educativas el departamento de psicología debe desarrollar charlas a los jóvenes como a padres de familia para conocer lo positivo y negativo dentro de las redes sociales.
- Las unidades educativas deben vincular de forma directa a los docentes para que se trabaje talleres, conferencias siendo responsable de esto el Ministerio de Educación.
- Que los medios de comunicación puedan apoyar la iniciativa de la creación de la campaña que se socializa a los jóvenes por cuenta propia.
- Dentro de la Policía de Delitos Informáticos se pueda trabajar una campaña que llegue a más jóvenes a nivel nacional para que sean responsables con el manejo de las redes sociales.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC. (mayo de 2017). Casos de la ballena azul en Cataluña. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de Diario el ABC: [http://www.abc.es/espana/catalunya/abci-detectan-tres-posibles-casos-ballena-azul-instituto-barcelona-201705111739\\_noticia.html](http://www.abc.es/espana/catalunya/abci-detectan-tres-posibles-casos-ballena-azul-instituto-barcelona-201705111739_noticia.html)
- Azurmendi. (25 de julio de 2017). Universidad de Navarra. Obtenido de <http://www.unav.edu/web/facultad-de-comunicacion/ana-azurmendi>
- Bibiana, L. (2001). Manual de Derecho Informático. Rosario: Nova Tesis.
- Bishop, B. (2009). Marketing estratégico para la era digital. México: CECSA.
- Canda, F. (2009). Psicología y Pedagogía. Barcelona: Cultura.
- Castro, L. (6 de Marzo de 2016). ¿Qué es una red social? Recuperado el 31 de Octubre de 2017, de <https://www.aboutespanol.com/que-es-una-red-social-158168>
- Corbin. (2017). Psicología y Mente. Recuperado el 25 de julio de 2017, de <https://psicologiaymente.net/social/ballena-azul-jovenes-suicidio#!>
- Davis, F. (2010). La comunicación no verbal. Madrid: Alianza.
- Diario Nuevo. (6 de Mayo de 2017). Conocé a la Ballena Rosa, un juego que promete luchar contra el juego suicida. Recuperado el 18 de Septiembre de 2017, de <http://www.nuevodiarioweb.com.ar/noticias/2017/05/06/89296-conoce-a-la-ballena-rosa-un-juego-que-promete-luchar-contr-el-juego-suicida>
- Díaz, G. (30 de Mayo de 2012). Redes de Computadoras. Recuperado el 20 de Marzo de 2017, de [http://webdelprofesor.ula.ve/ingenieria/gilberto/redes/02\\_introduccion.pdf](http://webdelprofesor.ula.ve/ingenieria/gilberto/redes/02_introduccion.pdf)
- El Mundo. (7 de Mayo de 2017). El juego consistía en realizar 50 retos en 50 días. Recuperado el 18 de Septiembre de 2017, de <http://www.elmundo.es/cronica/2017/05/07/590cb4bf468aebce148b4606.html>
- ERBOL. (2015). 20 Años de ERBOL. La Paz: Secretario Ejecutivo ERBOL.
- FNPI. (mayo de 2017). El reto de la Ballena Azul: ¿informaron los medios adecuadamente? Recuperado el 25 de julio de 2017, de <http://www.fnpi.org/es/blog/redeticasegura/el-reto-de-la-ballena-azul-%C2%BFinformaron-los-medios-adecuadamente>
- GAD Imbabura. (2017). GAD Provincial de Imbabura. Recuperado el 24 de Agosto de 2018, de <http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/datos-generales.html>
- Gales de la Vega, F. (2012). Sistemas de información. Herramientas prácticas para la gestión empresarial. Madrid: RA-MA.
- Guevara. (2017). La macabra movida de una ballena azul en internet. Informáica y nuevas tecnologías, 5.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2013). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

- IDS. (3 de Noviembre de 2014). Los 8 principales Riesgos de Seguridad Cibernética en la era Digital. Recuperado el 17 de Abril de 2018, de <http://www.ids.com.mx/desarrollo-profesional/comunidad-ids/blog/los-8-principales-riesgos-de-seguridad-cibernetica-en-la>
- ITE. (3 de Junio de 2014). Adolescentes y redes sociales. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de [http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m6\\_1\\_redes\\_sociales/adolescentes\\_y\\_redes\\_sociales.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m6_1_redes_sociales/adolescentes_y_redes_sociales.html)
- Jaramilo, S. (2017). El reto de la Ballena Azul: ¿informaron los medios adecuadamente? Recuperado el 4 de Noviembre de 2017, de <http://www.fnpi.org/es/blog/redeticasegura/el-reto-de-la-ballena-azul-informaron-los-medios-adecuadamente>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Marketing. México: Pearson.
- Llanera. (2017). El País. Recuperado el 25 de julio de 2017, de [https://politica.elpais.com/politica/2017/05/12/actualidad/1494610046\\_847170.html](https://politica.elpais.com/politica/2017/05/12/actualidad/1494610046_847170.html)
- Llavina, X. (2016). Facebook. Mejore sus relaciones conociendo la red social que conecta al mundo. Barcelona: Profit.
- Lomonosov, B. (2009). El problema de la comunicación en psicología. Buenos Aires: Sudamericana.
- Masdeu, B. (15 de Abril de 2015). La sociología y las redes sociales. Recuperado el 18 de Noviembre de 2017, de [https://iowme.com/web/blog\\_post.php?id\\_post=2845](https://iowme.com/web/blog_post.php?id_post=2845)
- Mendoza, B. (2016). Bullying, los múltiples rostros del abuso escolar. México: Pax.
- Metro 951. (17 de Septiembre de 2017). ¿cuáles son los 50 retos del mortal juego: “la ballena azul”? Recuperado el 1 de Septiembre de 2017, de <http://www.metro951.com/2017/05/cuales-son-los-50-retos-del-mortal-juego-la-ballena-azul/>
- Minuto 1. (17 de Octubre de 2017). Jugaba a la "Ballena Azul", estaba por suicidarse y la salvaron. Recuperado el 19 de Febrero de 2018, de <https://www.minutouno.com/notas/3045027-jugaba-la-ballena-azul-estaba-suicidarse-y-la-salvaron>
- Minuto Uno. (5 de Mayo de 2017). El creador de la "Ballena Azul" confesó que inventó el juego para incentivar al suicidio. Recuperado el 1 de Septiembre de 2017, de <https://www.minutouno.com/notas/1549885-el-creador-la-ballena-azul-confeso-que-invento-el-juego-incentivar-al-suicidio>
- Moragas, M. d. (1988). Sociología de la comunicación de masas. Madrid: Gustavo Gilli.
- NVINoticias. (marzo de 2017). Confirman primer caso del reto "Ballena Azul" en Mexico. Recuperado el 24 de Julio de 2017, de <http://www.nvinoticias.com/nota/58905/confirman-primer-caso-del-reto-ballena-azul-en-mexico>

- Ossorio, M. (2013). Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales. Buenos Aires: Hvmanitas.
- Papalia, D., Olds, S., & Feldman, R. (2015). Psicología del desarrollo. México: McGraw-Hill.
- Pastor, L. (2009). La comunicación es vida. Reflexiones eclécticas sobre TICS y contenidos audiovisuales. Madrid: Editorial UOC.
- Perfil. (5 de Mayo de 2017). En qué consiste el peligroso juego de la 'Ballena Azul'. Recuperado el 18 de Septiembre de 2017, de <http://www.perfil.com/sociedad/de-que-se-trata-el-peligroso-juego-de-la-ballena-azul.phtml>
- Pintado, Y., Jiménez, Y., Padilla, M., Guerra, J., & Antelo, M. (2010). Trastornos psicológicos en los adolescentes. Una visión general. Revista de Psicología Psiquiatría de la Niñez y Adolescencia, Nro. 9 (1), 11-27.
- Piscitelli, A. (1998). Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet. Buenos Aires: Paidós.
- Posso, M. (2011). Proyectos, Tesis y Marco Lógico: planes e informes de investigación. Quito: Noción Imprenta.
- Rodríguez, Ó. (2012). Facebook. Aplicaciones profesionales y de emprsas. Madrid: Anaya.
- Rogers, C. (1991). Libertad y creatividad en la educación. México: Limusa.
- Romero, M. (25 de Marzo de 2017). Elementos de la Comunicación. Recuperado el 28 de Octubre de 2017, de <https://www.lifeder.com/ejemplos-elementos-comunicacion/>
- RT. (8 de Mayo de 2017). Segundo caso en España de 'la ballena azul', el juego que conduce a los jóvenes al suicidio. Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de <https://actualidad.rt.com/actualidad/237924-segundo-caso-espana-ballena-azul>
- Rubín, A. (16 de Abril de 2015). Los Transtornos mentales mas comunes en la adolescencia. Recuperado el 8 de Septiembre de 2017, de <https://psicologiyamente.net/clinica/trastornos-mentales-en-adolescencia#!>
- Tabaola. (28 de abril de 2017). La Ballena Azul, Policía de Ecuador alerta sobre macabro juego. El Universo, págs. <http://www.eluniverso.com/vida/2017/04/28/nota/6158209/policia-ecuador-alerta-sobre-macabro-juego-ballena-azul>.
- Tamayo y Tamayo, M. (2017). El proceso de la investigación científica. México: Limusa-Noriega.
- Territorio Creativo. (16 de Noviembre de 2012). Recuperado el 8 de Marzo de 2015, de [https://communitymanagerdotcom.files.wordpress.com/2014/01/manual\\_instagram\\_pdf.pdf](https://communitymanagerdotcom.files.wordpress.com/2014/01/manual_instagram_pdf.pdf)
- Torrice, E. (2009). Periodismo. Apuntes teórico técnicos. La Paz: Andina.

- Ulloa, C. (2011). Comunicación, cultura y desarrollo. Quito: Intiyan.
- Wadke, M. (2001). Diseño con Herramientas Digitales . Acapulco: Mc Graw-Hill.
- Wolfolk, A. (2016). Psicología Educativa. México: Pearson.
- Wolton, D. (2000). Internet, ¿y después? Barcelona: Gedisa.

## ANEXOS

### ANEXO 1 – ENCUESTA APLICADA A ESTUDIANTES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS DE IMBABURA



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE-IBARRA**

### **ENCUESTA APLICADA COMO PARTE DEL DESARROLLO DE UN PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PUCE – SI**

#### **INSTRUCCIONES:**

- Marque con una X la respuesta que usted considere
- No firme la encuesta, es anónima

#### **DATOS INFORMATIVOS**

**Institución:**

**Género:** Femenino ( ) Masculino ( )

**Edad:**

#### **CUESTIONARIO:**

**1. ¿Con que frecuencia usted hace uso del Internet?**

Frecuente ( ) Muy frecuente ( ) Poco frecuente ( ) Nunca ( )

**2. ¿Usted utiliza Redes Sociales?**

Frecuente ( ) Muy frecuente ( ) Poco frecuente ( ) Nunca ( )

**3. ¿Cuál de las siguientes Redes Sociales utiliza con mayor frecuencia?**

Facebook ( ) WhatsApp ( ) Instagram ( ) Google + ( )

Otra: ¿Cuál?.....

**4. ¿Usted utiliza el Facebook para?**

Compartir videos, fotos y memes ( ) Chatear ( )

Opinar lo que comparten sus amigos ( ) Conocer nuevos amigos ( )

Otro: ¿Cuál?.....

**5. ¿A qué edad usted creo su perfil de Facebook?**

De 7 a 10 años ( ) De 10 a 13 años ( ) De 13 a 16 años ( ) De 16 o más ( )

**6. ¿Utiliza usted algún sobrenombre para su cuenta de Facebook?**

Si ( )

No ( )

**7. ¿Acepta usted solicitudes de desconocidos en Facebook?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿Ha visto usted en Facebook publicidad, juegos o mensajes que lo inciten a cumplir retos o desafíos?**

Si ( )

No ( )

**9. ¿Ha escuchado usted acerca de la existencia de un juego llamado: La Ballena Azul?**

Si ( )

No ( )

En caso de que su respuesta sea No, la encuesta ha concluido.

**10. ¿Conoce usted los retos o desafíos del juego La Ballena Azul?**

Si (    )

No (    )

**11. ¿Le llegó alguna vez una invitación por redes sociales para participar en el juego de La Ballena Azul?**

Si (    )

No (    )

**12. ¿Conoce a un amigo o amiga que haya participado en este juego?**

Si (    )

No (    )

**13. ¿Si le llega a usted una invitación por redes sociales para participar en retos que perjudiquen a su salud y vida, ¿Lo haría?**

Si (    )

No (    )

**14. ¿Considera usted oportuno recibir información por las redes sociales y otros medios sobre el peligro de recibir invitaciones para participar en juegos como La Ballena Azul?**

Si (    )

No (    )

**15. ¿En qué medios quisiera recibir información acerca de riesgos existentes en redes sociales?**

Televisión (    )

Radio (    )

Prensa (    )

Medios Impresos (afiches, hojas volantes) (    )

## ANEXO 2 – OFICIOS DE RESPALDO PARA LAS UNIDADES EDUCATIVAS DE IMBABURA



Oficio Nro. MINEDUC-CZ1-10D02-2018-1043-OF

Otavaló, 02 de mayo de 2018

**Asunto:** JOHANNA AGUIRRE-AUTORIZACION ENCUESTA

Señorita  
Johanna del Carmen Aguirre Farinango  
**Estudiante Escuela Comunicación Social**  
**PUCE-SI**  
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta al Documento No. 10D02-1620, por medio del cual, la señorita Johanna Aguirre, solicita autorización para ingresar a la Unidad Educativa "Otavaló", para realizar una encuesta sobre el tema "Análisis de las redes sociales y su impacto mediático Facebook y el caso Ballena Azul, este Distrito autoriza para que la estudiante de la Universidad Católica ingrese a la institución en mención, para que realice la encuesta a los alumnos de octavo año de Básica, misma que le servirá como Proyecto de Tesis, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, solicitamos a la estudiantes coordinar con la autoridad del establecimiento para no afectar la jornada pedagógica.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

*Documento firmado electrónicamente*

Luis Enrique Bonilla Cabascango  
**DIRECTOR DISTRITAL DE EDUCACIÓN 10D02 ANTONIO ANTE - OTAVALO**

Referencias:  
- MINEDUC-CZ1-10D02-UDAC-2018-1799-E

Anexos:  
- 10D02-1620

Copia:  
Mario Gustavo Andrade Medina  
**Analista Distrital 10D02 Coordinación Educativa**



Av. Amazonas N34-451 entre Av. Atahualpa y Juan Pablo Sanz  
Telf.: + (593 2) 3961300/1400/1500  
www.educacion.gob.ec

## ANEXO 2 – OFICIOS DE RESPALDO PARA LAS UNIDADES EDUCATIVAS DE IMBABURA



Ministerio  
de Educación



Oficio Nro. MINEDUC-CZ1-10D02-2018-1043-OF

Otavaló, 02 de mayo de 2018

ma/MQ

Ibarra, 25 de abril de 2018

*Licenciado:*

**Juan Vásquez**

**RECTOR DE LA UNIDAD EDUCATIVA TEODORO GÓMEZ DE LA TORRE**

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de parte de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede-Ibarra, en especial de la Escuela de Comunicación Social.

Por medio del presente solicito de la manera más comedida autorice que la estudiante de la PUCE-SI: **Johanna Aguirre**, portadora de la C.C: 1003303607 realice una investigación en su Institución, como parte de su trabajo de tesis para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, quien se encuentra realizando la investigación denominada "Análisis de las redes sociales y su impacto mediático: Facebook y el caso Ballena Azul".

Por lo que se requiere que la estudiante obtenga datos en base a lo que se detalla a continuación:

- Conocer el número de paralelos y estudiantes existentes de los que están cursando el 9no Año de Básica de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.
- Aplicar una encuesta a dos paralelos de 9no Año de Básica de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre.

Por la atención prestada anticipo mis más sinceros agradecimientos.

Atentamente,



Mgs. Elizabeth Granda Sánchez

**Coordinadora Académica de la Escuela de Comunicación Social**  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA  
Telf. 062615500 ext. 2135  
Ibarra - Ecuador



## ANEXO 2 – OFICIOS DE RESPALDO PARA LAS UNIDADES EDUCATIVAS DE IMBABURA

Ibarra, 17 de abril de 2018

*Doctora:*

*María Ruales*

**RECTORA DE LA UNIDAD EDUCATIVA IBARRA**

*Presente.*

*De mi consideración:*

*Reciba un atento y cordial saludo y a la vez deseándole éxitos y bendiciones en las funciones que usted desempeña.*

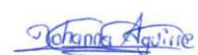
Como parte de la finalización de la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede-Ibarra, para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, me encuentro realizando el proceso de tesis el mismo que será presentado como parte de mi proyecto de grado denominado “Análisis de las redes sociales y su impacto mediático: Facebook y el caso Ballena Azul”.

Por lo que solicito de la manera más cordial, la autorización para:

- Conocer el número de paralelos y estudiantes existentes de los que están cursando el 10mo Año de Básica de la Unidad Educativa Ibarra.
- Aplicar una encuesta a dos paralelos de 10mo Año de Básica de la Unidad Educativa Ibarra.

*Por la atención prestada anticipo mis más sinceros agradecimientos.*

Atentamente,



Srta. Johanna Aguirre  
**EGRESADA**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

Contacto: 0992503603



ANEXO 3 – OFICIO DIRECTOR PROVINCIAL DEL AMBIENTE  
IMBABURA APOYO DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO

Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador  
SEDE IBARRA



Ibarra, 09 de julio de 2018

Ingeniero:

**Julio César Morán de la Torre**  
**DIRECTOR PROVINCIAL DEL AMBIENTE IMBABURA**

De mi consideración

Reciba cordial saludo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, en especial de la Escuela de Comunicación Social

Por medio del presente me permito informar que, como parte de la finalización de la carrera de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede-Ibarra, para la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, por parte de la Señorita Johanna Aguirre, se encuentra en el proceso de realización del trabajo de titulación, denominado: "Análisis de las redes sociales y su impacto mediático: Facebook y el caso Ballena Azul".

Con lo anteriormente mencionado, se solicita a su persona, la autorización para impulsar la campaña "TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO", direccionado a los jóvenes de las Unidades Educativas con mayor número de estudiantes en Imbabura, por medio de los promotores ambientales para la realización de las fases de la campaña.

Por la atención prestada anticipo mis más sinceros agradecimientos.

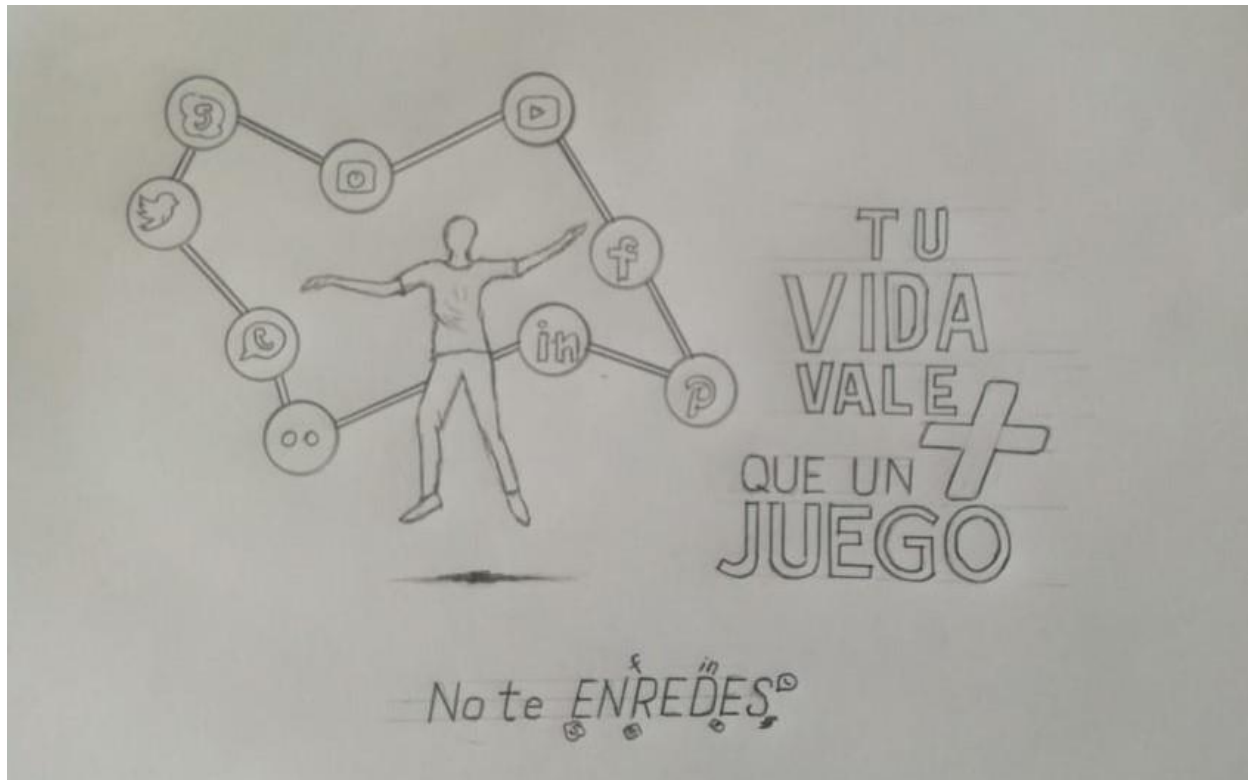
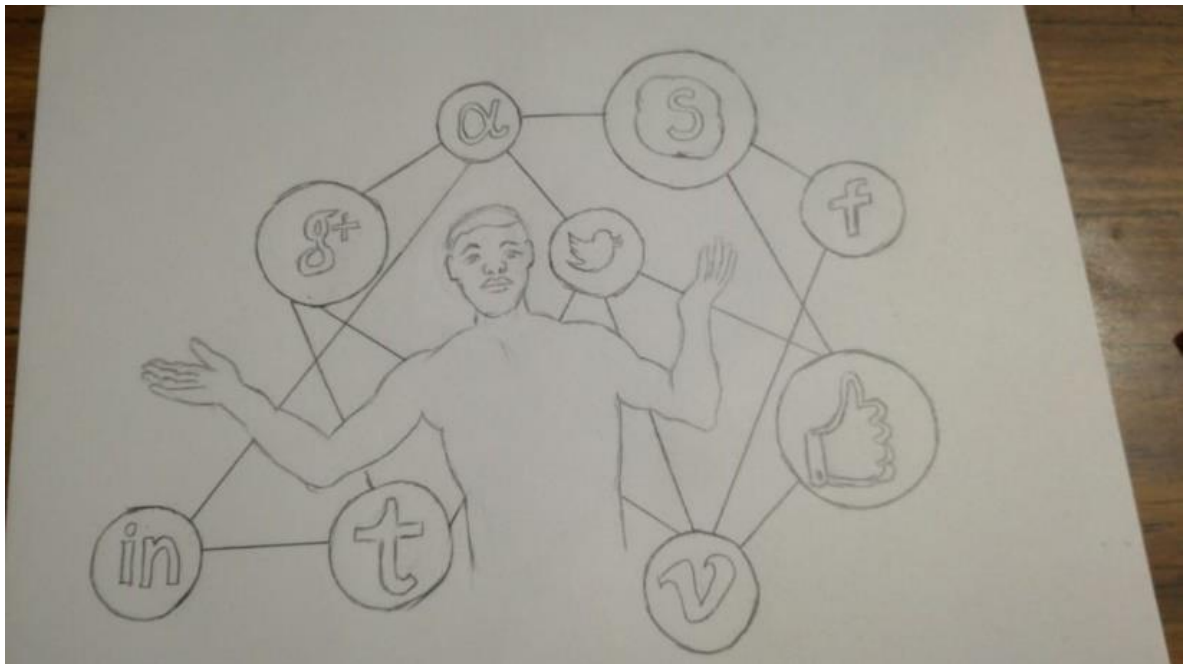
Atentamente



Mgs. Elizabeth Granda S.  
ASESORA DE TESIS



ANEXO 4 – BOCETO DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO



ANEXO 5 – PUBLICACIÓN DE LA NOTA PERIODISTICA EN DIARIO LA  
HORA DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO

**‘Tu vida vale más que un Juego’**

**CIUDAD IBARRA**  
LUNES 01 DE OCTUBRE DE 2016  
La Hora IBABURA-CARCHI **A3**

**IBARRA •** Así se denominada una de las campañas que propone Johana Aguirre, profesional de la comunicación en formación. La iniciativa se impulsó como alerta para la comunidad juvenil e infantil que gustan del esparcimiento virtual tecnológico bajo retos y al final pueden atender con su vida.

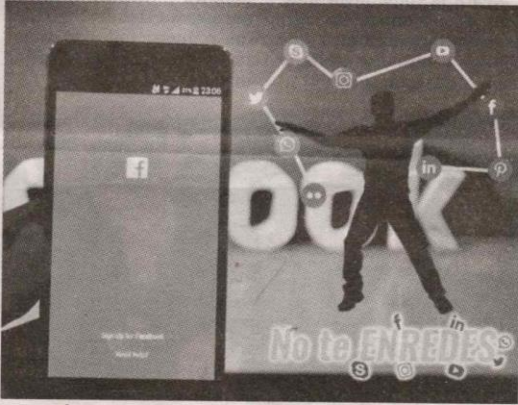
**TOME NOTA**  
Para conocer más sobre esta campaña, la ciudadanía debe visitar la página de facebook con el nombre “Tu vida vale + que un juego”.

Una de las investigaciones a nivel superior que se interesó fue precisamente por el comportamiento y efectos que producen los juegos por internet. Aguirre tomó como base la alerta sobre los retos de la ‘ballena azul’, muy perjudicial para el sector vulnerable, como a nivel de la sociedad en general, por lo cual nació la campaña virtual denominada “Tu vida vale + que un juego”, con el objetivo de crear conciencia en especial al sector infantil-juvenil que predomina estar en las páginas virtuales.

**EL DATO**  
El juego perjudicial de la ‘ballena azul’ se viralizó en el 2016.

La propuesta anacrónica que se originó en una de las redes de Rusia causó alrededor de 130 muertes en todo el mundo, por lo que las autoridades pertinentes de cada país tomaron los procedimientos pertinentes para evitar que sea utilizada por los menores los cuales crean comportamientos que genera violencia.

A nivel de Imbabura y de acuerdo a las estadísticas que se elaboraron a tres instituciones educativas sobre el tema expuesto, con un número de 209 estudiantes dentro del muestreo, 187 alumnos detallaron que si conocían y han escuchado de los juegos y retos, situación que pone en alerta para generar conciencia desde los propios estudiantes, padres de familia y docentes para poder guiarles y prevenir accidentes personales. (APLA)



**ATENCIÓN.** La comunidad en general debe estar siempre alerta y promover la campaña de la red de facebook “Tu vida vale + que un juego”.

## ANEXO 6 – APLICACIÓN ENCUESTAS DE LOS ESTUDIANTES DE 8vo AÑO DE BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA OTAVALO



Foto1: Estudiantes de la Unidad Educativa Otavalo respondiendo la encuesta aplicada



Foto2: Srta. Johanna Aguirre en presencia de los estudiantes, dando indicaciones sobre la encuesta

ANEXO 7 – APLICACIÓN ENCUESTAS DE LOS ESTUDIANTES DE 9no  
AÑO DE BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA TEODORO GÓMEZ DE LA  
TORRE



Foto3: Estudiantes de la Unidad Educativa Teodoro Gómez de la Torre respondiendo la encuesta aplicada



Foto4: Srta. Johanna Aguirre en presencia de los estudiantes, recibiendo las encuestas

## ANEXO 8 – APLICACIÓN ENCUESTAS DE LOS ESTUDIANTES DE 10mo AÑO DE BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA IBARRA



Foto5: Estudiantes de la Unidad Educativa Ibarra respondiendo la encuesta aplicada



Foto6: Srta. Johanna Aguirre en presencia de los estudiantes, durante el desarrollo de la encuesta

ANEXO 9 – SOCIALIZACIÓN DE LOS AFICHES DE LA CAMPAÑA A  
LOS ESTUDIANTES DE 8vo AÑO DE BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA  
OTAVALO



Foto7: Srta. Johanna Aguirre en presencia de los estudiantes, dando a conocer el afiche trabajado



Foto8: Afiche socializado dentro del aula de clase con los estudiantes de la Unidad Educativa Otavalo

ANEXO 10 – SOCIALIZACIÓN DE LOS AFICHES DE LA CAMPAÑA A  
LOS ESTUDIANTES DE 10mo AÑO DE BÁSICA DE LA UNIDAD EDUCATIVA  
IBARRA



Foto9: Srta. Johanna Aguirre en presencia de los estudiantes, dando a conocer el afiche trabajado



Foto10: Afiche socializado dentro del aula de clase con los estudiantes de la Unidad Educativa Ibarra

## ANEXO 11 – GRABACIÓN VIDEOS DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO



Foto11: Desarrollo de la grabación del spots para la página de Facebook



Foto12: Srta. Johanna Aguirre responsable de los actores dentro del desarrollo de la grabación

## ANEXO 12 – SOCIALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Foto13: Dentro de la cabina de la radio La Premier 91.9 FM durante la entrevista dando a conocer sobre el trabajo de la campaña

Gracias por el espacio a Radio La Premier 91.9 FM por la oportunidad de compartir sobre la campaña de prevención del peligro de los juegos de la red social. Tu vida vale + que un juego **#no\_te\_enRedes**



La Premier FM compartió una página.

12 h · 🌐

Jóvenes, padres de familia y tod@s visiten esta página, será de mucha ayuda para ustedes



👍 Tú, Rocio Lopez y Mariani Aguirre 3 veces compartido

Foto14: La página de radio La Premier 91.9 FM compartió el link de la campaña para llegar a más jóvenes



Foto15: Dentro de la cabina de la radio pública Cotacachi 93.5 FM durante la entrevista dando a conocer sobre el trabajo de la campaña



Foto16: Dentro de la cabina de la radio Armonía 94.3 FM durante la entrevista dando a conocer sobre el trabajo de la campaña

ANEXO 13 – SOCIALIZACIÓN DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN  
JUEGO EN VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD



Foto17: Durante la feria de promotores ambientales llegando a más jóvenes sobre el peligro de juegos en la red social



Foto18: Durante la feria de promotores ambientales llegando a más jóvenes sobre el peligro de juegos en la red social



Foto19: Compartiendo con los jóvenes llegando a más unidades educativas de la ciudad de Ibarra



Foto20: Compartiendo con los jóvenes llegando a más unidades educativas de la ciudad de Ibarra

ANEXO 14 – APOYO A LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO  
EN VINCULACIÓN CON LA COMUNIDAD



Foto21: Dinámica con los jóvenes sobre el juego del cubo rubik y apoyo a la campaña



Foto22: Dinámica con los jóvenes sobre el juego del cubo rubik y apoyo a la campaña



Foto23: Compartiendo con los ganadores del juego de cubo rubik y apoyo a la campaña



Foto24: Compartiendo con los ganadores del juego de cubo rubik y apoyo a la campaña



Foto25: Jóvenes se suman a la campaña Tu vida vale + que un juego



Foto26: Jóvenes se suman a la campaña Tu vida vale + que un juego

ANEXO 15 – APOYO A LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO  
POLICIA NACIONAL



Foto27: Srta. Johanna Aguirre junto al personal de la Policía Nacional se suman a la campaña Tu vida vale + que un juego



Foto28: Srta. Johanna Aguirre junto al Ing. Julio Morán Director Provincial del Ambiente Imbabura se suman a la campaña Tu vida vale + que un juego

ANEXO 16 – DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA TU VIDA VALE + QUE UN JUEGO  
EN LAS CARTELERAS DE LA CIUDAD DE IBARRA



Foto29: Srta. Johanna Aguirre dando a conocer los afiches de la campaña Tu vida vale + que un juego



Foto30: Srta. Johanna Aguirre dando a conocer los afiches de la campaña Tu vida vale + que un juego