



# **Universidad Nacional Autónoma de México**

## **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**

Propuesta de proyecto de campaña social para prevenir el (Grooming) acoso en los adolescentes que utilizan las redes sociales

### **T E S I S**

Que para obtener el título de:

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Presenta:

**FABIOLA PESCADOR PEÑA**

Asesora: MABARAK CELIS ADELA

Ciudad Universitaria

México 2016





Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis padres

*Quienes, a pesar de su corta edad, me brindaron todo el amor  
y las armas necesarias para concluir mi carrera. Son un  
ejemplo de superación y dedicación.*

A Adela Mabarak

*Quien además de ser mi asesora de tesis, fue una guía e  
inspiración durante mi estancia en Facultad y me brindó bases  
sólidas para el mundo laboral.*

A mis Sinodales

Lilia Ramos, Andrés Oliva, Adriana Reynaga y Georgina Sosa,  
quienes me aportaron su conocimiento y apoyaron en la  
mejora de esta investigación

A quienes colaboraron

*Alejandro Pescador, Yibrán Loza, René García, Darían Loza,  
David Cortejoso y Misabel Christensen, gracias sin ustedes no  
habría sido posible.*

A la UNAM

*Agradezco los conocimientos impartidos desde el bachillerato.  
Es un orgullo pertenecer a esta institución que siempre llevaré  
orgullosamente en el corazón.*

**“POR MI RAZA HABLARÁ EL ESPÍRITU”**

# Índice

|                          |          |
|--------------------------|----------|
| <b>Introducción.....</b> | <b>6</b> |
|--------------------------|----------|

## **Capítulo I La publicidad**

|   |    |
|---|----|
| 1.1 Definición de publicidad.....           | 9  |
| 1.1.1 Publicidad social.....                | 10 |
| 1.2. Elementos de campaña publicitaria..... | 11 |
| 1.2.1 Investigación de mercado.....         | 11 |
| 1.2.2 Brief.....                            | 12 |
| 1.2.3 Estrategia creativa.....              | 13 |
| 1.2.4 Estrategia de medios.....             | 14 |

## **Capítulo II El adolescente en las redes sociales**

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Adolescencia.....  | 15 |
| 2.1.1 Un adolescente en la familia, relación padres e hijos..... | 18 |
| 2.1.2 El círculo social, relación con sus iguales.....           | 22 |
| 2.2 Facebook.....  | 23 |
| 2.2.1 Red social VS Socialización digital.....                   | 24 |
| 2.2.2 Facebook en números.....                                   | 25 |
| 2.2.2.1 En el mundo.....   | 25 |
| 2.2.2.2 En México.....   | 27 |
| 2.2.3 Riesgos que implica la socialización digital.....          | 30 |
| 2.3 Grooming.....  | 32 |
| 2.3.1 Fases.....   | 34 |

## **Capítulo III Cuando la diversión en Internet se convierte en peligro**

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Situación actual del problema.....   | 37 |
| 3.1.1 Grooming el “Nuevo” ciberdelito.....   | 37 |
| 3.1.2 Casos documentados.....  | 40 |
| 3.1.3 Acciones para contrarrestar la problemática.....   | 45 |
| 3.1.3.1 Asociaciones contra el Grooming.....   | 51 |
| 3.1.3.2 Medidas para contrarrestar el Grooming.....  | 52 |
| 3.2 Grooming, la amenaza de la socialización digital.....  | 55 |
| 3.2.1 Fui víctima de Grooming (Entrevista a víctimas) .....  | 55 |
| 3.2.2 Impacto sociológico del Grooming (entrevista a David<br>Cortejoso).....                        | 58 |
| 3.2.3 Lucha contra el Grooming (Entrevista a la ONG “Mamá en línea,<br>por la ley de Grooming) ..... | 61 |
| 3.3 Groomer, un falso amigo en la red.....   | 64 |
| 3.3.1 Introducción.....  | 64 |
| 3.3.2 Justificación.....   | 64 |
| 3.3.3 Objetivos.....   | 65 |
| 3.3.4 Metodología.....   | 65 |
| 3.3.5 Resultados.....  | 66 |
| 3.3.6 Conclusiones.....  | 67 |

## **Capítulo IV Propuesta de campaña social informativa de prevención del acoso hacia adolescente en Facebook “Hablemos de Grooming”**

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Investigación de mercado.....                                    | 69 |
| 4.1.1 Objetivos de investigación.....                                | 70 |
| 4.1.2 Público objetivo.....  | 70 |
| 4.1.3 Universo del estudio.....                                      | 70 |
| 4.1.4 Modelo de encuesta.....  | 71 |
| 4.1.5 Resultado de la investigación: Datos, gráficos y análisis..... | 77 |

|   |            |
|---|------------|
| 4.2 Brief.....                          | 98         |
| 4.2.1 Descripción de la situación.....  | 98         |
| 4.2.2 Antecedentes publicitarios.....   | 98         |
| 4.2.3 Público objetivo.....             | 99         |
| 4.2.4 Objetivo publicitario.....        | 99         |
| 4.2.5 Objetivo de comunicación.....     | 99         |
| 4.3 Beneficio y razón para creerlo..... | 99         |
| 4.4 Estrategia creativa.....            | 100        |
| 4.4.1 Concepto creativo.....            | 100        |
| 4.4.2 Tono.....                         | 100        |
| 4.4.3 Racional creativo.....            | 100        |
| 4.4.4 Ejecuciones.....                  | 102        |
| 4.5 Estrategia de medios.....           | 105        |
| 4.5.1 Racional de medios.....           | 105        |
| 4.5.2 Objetivos de medios.....          | 105        |
| 4.5.2.1 Alcance.....                    | 105        |
| 4.5.2.2 Duración.....                   | 105        |
| 4.5.3 Flow Chart.....                   | 105        |
| 4.5.4 Pauta de medios.....              | 106        |
| 4.5.5 Presupuesto de campaña.....       | 106        |
| <br>                                    |            |
| <b>Conclusión.....</b>                  | <b>107</b> |
| <br>                                    |            |
| <b>Anexos.....</b>                      | <b>111</b> |
| <br>                                    |            |
| <b>Bibliografía.....</b>                | <b>126</b> |

## Introducción

Este proyecto en la modalidad de Tesis titulado “Hablemos de Grooming” tiene como objetivos principales titularme y hacer una propuesta de campaña social para prevenir el ciberacoso hacia los adolescentes que utilizan las redes sociales. Se le denomina Grooming al ciberacoso que ejerce un adulto valiéndose de herramientas cibernéticas para ganarse la confianza de un menor y persuadirlo o engañarlo con la finalidad de establecer relaciones de índole sexual, éste es una amenaza de la socialización digital y forma parte de los denominados “Nuevos delitos” debido a que se produce en el ciberespacio.

Todos los niños y adolescentes que socializan en el internet están es riesgo de ser víctimas del Grooming. Para prevenir hay que informar, por medio de esta campaña publicitaria se pretende alertar a los padres de familia sobre los riesgos que corren sus hijos mientras socializan en redes sociales, suben información personal a la red o interactúan con extraños. La investigación comprende cuatro capítulos, en los cuales se define la problemática, se expone el impacto que ha tenido y se propone una iniciativa para contrarrestarla.

En el primer capítulo se define el concepto de publicidad y los elementos de una campaña publicitaria. El objetivo principal es detallar todos los puntos que se utilizarán para generar la propuesta de campaña social (Investigación de mercado, Brief, Estrategia creativa, Ejecución y Racional creativo y Estrategia de medios), esto con la finalidad de llevar una directriz en la campaña y exponer por qué se decidió hacer una campaña social para dar a conocer la problemática.

El segundo capítulo se denomina “El adolescente en las redes sociales”, durante tres subcapítulos se analiza al adolescente, su interacción en las redes sociales y se describe el fenómeno del Grooming. Para iniciar se da a conocer a nuestro objeto de investigación y se define la Adolescencia desde diferentes vertientes, así como el contexto familiar en que se desarrollan actualmente los jóvenes y la interacción social hacia sus iguales. Así mismo se detalla qué es Facebook y la diferencia entre red social y socialización digital, además se dan a conocer las

estadísticas y los riesgos que implica la socialización digital. Este capítulo también describe al Grooming, las fases de acoso de las que se conforma. El objetivo del capítulo es describir estos tres conceptos, observar cómo se relacionan y posteriormente con ello estudiar la magnitud del impacto y el peligro que corren los adolescentes al socializar por medio de Facebook.

El tercer capítulo se titula “Cuando la diversión en Internet se convierte en peligro” y contiene tres subtemas. En él se analiza la situación actual del problema para conocer el impacto que ha tenido sobre la sociedad, los casos que se han dado y las acciones que se están tomando para contrarrestarlo. En Grooming, la amenaza de la socialización digital, se incluyen testimonios de víctimas de acoso en redes sociales, gracias a estos testimonios se observa el impacto que causa este problema en la vida del adolescente.

Así mismo se exponen las entrevistas de expertos en el tema como el psicólogo español David Cortejoso (experto en impacto de la socialización digital) y Misabel Christensen (activista mexicana colaboradora en la ONG argentina “Mamá en línea, por la ley del Grooming”). Cortejoso nos habla sobre el impacto psicológico que trae consigo el Grooming y Christensen relata su experiencia en la lucha contra esta problemática. Por último, se dan a conocer los resultados del estudio de caso cualitativo “Un falso amigo en la red”, que se realizó para exponer las características de este fenómeno social, en este estudio se creó un perfil falso en Facebook que dio a conocer el comportamiento de las adolescentes frente a un “joven” desconocido en la red, así como la manera en la que éstas socializan digitalmente y percatarse qué tan vulnerables son ante el Grooming.

El cuarto capítulo se titula “Propuesta de campaña social informativa de prevención del acoso hacia adolescente en Facebook “Hablemos de Grooming” se divide en 5 subcapítulos. En uno de ellos se expone el Brief, para dar una visión extensa de la situación, el target, el objetivo publicitario y el objetivo de comunicación. La Investigación de mercado demuestra las costumbres digitales de los adolescentes. En la Estrategia Creativa, se incluye el diseño y forma en que se presenta el mensaje de la campaña basado en la promesa que se le hará al *target*. Este capítulo también contiene las Ejecuciones y racionales creativos de la campaña. Por último, se detalla la estrategia de medios que se utilizará



para difundir el mensaje y dar a conocer el Grooming. Así mismo se pretende sensibilizar a nuestro grupo objetivo sobre los riesgos que implica la socialización digital.

---

# I

## La Publicidad

---

*“La publicidad es justamente  
elogiada como un remedio  
para la enfermedades  
sociales e industriales.”*

*Louis Brandeis*

### 1.1 Definición de Publicidad

De acuerdo con William M. Pride, la publicidad “La publicidad es una forma pagada de comunicación impersonal que se transmite a los consumidores a través de medios masivos como televisión, radio, periódico, revistas, correo directo, vehículos de transportación masiva y exhibidores exteriores” <sup>1</sup>Mientras que el economista y mercadólogo Philip Kotler da una definición mucho más simple, él la define “como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado”.<sup>2</sup> William se basa más en los medios que transmiten la publicidad mientras que Kloter da un significado más enfocado hacia la persuasión.

---

<sup>1</sup> Puon, Liz, “Definición de publicidad” en Merca2.0, 07 de diciembre del 2013, Disponible en <http://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/> (Fecha de consulta: 09 de abril del 2016)

<sup>2</sup> Ídem.

La publicidad cuenta con las siguientes características:

- Es una forma de comunicación pagada (excepto los anuncios de servicio social que utilizan espacio y tiempo donado).
- La mayoría de la publicidad intenta persuadir al consumidor o influir en él para que realice alguna acción determinada (aunque algunas sólo cumplen la función de informar).
- Es una comunicación estratégica, impulsada por objetivos medibles.
- Llega a un gran público de posibles consumidores.
- El mensaje se transmite a través de diferentes tipos de medios de comunicación.<sup>3</sup>

Existen diferentes definiciones de publicidad que se han dado a lo largo del tiempo. Las antes expuestas, coinciden en que el objetivo de la publicidad es informar y persuadir a un público objetivo acerca de un producto, servicio o ideología.

### 1.1.1 Publicidad social

El profesor Kotler quien ha sido el más distinguido por innumerables premios y galardones en los últimos 40 años, menciona que la publicidad social "Tiene como objetivo primordial el tratar de contrarrestar los efectos de la publicidad comercial. Orienta al consumidor para que no haga gastos superfluos y compre sólo lo indispensable."<sup>4</sup> La publicidad social al contrario de la comercial, no tiene ánimo de lucro, pero no concuerdo con la idea de que una contrarreste los efectos de la otra. Simplemente tienen diferentes finalidades, para Laura Fischer la publicidad social "Es un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo, como agente de cambio que intenta persuadir a otros; adoptantes objetivos, de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas"<sup>5</sup>. Podemos concluir que la publicidad social busca el cambio de

---

<sup>3</sup> William, Wellis. "Publicidad principios y prácticas", México, Edit. Pearson, 2007, pág. 5

<sup>4</sup> Klorter, P, "Marketing social. Estrategias para cambiar la conducta pública" Madrid, 1992.

<sup>5</sup> Fischer, Laura, "Mercadotecnia", Mc Graw Hill, 3.a ed.

actitudes, comportamiento e ideologías basándose en programas específicos, teniendo como objetivo un beneficio para la sociedad, mientras que la comercial tiene como finalidad vender un producto o servicio.

## 1.2 Elementos de una campaña publicitaria

### 1.2.1 Investigación de mercado

Para la American Marketing Association (AMA) la Investigación de mercado como es “la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios”.<sup>6</sup> Estas investigaciones no sólo sirven para conocer el comportamiento del consumidor en cuanto al consumo de productos, sino también para la obtención, el registro y el análisis de datos de hábitos e ideologías de un sector en específico. Esto servirá para crear una estrategia publicitaria que modifiquen o reiteren estos hábitos e ideologías.

Se pueden utilizar diversas técnicas para realizar una investigación de mercado como: la observación, la entrevista, la encuesta, el test, etc. Estos métodos varían en función de lo propósitos y circunstancias de cada caso en particular. Para el tipo de información que quiero obtener el método que aplicaré será la encuesta. “La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.”<sup>7</sup>, según la definición de la página de Mercadeo y Publicidad.

---

<sup>6</sup> **Muñiz**, Rafael, “Concepto de investigación de mercados”, Marketing XXI, Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>. Fecha de consulta: 09/04/16

<sup>7</sup> **Puente Wilson**, “Investigación de mercado técnicas”, Mercadeo y publicidad, Disponible en: <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6711>, Fecha de consulta: 09/04/16

## 1.2.2 Brief

La denominación “Brief” deriva del término inglés briefing. Rossana Migliónico Molina define al Brief como “Una serie de instrucciones y, también, el documento que la contiene, en las que el anunciante define concisamente su producto y su mercado e indica los objetivos que espera alcanzar mediante la campaña, objetivos que se refieren al producto, al mercado, a la publicidad o a los medios. Contiene indicaciones acerca de la parte que corresponde a la agencia en la tarea global, comprometiéndose él como fabricante a cumplir sus compromisos de inversión.”<sup>8</sup>

Por lo general, cada agencia de publicidad tiene un formato de la estructura del Brief; de acuerdo con el Ministerio de Educación del Gobierno de España se tiene que incluir lo siguiente:

1. Descripción de la situación  
Producto (gama, características, etapa, condicionamientos legales)
2. Marca (posicionamiento, notoriedad, proyección futura)  
Organización o empresa (cultura corporativa, evolución, etapa actual.  
Competencia (ranking de marcas y posicionamientos)
3. Antecedentes publicitarios  
Detalle de la/s campaña/s publicitaria/s y comunicativa/s anterior/es.
4. Público objetivo:  
Perfil del público destinatario  
Actitud, motivaciones ante el producto.
5. Objetivo publicitario  
Qué se quiere conseguir con la campaña.
6. Beneficio y razón para creerlo  
Beneficio más persuasivo que ofrece el producto y razón principal para que el público pueda creer en ello. <sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Miglioni, Rossana, “¿Qué es el Brief y cómo realizarlo?”, Disponible en: <https://rossami.com/para-que-lean-y-con-gusto/que-es-el-brief-y-como-realizarlo/>, Fecha de consulta: 09/04/16.

<sup>9</sup> Ministerio de Educación, Gobierno de España, “El Briefing”, Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque5/pag4.html>, Fecha de Consulta: 09/04/16.

Como se puede observar el Brief es un documento mercadológico que sirve a la agencia de publicidad para ofrecer campañas publicitarias estratégicas y creativas al cliente, haciendo un análisis de la información proporcionada por el cliente y los resultados obtenidos por la investigación de mercados. Se utilizará el formato de estructura del Brief del Ministerio de Educación del Gobierno de España, ya que considero que contiene los puntos necesarios para la campaña que crearé. Es importante destacar que entre más claro y conciso sea un Brief la agencia tiene más probabilidades de crear una campaña exitosa.

### 1.2.3 Estrategia creativa

Caridad Hernández define a la estrategia creativa como “Las instrucciones para la creación son el resultado de una reflexión estratégica acerca de la mejor manera para construir mensajes que presenten lo mejor de los productos, hacer que éstos lleguen a sus destinatarios y alcancen los objetivos propuestos”<sup>10</sup> No existe un formato único para todas las agencias del mundo, cada agencia publicitaria utiliza una estructuras la estrategia creativa que mejor le acomoda, pero los principales elementos que se tienen que incluir son los siguientes:

1. Concepto creativo
2. Tema de Campaña
3. Tono
4. Racionales creativos
5. Ejecuciones

La estrategia creativa es una pauta a seguir y generar ideas de cómo se va a decir el mensaje, definir el lenguaje, los colores, las imágenes, etc., para comunicar efectiva y claramente el mensaje al consumidor.

---

<sup>10</sup> Hernández, C, “Manual de creatividad publicitaria”, Madrid, 1999

## 1.2.4 Estrategia de medios

Enrique Ortega menciona que la “La estrategia de medios es la adopción de la mejor alternativa de medios y soportes que se han de utilizar dentro de las diferentes líneas de actuación que podrían seguirse con un presupuesto establecido o unos objetivos determinado”<sup>11</sup> El presupuesto disponible se deberá invertir en los medios que para que los efectos de la campaña sean más eficientes y tenga un mayor alcance de su público objetivo.

Una estrategia de medios consiste en planeación y selección de los medios de comunicación publicitarios más efectivos y que causen mayor impacto para dar a conocer los productos, servicios o ideologías al target. Para generar la estrategia de medios se tomarán los elementos básicos en una estrategia de medios:

- 1 Racional de medios: ¿Por qué se están utilizando esos medios?
- 2 Objetivos de medios: ¿Qué resultados se esperan de cada medio?
- 3 Plan de medios (medio, material, costo unitario, cantidad): ¿Cuánto y cómo se invertirá en cada medio?
- 4 Presupuesto de campaña: ¿Cuánto dinero está destinado para difundir la campaña (incluyendo todos los medios)?
- 5 Pauta de medios: ¿En qué orden se transmitirán los mensajes y en dónde se distribuirán?
- 6 Flow Chart: ¿Cuál será la duración de la campaña y cuándo se difundirá?

---

<sup>11</sup> Ortega, Enrique, “La Comunicación Publicitaria”, Madrid, 1999, Segunda edición, p 216

---

## II

# El adolescente en redes sociales

---

*“La adolescencia es como una casa en tiempo de mudanza: un desorden temporal”.*

Julius Warren

La ilusión del noviazgo, el deseo de pertenecer y la necesidad de socializar propias de la adolescencia, se encontraron de golpe con los medios socio-digitales, y el despertar de una generación que nació en esta era digital ha mostrado una nueva manera de socializar.

## 2.1 Adolescencia

La adolescencia es una etapa de la vida por la que todo ser humano que llega a la edad adulta tiene que pasar. Para comprenderse se tienen que tomar en cuenta los contextos sociales en los que se desarrolla el joven, la interacción que tiene con su familia y con otros adolescentes, pues son ellos con quienes interactúa la mayor parte del tiempo y que influyen en la formación de su personalidad e identidad. También es importante destacar las formas de entretenimiento que utiliza para matar el tiempo libre.



Entender la adolescencia implica de un estudio interdisciplinario. “La adolescencia se ha descrito también como: un periodo durante el cual se alcanza la madurez; un periodo de transición entre la niñez y la adultez; un periodo durante el cual un individuo emocionalmente inmaduro se acerca a la culminación de su crecimiento físico y mental; una época de “renacimiento”, etc.”<sup>12</sup> Este renacimiento implica una serie de demandas, conflictos y oportunidades con los que se encontrarán los jóvenes.

Aún no se define el tiempo que abarca la adolescencia, lo que sí se sabe es que la adolescencia es un lapso fugaz por el que transitan todos los seres humanos. “En general existe un consenso universal en el sentido de que la pubertad\* marca el inicio de la adolescencia. Hasta la fecha no se ha encontrado un término igualmente aceptable que describa la culminación”<sup>13</sup>. La adolescencia inicia con la pubertad, al ingresar a la secundaria, con la primera menstruación (en las niñas), etc. lo cual no difiere mucho pues se ubica alrededor de los 11-14 años, tiempo en donde diversos cambios, sobre todo biológicos, ocurren en el “ex-niño/niña”. Algunos de estos cambios se pueden observar fácilmente: crecimiento del vello, aumento de estatura y otros cambios que competen a cada sexo, gracias a éstos, es fácil reconocer cuando un niño está entrando a la adolescencia.

Por el contrario, las diversas teorías que indican el fin de esta etapa divergen demasiado, algunos afirman que la adolescencia concluye al completarse el desarrollo sexual, al término del crecimiento físico, al alcanzar madurez intelectual y emocional, al lograr la independencia económica, entre otras; lo cual no marca una proximidad entre ellos, y no tiene una ubicación temporal precisa, ni siquiera aproximada, son criterios bastante subjetivos. Incluso hay personas de edad avanzada, es decir, que superan los 25 años y que aún no los cumplen.

---

<sup>12</sup> Power, Marvin, *La psicología de la adolescencia*, Traducción de I. tercero Vasconcelos, México: Fondo de cultura económica. 1975, p. 14

<sup>13</sup> ídem

\***Pubertad:** (Del lat. *pubertad*, *-ātis*). f. Primera fase de la adolescencia, en la cual se producen las modificaciones propias del paso de la infancia a la edad adulta. RAE

Según Joseph Stone “Se conoce a la adolescencia como una época de turbulencia interior, como un periodo de... tormenta y agitación”.<sup>14</sup> La adolescencia es una etapa en donde ocurren diferentes cambios biológicos, psicológicos, sociales y culturales, lo que provoca una gran inestabilidad en el individuo adolescente. En donde las hormonas comienzan a hacer de las suyas con diferentes y repentinos cambios de humor, además se manifiestan necesidades como sentirte “parte de...” y la idea de independencia y autonomía; sin dejar de lado la preocupación de cosas que cuando eras niño te tenían sin cuidado como la atracción sexual, la importancia de la imagen física, la necesidad de no ser un “forever alone”, en español "solo por siempre", trata de un fenómeno de Internet que hace alusión a un personaje que expresa tristeza y decepción hacia su solitaria vida. Este término es utilizado por jóvenes en redes sociales para referirse a personas sin amigos y sin vida social.

Para el denominado descubridor de la adolescencia, G. Stanley Hall “la adolescencia se concibe como un momento lleno de potencialidades marcado inexorablemente por la turbulencia”<sup>15</sup>, lo que confirma que la adolescencia es una etapa de cambios e inestabilidad, en donde la vida inocente y “sencilla” de un niño se convierte en un caos al transformarse en adolescente, pero también es un proceso de adaptación y preparación para la edad adulta.

Para Kaplan “La adolescencia no es ni una repetición del pasado ni una mera estación intermedia entre la infancia y la edad adulta. Es un espacio pleno de historia y potencialidad”<sup>16</sup> por lo que la adolescencia no debe ser concebida como una etapa en la que el ser humano no es ni niño ni un adulto, sino que se le debe de dar la importancia que merece pues la adolescencia es un proceso evolutivo, en donde se ve reflejado todo lo que viviste en la infancia: valores, hábitos, actitudes, etc. Y de la misma manera en la edad adulta se ve reflejado lo que se hizo durante la adolescencia, además de que en esta etapa se toman decisiones que marcaran la vida de la vida para siempre, como lo es la elección de profesión,

---

<sup>14</sup> Stone, L. Joseph, “Niñez y adolescencia”, Traducción de la segunda ed., corr. y aum. Por Daniel R. Wgner. Buenos Aires: Lumen: Horme, 1995, p.255

<sup>15</sup> Hall, G. S. Adolescence, “its Psychology and its relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education”. Nueva York, Appleton, 1904

<sup>16</sup> Kaplan, L. J. Adolescence or the farewell to child Hood. Simon and Schuster. Trade. Cast. “La adolescencia: una transición del desarrollo.” Barcelona, ed. Ariel, 1994

la planificación familiar, muchas veces la elección de pareja, entre otras. En conclusión, la adolescencia es una breve y agresiva etapa de transición entre la infancia y la edad adulta, llena de cambios drásticos y potencialidades que construirán una identidad coherente para la madurez.

### 2.1.1 Un adolescente en la familia... Relación Padres e hijos

“La familia humana, en su forma más común, un compromiso para toda la vida entre un hombre y una mujer que alimentan, dan cobijo, y cuidan a los hijos hasta que estos alcanzan la madurez, surgió hace decenas de miles de años entre nuestros antecesores cazadores y recolectores”<sup>17</sup> Esta es la idea más concreta que se tiene de la familia, en donde dos personas deciden tener hijos y se comprometen a recorrer un largo camino apoyando, protegiendo y formando a sus hijos durante la infancia hasta que sean autosuficientes.

Para Paul Schrecker “La familia es la asociación creada por las leyes de la naturaleza; es la institución que sirve de apoyo a la civilización y en cierto sentido apoyada por ésta, institución sancionada por la religión, protegida por la ley, aprobada por la ciencia y el sentido común, encargada de funciones muy concretas en todos los sistemas socioeconómicos..., es indiscutiblemente un elemento de la vida humana.”<sup>18</sup> La familia es la institución más importante en la vida de los seres humanos independientemente de las ideologías políticas y religiosas, en donde los padres, que fueron formados por sus respectivos padres, formaran a sus hijos de la mejor manera posible esperando que sean miembros competentes y participativos en la sociedad que puedan abrirse caminos por sí mismos y que a su vez formen a otra generación de individuos.

---

<sup>17</sup> **Gonzales**, Eugenio, “Padres, hijos y amigos. La educación de los adolescentes”, ed. CCS, Madrid 2005, p19

<sup>18</sup> **Schrecker**, Paul. Estructura de la Civilización. Ed. FCE. México, 1975

La socialización es una de las funciones más importantes de la familia, según Eugenio González, “La familia es el mejor cemento social y constituye la mejor correa para transmitir los valores y contravalores vigentes en su sociedad; integrada en el mundo de sus pautas culturales y normas sociales... a los recién nacidos, a sus niños, adolescentes y jóvenes”<sup>19</sup> Los refuerzos y castigos son la primera manera en la que los padres muestran a sus hijos lo correcto y lo incorrecto de la vida, con los “NO” y los “SI”, la educación de los niños se forma a través de las convicciones de los padres, establecidas por el contexto social en el que éstos se desarrollaron. Desde pequeños se les inculca valores, hábitos, vicios, etc. que repercuten a lo largo de la vida del individuo, si los niños tienen una formación acorde a lo que sociedad en la que se desarrolla denomina correcta, es probable que en la adolescencia se manifiesten una temprana y cabal identificación con los valores familiares y sean “buenos” adolescentes y “buenos” adultos según las exigencias sociales.

A pesar de que el estudio sobre los estilos de educación de Diana Baumrind tiene casi 50 años, sigue vigente. Para Baumrind el control parental se divide en tres tipos:

- El Autoritario, intenta configurar, controlar y evaluar el comportamiento de los hijos de acuerdo con una serie establecida de conductas. Los padres recurren a la fuerza y al castigo, no son receptivos a los hijos, pero si exigentes cuando estos no obedecen, demuestran muy poco o nada de cariño hacia sus hijos.
- El Democrático, valora y estimula el desarrollo de una voluntad autónoma. Hacen demandas razonables, estableciendo límites razonables. Expresan cariño, afecto y comprensión hacia sus hijos.
- El Permisivo, se caracteriza por la poca exigencia hacia los hijos, cuidan y aceptan a sus hijos, pero evitan poner controles.<sup>20</sup>

La autora sólo los define, pero no establece un criterio de cuál de los estilos es el idóneo para educar. El democrático tal vez sea la mejor manera para educar, ya que forma una mejor seguridad para los hijos, les permite tomar decisiones

---

<sup>19</sup> **Gonzales**, Eugenio, óp. Cit, p 26

<sup>20</sup> **Baumrind**, Diana, *Psicología Del Desarrollo: Infancia Y Adolescencia*. Cengage Learning Editores, California 2007

de una manera razonada y fomenta una mejor relación y comunicación con los padres, la cual en un futuro será de utilidad para que el adolescente sienta confianza y afronte problemas sintiéndose protegido por sus progenitores.

Según Amparo Moreno “La idea de la adolescencia asociada a tensiones y conflictos sigue vigente en la visión de las relaciones familiares en esta etapa de la vida.”<sup>21</sup> Por todos estos cambios la adolescencia se convierte en un periodo difícil, no solo para el adolescente, sino también para las personas que le rodean. Los jóvenes tienen ideales diferentes a los que tenían de niños, esos niños dóciles ante los mandatos paternos crean sus propios criterios de lo correcto y lo incorrecto, se oponen a las propuestas de los padres y desean tomar el control de su vida.

Otro aspecto importante en el desarrollo social y de la personalidad, es el afecto, que se inicia desde el nacimiento. La manera en que los padres eduquen a sus hijos en cuanto a afectividad, será la manera en la que ellos se relacionaran sentimentalmente con el resto de la sociedad. Por eso es muy común observar que cuando en un hogar hay maltrato de pareja entre los padres del menor, éste al establecer una relación sentimental en pareja caiga en el mismo patrón de violencia.

Durante la infancia se establecen lazos afectivos entre padres e hijos que durarán para toda la vida. Pero, la adolescencia como se mencionó antes es un proceso de cambios en donde la familia no queda exenta y el apego desaparece, el adolescente se desprende de sus padres para asumir su independencia, pues tiene la necesidad de definir una identidad individual, autónoma, se forma criterios propios, se vuelve independiente lo que significa un distanciamiento con su familia, a lo que coloquialmente se le denomina “cortar el cordón umbilical”, aunque los lazos afectivos familiares jamás desaparecerán.

Muchos padres llegan a la adolescencia de sus hijos con un sentimiento de frustración y casi en situación de desventaja, los hijos tienen nuevas y estrechas relaciones con otros adolescentes, mientras que ellos cada día pierden el control

---

<sup>21</sup> **Moreno**, Amparo, La experiencia adolescente, la búsqueda de un lugar en el mundo, Ed. AIQUE, Buenos Aires 2005 p 119

de la vida de sus hijos, pues ellos comienzan tomar decisiones propias, quizá con su consentimiento, pero finalmente propias.

La desvinculación afectiva hace de la adolescencia una etapa difícil para la familia; las rupturas y el distanciamiento conlleva a resistencia y tensiones ante ellas, ya que el adolescente comienza buscar nuevas formas de vida, nuevos intereses, nuevos lazos afectivos con personas ajenas a la familia, por otro lado, los padres no se resignan a que sus hijos están creciendo y poco a poco se alejan del núcleo familiar. El apego que en los inicios de la vida existía con la madre y el padre, en la adolescencia se da hacia los amigos y parejas sentimentales, pues la sensación de apoyo y proximidad ahora se la dan sus iguales, pues están viviendo las mismas experiencias y se sienten identificados.

Para Musitu “El grupo de iguales se convierte en un poderoso referente para los hijos que puede llegar a desorganizar las pautas establecidas por la familia”<sup>22</sup> Es muy común ver que cuando un adolescente tiene un problema recurre a sus amigos en lugar de recurrir a los padres, pues siente que otro adolescente lo comprenderá mejor. Además, con esta identificación, los adolescentes se copian conductas mutuamente, es decir, tienen patrones de conducta muy similares, por ejemplo, la forma de hablar, caminar, vestir, en general es común observar que en un grupo de amigos se emplea un mismo código de comunicación.

“En muchos aspectos el contexto familiar de los adolescentes de hoy en día es completamente diferente al que tenían sus propios padres y abuelos” <sup>23</sup> actualmente gran parte de los jóvenes viven en familias de menos integrantes, con padres separados o solteros, o simplemente por el trabajo de los padres muchas veces son criados en guarderías o por los abuelos, lo que provoca que los adolescentes tengan una vida con mayor libertad y autonomía. Esto también ha generado un gran contraste entre los valores y normas de comportamiento actual y los de hace algunos años, comúnmente se escucha a las personas de

---

<sup>22</sup> **Musitu**, Gonzalo, Familia y adolescencia: un modelo de análisis e intervención psicosocial, Madrid: Síntesis, 2001

<sup>23</sup> Ídem.

edad avanzada hablar de las diferencias entre la juventud de su época y la de sus hijos en comparación con la actual.

### 2.1.2 El círculo social... Relación con sus iguales

La base de la sociedad son las relaciones humanas, las cuales aumentan en la adolescencia y el círculo social crece, ya no solo se trata de la relación familiar. De acuerdo con Eugenio González “en la adolescencia la aparición de nuevas capacidades, tanto cognitivas como afectivo- relacionales, que se van adquiriendo durante esta etapa de tránsito, abre nuevas posibilidades a los chicos y chicas adolescentes para redefinir y enriquecer las relaciones sociales y establecidas y adquirir otras nuevas”<sup>24</sup>, por lo que los adolescentes además de las relaciones que ya tenían con sus padres y familia en esta etapa comienzan a buscar y hacer relaciones de reciprocidad con personas con las que se sienten afines, lo que provoca el conocimiento de otras personas y de ellos mismos.

Los adolescentes se desarrollan en dos mundos, el de los adultos y el de sus iguales, Para Peter Blos “la adolescencia es el proceso de individualización en el que se reestructuran las relaciones infantiles con los padres infantiles y se produce un esfuerzo por lograr relaciones cualitativamente con los iguales” esto tiene que ver con el sentimiento de sentirse “parte de”, no necesariamente tienen que ser idénticos, sino que comparten un mismo estatus e ideales.

“La necesidad de tener buenos amigos se convierte en una cuestión crucial en la adolescencia”<sup>25</sup> en la infancia los se tiene amigos de juego, con quienes se satisface la necesidad de divertirse y distraerte, son niños con quienes comparten actividades cotidianas, vecinos o compañeros de escuela, lo que hace que el campo para la elección de amistad sea muy pequeño, además de que el sentimiento de lealtad y la implicación emocional no es muy intensa. Esto es totalmente diferente en la adolescencia, a medida que los jóvenes crecen la necesidad de formar relaciones afectivas más estrechas se hace mayor y los

---

<sup>24</sup> **Gonzales**, Eugenio, óp. Cit, p 122

<sup>25</sup> Ídem.

“mejores amigos” se hacen indispensables. Los juegos y la diversión que en una primera etapa eran indispensables son sustituidos por lealtad, comprensión y apoyo.

Para Fankel, citado por Eugenio Gonzales, “La maduración sexual trae consigo nuevos sentimientos y necesidades emocionales y la búsqueda de la independencia y emancipación de los padres. Los adolescentes se vuelven ahora hacia sus iguales para encontrar el apoyo que antes era patrocinado por la familia”<sup>26</sup> El convivir con personas de la misma edad para los adolescentes es muy importante, pues sienten que ellos pueden comprender mejor lo que les pasa, lo que sienten, lo que les preocupa simplemente porque por lo general están viviendo lo mismo que ellos.

“La adolescencia, con la aparición de relaciones más profundas, permitirá experimentar un sentido de autovalidación, que surgirá de la consideración positiva y el reconocimiento que el adolescente merece frente a otro”<sup>27</sup> Los adolescentes están orientados hacia sus iguales principalmente amigos y depende de ellos para un concepto de autoestima y valía personal. En conclusión, un elemento importante del éxito en las relaciones con los iguales es la voluntad de los amigos de brindar apoyo emocional y al estar en la misma etapa se sienten identificados generando una empatía. Un ejemplo es cuando un adolescente tiene problemas familiares suele recurrir a contárselos a sus amigos esperando apoyo y comprensión de su parte.

## 2.2 Facebook

Facebook es un sitio web de redes sociales creado por Mark Zuckerberg, alumno de la Universidad de Harvard. De origen era un sitio para estudiantes de dicha universidad, pero hoy en día el sitio está abierto, gratuitamente a cualquier persona con cuenta de correo electrónico y desee poseer un sitio en la red. Aunque en un inicio su principal función era comunicar sólo a los alumnos de Harvard, actualmente es una red social utilizada para socializar desde cualquier

---

<sup>26</sup> Ídem.

<sup>27</sup> **Moreno**, Amparo, óp. Cit, p137



parte del mundo con cualquier persona. A continuación, se analizará la diferencia entre red social y la socialización digital, así como el impacto que ha tenido y las consecuencias de ambas.

### 2.2.1 Red social VS socialización digital

Uno de los fenómenos más conocido hoy día en el campo de la informática e Internet son las redes sociales, que son, como lo define Canelo Borja en su libro *Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en Internet* “son una Web que permite a los usuarios entrelazarse para poder comunicarse entre sí, con los amigos que se encuentran dentro de su propia red, en la cual pueden intercambiar fotos, videos, mensajes instantáneos, comentarios en fotos, etc.”<sup>28</sup>, este servicio de Internet como Facebook, Twitter, YouTube, etc. permite a un individuo crear un perfil en línea público o “privado” y mantener conexión con otros usuarios de la misma red. Las redes de comunicación social son las actividades que más rápidamente crecen en internet. Aunque son un fenómeno reciente no son más que una evolución y fusión de una serie de servicios que ya venían existiendo desde años atrás como la mensajería instantánea, los centros de chat y blogs.

Estos medios permiten una Socialización digital, aunque éste no es su única función. La socialización digital se basa en utilizar las redes sociales para conocer nueva gente y mantener una relación en el mundo virtual, sin embargo, por lo general, la mayoría de los contactos que una persona tiene en su red social son personas que conoce físicamente en el mundo real. Por lo que concluimos que Red Social y Socialización digital no son lo mismo. Las redes sociales son un medio para la socialización digital, pero se puede utilizar la red social para interactuar sin hacer nuevas “amistades”. Además de que también se puede socializar digitalmente por medio de mensajes de texto, blogs, foros, etc.

---

<sup>28</sup> **Borja** Fernández, Canelo, *Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en Internet*, ed. Club Universitario, 2010.

## 2.2.2 Facebook en números

Como se mencionó a continuación, se analizará el impacto de la red social en el mundo y en México por medio de estadísticas que han lanzado diferentes instituciones. Gracias a esto se conocerá la importancia que tiene Facebook en la era de la socialización digital.

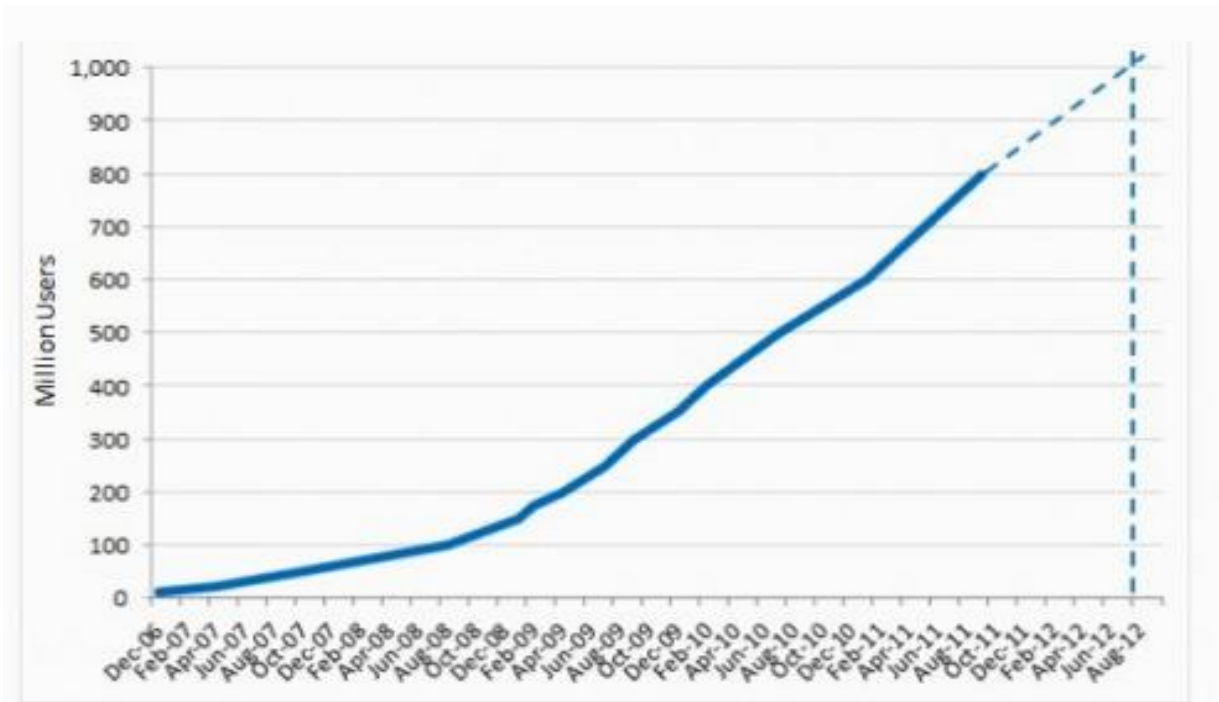
### 2.2.2.1 En el mundo

Durante el 2011 las redes sociales tuvieron un gran crecimiento, los medios de comunicación hablaban del social media como la nueva revolución. Facebook es muestra clara de esta revolución. En 2012 Facebook cumplió las expectativas expuestas un año antes, rebasando los 845 millones de usuarios. Existen más de 70 traducciones del portal, con estas cifras es posible notar el gran impacto de Facebook en el mundo.

Según estadísticas del Instituto Federal de acceso a la Información y Protección de Datos, IFAI, durante el 2010: En América Latina la audiencia en redes sociales aumentó 23% respecto al 2009. El estándar mundial de uso semanales a Internet es de 22.6 horas, mientras que en América Latina es de 24.3 horas. El 50% de la población de América Latina tiene Facebook<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> **Ferreiro**, Soledad, "Capital Social y democracia", *De la transparencia a la acción*, IFAI, agosto 2010. Consultado en <http://www.ifai.org.mx/snt2010/downloads/M3%201%20Soledad%20Ferreiro.pdf>, Fecha de consulta: 20-03-2012



30

“En Europa y EE. UU las cifras de crecimiento si se han estancado (el crecimiento de Facebook), y no precisamente porque Facebook haya perdido popularidad sino porque gran parte de la población ya tiene su cuenta en la red social”<sup>31</sup>. Es increíble que la causa de que el crecimiento de una red se detenga es porque ya no quedan usuarios por unirse a la misma.

<sup>30</sup> Christina, “1 billón de usuarios en Facebook al terminar 2012” 13-01-2012. Consultado en <http://www.redessociales.es/2012/01/13/1-billon-usuarios-facebook-2012-redes-sociales-crecimiento/>, Fecha de consulta: 13/03/12

<sup>31</sup> Ídem

### 2.2.2.2 En México

En México, Facebook es por mucho la red social más utilizada. Las estadísticas que lanzó la Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares 2015, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI, reveló que 55.7 millones de personas son usuarios de una computadora y 62.4 millones utilizan Internet en México. El levantamiento de dicha Encuesta aporta información captada desde el usuario directo, con una mayor profundidad y amplitud en los usos que la población de nuestro país le da a las TIC.

Esta investigación realizada por el INEGI en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones arroja los siguientes resultados:

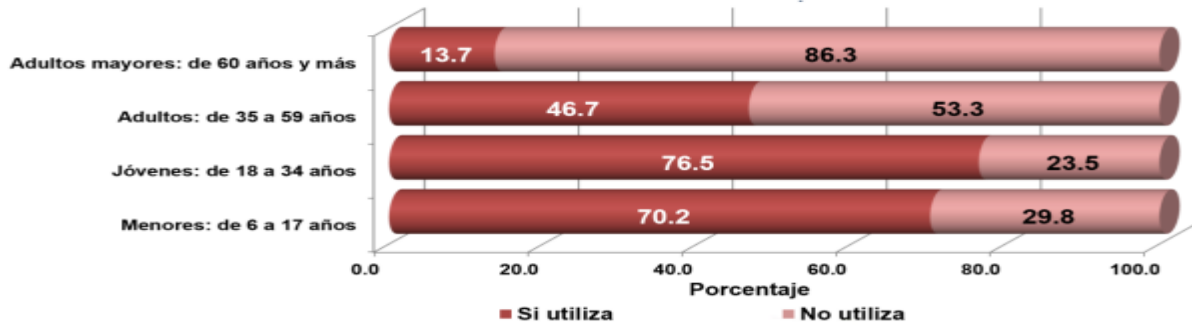
| Proporción de hogares con computadora | Proporción de hogares con Internet | Proporción de hogares con televisor digital |
|---------------------------------------|------------------------------------|---|
| <b>44.9%</b>                          | <b>39.2%</b>                       | <b>50.0%</b>                                |

| Proporción de usuarios de computadora | Proporción de usuarios de Internet | Proporción de usuarios de telefonía celular |
|---------------------------------------|------------------------------------|---|
| <b>51.3%</b>                          | <b>57.4%</b>                       | <b>71.5%</b>                                |

| Proporción de usuarios de TIC por género | Mujeres      | Hombres      |
|--|--------------|--------------|
| <b>Computadora</b>                       | <b>49.2%</b> | <b>50.8%</b> |
| <b>Internet</b>                          | <b>49.4%</b> | <b>50.6%</b> |
| <b>Celular</b>                           | <b>50.9%</b> | <b>49.1%</b> |

| Usuarios de Internet por género y edad   | Mujeres      | Hombres      |
|--|--------------|--------------|
| <b>Adultos mayores: de 60 años o más</b> | <b>45.3%</b> | <b>54.7%</b> |
| <b>Adultos: de 35 a 59 años</b>          | <b>50.6%</b> | <b>49.4%</b> |
| <b>Jóvenes: de 18 a 34 años</b>          | <b>50.2%</b> | <b>49.8%</b> |
| <b>Menores: de 6 a 17 años</b>           | <b>47.8%</b> | <b>52.2%</b> |

**Población por grupos de edad según condición de uso de Internet, 2015**



Nota: Incluye usuarios de Internet fijo y móvil.

| Usuarios de Internet por tipo de uso    |            |
|---|------------|
| Actividad                               | Proporción |
| Para obtener información                | 88.7%      |
| Para comunicarse                        | 84.1%      |
| Para acceder a contenidos audiovisuales | 76.6%      |
| Para acceder a redes sociales           | 71.5%      |
| Para entretenimiento                    | 71.4%      |
| Para apoyar la educación/capacitación   | 56.6%      |
| Leer periódicos, revistas o libros      | 42.9%      |
| Para descargar software                 | 31.1%      |
| Para interactuar con el gobierno        | 20.8%      |
| Para ordenar o comprar productos        | 9.7%       |
| Para operaciones bancarias en línea     | 9.3%       |

32

La Encuesta estimó un total de 14.7 millones de hogares equipados con computadora y 12.8 millones disponen de Internet, esto corresponde al 44.9% y 39.2%, respectivamente, del total de hogares del país. Estas cifras expresan un incremento de 6.6 y 4.8 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

El uso de las TIC es un fenómeno predominantemente urbano y tienen una participación equitativa entre mujeres y hombres, mientras que en la edad los resultados a nivel de ciudades confirman que el uso de TIC predomina con el 70.2% en usuarios entre 7 y 17 años. En cuanto al uso el 84.1% lo utiliza para comunicarse,

<sup>32</sup> INEGI. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares. Disponible en: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016\\_03\\_01.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_03_01.pdf). Fecha de consulta 19/05/16

ya sea a través de mensajería o correo electrónico, el 76.6% para acceder a contenidos audiovisuales y el 71.5% para acceder a redes sociales. La encuesta está diseñada para dar resultados a nivel nacional, esto permite observar el predominio de las tecnologías digitales en el ámbito urbano de nuestro país y el impacto que ha tenido en la manera en la que nos comunicamos, sobre la juventud mexicana.

Debido al Día Mundial del Internet, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) publicó un estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014, el cual arroja información muy interesante:

- Las principales actividades del internauta son el uso del correo electrónico y las redes sociales, desplazando a la búsqueda de información.
- Se mantiene la penetración de las redes sociales entre los internautas, ya que 9 de cada 10 acceden a alguna de estas redes.
- La red de referencia en nuestro país sigue siendo Facebook, seguida de YouTube, Twitter y Google+.<sup>33</sup>

El economista publicó datos importantes expuestos por Jorge Ruiz Escamilla, director de Facebook en México:<sup>34</sup>

- En México hay 49 millones de usuarios de Internet que tienen un perfil en la red social de Facebook.
- México es el quinto mercado más importante para la compañía digital
- Hubo un crecimiento de 2 millones de usuarios desde agosto del 2013.
- Hay una penetración de 83% respecto al universo total de internautas en el país, de acuerdo con las métricas de World Internet Project México.

---

<sup>33</sup> **Menéndez** Pedro, “Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014”, Disponible en: [https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos\\_de\\_internet/Estudio\\_Habitos\\_del\\_Internauta\\_Mexicano\\_2014\\_V\\_MD.pdf](https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf), Fecha de consulta: 13/12/15

<sup>34</sup> **Sánchez**, Julio “México tiene 49 millones de usuarios de Facebook”, Disponible en <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/03/20/mexico-tiene-49-millones-usuarios-facebook>, Fecha de consulta 20/12/15

- La adopción de las tecnologías móviles ha sido uno de los impulsores del crecimiento de usuarios de la red social fundada por Mark Zuckerberg.
- México ya ocupa además la cuarta posición global con un número mayor usuarios activos mensuales desde los móviles.

Con estas estadísticas observamos que Facebook tiene un gran impacto en la sociedad, que el número de usuarios en la red incrementa desmesuradamente y la socialización digital por medio de esta red social es parte importante del desarrollo social del mexicano. También demostró que cada vez es más fácil acceder a las redes sociales en cualquier lugar por medio de dispositivos móviles.

### 2.2.3 Riesgos que implica la socialización digital

La investigación de riesgos asociados con las actividades en línea de los menores de edad, realizada por la Alianza por la seguridad en internet (ASI) ofrece cinco importantes conclusiones:

1. Los jóvenes que se comportan de manera agresiva en línea tienen el doble de posibilidades de convertirse en víctimas a su vez, por lo que el comportamiento de los niños es clave para su propio bienestar en las redes sociales.
2. El riesgo más común que puede enfrentar un menor de edad es el hostigamiento por parte de sus conocidos, lo que incluye conductas dañinas, agresivas y difamatorias.
3. El entorno psicosocial de un menor, como su casa o escuela, es más propenso para implicar riesgos que la tecnología que utiliza.
4. No todos los menores están expuestos a los mismos riesgos, y los que son más propensos son precisamente los que también son proclives al riesgo en el mundo real.
5. Si bien para la gran mayoría de los menores de edad, su red social es un fiel reflejo de su vida real, también puede ser un medio para ampliar, masificar y hacer perpetuos sus conflictos y problemas. Cualquier cosa que se dice o publica cuando están enojados o por impulsividad, es muy difícil de retirar o retractarse, por lo que hoy más que nunca es muy importante (para todos los usuarios, incluso adultos)

pensar antes de “hablar” en una red social, es decir, antes de publicar un comentario, enviar un mensaje o subir un video.<sup>35</sup>

En su Guía de Facebook para padres de familia la Alianza por la seguridad en internet (ASI) también menciona algunos riesgos específicos de las redes sociales para los menores de edad, entre los que se encuentran:

- Publicar información sobre ellos mismos que pueda ayudar a un extraño a conocer su ubicación física y esta ser usada para manipular o chantajear al usuario
- Acoso u hostigamiento en línea, tanto entre iguales como de un adulto a un menor.
- Estar demasiado tiempo en línea, perdiendo el equilibrio con otras actividades (“demasiado” es un término subjetivo, otro punto por el cual los padres deben involucrarse).
- Exposición a contenido inapropiado (aún más subjetivo), si bien es sabido que mucho peor contenido puede ser encontrado en otras partes de Internet, fuera de redes sociales con políticas responsables, como Facebook.<sup>36</sup>

El sitio web de la organización Pantallas amigas publicó un artículo sobre ¿Cómo afectan las redes sociales a la seguridad de los menores?, en donde destacó seis puntos fundamentales producidos por la irrupción de las Redes Sociales. “El primer punto menciona que gracias a las redes sociales hay una pérdida del criterio de referencia, ya que promueven más las relaciones entre personas a través de otras personas, por lo que se pierde el control directo de la referencia y el criterio de selección o confianza usado se diluye según los nodos se distancian. Debido a que se dispone de demasiadas funciones automáticas hay un exceso de operatividad sin intervención directa y consciente del usuario.

---

<sup>35</sup> ASI México, “Guía de Facebook para padres de familia” diciembre 2010. Disponible en <http://www.asi-mexico.org>, Fecha de acceso: 20/03/12

<sup>36</sup> Idém.



También nos encontramos con que existen funciones demasiado potentes que los usuarios novatos desconocen. Los menores concentran el universo de relaciones de manera intensiva, de sobra es conocida la escasa perspectiva que tienen los menores de la repercusión y alcance de lo que publican. Los más vulnerables en redes sociales son los menores de edad, ya que, guardan, explícitamente o no, información muy precisa. Basan las relaciones en el perfil, intereses y actividad de los usuarios por lo que les requieren muchos datos y les registran sus acciones dentro de la propia Red. Y presentan al usuario las opciones de manera demasiado interesada, lo que suele implicar pérdida de privacidad.”<sup>37</sup>

Con estos seis puntos expuestos por Pantallas amigas es posible darse cuenta como los menores son vulnerables ante el Grooming en la red social ya que es fácil que pierdan el control de su privacidad, al aceptar consecutivamente al “amigo de un amigo” es probable llegar a un nivel en el que se puede estar aceptando a un “desconocido” de otro “desconocido”. En internet se viriliza la información y si no se tiene cuidado con los datos personales es fácil que cualquiera pueda acceder a éstos y hacer mal uso de ellos, o peor aún hay información valiosa que permite trasladar el contacto virtual al real y poner en riesgo la integridad de los menores.

## 2.3 Grooming

Así como han evolucionado las formas de comunicarse en una sociedad digital, los delincuentes también se han evolucionado en cuanto a su forma de delinquir, apoyándose en la tecnología para cometer delitos que ya existían en el mundo real y trasladarlos al mundo virtual, como acoso sexual, pornografía, extorsiones, Un ejemplo es el cyberbullyng “acoso de entre iguales en las Tecnologías de la

---

<sup>37</sup> Flores Fernández, “Seguridad en redes sociales” en sitio web de Pantallas amigas, 2009. Disponible en internet en: <http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/seguridad-en-las-redes-sociales.shtm> , Fecha de acceso: 21/12/12

comunicación y la información (TIC)”<sup>38</sup> éste es una modificación y adaptación tecnológica del bullying que los menores sufren. Otra adaptación es el Grooming.

La palabra "Grooming" es un vocablo de habla inglesa y tiene dos significados, su primer significado se refiere a acicalar o cepillar animales, pero para fines de la investigación y en el contexto de las TIC se define como una “serie de conductas y acciones deliberadamente emprendidas por un adulto con el objetivo de ganarse la amistad de un menor de edad, creando una conexión emocional con el mismo, con el fin de disminuir las inhibiciones del niño y poder abusar sexualmente de él. En inglés, para diferenciarlo del significado original relativo al acicalado de animales se suelen utilizar los términos child Grooming o internet Grooming.”<sup>39</sup>

“El Grooming de menores en Internet es un fenómeno que podríamos traducir como engatusamiento y que se utiliza para describir las prácticas online de ciertos adultos para ganarse la confianza de un (o una) menor fingiendo empatía, cariño, etc. con fines de satisfacción sexual (como mínimo, y casi siempre, obtener imágenes del/la menor desnuda o realizando actos sexuales).”<sup>40</sup> El blog “Qué es el Grooming” también afirma que el Grooming es la antesala de un abuso sexual.

El Instituto Nacional de Tecnologías de la Información (INTECO) de España define al Grooming como “un acoso ejercido por un adulto y se refiere a las acciones realizadas deliberadamente para establecer una relación y un control emocional sobre un niño o niña con el fin de preparar el terreno para el abuso sexual del menor.”<sup>41</sup> A diferencia del acoso entre semejantes del Ciberbullying el Grooming es el acoso de un adulto a un menor con un contenido sexual explícito o implícito.

---

<sup>38</sup> **INTECO**, “Guía legal sobre el Ciberbullying y Grooming”. Disponible en: [http://www.inteco.es/tag/Observatory/Seguridad/Observatorio/Actualidad/Observatorio/guia\\_ciberbullyin\\_es](http://www.inteco.es/tag/Observatory/Seguridad/Observatorio/Actualidad/Observatorio/guia_ciberbullyin_es), Fecha de acceso 02/01/12

<sup>39</sup> **Wikipedia**, “Grooming” Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Grooming>, Fecha de acceso 19/05/16

<sup>40</sup> **Internet Grooming**, “¿Qué es el Grooming?”. Consultado el 15-05-2012 en <http://www.internet-grooming.net/>

<sup>41</sup> **INTECO**, Óp. cit.

Según el periodista argentino Fernando Tomeo el Grooming “Comprende todas aquellas conductas ejecutadas "online" por pedófilos (los groomers) para ganar la confianza de menores o adolescentes mediante la utilización de una identidad usurpada, fingiendo "buena onda", empatía, identidad de intereses o contención emocional con la finalidad de concretar un abuso sexual.”<sup>42</sup> Para uso de la investigación se define como Grommer a un adulto que hace uso de información de los “perfiles en línea” los adolescentes para crear una afinidad con ellos y acosarlos, aunque no sólo se limita al acoso, sino también a las conductas anteriores a éste como lo son el engatusamiento, convencimiento, amenazas, etc. A continuación, se explican las fases del Grooming.

### 2.3.1 Fases

Según el Instituto Nacional de Tecnologías de la Información (INTECO) son 3 las fases que el Groomer sigue para seducir a su pequeña víctima y conseguir un fin de contenido sexual.

1. “Inicio de la fase de amistad. Hace referencia a la toma de contacto con el menor de edad para conocer sus gustos, preferencias y crear una relación de amistad con el objeto de alcanzar la confianza.
2. Inicio de la fase de relación. La fase de formación de la relación incluye con frecuencia confesiones personales e íntimas entre el menor y el acosador. De esta forma, se consolida la confianza obtenida del menor y se profundiza en información sobre su vida, gustos y costumbres.
3. Componente sexual. Con frecuencia incluye la descripción de términos específicamente sexuales y la petición a los menores de su participación en actos de naturaleza sexual, grabación de imágenes o toma de fotografías.”

En las etapas que proporciona la INTECO es fácil percatarse de cómo es muy fácil para los Groomers crear una conexión con las víctimas basta con acceder a la

---

<sup>42</sup> **Tomeo**, Fernando, “Grooming: el delito de mayor impacto sobre adolescentes en la web”, La Nación, Argentina, Disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1475169-grooming-el-delito-de-mayor-impacto-sobre-adolescentes-en-la-web> , Fecha de consulta: 10/06/12

página del artista de moda entre las adolescentes y ahí habrá un amplio “catalogo” de jóvenes. Al acceder a su perfil se muestran sus intereses, gustos, ideologías, etc. que son útiles para que el pederasta establezca una relación de afinidad con la menor. La mayoría de los Groomers se valen de artimañas como la búsqueda y detección de adolescentes con problemas o introvertidas, gracias a los cambios hormonales y emocionales, propios de la adolescencia, las menores se encuentran más vulnerables ante estos delincuentes.

Finalmente, ya que captó la atención y confianza la seduce para obtener imágenes o información con la que después la chantajea y amenaza, las amenazas van desde publicar el contenido que tiene de ella a cambio de más fotografías, videos o incluso de favores sexuales. Es indispensable mencionar que esta problemática no está limitada a las mujeres, los varones también pueden ser víctimas de los Groomers, aunque es menor el índice de casos.

Jorge Flores Hernández, director de Pantallas amigas, asegura que para que sea posible el asecho sexual el Groomer dispone de un elemento de presión sobre la víctima y así poder chantajearla. “Este elemento puede ser de muy diversa naturaleza, si bien el más común es la posesión de alguna imagen íntima que el chantajista amenaza con hacer pública en caso de que no sean satisfechas sus peticiones de índole sexual. Estas solicitudes suelen consistir en el envío de imágenes eróticas por la webcam, pero, si hay proximidad, puede llegar a solicitarse un encuentro personal con el grave riesgo que ello implica.”<sup>43</sup> Con esto observamos que si existe un cuarto paso que implica Chantaje y hostigamiento sexual, llegando así al abuso sexual.

Se concluye que el Grooming es migración de un delito que ya existía en el mundo real, el acoso sexual, al mundo virtual. El Grooming tiene múltiples ventajas que le ofrece la era digital como el anonimato, el fácil acceso a la información, la poca regulación de los medios tecnológicos, etc.

---

<sup>43</sup> Flores, Jorge, “Decálogo para combatir el Grooming y el acoso sexual de menores”, *Internet Grooming*. Disponible en: <http://www.internet-grooming.net/>, Fecha de acceso 14/05/13

---

### III

## Cuando la diversión en internet se convierte en peligro

---

"Todo adolescente busca romper reglas y correr riesgos, así como identificar quiénes son cuando no están bajo reglas, pero actualmente el riesgo se incrementa al exhibir esa intimidad en un medio eminentemente público como es internet".

Armando Novoa

Como se demostró en el capítulo anterior uno de los fenómenos más conocidos en el campo del Internet son las redes de comunicación social, éstas junto con la rápida y constante evolución tecnología han favorecido a los delincuentes quienes se han adaptado a la era digital y han migrado a este nuevo entorno tecnológico delitos como la trata de personas, extorsiones, acoso sexual y pederastia. Debido a que los medios socio-digitales se han vuelto su medio contacto con las víctimas, estos ciberdelincuentes han tomado gran fuerza tanto en el mundo real como en el virtual.

## 3.1 Situación actual del problema

Se dará a conocer la situación actual del problema tanto en México como en el mundo para dimensionar su impacto y el problema de salud pública que éste representa. Así mismo se dará a conocer algunos casos que se han documentado en diferentes medios de comunicación y lo que éstos han difundido acerca de la problemática. Así como acciones se están implementando para controlarla, todo esto para brindar un amplio panorama acerca del peligro que representa el Grooming.

### 3.1.1 Grooming el “Nuevo” cibercrimen

La socialización digital ha impactado fuertemente a la sociedad mexicana, no es como una moda que “viene y se va”, es un nuevo modo de conducta que permanecerá por tiempo indefinido, por lo que es importante estar informado y abordarlo con responsabilidad. El problema es más grande de lo que parece, miles de pederastas con un simple clic pueden tener contacto con un menor desde la comodidad de su casa y con la protección de una identidad falsa. ¿Qué tan confiables son las personas con quienes se relacionan los adolescentes, qué es lo que ellos están comunicando, cuáles son los riesgos de esta comunicación?

Algunos medios y diversas instituciones están abordando y dando a conocer el tema del Grooming. La revista Muy Interesante publicó un artículo titulado “Qué es el Grooming” donde aseguró que no se trata de nuevos delitos, sino de antiguas formas de abuso de menores que se han readaptado a los nuevos tiempos y al anonimato de la Red.<sup>44</sup> La red ha dado a estos delincuentes un escenario idóneo para cometer libremente estos abusos, pone a su disposición un “catálogo” de jóvenes e información personal, además de que gracias al anonimato tienen la posibilidad de hacerse pasar por jóvenes de su misma edad.

---

<sup>44</sup> Flores, Javier “¿Qué es el grooming?” en Revista muy interesante (publicación en línea), 21/02/12. Disponible en internet <http://www.muyinteresante.es/tecnologia/preguntas-respuestas/ique-es-el-grooming>, Fecha acceso: 21/12/12

La fundación Alia2, dedicada a eliminar la pornografía infantil en internet y a proteger a los menores de los peligros por el uso de las tecnologías de comunicación e información, explica que "A pesar de que estas situaciones comienzan en la red, con frecuencia suelen trascender al mundo físico, derivando en delitos tales como el tráfico de pornografía infantil\_o el abuso físico a menores".<sup>45</sup> Según la Policía Federal Preventiva (PFP), está comprobado que no pasan más de 15 veces desde el primer contacto en Internet para que se dé el primer encuentro físico. Es alarmante pensar que un sector tan vulnerable de la población no considere peligroso traspasar la barrera del mundo virtual al real y confíe en extraños al grado de encontrarse con ellos, exponiendo así su integridad.

De acuerdo con una investigación realizada por el diario El Universal con datos del Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014, realizado por La Asociación Mexicana de Interne (AMIPCI) y el Centro sin violencia en Internet, demuestran para este año había 18 millones de menores de edad entre 12 y 17 años cuentan con acceso a internet, y uno de cada 7, es decir, más de medio millón y medio, reciben ofertas sexuales mientras navegan en la red. Este dato se vuelve aún más alarmante cuando especialistas afirman que el rango de edad tiende a disminuir en los próximos años debido a que los niños tienen acceso a internet en una etapa cada vez menor.<sup>46</sup>

El sexo es un tema que se descubre y experimenta en la adolescencia, las nuevas formas de comunicación son una herramienta para acceder a él desde diferentes ángulos como pornografía, blogs con información, platicas sexuales con amigos, intercambio de material pornográfico personal, etc. La UNICEF indica que un

---

<sup>45</sup> **Fundación Alia2**. Disponible en internet <http://www.alia2.org/index.php/es/nuestros-objetivos>, Fecha de acceso: 21/12/12

<sup>46</sup> **Gómez**, Abigail, "[Acosadores en la Red navegan en un vacío legal](#)" en El Universal, 16 de agosto del 2015, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-investigacion/2015/08/16/acosadores-en-la-red-navegan-en-un-vacio-legal> Fecha de acceso: 08/04/16

acosador puede tardar hasta 12 minutos para hacer que un menor se quite la ropa y se tome fotografías.<sup>47</sup>

La alianza por la seguridad en Internet (ASI), organización orientada a ayudar a los niños, niñas y adolescentes de México previniendo la pornografía y la explotación sexual y comercial infantil, estima que en México el 8% de los jóvenes en secundaria ha enviado imágenes propias de desnudos o semidesnudo a conocidos o desconocidos por medio de un celular o una computadora. Muchas veces estas imágenes pueden llegar a manos de pederastas o acosadores y les sirven como método de chantaje para lograr que las adolescentes hagan cosas en contra de su voluntad, desde envío de más material fotográfico hasta encuentros personales. Además, informa que 9% de los jóvenes encuestados habla de sexo con personas que no conoce. La ASI menciona que, aunque es un número bajo de casos, es un esquema potencial de trata.

Así mismo, la encuesta que la ASI aplicó en mayo del 2014 entre casi 5000 alumnos del programa CENETIC Escolar en estudiantes entre 11 y 15 años arrojó que el 23.9% de estos jóvenes se han encontrado en el mundo real con personas que conocieron en Internet, el 10.5% se han enamorado de personas a quien conocen única y exclusivamente por Internet, mientras que el 10.4 por ciento hablan de sexo por Internet, ya sea ocasional o frecuentemente.

En el año 2000, el Centro Nacional de Niños Desaparecidos y Explotados de EUA, descubrió, a través de un estudio, que uno de cada cinco niños que usaban Internet había recibido alguna propuesta sexual a través de este medio<sup>48</sup>. Aunque en muchos casos puede quedar en una “simple propuesta”, en muchos otros por medio de manipulación y engaños puede trascender y convertirse en un grave delito.

---

<sup>47</sup> Noticias de Ecatepec De Morelos, “Previene gobierno de Ecatepec "Grooming" hacia niños y jóvenes a través de conferencias de concientización” Disponible en <http://www.ecatepec.gob.mx/boletines/show.php?boletin=2293>. (Fecha de ingreso: 23/04/16)

<sup>48</sup> Cohen, A., “¿Sabes en dónde hacen clic tus hijos?” PC Magazine en Español, #17, pag. 80-87.



Es importante notar que en la actualidad la socialización digital, la accesibilidad y la portabilidad hacia las nuevas tecnologías van en aumento exponencialmente, mientras el rango de edad de los niños que acceden a ellas y la supervisión de la información que se expone en los medios sociodigitales disminuyen. Si a esto agregamos que aún no hay leyes y medidas contundentes que garanticen los derechos de los menores dentro de las redes sociales, concluimos que la capacidad para regular adecuadamente a las tecnologías se ha visto rebasada, lo que deja abierta una ventana de posibilidades para los delincuentes que están al acecho de víctimas.

### 3.1.2 Casos documentados

Existen diversos casos de ciberacoso y Grooming muy populares alrededor del mundo, algunos afortunadamente resueltos, por el contrario también existen muchos que siguen sin resolverse o peor aún que ni siquiera han sido denunciados por temor, vergüenza o desconocimiento, Uno de los casos de Grooming más populares es el de una niña española de 14 años, quien fue acosada por un peruano de 32 años, el pedófilo creó una identidad falsa para acercarse a ella, la conversación completa se puede observar en el (Anexo 1)

Gracias a la conversación proporcionada por la ONG Pantallas amigas se puede observar el “modus operandi” de los pedófilos quienes, por medio múltiples personalidades de ambos sexos y un variado rango de edad, se ganan la confianza de sus víctimas, o bien, roban sus cuentas para después solicitar contenido audiovisual o sesiones de cámara web “comprometedoras” (desnudas o semidesnudas) y con éstas chantajearlas. Los Groomers amenazan con exhibirlas entre sus amigos si no acceden a sus requerimientos los cuales pueden llegar hasta contacto físico de índole sexual. “El Grooming consiste en un método de apropiación de la víctima apoyado en una red social donde existe un modus operandi casi perfecto porque el agresor puede ocultar su verdadera identidad, crear un perfil falso

de alguien que el chico admire o de algún par y tener un escape efectivo al cerrar la cuenta”, detalla la perfiladora criminal María Laura Quiñones Urquiza.<sup>49</sup>

En estados unidos un joven de aproximadamente 20 años, quien firma como Coby Persin, realizó un experimento social para demostrar ¿qué tan fácil es para un pedófilo raptar a un niño usando las redes sociales? en donde contacto por medio de redes sociales a jóvenes de 12, 13 y 14 años haciéndose pasar por un chico de 15 años. Después de conversar con ellas durante menos de una semana les propuso verse. Los padres, quienes fueron testigos de este experimento, deseaban y juraban que sus hijas no accederían a tener contacto físico con un desconocido, pero desafortunadamente no fue así, las tres chicas aceptaron la propuesta.<sup>50</sup> Este tipo de experimentos demuestran como los medios sociodigitales son una herramienta idónea para propiciar conductas ilícitas que ponen en riesgo la integridad de los usuarios, en particular de los niños y adolescentes.

The Alicia Project es una asociación creada por Alicia Kozakiewicz, sobreviviente del Grooming. Alicia fue secuestrada en 2002 por Scott Tyree, un pederasta quien la contacto por medio de redes sociales, se ganó su confianza para después raptarla y violarla. Gracias a que su secuestrador emitió imágenes suyas en páginas pornográficas Alicia fue rescatada cuatro días después de su secuestro. Desde los 14 años Kozakiewicz comenzó a compartir su historia con gente de todo el mundo, aconsejando a las familias sobre la inseguridad en internet y contribuyó a la aprobación denominada “Ley de Alicia” para la protección de menores en Estados Unidos.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> Galán, Nadia, “Profesor acusado de pedofilia tenía cuatro perfiles” en Perfil.com, Argentina, 23/03/2013, Disponible en: [http://wap.perfil.com/contenidos/2013/03/23/noticia\\_0015.html](http://wap.perfil.com/contenidos/2013/03/23/noticia_0015.html), Fecha de acceso: 28/03/13.

<sup>50</sup> El video completo del experimento social se puede observar en <http://www.laprensa.hn/mundo/noticiasinsolitas/867849-410/padres-descubren-a-sus-hijas-en-citas-de-facebook>,

<sup>51</sup> Alicia Project, “Testimonio de Alicia”, Disponible en <http://www.aliciaproject.org/>, Fecha de consulta: 06/03/16

En cuanto a nuestro país es importante recalcar que México ocupa el primer lugar a nivel mundial en abuso sexual, violencia física y homicidios de menores de 14 años, según lo advirtió Luis Fernando Sánchez Nava, comisionado ciudadano del Instituto de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales del Distrito Federal (Info-DF).<sup>52</sup> Por lo que, como es de esperarse, al ser también un país inmerso en la era digital existen diversos casos de pornografía infantil, violaciones y tráfico de mujeres vinculados con el Grooming.

Entre algunos casos sonados se encuentra el de Laura. “Laura era una adolescente mexicana que por medio de internet conoció a un chico. Tras conversar en varias ocasiones a través de las redes sociales, este chico la invitó a salir. Laura se resistió, pero él fue insistente hasta que logró ganarse su confianza y despertó el interés de la chica por conocerlo. Cuando por fin accedió, Laura fue secuestrada y sufrió toda clase de maltratos. Su amigo de Internet la obligó a prostituirse hasta que fue rescatada. Ahora comparte su caso en foros para prevenir a las adolescentes que, como ella, creen que pueden encontrar amigos o al hombre de sus sueños a través de Internet.”<sup>53</sup> Estos dos últimos casos son de chicas que, afortunadamente, fueron rescatadas de sus depredadores y ahora relatan sus historias para evitar que otras niñas sean víctimas del Grooming, pero desafortunadamente aún hay muchos casos sin resolver o, peor aún, sin salir a la luz.

Otro caso dado a conocer por el diario “El Universal” es el de Beatriz quien, con el Nick de Princesita, construyó su imagen virtual en una red social de internet. A sus 14 años, no reparó en las consecuencias. En el renglón de perfiles colocó datos privados, no sólo de ella, también de sus familiares. Seleccionó sus mejores fotografías y las colocó en la página. Se describió como alegre, amiguera, “deseosa de popularidad”, con aptitudes artísticas y admiradora de la cantante canadiense Avril Lavigne.

---

<sup>52</sup> **Cosme**, Manuel, “Tiene México primer lugar mundial en abuso sexual infantil”, El sol de México 08 de abril del 2016, Disponible en <http://elsoldemexico.com.mx/metropoli/171095-tiene-mexico-primer-lugar-mundial-en-abuso-sexual-infantil>, Fecha de consulta 08/04/16

<sup>53</sup> **Pantallas amigas**, “Casos de Grooming 6”, Disponible en <http://internet-grooming.net/casos-de-grooming-6/>, Fecha de consulta: 06/03/16

Carlos, de 35 años, se hizo amigo de ella, generó empatía gracias a sus afinidades en cuanto a la música y se ganó su confianza. Después de diversos encuentros por cámara web, Carlos logró obtener imágenes de Beatriz semidesnuda, imágenes que posteriormente utilizó para extorsionarla y lograr un encuentro físico con ella. Durante este encuentro Carlos la secuestró y violó, Beatriz logró escapar, pero estos 10 minutos frente a la cámara se convirtieron en meses de pesadilla y acoso que la llevaron a una crisis depresiva.<sup>54</sup> El testimonio completo de Beatriz fue relatado por su terapeuta, se encuentra en el artículo “Internet, ideal para pederastas de “El Universal”.

En una investigación publicada durante el 2010 por el periódico Reforma el Director de difusión de la Asociación Mexicana de Niños Robados y Desaparecidos A.C. declaró que desde el 2006 cada mes, se reporta al menos una desaparición de un adolescente cuyo último contacto fue con un amigo al que conocieron por la red. El perfil de la mayoría de estos menores es de jóvenes de grandes ciudades como México, Guadalajara y Monterrey, provenientes de familias disfuncionales. “Cuando comenzamos con el interrogatorio a los padres descubrimos que (su hijo) acababa de conocer a alguien por Internet y que se la pasaba chateando. Desde hace cuatro años tenemos un caso al mes que se relaciona con Internet, es grave” señaló el director.<sup>55</sup>

El primer caso de Grooming presentado en la ciudad de Nuevo Laredo fue el de un menor de 12 años que al estar “chateando” se puso en contacto con un adulto, que le hizo insinuaciones de tipo sexual, incluso instrucciones de cómo estimularse, llegando a enviarle fotografías pornográficas. Gracias a la oportuna supervisión de

---

<sup>54</sup> **Hernández**, Evangelina. “Internet, Ideal para pederastas”, El Universal, 21 de marzo del 2010, Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/176424.html>, Fecha de consulta: 08/04/16

<sup>55</sup> **López**, Yáscara, “Sustraen un niño al mes por la red” en Reforma (aplicación móvil), México, 27/12/10. Fecha de consulta: 03/06/15

los padres y la debida denuncia, consiguieron que un depredador fuera descubierto.<sup>56</sup>

A once años de la publicación de “Los demonios del Edén”, investigación periodística que trata el tema de la pedofilia y pornografía, la periodista Lydia Cacho debuta, en febrero del 2016, como autora de libros juveniles con un relato que aborda la trata de personas con “En busca de Kayla”, por medio de una historia de acción y aventura la autora relata una historia de Grooming, en donde Kayla una chica que fue víctima de secuestro que sucedió gracias al poco cuidado que ésta tuvo con su información en la red y el contacto que tuvo con un desconocido en internet. Mientras la ciberpolicia la busca a Kayla, su amiga Miriam “descubre” como es que Kayla fue engañada a través de las redes sociales y logran rescatarla del pedófilo que la tenía. Con un lenguaje sencillo, una historia llena de acción y llamativas ilustraciones, Lydia aborda conductas de riesgo en internet para concientizar a los jóvenes de los peligros que corren en las redes sociales.

En el gobierno de Miguel Ángel Mancera fueron consignados cinco ciberpederastas que gracias a identidades falsas y se ostentaban como menores de edad y contactaban a menores de edad por Facebook. La PGJDF informó el “modus operandi” de los inculpados: Por medio de páginas en Internet contactaban a menores y una vez ganada su confianza al hacerse pasar como adolescentes, los impulsaban a realizar actos lascivos y de exhibicionismo corporal por este medio electrónico. Posteriormente, obtenían fotografías y videos, los cuales intercambiaban con otros contactos.<sup>57</sup>

Gracias a la globalidad de la internet la ciberpederastia y pornografía infantil han logrado intensificarse, ya que se puede compartir material audiovisual con y contactar a cualquier persona del mundo con las mismas filias, en este caso la atracción sexual hacia los niños. En el artículo “Reciben condena ciberpederastas”

---

<sup>56</sup> **Hernández**, Mario, “Ponen la primera denuncia contra ciber-pederasta” en El mañana (en línea), 22/01/09. Disponible en <http://www.elmanana.com.mx/notas.asp?id=100376> (Fecha de consulta: 29/03/13)

<sup>57</sup> **Sierra**, Arturo, “Van a prisión por porno infantil” en Reforma (Aplicación móvil), México, 06/02/11

del periódico Reforma se da a conocer como los cinco integrantes de la banda de ciberpederastas no tenían aparentemente nada que ver ni residencia ni oficio, iban desde un Sacerdotes de Xalapa hasta fotógrafos de Aguascalientes, el único lazo que los unía era el tráfico de material pornográfico que compartían por medio de la red.<sup>58</sup>

La policía Cibernética señala que se reciben aproximadamente cinco llamadas diarias de personas que buscan denunciar situaciones relacionadas con el acoso.<sup>59</sup> Pero al igual que cualquier delito este es un número que no refleja la realidad de la problemática, pues detrás de esto hay muchos casos sin denunciar, la mayoría de los jóvenes por miedo o ignorancia no cuentan a sus padres que son víctimas de acoso, si a esto agregamos que muchos de ellos no proceden debido a que no han culminado en un delito como secuestro o violación y que según la ONU un pederasta vigila 200 perfiles de menores en un mismo periodo, nos podemos dar una idea de la magnitud de la problemática sin legislación en nuestro país.

### 3.1.3 Acciones para contrarrestar la problemática

Las ventajas y las desventajas de Internet tienen un alcance mundial y el riesgo del Grooming no es la excepción. Para autoridades de diferentes países el Grooming es un hecho preparatorio de un delito de carácter sexual más grave, por lo que están tomando cartas en el asunto para contrarrestarlo, incluso en algunos países ya existe legislación al respecto:

- Alemania.  
Condena: Cárcel de tres meses a cinco años.  
Delito: Ejercer influencia pornográfica sobre el menor.
- Australia.  
Condena: 15 años de prisión  
Delito: Uso de servicios de transmisión de comunicaciones para procurar que una

---

<sup>58</sup> **Martínez**, Diana, “Reciben condena ciberpederastas” en Reforma (aplicación móvil)

<sup>59</sup> **Gómez**, Abigail, Óp. Cit.

persona involucre en actividades sexuales a personas menores de 16 años.

- Escocia.

Condena: 10 años de cárcel.

Delito: Reunión con un menor de 16 años después de algunos contactos preliminares a través del chat.

- Estados Unidos.

Delito: Transmitir datos personales de un menor de 16 años con el fin de cometer un delito de carácter sexual. Estado de Florida, contactar con menores por Internet y luego sostengan encuentros con el fin de abusar sexualmente de ellos.

- América latina-Chile

Condena: 14 a 18 años, siempre y cuando haya violación, estupro o amenaza

Delito: Exigir a un menor de 14 años el envío, exhibición o la entrega de imágenes con significación sexual.<sup>60</sup>

En México se percibió sumamente necesaria la inclusión en nuestro Código Penal Federal reformas y adiciones en Materia de Delitos en Contra de Medios o Sistemas Informáticos. El pasado 28 de marzo del 2012 fue aprobado por el congreso una reforma que hace hincapié en los ciber-delitos que afectan los derechos de menores de edad y ponen en riesgo la integridad de este sector tan vulnerable. “En este rubro se incluye la tipificación de delitos como pornografía infantil, trata de personas, turismo sexual y corrupción de menores, duplicando la pena convencional cuando para cometer delitos de esta naturaleza se empleen recursos informáticos.”<sup>61</sup>

Duplicar la pena para estos delitos cuando se cometan vía internet es un gran paso para contrarrestarlos, ya que este recurso informático ha pasado a formar parte del proceso para la captación de víctimas, organización y comunicación de las bandas criminales, así como venta y distribución de material ilegal. Incluir conceptos cibernéticos en los códigos penales eran sumamente necesarias para evitar casos como el de los presuntos ciberpederastas que obtuvieron amparos gracias a las

---

<sup>60</sup> Varise, Franco, “Es delito en varias partes del mundo” en lanacion.com, Argentina, 2009. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1180477-es-delito-en-varias-partes-del-mundo> (Fecha de acceso: 23/03/13)

<sup>61</sup> “Software Guru”, Óp. Cit.

brechas del código penal.

Reformar el código penal en materia de Delitos informáticos pone a México a la vanguardia en cuestión de legislativa al no sólo sancionar a quienes produzcan material de índole sexual en donde participen menores de edad, sino también a quienes reproduzcan, promuevan o administren dicho material. “El director para América Latina del equipo global de investigación y análisis Kaspersky Lab indicó que es un gran avance la aprobación de leyes específicas para combatir los ataques cibernéticos con penalidades reales, en donde se castiga con hasta 10 años. “Me gusta mucho esto. Tenemos ley, pero ¿contamos con herramientas y recursos necesarios para combatir el crimen? El Gobierno debe tener grupos especializados en el combate del crimen”, aseveró el director.”<sup>62</sup> Ya están las reformas ahora se debe contar con la infraestructura sancionar estos crímenes y con soporte técnico necesario para iniciar las averiguaciones correspondientes.

A pesar de estas Reformas, aún no existe en México una Ley que proteja a los menores del Grooming, las leyes existentes se aplican hasta que el acoso se torna en un delito tipificado como trata de personas, pornografía infantil o secuestro. “Mientras el Grooming no sea considerado un delito, la Policía Cibernética tiene las manos atadas. Aunque reciba denuncias de acoso por internet, éstas no pueden ser registradas ni atendidas, se debe esperar hasta que este acoso se convierta en una violación, un secuestro o en pornografía infantil; es decir a que se configure en delito” explica Mariana Valdés, directora de Alianzas Estratégicas de Save the Children México.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> **Bastida**, Sacnicte, “Está en peligro el hogar conectado” en Reforma (aplicación móvil), México, 14/03/2001

<sup>63</sup> **Gómez**, Abigail, “Acosadores en la Red navegan en un vacío legal” en El Universal, 16 de agosto del 2015, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-investigacion/2015/08/16/acosadores-en-la-red-navegan-en-un-vacio-legal> (Fecha de acceso: 08/04/16)



Valdés menciona que “No puedes denunciar a alguien por hablar con tu hijo en internet, no importa si demuestras que su identidad es falsa o que trató de convencerlo de dar fotografías. Debes esperar a que el daño ocurra. Por eso en México no existen cifras precisas sobre este problema”<sup>64</sup>, en un país en donde la pornografía infantil, la pedofilia y el acoso sexual son delitos comunes y recurrentes es importante tipificar el Grooming como un delito regular el uso de las tecnologías de la información, para evitar que el acoso sexual por internet trascienda al mundo real.

Alfonso Pioré, representante de la misma organización afirmó que alrededor de 18 millones de menores de edad que cuentan con acceso a Internet en el país podrían estar en riesgo, precisó que “Se pueden llegar a detectar más de 40 mil casos de abuso sexual, conocido como Grooming, es una cifra conservadora pues hay casos que no se llegan a identificar”<sup>65</sup>

Save de Children a través de una campaña buscó conseguir 15,000 firmas para que el Grooming por fin sea tipificado como un delito en México, para abril del 2016 la Organización ya cumplió su meta y cuenta con 15,019 firmas. Están convencidos que el Grooming es una práctica intolerable contra la niñez y que es obligación de las autoridades actuar de manera efectiva para evitar que más menores sean víctimas de abusos sexuales. Consiguiendo esta tipificación se daría un gran paso en materia de lo legal para cerrar estas brechas en la ley que los ciberpederastas aprovechan para cometer sus fechorías sin ser catalogados ni enjuiciados como delincuentes.

El gran problema al que nos enfrentamos es que hay diferentes iniciativas para contrarrestar la problemática, pero al no darles seguimiento se quedan en eso: en simples iniciativas. “La bancada del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) en

---

<sup>64</sup> **Gómez**, Abigail, Óp. Cit

<sup>65</sup> **Villavicencio**, Diana, “Alistan ALDF ley contra el abuso sexual a menores en Internet” en El Universal, 11 de noviembre del 2015, Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2015/11/11/alistan-aldf-ley-contra-acoso-sexual-menores-en-internet>. (Fecha de acceso: 08/04/16)

la Cámara de Diputados dará puntual seguimiento y apoyo a todas aquellas medidas encaminadas a garantizar la seguridad de los menores dentro de las redes sociales.”<sup>66</sup>

Con punto de acuerdo, relativo a la prevención del “cortejo”, o Grooming, por internet, la diputada Sara Paola Galico Félix Díaz, del Grupo Parlamentario del PVEM, “Exhorta a las autoridades de los tres niveles de Gobierno a fin de que ejecuten de manera permanente campañas de información a niñas, niños y adolescentes, así como a personas adultas sobre el llamado “cortejo” o “Grooming”; explicando detalladamente en qué consiste este acercamiento por parte de los delincuentes, como identificarlo, cómo se puede denunciar e invita a los padres de familia a involucrarse en las actividades de sus hijos a fin de evitar la comisión de un posible ilícito.”<sup>67</sup> Ahora sólo queda esperar a que, como se mencionó anteriormente, estas iniciativas y puntos de acuerdo se lleven a cabo para combatir la problemática.

Elementos de la Unidad de Delitos Cibernéticos de Policía Federal utilizan un “modus operandi” parecido al de los pederastas, se encubren detrás de identidades falsas haciéndose pasar por menores para llegar a los pederastas y comunidades de internet que promueven pornografía. Reforma publicó que durante el 2009 se dio un caso inédito de ciberpederastia, donde la PGJDF desarticuló a una banda de pederastas a quienes se les decomisaron discos duros, laptops, memorias y otros artículos de almacenamiento que contenían pornografía infantil y fueron puestos a investigación y disposición de la PGR para que por conducto de la INTERPOL se enlace con autoridades de otros países.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> **Notimex**, “Se protegerá a niños de 'grooming' o ciberacoso: PVEM”, en Noticias MVS, 8 de abril del 2016, Disponible en: <http://www.noticiasmvs.com/#!/noticias/se-protegera-a-ninos-de-grooming-o-ciberacoso-pvem-756>, (Fecha de acceso: 08/04/16)

<sup>67</sup> **Gaceta Parlamentaria**, año XVIII, número 4367-IV, 22 de septiembre de 2015, Disponible en: <http://gaceta.diputados.gob.mx/Gaceta/63/2015/sep/20150922-IV.html#Proposicion19>, (Fecha de acceso: 08/04/16)

<sup>68</sup> **Prado**, Henia, “Tienen caso inédito de Ciberpederastia” en Reforma (aplicación móvil), México, 26/04/09

Como se ha visto, las autoridades están haciendo su labor al reformar leyes, aumentar condenas, crear una unidad de delitos cibernéticos, etc., pero la realidad es que el problema debe de contrarrestarse desde el propio hogar, con la información adecuada y la participación de los padres. “El distanciamiento de los mayores en materia de redes sociales, acceso a Internet y accesorios portátiles hace que en ocasiones los menores se encuentren inmersos en un mundo donde las leyes son más laxas, los contactos más extensos y la vigilancia se encuentra limitada.”<sup>69</sup> afirma la Dra. Marthe Rapado. Para un padre mantener protegido a su hijo es una de sus prioridades, gracias a su experiencia y conocimiento sobre el mundo real les es posible darles “armas” para que se protejan a sí mismos, pero cómo protegerlos de un ciber-entorno nuevo y desconocido para muchos de éstos.

El Subprocurador de Averiguaciones Previas desconcentradas, Luis Genaro Vázquez, recomendó a los padres de familia estar al pendiente de los menores cuando utilizan internet. “Se debe evitar que los menores divulguen sus fotografías en festejos infantiles, cumpleaños y fiestas donde se vean las caritas y los cuerpecitos de los menores porque pueden ser presa de otra persona que se haga pasar por un menor de edad”, explicó el funcionario de la PGJDF.<sup>70</sup>

Hay padres intentan “actualizarse” y adentrarse panorama actual, algunas organizaciones a través de una serie de acciones de capacitación especializada pretenden reducir la brecha digital que existe entre padres e hijos. Entre éstas se encuentra Mam@ digital que, por medio de un libro, sitio web, cursos gratuitos, etc. promueve y fomenta la Cultura Digital en las Mujeres mexicanas madres de familia. Es importante que las autoridades tomen acciones para contrarrestar el Grooming, pero es aún más importante que los padres sepan los peligros que sus hijos corren en la red, y que, así como no les permiten hablar con extraños en la calle no “abran

---

<sup>69</sup> Rapado, Martha, “Los adolescentes y sus formas de comunicación en redes sociales”. Disponible en <http://www.alia2.org/index.php/es/blog/17?view=blog> (Fecha de consulta: 25/11/13)

<sup>70</sup> López, Yáscara, “Ve PGJDF riesgos en Internet” en Reforma (aplicación móvil), México, 24/12/10. (Fecha de consulta: 25/11/13)

las puestas de sus hogares” por medio de una computadora a pederastas y les permitan hablar con sus hijos.

### 3.1.3.1 Asociaciones anti-Grooming

Grande es el Problema, quizá inimaginable la fuerza que tiene, desde el solitario pederasta en busca de pequeñas presas hasta las grandes mafias de pederastia y pornografía infantil. Para contrarrestar el problema existen organismos, asociaciones y autoridades que se encargan de difundir información sobre el problema, crean blogs para intercambiar experiencias, darles voz a denuncias, orientar a víctimas. Entre las asociaciones más involucradas en el tema se encuentran:

- Mamá en Línea, por la ley del Grooming: ONG Argentina que trabaja para concientizar sobre el Grooming y sus consecuencias. Capacita a padres contra los delitos sexuales que tienen como víctimas a menores a través de internet y concientiza a los menores de los riesgos que corren en la red.
- Save the Children: Esta organización creó la campaña #ContraelGrooming que buscará presentar una iniciativa de ley para tipificar el Grooming como delito. Así mismo ha creado dos manuales, uno para niñas, niños y adolescentes y otro para adultos, con el fin de sensibilizarlos y prevenir el Grooming.
- Alianza por la seguridad en Internet (ASI) <http://asi-mexico.org>  
Proporciona orientación social para ayudar a los niños, niñas y adolescentes de México previniendo la pornografía y la explotación sexual y comercial infantil. Distribuye materiales impresos, información a escuelas y publicación de información en internet, ofreciendo información para el uso seguro y responsable de Internet y demás tecnologías con el fin del uso seguro en la red.
- Pantallas amigas <http://www.pantallasamigas.net>

Quizá uno de los sitios más completos para la protección infantil en Internet. Contiene Mediateca con videos animados en relación a los peligros de la red, blog, contacto, personajes animados que dan información, ayuda a padres, apoyo a centros escolares, entre otras cosas.

- Inteligencia Cibernética de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (PGJDF) <http://www.pgjdf.gob.mx/>  
En la página oficial se encuentra un apartado de la Unidad de investigación cibernética que contiene información sobre la delincuencia cibernética, así como un apartado para hacer denuncias.
- Asociación de internautas <http://www.seguridadenlared.org/menores/>  
Tiene una Campaña en protección para menores en la red, ofrece información para padres de familia de los riesgos que corren sus hijos en la red.
- Mamá digital <http://mamadigital.mx/blog>  
Se encarga de promover y fomentar la Cultura Digital en las Mujeres mexicanas madres de familia a través de un libro, cursos gratuitos, blogs, etc.

### 3.1.3.2 Medidas para contrarrestar Grooming

El director de Pantallas amigas da 10 claves divididas en 3 fases para contrarrestar este fenómeno social:

Prevención: Evitar la obtención del elemento de fuerza por parte del depredador. Si se evita que el depredador obtenga el elemento de fuerza con el que iniciar el chantaje, el acoso es inviable.

- No proporcionar imágenes o informaciones comprometedoras
- Evitar el robo de ese elemento de fuerza
- Mantener una actitud proactiva respecto a la privacidad

Afrontamiento: tomar conciencia de la realidad y magnitud de la situación cuando se comienzan a recibir amenazas e intimidaciones.

- No ceder al chantaje
- Pedir ayuda
- Evaluar la certeza de la posesión
- Limitar la capacidad de acción del acosador

Intervención: Las situaciones de acoso sexual rara vez terminan por sí mismas, siendo habitual la reincidencia en el acoso incluso en momentos muy distantes en el tiempo. Es preciso no bajar la guardia y llegar hasta el final para lo cual es conveniente:

- Analizar en qué ilegalidades ha incurrido el acosador y cuáles pueden ser probadas
- Buscar y recopilar las pruebas de la actividad delictiva
- Formular una denuncia<sup>71</sup>

Las recomendaciones digitales que da la INTECO a los menores para evitar el acoso en redes sociales son:

- Se recomienda a todos los usuarios recurrir al uso de seudónimos o *nicks* personales con los que operar a través de Internet
- Ser cuidadoso con los datos personales que se publican
- Se recomienda a los usuarios tener especial cuidado a la hora de publicar contenidos audiovisuales y gráficos
- No aceptar ni agregar como contacto a desconocidos
- Evitar el envío de imágenes o vídeos a usuarios en los que no se confía
- Comunicarlo a los padres o tutores

Las recomendaciones de la INTECO y Pantallas amigas difieren un poco, INTECO recomienda acciones preliminares, mientras que Pantallas amigas ofrece más

---

<sup>71</sup> Flores, Jorge, Óp. Cit.

medidas para intervenir y afrontar el problema, pero ambas tienen un punto al que hacen hincapié: No compartir archivos privados en la red, como lo es domicilio, en donde estudian, número telefónico, lugares que frecuentan, ubicación, fotografías propias con contenido sexual, etc.

En conclusión, para prevenir este tipo de acoso se recomienda no subir información real a las redes sociales, no agregar a desconocidos ni socializar en la red, no difundir ni subir a plataformas en línea elementos comprometedores, quizá el compartirlas en un inicio puede ser divertido o excitante, pero después se puede hacer uso indebido de esa información. Otro método para contrarrestarlo es poner atención permanente en el manejo que las demás personas hacen de las imágenes e informaciones propias.

En caso de ya estar “dentro” del problema se recomienda que las adolescentes no den más información, ya que en cuanto el pederasta tiene el “elemento de fuerza” comienza a amenazar a la víctima para obtener más elementos que le permitan tener la situación bajo control. Pedir ayuda puede ser para muchos adolescentes un paso difícil, pero contar con el apoyo de una persona adulta de confianza es fundamental en una situación delicada que conlleva gran estrés emocional, que en la etapa de la adolescencia es complicado controlar.

Mantener la cabeza fría para evaluar la dimensión del problema e investigar si realmente el acosador tiene las fotografías o videos es importante para limitar la capacidad de acción e intervenir en contra del acosador, las víctimas se deben informar sobre el tipo de delito, para evaluar en qué delitos ha incurrido el Groomer y recopilar las pruebas en su contra para finalmente formular la denuncia acatándose a la vía legal.

## 3.2 Grooming, la amenaza de la socialización digital

Se realizó una investigación entrevistando a víctimas para que nos otorgaran su testimonio y conocer de cerca la problemática, a especialistas para conocer el perfil psicológico tanto de las víctimas como del acosador, así mismo se entrevistó a la representante de una asociación que ha luchado durante contra el Grooming, con la finalidad de conocer su iniciativa y a qué se han enfrentado durante esta lucha.

### 3.2.1 Fui Víctima de Grooming

Como se ha mencionado en subcapítulos anteriores el Grooming aún cuenta con una larga lista negra que no se encuentra en las cifras oficiales de nuestro país, con decenas de casos sin resolver, decenas de violaciones, secuestro y trata en donde el último contacto de la víctima fue con su “amigo” en la red o decenas de crímenes y acoso que quedan archivados en el dispositivo de los menores sin ser denunciados, como es el caso de Elena.

Elena era una chica de 13 años, le gustaba la música en Spotify, seguir a Youtubers<sup>72</sup> famosos, utilizar las apps más populares, y, por supuesto, estar inmersa en las redes sociales. Elena cuenta que la red social que más le gustaba era Facebook seguida de Instagram, Twitter casi no le gustaba, pues piensa que esa red social es más para opinar y no tanto para estar en contacto con sus amigos.

Un día Elena recibió una solicitud de un chico llamado Diego Rosas, quien tenía una foto en donde se veía un chico normal, además tenía muchos amigos en común con ella, gracias a esto ella confió y lo agregó. Tiempo después Diego se puso en contacto con ella por inbox, las conversaciones primero eran sobre temas intrascendentes como música, chistes o el video viral del momento, pero poco a poco él se ganó su confianza hasta que logró que Elena le contara cosas muy

---

<sup>72</sup> Se llaman youtubers a las personas que graban videos y los suben al portal web de videos más visitado del mundo: [www.youtube.com](http://www.youtube.com). Normalmente suben videos enfocados en los intereses de jóvenes y adolescentes, que son los que más visitan este tipo de páginas.



personales y le confiara sus secretos, entre ellos contó que no le gustaban los chicos, pero no quería decirles a sus padres.

Después de semanas de comunicación acordaron verse muy cerca de la escuela de Elena, pero ella no pudo llegar, como que algo le decía que no tenía que ir. A la semana siguiente quedaron de verse otra vez, a lo que ella nuevamente dio una excusa para no llegar; poco a poco la presión por parte de Diego incrementaba hasta el punto en que utilizó el chantaje, la amenazó con contarle a todo el mundo que era lesbiana sino aceptaba verse con él. En ese momento el mundo se le vino abajo, tenía miedo de ser juzgada por sus amigos y familiares, y se sentía traicionada por quien, durante semanas, fue su confidente y su mejor “amigo”.

Fueron días de acoso por Facebook y WhatsApp hasta que Elena se armó de valor y se lo contó a una amiga, quien le aconsejó eliminarlo y contarle todo a sus padres; cuenta que está fue la mejor decisión. Cuando Diego se enteró que sus padres ya lo sabían y que lo denunciarían, desapareció. Esto cambió la manera en que Elena socializa en redes sociales, después de esto ya no confía en desconocidos, asegura. Como la historia de Elena hay muchas otras historias que no fueron denunciadas y que no pasaron a delitos mayores, sin embargo, es un antecedente de lo que pudo ser la antesala de un caso más de feminicidio, secuestro o trata de blancas.

No sólo los adolescentes son víctimas del Grooming, la familia también es una víctima colateral de esta problemática, quienes sufren el comportamiento hostil de un hijo que está pasando por esta situación, el sentimiento de culpa al enterarse que su hijo estaba siendo acosado dentro de su propio hogar y que ellos propiciaron las armas a estos ciberacosadores o, peor aún, que sus hijos fueron víctimas de abuso sexual, secuestro o que se encuentran desaparecidos teniendo como antecedente el Grooming que se perpetró dentro de su hogar. Como es el caso de “Leticia”<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup>Se cambió el nombre de los involucrados para proteger la identidad de la víctima y no entorpecer la investigación que se está llevando a cabo.

“Leticia” es madre de “Jessy” una joven de 14 años desaparecida desde el pasado 05 de noviembre del 2015 en el Estado de México. Leticia salió a trabajar a la Ciudad de México, dejando alistada a “Jessy” para ir a la secundaria, como todos los jueves. Al regresar a su casa “Leti” se percató de que su hija aún no llegaba de la escuela, muy preocupada comenzó a buscarla por toda la colonia, le llamó a su celular, pero la mandaba buzón. Desde ese momento comenzó el infierno en el que actualmente vive.

“Leti” acudió a las autoridades correspondientes, pero primero le pusieron muchísimas trabas para levantar la Alerta Amber, la madre desesperada comenzó a buscar por su parte por todos lados, ella sabía que no podía “guardar la calma” como lo sugerían las autoridades, ni pensar que pudo haber escapado con algún “noviecillo”. “Leti” fue investigando de casa en casa, preguntando a cada chico y chica que conocía a su hija, hasta que dio con “Pao”, la mejor amiga de “Jessy”, quien le platicó que “Jessy” desde hace meses tenía un novio en Facebook llamado “Gabriel”, que este chico se la pasaba platicando con “Jessy” y tenían planes de conocerse en persona.

Al recibir esa noticia el mundo de “Leti” se derrumbó. Inmediatamente se informó a las autoridades y cuando ingresaron a la Red para obtener información de “Gabriel” el perfil ya no existía. Las conversaciones que eran muy pocas, pues suponen que la mayoría las llevaron a cabo por WhatsApp y la información estaba en el celular de “Jessy”. “Leti” se siente culpable, porque durante semanas “Jessy” estuvo platicando con su secuestrador y ella nunca se dio cuenta, incluso permitió que su hija pasara horas y horas en la red pensando que estaría más segura que fuera de casa.

Actualmente han pasado 5 meses y “Jessy” continúa desaparecida, la policía le dice a “Lety” que las averiguaciones continúan, que no han dejado de buscarla, pero lamentablemente “Jessy” es una estadística más, que quizá se pudo haber evitado si tanto “Jessy” como “Lety” hubieran estado informadas acerca de los riesgos que

corren los adolescentes en la Internet. Por ello es muy importante informar sobre estos peligros a los padres y a adolescentes por medio de campañas sociales, conferencias e incluso en las redes sociales.

### 3.2.2 Impacto Psicológico del Grooming

El Licenciado en Psicología y Máster en Terapia Conductual y Trastornos de Personalidad español, David Cortejoso, ha enfocado su carrera a los riesgos y el impacto de las Tecnologías de la información y comunicación, especializándose en el tema con cursos acerca de “Riesgos de los Menores ante las Pantallas”, “Abuso de las nuevas tecnologías en niños y adolescentes”, “Repercusiones de las TIC sobre la salud: ciberacoso y otros riesgos” entre otros. Así mismo ha formado en talleres prácticos sobre “Navegación Segura, Control Parental y Educación Digital” y ha publicado referentes al tema como “¡P@adres en alerta! Nuevas Tecnologías”. Gracias a su amplio conocimiento del tema nos habla sobre el impacto psicológico que trae consigo el Grooming, y ofrece consejos para contrarrestar la problemática.

#### **¿Considera que el Grooming es un problema de salud pública?**

“Es un problema de salud pública totalmente. La integridad sexual, moral y psicológica de los menores está en riesgo en la medida que este tipo de prácticas crece en la Red.” Cada vez son más numerosos los casos de acoso sexual a menores según informan los Cuerpos de Seguridad, a pesar de los esfuerzos por informar, formar y vigilar, sigue habiendo un uso irresponsable por parte de algunos menores, un desconocimiento por parte de los padres y una falta de recursos para luchar contra estas cuestiones.”

#### **¿Cuál es la diferencia entre acoso moral y acoso sexual?**

“El acoso moral intenta minar el bienestar de la persona acosada, ejerciendo control y malestar, ahondando en lo que la persona es y dónde se le puede hacer más

daño, mientras que el acoso sexual persigue fines claros de índole sexual, ya sea obtener imágenes, vídeos o abusar físicamente de la otra persona.”

### **¿Qué técnicas psicológicas utiliza el Groomer para llevar a cabo el acoso?**

“Los groomers utilizan todo tipo de engaños para establecer una relación de confianza con los menores. Vigilan lo que los menores hacen en la Red, los servicios que usan, las expresiones que utilizan, los contactos que tienen y en un momento determinado, contactan con ellos para establecer esa relación de confianza, haciéndose pasar por uno como ellos. Les cuentan confidencias (inventadas), comparten algún contacto... tejen una red de mentiras que les sirve para estrechar cada vez más esa relación con el menor a través de la Red.”

### **¿Cuál es el perfil de la víctima?**

“Por desgracia, hoy en día, es casi imposible establecerlo. Las TIC otorgan una falsa sensación de inmunidad, anonimato, invulnerabilidad que ha hecho que el abanico de los groomers se abra considerablemente, así como el de las víctimas. Sí que hay factores que aumentan las posibilidades, como el hecho de no cuidar la privacidad en la Red y colgar todo tipo de imágenes, escasa o baja autoestima, escasas o pobres habilidades sociales, escasa o nula supervisión parental y educación digital, acceso temprano a Internet y a dispositivos propios y con acceso a la misma, etc.”

### **¿Qué actitudes comúnmente toma una víctima de Grooming?**

“Las víctimas de Grooming precisamente no se sienten víctimas, sino causantes, por lo que pocas veces recurren a pedir ayuda ellos mismos, además de que por su corta edad suelen no saber manejar estas situaciones. Cambian su imagen corporal con posturas encorvadas, no mantienen contacto ocular, mirada triste, cambian hábitos en cuanto a su círculo de amigos y en cuanto a las actividades sociales que venían realizando, cambian hábitos en cuanto al uso de las TIC (las usan más tiempo o menos, con nerviosismo, buscan la intimidad para hacerlo...)”

### **¿Cuál es el perfil del acosador y qué tipo de parafilias presenta?**

“Como comentaba, hoy en día nos encontramos con un perfil casi imposible de establecer, se han encontrado casos de groomers de menores de muy corta edad, de edad más avanzada, que prefieren niñas, que prefieren niños, acosadoras no solo acosadores, etc. En cuanto a las parafilias, como tal y lo más significativo es la pedofilia propiamente dicho, la atracción de tipo sexual hacia los menores.”

### **¿Qué consecuencias psicológicas trae consigo el Grooming?**

“El Grooming puede ocasionar un impacto emocional similar al de un trastorno por un trauma, provocando posterior inseguridad en las relaciones y en establecer nuevas, inseguridad en sí mismo, minado de la autoestima, tendencia al aislamiento social y retracción, tendencia a la tristeza y la depresión... un poco dependiendo de cada caso y de las circunstancias de cada acosado.”

### **¿Qué recomendaciones da a víctimas de Grooming?**

“Sin duda, que se pongan en manos de un profesional, tanto ellos como sus familiares, ya que es una situación que afecta a todo el núcleo familiar, y así debe ser tratado. El profesional será el que verá el caso de forma individualizada y tratará de restaurar todo aquello que el acoso y el Groomer hayan dañado.”

### **¿Cómo se puede fomentar el uso responsable de la Internet?**

“Se debe impartir una educación digital (tecnológica y conductual en la Red) a los menores, pero también a las familias, a los docentes y a todos aquellos profesionales que puedan actuar de alguna forma con su trabajo en el ámbito de la educación y de la salud de los menores. Buenas prácticas, privacidad, desconfianza, evitar el abuso y la adicción a las TIC... mucha información y formación de la población.”

**¿Cuál debería ser la posición de los padres referente al uso de la red y hasta qué punto esta posición es considerada invasión de la privacidad de los menores?**

“Los padres deben velar por la seguridad de sus hijos también en la Red. Deben educarlos en un uso responsable informando de los peligros y de cómo prevenirlos, desde que son muy pequeños, dando confianza desde la adolescencia, pero estando ahí para cuando ellos lo necesiten. Debemos ser un referente para ellos también en el ámbito de Internet, para ello los padres deben saber e informarse de nuevas tecnologías y no quedarse al margen o quedarse con la excusa de que de eso no saben. Es su obligación educarlos y protegerlos de los riesgos de las TIC.”

La falsa inmunidad que las TICs otorgan a los niños y adolescentes y la red de mentiras que, gracias al anonimato, tejen los Groomers para estrechar la relación y ganarse la confianza del menor, hacen de las nuevas tecnologías el escenario idóneo para llevar a cabo acoso moral y sexual, poniendo en riesgo la integridad e incluso la vida del menor. Por eso el especialista en los peligros que los usos inadecuados de las TICs pueden representar para los niños y adolescentes, ofrece diversas conferencias, talleres y asesorías para el correcto uso de las nuevas tecnologías tanto para los menores (nativos digitales) como para sus padres (inmigrantes digitales).

### 3.2.3 Lucha contra el Grooming

Entrevistamos a Misabel Christensen, activista mexicana colaboradora en la ONG Argentina “Mamá en línea, por la ley del Grooming”. Esta Organización es quien se ha encargado de luchar contra la problemática en este país y trabaja para concientizar acerca del Grooming y sus consecuencias.

Mamá en línea es un grupo de Madres de Víctimas y Víctimas del delito de Grooming, su principal meta es la prevención del abuso sexual infantil a través de Internet. Su lucha contra el Grooming no ha sido fácil ha implicado tocar y tocar puertas en busca de aquel que escuchara la voz de los niños, encontramos con desconocimiento al respecto de problemática, ignorancia por otro lado, el no querer tomar la rienda del tema, por el arrastre cultural de silenciar el abuso. "¡La lucha no fue fácil pero tampoco imposible, sabemos que la ley sola no alcanza, por eso nos pusimos mochila de la problemática al hombro y salimos a recorrer cada municipio llevando el mensaje de prevención tanto para los niños como para los adultos en escuelas, salones de conferencias, teatros, donde fuera que tuviéramos un espacio para exponer la problemática" asegura Mabel.

Se han enfrentado a las barreras del Sistema y al Estado, Mabel comenta que hacer entender a los Diputados que era necesaria la penalización de la intención para evitar un delito mayor fue una ardua tarea. "Durante 8 meses que caminamos los pasillos de la Cámara, tocando puertas que no se abrían y con el Código Penal en la mano tratar de hacerles entender que el Grooming es un delito y que es abuso por tanto tenía que estar tipificado, hasta que lo obtuvimos esta tipificación de la ley de Grooming 26904, con el Art. 131 ".

Al artículo menciona que "Será penado con prisión de seis meses a cuatro años a quien, por medio de comunicaciones electrónicas, telecomunicaciones o cualquier otra tecnología de transmisión de datos, contactare a una persona menor de edad, con el propósito de cometer cualquier delito contra la integridad sexual de la misma.", si bien tiene una pena chiste es un comienzo para empezar a cambiar las cosas, asegura Mabel.

Mamá en línea está capacitando equipos interdisciplinarios, desde Ministerio Público Fiscal, hasta los papás y todos aquellos adultos que están en contacto con los niños para informarlos de la problemática. Por otro lado, llevan el mensaje mediante charlas de prevención a escuelas de nivel medio donde los chicos presentan un máximo nivel de conectividad a Internet, para que estén empapados del tema y de los riesgos de Internet. También reparten folletería y

participan en programas de radio, incluso poseen su propio programa de Radio que se llama "Ecos de mama" donde hacen prevención del delito de Grooming.

En Mama en línea no pudieron dar un número de casos estimados con los que trabajan, pero aseguran que les llueven los casos debido a que en Argentina se hace estimativo que 1 de 4 niños es contactado por Internet al día. El apoyo que la Organización le ofrece a las víctimas va desde orientación para denunciar, acompañamiento en marchas, protestas o presentación de problemática y apoyo psicológico.

Entre las diferencias que la mexicana residida en Argentina encuentra entre estos países en cuanto al Grooming es que Argentina tiene tipificado el delito y México tiene media sanción del senado, faltando la parte de diputados. "El delito se comete igual, el proceso es el mismo, las víctimas son las mismas, niños de edades comprendidas entre los 8 y los 16 años." La organización no tiene planes de tropicalizarse a México, pero si en trabajar en conjunto con organizaciones como Save the Children y tener jurisprudencia para trabajar con México y otros Países ya que los que cometen el delito muchas veces no son del mismo país.

El caso que más ha impactado a la ONG es el caso de un hombre de 42 años fue detenido por seducir a una adolescente mediante internet y obligarla a mantener relaciones con la amenaza de publicar en las redes sociales unas fotos, según informó la Policía. El hombre había conocido a la menor de 15 años a través de Facebook, diciéndole que era integrante de las fuerzas de seguridad. Luego de varios contactos por internet la convenció de que se conocieran personalmente, y mediante engaños la llevó a un albergue clandestino ubicado en Gorriti al 700, unas 10 cuadras al suroeste del microcentro de la capital.

Ser miembro de mama en Línea y combatir el Grooming ha dado a Mabel la satisfacción de poder hacer algo bueno por los niños y de luchar con el corazón por la sociedad en la que vive y por los indefensos que no pueden alzar la voz para pelear por sus derechos. "Darme cuenta que en nuestras manos está el aportar un granito de arena para cambiar formas de pensar, llevar mensajes de prevención a



cambio de unas gracias me cambiaste la vida, es mi mayor satisfacción " con esto concluye la altruista.

### 3.3 Groomer un falso amigo en la red

#### 3.3.1 Introducción

Como se ha mencionado a lo largo de la investigación, el Grooming representa un peligro para los adolescentes y un problema de salud pública. Por lo cual se realizará una investigación cualitativa, utilizando el modus operandi de los Groomers por medio de Facebook. Este estudio de caso tiene como objetivo principal dar a conocer de cerca el Grooming. Gracias a esto se pretende analizar el comportamiento de las menores en la red social, así como qué tan dispuestas están para conversar y confiar en un extraño. Con casos reales se expondrá la vulnerabilidad de las jóvenes que utilizan redes sociales.

#### 3.3.2 Justificación

México se ocupa el primer lugar a nivel mundial en abuso sexual, violencia física y homicidios de menores de 14 años y el Grooming es considerado la antesala de estos delitos. Estudios demuestran para este año había 18 millones de menores de edad entre 12 y 17 años cuentan con acceso a internet, y uno de cada 7, es decir, más de medio millón y medio, reciben ofertas sexuales mientras navegan en la red. Aunque es un número bajo de casos, es un esquema potencial de Trata.

Para analizar los hábitos de los adolescentes en la red es importante explorar cómo socializan, qué factores influyen para que estas adolescentes acepten la amistad y confíen en un desconocido, qué información proporcionan en las redes sociales y qué tan probable es llevar esta amistad virtual al mundo real.

### 3.3.3 Objetivos

#### Objetivo general

Profundizar el análisis del comportamiento y los hábitos de las adolescentes mexicanas entre 12 y 15 años en redes sociales durante el año 2015.

#### Objetivos particulares

- Conocer qué porcentaje de jóvenes acepta la amistad de un desconocido
- Indagar qué tipo de información proporcionan las adolescentes en redes sociales
- Conocer si las adolescentes están dispuestas a llevar una amistad del mundo virtual al mundo real
- Describir las actividades que ponen en peligro la integridad de las menores en redes sociales
- A partir de ese perfil falso, crear una página que informe a las jóvenes sobre el peligro que corrían al haber aceptado a un desconocido

### 3.3.4 Metodología

La metodología consistió en una investigación etnográfica en donde se pretende describir la conducta de 200 adolescentes mexicanas entre 12 y 15 años en la red social Facebook e interpretar la información obtenida para dar a conocer qué tan vulnerables se encuentran en la red. Las técnicas utilizadas fueron:

- Observación participante: Observar qué porcentaje de las 200 chicas aceptaba la solicitud de amistad de un desconocido, interactuar en sus perfiles, etc.
- Observación: Registrar el tipo de hábitos que tienen en redes sociales.
- Conversación: Se buscó conversar con diferentes chicas para saber el tipo de información que estas proporcionan y qué tan fácil les es confiar en extraños.

### 3.3.5 Resultados

Se envió solicitud a 200 adolescentes entre 12 y 15 años de edad de las cuales el 67% aceptó la solicitud (Anexo 2). Facebook no restringe el envío de solicitudes de forma masiva, se limita a enviarte una alerta de seguridad con la interrogante “¿Conoces fuera de Facebook a esta persona?” al confirmar te permite seguir agregando (Anexo 3). Una vez que las niñas te agregan la mayoría, son ellas quienes hacen el primer acercamiento con comentarios como “Aceptado” (Anexo 4) o enviándote mensajes por inbox para iniciar una plática (Anexo 5).

Facebook permite filtrar tu búsqueda de amigos por ciudad de origen, ciudad de residencia, escuela y amigos en común, lo que convierte muy fácil la selección de chicas con las que quieres interactuar, para obtener chicas de cierto rango de edad sólo las filtras por nivel de estudios, por ejemplo, secundaria (Anexo 6).

Las jóvenes que aceptan la solicitud lo hacen casi de manera inmediata, 7 minutos conseguí 5 amigas de Facebook (Anexo 7). Incluso a veces con las mismas chicas las que te envían solicitudes de amistad (Anexo 8). Hay chicas que son tan “populares” que tienen 1,400 y 1,500 amigos en la red (Anexo 9), incluso hay quienes ya alcanzaron el límite de amigos permitido (Anexo 10). Aquellas que son menos populares utilizan técnicas como publicar mensajes solicitando números telefónicos para tener más contactos (Anexo 11) o enviando mensajes masivos solicitando números telefónicos de personas que no conocen (Anexo 12).

Una vez confirmadas las solicitudes Facebook te ofrece un catálogo de chicas con las que puedes interactuar (Anexo 13). Realmente no se necesita mucho para tener un perfil con amigos en Facebook, con una foto “bonita” y comentarios agradables es fácil llegar a 52 notificaciones entre likes, comentarios, mensajes, toques, etc. (Anexo 14).

Muchas chicas sin dudarlo te dicen su edad, por donde viven, creen ser tus amigas, incluso creen extrañarte y peor aún no se resisten ante una invitación salir (Anexo 15). Afortunadamente hay chicas más cautelosas que te interrogan y les molesta que un extraño les envíe solicitudes (Anexo 16), aunque desgraciadamente sólo fue una. También es común encontrarte con pequeñas que suben fotografías “sexys” cuando ni siquiera se han terminado de desarrollar y otros chicos comentan sus fotografías haciendo alusión a lo “sexy” que se ve (Anexo 17).

Dentro del mismo ambiente, te encuentras con pederastas que se dan cuenta que tu perfil es falso, como el de ellos (Anexo 18). Te agregan a grupos de difusión de pornografía infantil con 116,162 usuarios (Anexo 19). El grupo “Legión del Pack” distribuye pornografía infantil por medio de diversas dinámicas (Anexo 20).

### 3.3.6 Conclusiones

La mayoría de las jóvenes no tienen ningún tipo de cuidado en redes sociales, agregan a personas sin conocerlas, confían rápidamente en extraños, suben información personal sin discriminar, exhiben sus cuerpos, etc. Esto le facilita el proceso de seducción a los Groomers, ya que, son ellas quienes abren las puertas de su privacidad a un chico con una foto linda de perfil, incluso son ellas quienes toman la iniciativa para hacer amistad.

Es alarmante e ilógico pensar que una niña de 12 años puede tener 1,500 amigos. Qué triste ver que asocien la popularidad y el éxito con los likes o el número de amigos que tienen. Es alarmante ver como una red social se ha vuelto parte de la vida de los jóvenes y como ellos la utilizan sin responsabilidad. Las niñas ávidas de atención y popularidad no miden los riesgos que representa exponer su vida e incluso su intimidad ante tantas personas.

Con esto confirmamos que el Grooming, efectivamente es la antesala para delitos mayores como trata, violaciones y secuestro, ya que las niñas sin dudarlo confían en un perfil falso y con un poco más de tiempo y esmero por parte del Groomer se atreven a cruzar la línea de lo virtual a lo real. Además, Facebook no cuenta con restricciones de envío de solicitudes, por el contrario, brinda herramientas para que el pederasta pueda seleccionar a sus víctimas de acuerdo a rango de edad, lugar de residencia y amigos en común.

Si a esto agregamos que ellas no se dan cuenta que es un Groomer, pero entre ellos se “huelen” y van conformando redes en donde, sin buscarlo, te incluyen para compartir material pornográfico que muchas veces pueden ser de estas niñas que cruzaron la línea de lo virtual a lo real.

---

## IV

Propuesta de campaña social informativa de prevención del acoso hacia adolescente en Facebook “Hablemos de Grooming”

---

*"La publicidad es básicamente persuasión, y la persuasión no es una ciencia, sino un arte".*

*William Bernbach.*

Porque es necesario reconocer que urge diseñar estrategias que permitan difundir y tomar conciencia de los riesgos en el momento de utilizar el Internet, surge la propuesta de campaña social informativa “Grooming, tu falso amigo en la red”, la cual pretende sensibilizar a los adolescentes sobre los peligros a los que se exponen al subir información las redes sociales.

## 4.1 Investigación de mercado

### 4.1.1 Objetivos de investigación

Se realizará la siguiente encuesta para conocer el entorno social de las adolescentes, sus hobbies, la accesibilidad que tienen al Internet, las actividades que realizan en la red y sus métodos de socialización en las nuevas tecnologías de la comunicación.

El objetivo principal de la investigación es conocer la importancia y el uso que le dan a Facebook, es decir, el tiempo que le dedican, las actividades que realizan en él, la información que suben a la red, el tipo de amistades que tienen, si han sido víctimas de algún tipo de abuso y conocer si están informados sobre los riesgos que corren.

### 4.1.2 Público objetivo

Chicas adolescentes entre 12-15 años de edad Nivel socio económico (NSE) "C"

### 4.1.3 Universo del estudio

100 estudiantes de secundaria

#### 4.1.4 Modelo de Encuesta



Hola, me llamo Fabiola, soy alumna de la Carrera de Ciencias de la Comunicación. Estoy realizando una investigación sobre el uso que le dan chicas como tú a las redes sociales para conocer qué tipo de hábitos tienes en la red y más adelante darte tips, para que te protejas mientras navegas. Para esto necesito tu apoyo.

Instrucciones: Marca con una X tu respuesta en el paréntesis correspondiente, no es necesario que pongas tu nombre, puedes contestar con total libertad y sinceridad.

1. ¿Qué haces en tus ratos libres?

Salir con amigos       Estar en Internet       Hacer deporte       Otros

2. ¿Te consideras una persona sociable?

Sí       No      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Tienes algún dispositivo con acceso a internet?

Sí       No

4. ¿Cuánto tiempo llevas con tu cuenta de Facebook?

Menos de 1 año       1 año       2 años       Más de 2 años



5. ¿Qué nombre tienes en tu perfil?

El verdadero       Uno inventado       Lo dos

6. Marca con una X la información que tienes en tu perfil

Fecha de nacimiento/ Edad       Escuela       Familia

Estado civil       Lugar donde vives     

Nombre completo

Mis intereses       Religión       Dirección

E-mail       Teléfono       Acerca de ti

7. Marca con una X lo que haces en Facebook

Pongo mi ubicación       Subo fotografías

Hago nuevos amigos  
hacer planes       Me pongo de acuerdo para

Actualizo mi estado       Platico con mis amigos

Veo actualizaciones de amigos       Comento fotos

8. ¿Cuánto tiempo pasas en Facebook?

Menos de una hora       1-2 horas       2-4 horas       más 4

horas

9. ¿Cuántos amigos tienes en Facebook? \_\_\_\_\_

10. ¿A cuántos conoces personalmente?

\_\_\_ Menos de la mitad    \_\_\_ Más de la mitad    \_\_\_ Casi a todos    \_\_\_ A todos

11. Una chica o chico súper guapo te envía una solicitud de amistad

\_\_\_ La acepto    \_\_\_ Investigo quién es y si no lo conozco no lo agrego

12. ¿Te gusta hacer nuevos amigos en Facebook, con quienes compartes gustos e intereses?

\_\_\_ Sí    \_\_\_ No ¿Por qué? \_\_\_\_\_

13. Marca con una X en qué te basas para aceptar la amistad de un desconocido

\_\_\_ Fotografías    \_\_\_ Amigos en común

\_\_\_ Intereses    \_\_\_ En su Información

14. ¿Cuántas solicitudes de amistad tienes sin responder?

\_\_\_\_\_

15. Utilizas el control de privacidad de Facebook:

Si (contesta la pregunta 23)       No (contesta la pregunta 24)

16. Marca con una X la información que sólo pueden ver tus amigos

Edad                       En qué escuela vas                       Familia

Estado civil                       Lugar donde vives                     

Nombre completo

Intereses                       Religión                       Dirección

E-mail                       Teléfono                       Acerca de ti

Fotografías                       Publicaciones en tu muro                     

Amigos

Ubicación

17. ¿Por qué No utilizas el control de privacidad?

Porque no me interesa                       Porque me gusta que todo el mundo me conozca

Porque no sé utilizarlo                       Porque no sabía que existía

18. ¿Qué personas piensas que mentirían más fácilmente acerca de si mismos?

Las que has conocido en el mundo real       Las que has conocido en Internet

Ambos grupos tienen las mismas posibilidades de mentir.

19. ¿Te has encontrado en el mundo real con alguien que conociste en Internet?

Sí       No      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

20. ¿Has hecho video llamadas con amigos que conociste en la red?

Sí       No

21. ¿Cuánto tiempo necesitas para confiar en un nuevo amigo de muy “buena onda” de Facebook?

Menos de un mes       1-6 meses       6-12 meses        
Más de un año

22. ¿Crees que es más fácil hablar de sexo con alguien a quien no conoces?

Sí       No      ¿Por qué? \_\_\_\_\_

23. ¿Te has enamorado de alguien a quien conociste por la red?

Sí       No

24. ¿Alguien te ha engañado, haciéndose pasar por alguien que no es?

Sí       No

25. ¿Alguna vez te han agredido por Facebook?

Sí       No

26. ¿Has sufrido el acoso sexual de un amigo por Facebook?

Sí       No

27. ¿Cuál es tu primera reacción ante estos problemas?

Lo borro     Lo bloque     Lo reporto       Le doy otra oportunidad        
Lo ignoro

28. ¿Conoces los riesgos que corres en Facebook?

Sí       No      ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

29. ¿Has escuchado hablar del Grooming o ciber-acoso?

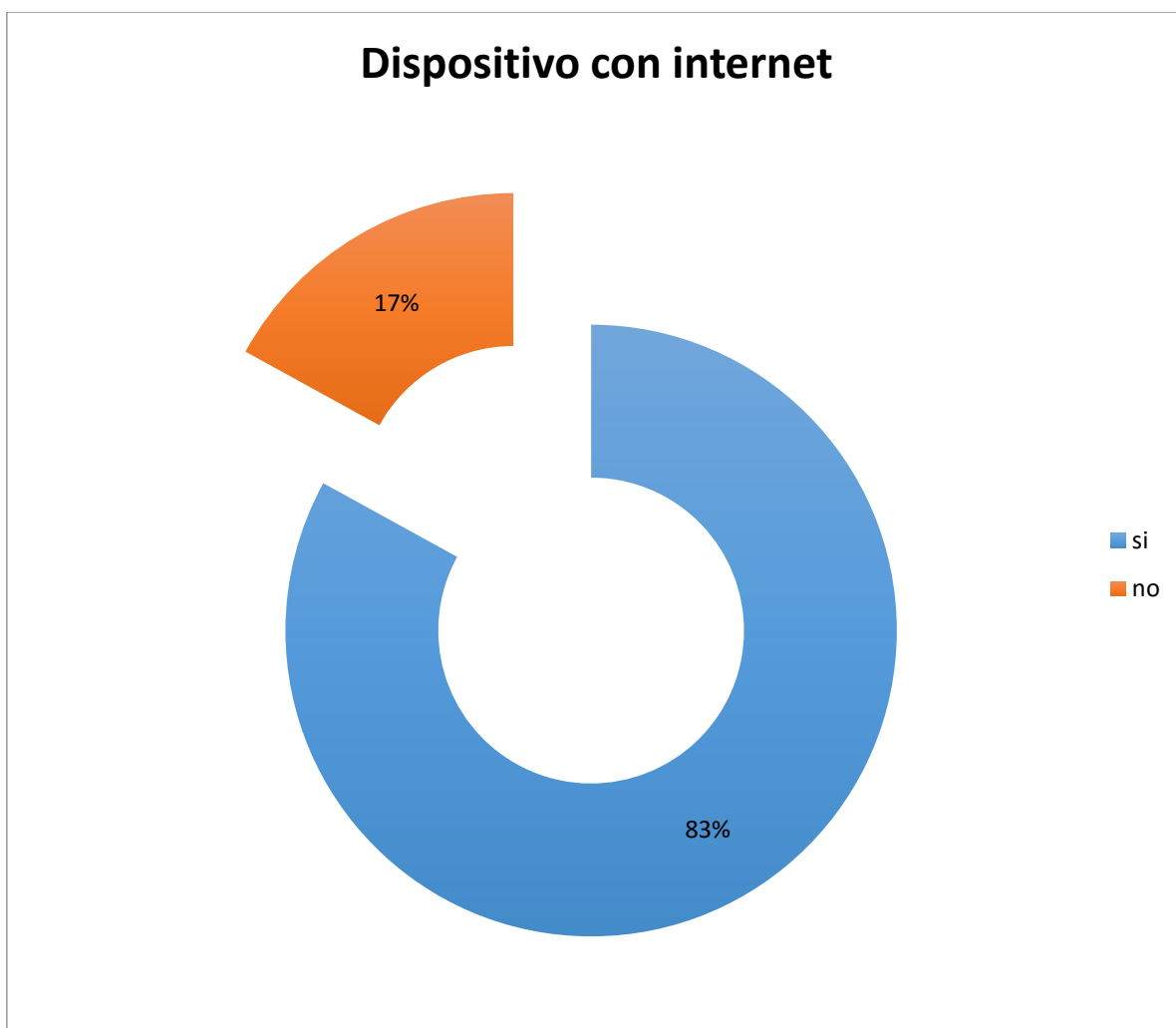
Sí       No

30. ¿Te gustaría recibir información de cómo cuidarte en la red?

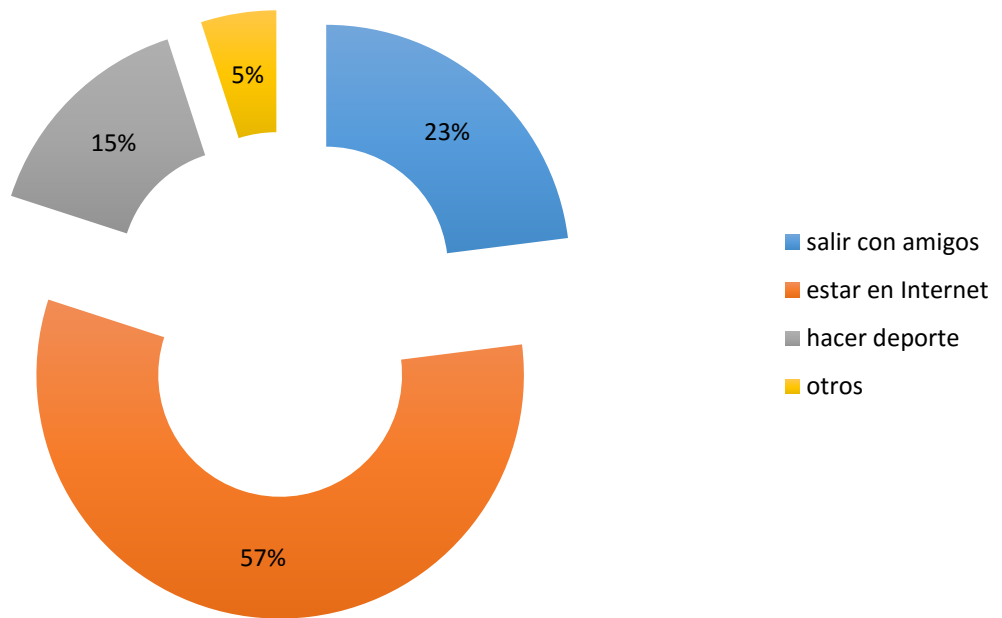
Sí       No       No creo que sea necesario

#### 4.1.5 Resultado de la investigación: Datos, gráficos y análisis

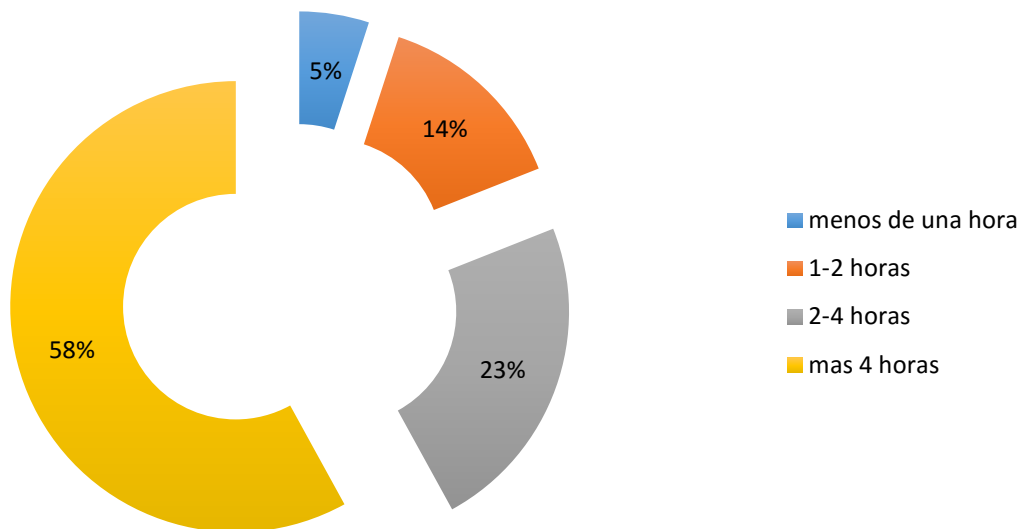
No sólo la tecnología ha ido evolucionando a un ritmo desmesurado con las nuevas tecnologías de la información la sociabilidad de los adolescentes se va modificando, pues casi todas cuentan con una computadora en casa, aunque sólo la tercera parte cuenta con Internet. El 83% de las jóvenes cuentan dispositivos personales con acceso a Internet con los cuales pueden acceder a sus redes sociales o buscar contenidos en la red de manera más privada, lo que propicia que más de la mitad de los encuestados pasen más de 4 horas en las Facebook, haciendo esta red social un elemento de suma importancia para su desarrollo social a tal grado que afirman que su principal pasatiempo es estar navegando por la red.



## Hobbies de los adolescentes



## tiempo dedicado a Facebook

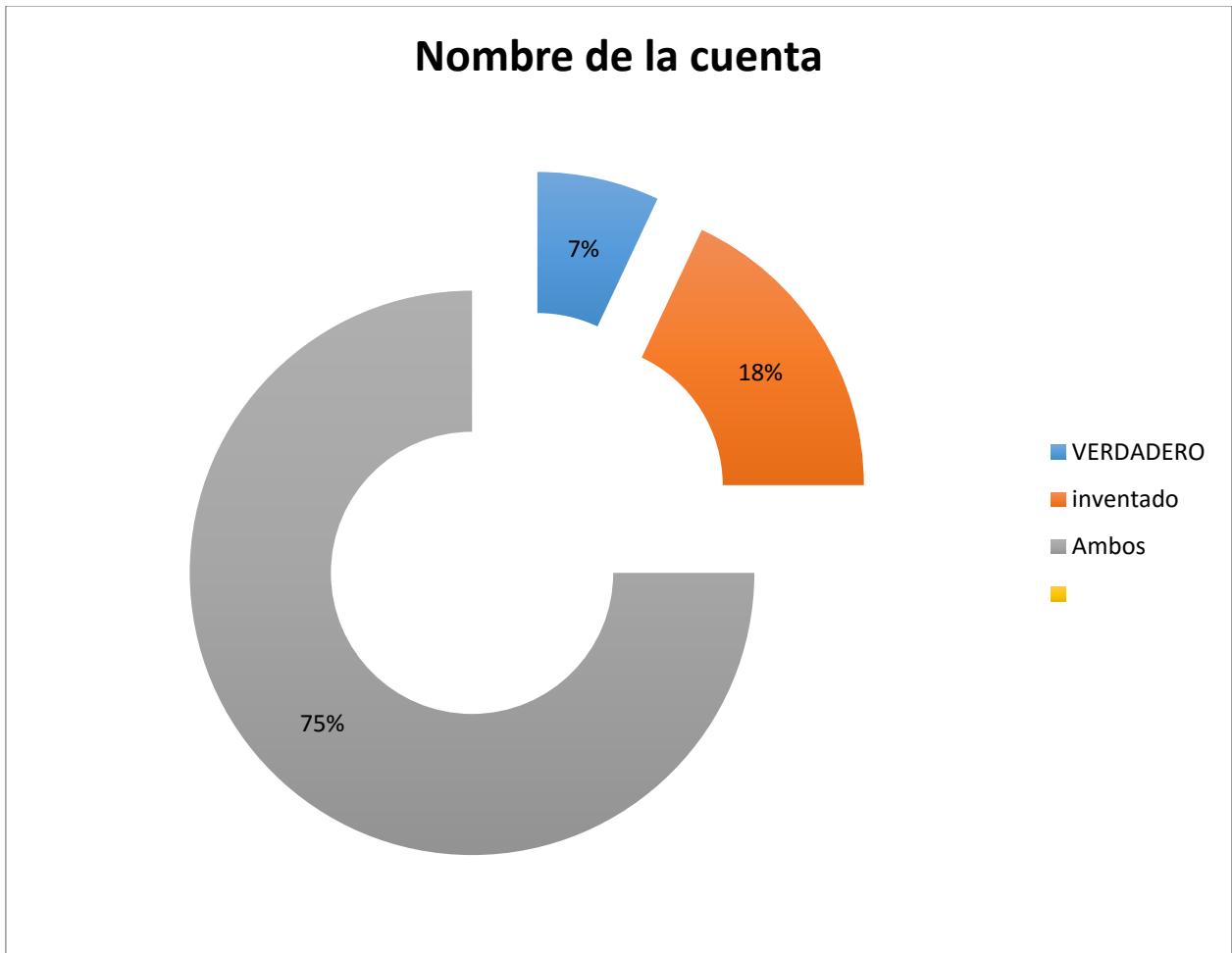


Todas las adolescentes encuestadas tienen cuenta de Facebook y en promedio llevan un año con ella, con todo esto nos damos cuenta de la importancia que puede tener una red social en una etapa tan cambiante como lo es la adolescencia y es indispensable analizar la información que los jóvenes suben a la red, mucha de esta información es publicada sin conocimiento de sus padres.

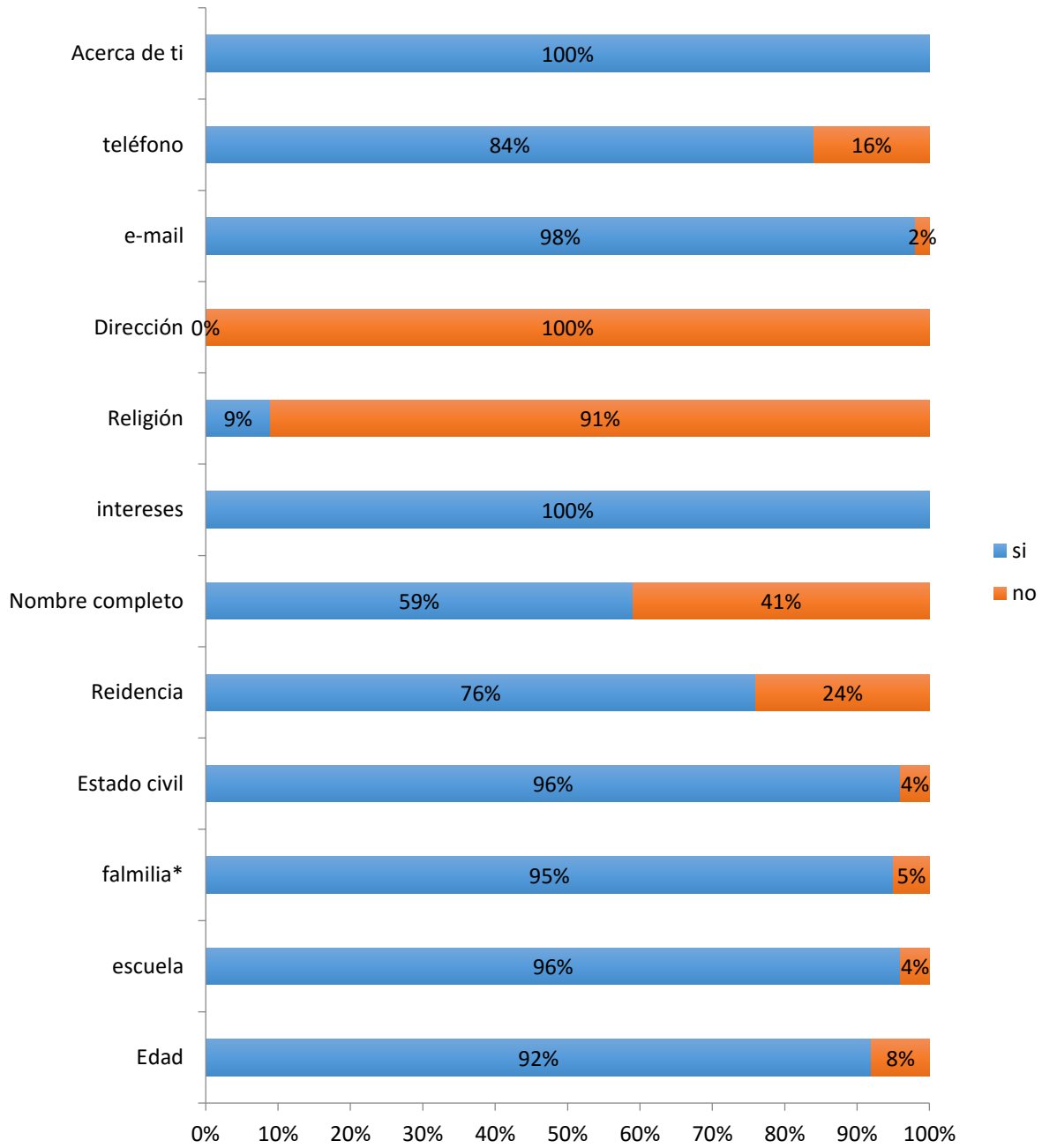




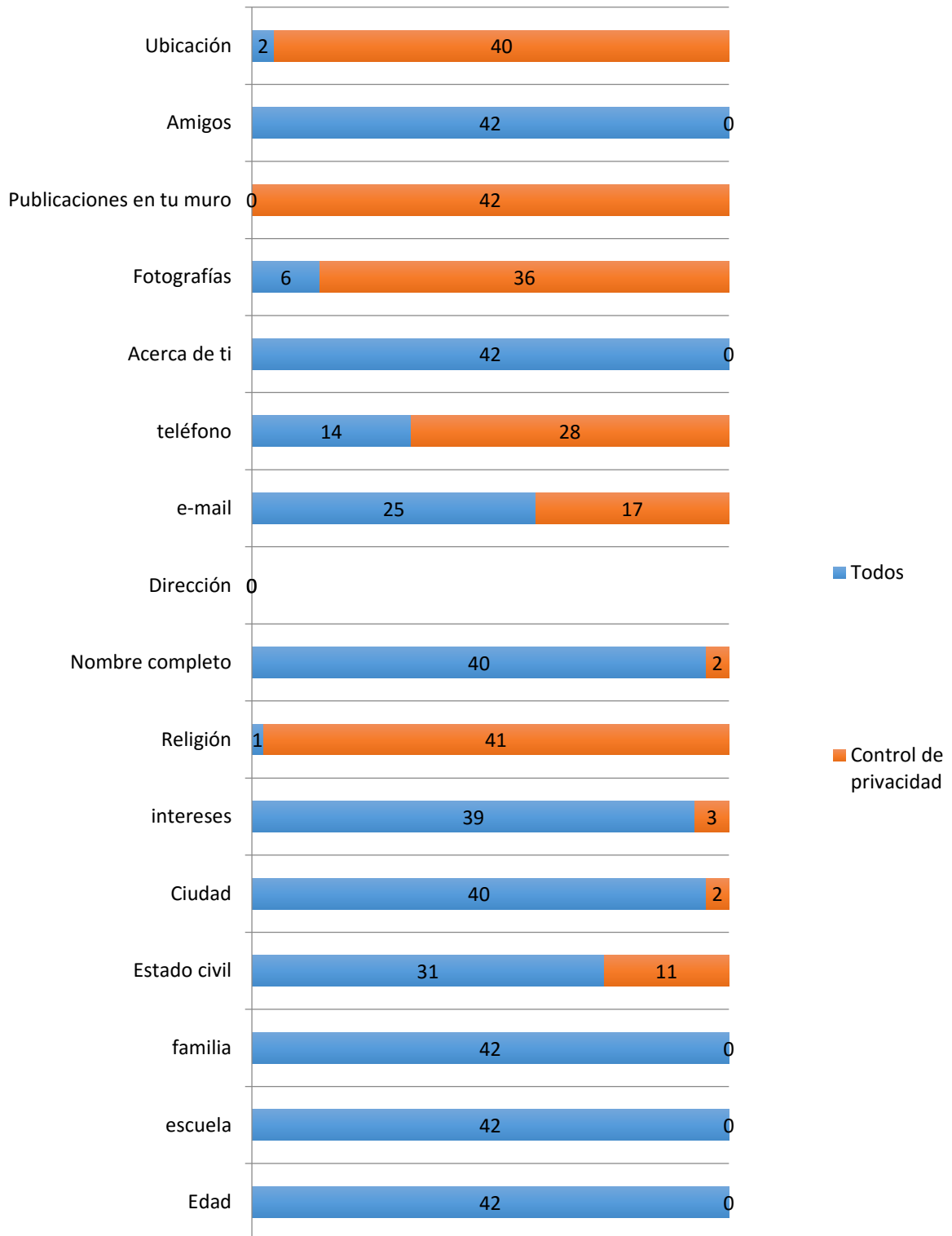
El 7% de los adolescentes sube un nombre falso o su nombre más un seudónimo. Sobre la información del perfil es interesante ver como más de la mitad de los jóvenes ponen información importante como lo es teléfono, edad, ciudad de residencia, escuela, intereses, etc. Sólo el 42% utiliza controles de privacidad, ya que al 28% no le interesa hacerlo y el 21% quiere que todos lo conozcan, mientras que algunos no lo saben utilizar o ni siquiera saben que existe.



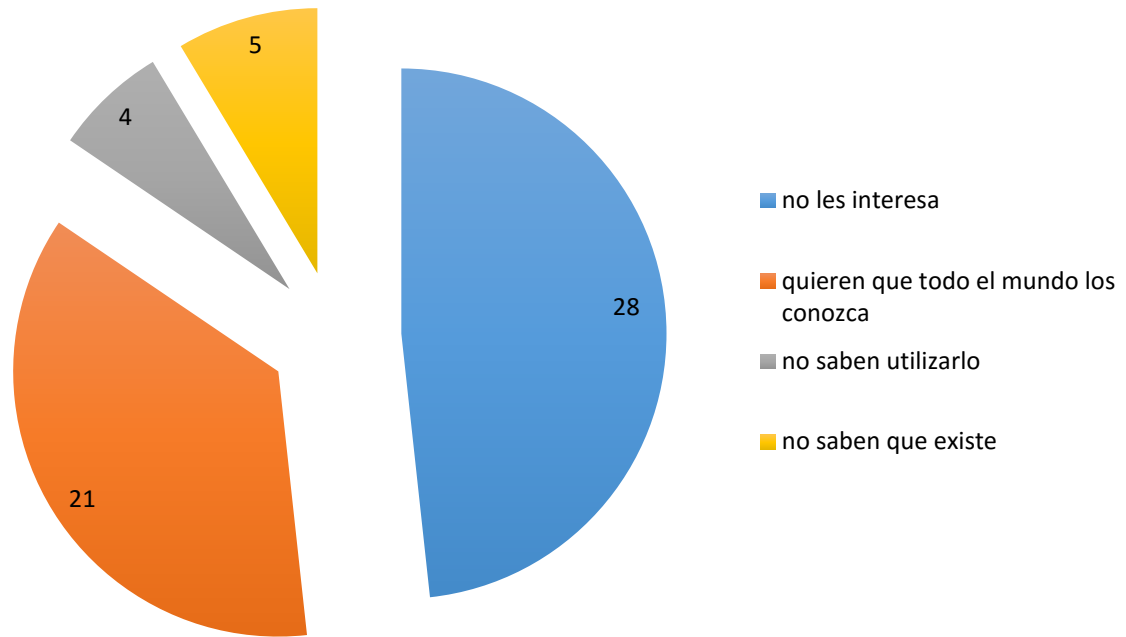
## Información de perfil



## Información Restringida

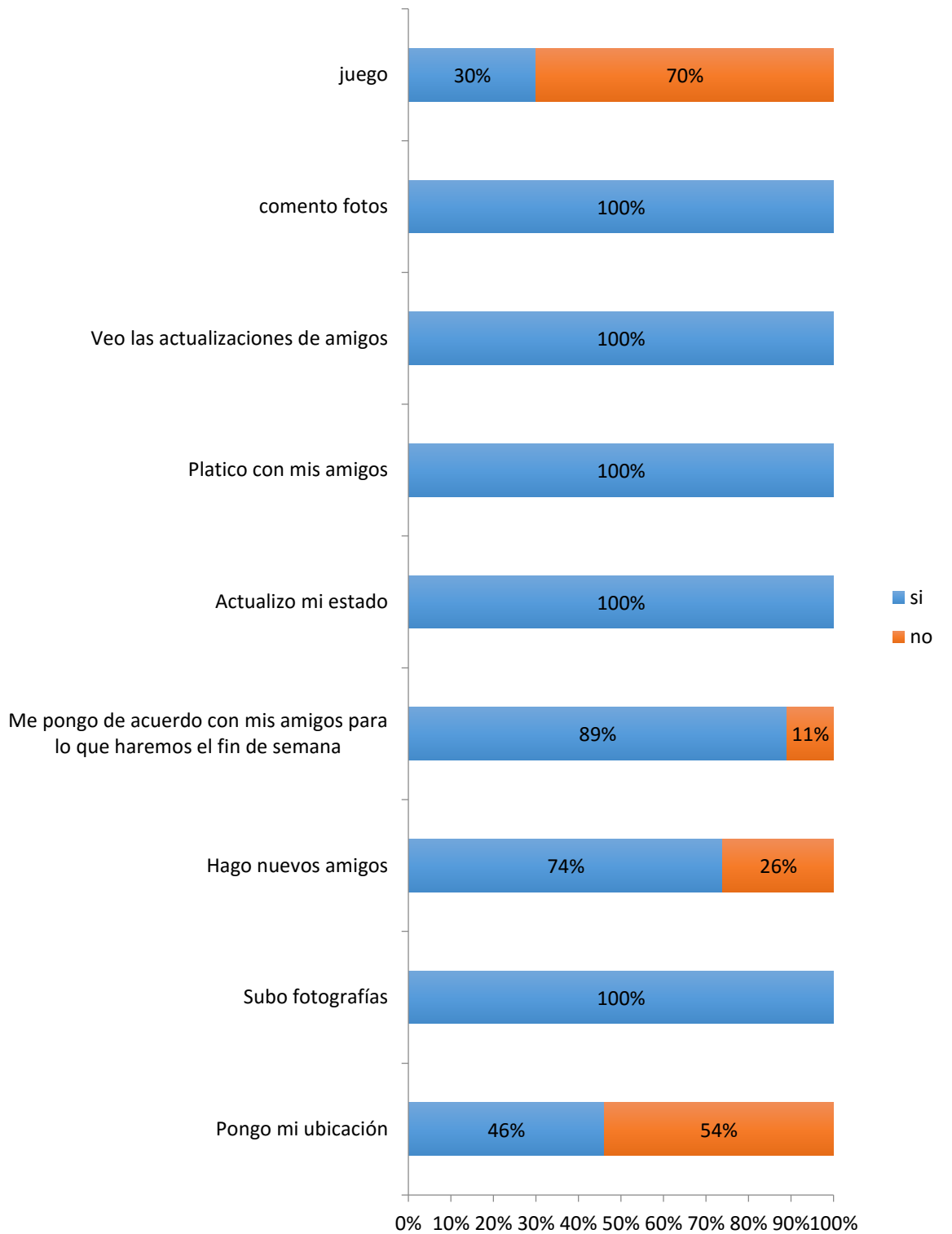


## Por qué no utilizan el control de privacidad

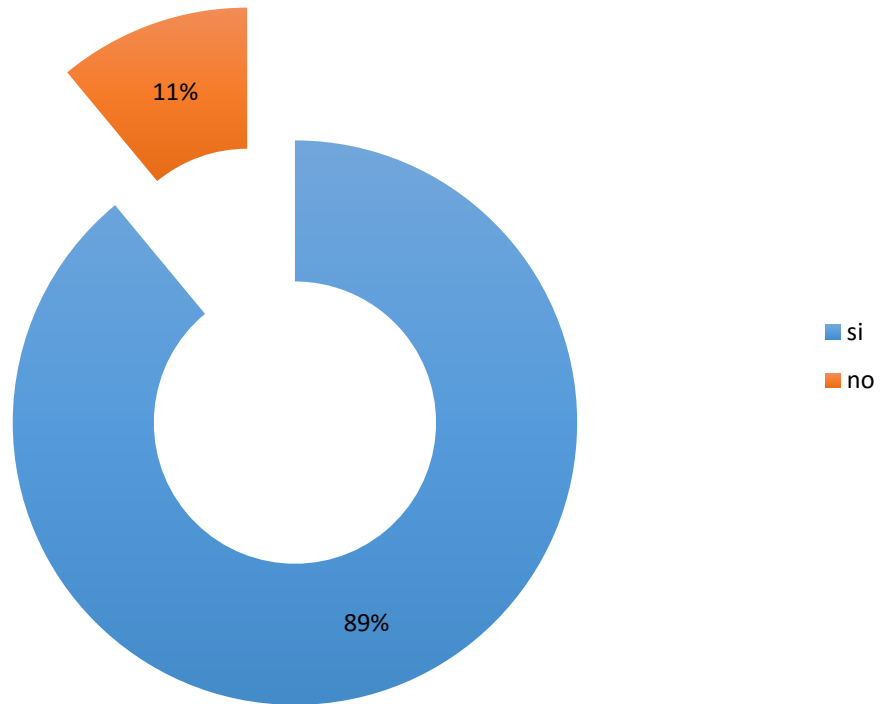


Las actividades que realizan con más frecuencia en Facebook son comentar y subir fotografías, ver actualizaciones de amigos, actualizaciones de estado, platicar con amigos, incluso otras más riesgosas que implican ubicación, tales como poner que asistirán a algún evento, la ubicación en la que se encuentran gracias a dispositivos con GPS, la ubicación de su casa o ponerse de acuerdo con amigos para verse en algún punto, así como hacer nuevos amigos (74%) lo que concuerda con el 89% que respondió que le gusta conocer a nuevas personas con gustos e intereses semejantes a ellas.

## Hábitos en Facebook

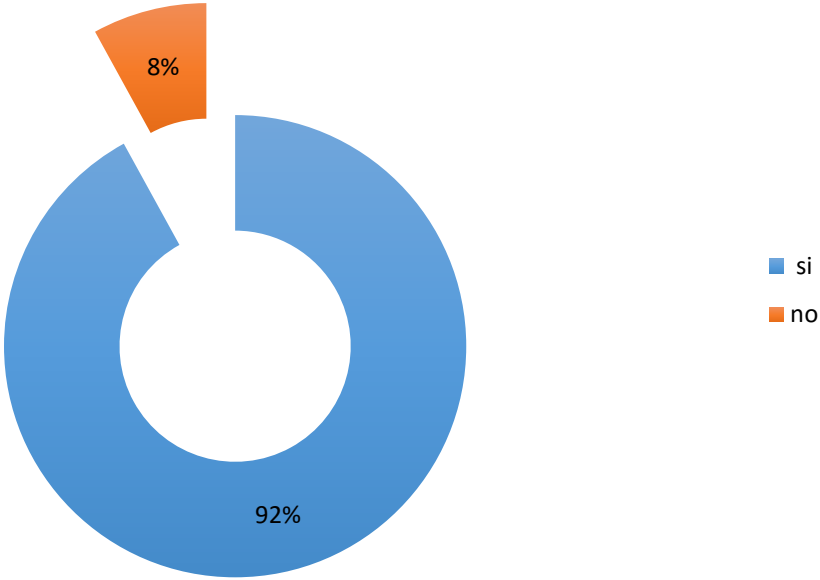


## Nuevos amigos en Facebook

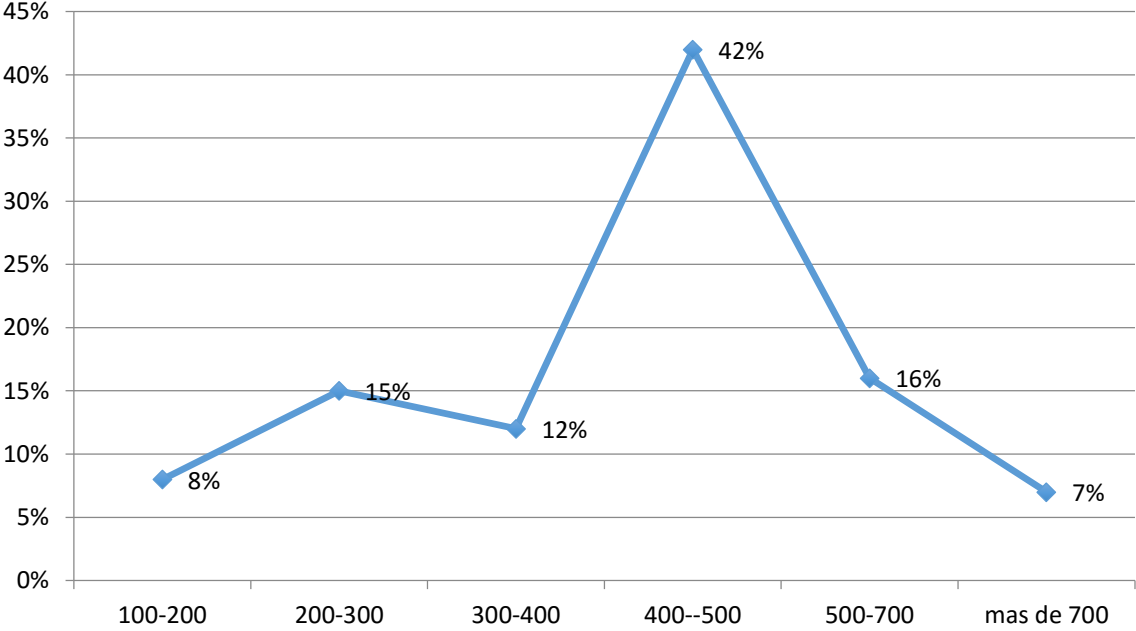


En esta etapa de la vida ser “popular” o sociable es indispensable para el desarrollo de la persona por lo que el 92% se considera sociable y más de la mitad afirmó tener más de 400 amigos, ¿cómo es posible que un joven de 13 años conozca a 400-700 personas que tiene Facebook? De este gran número de “amigos” sólo el 11% confesó conocer físicamente a los todos sus amigos.

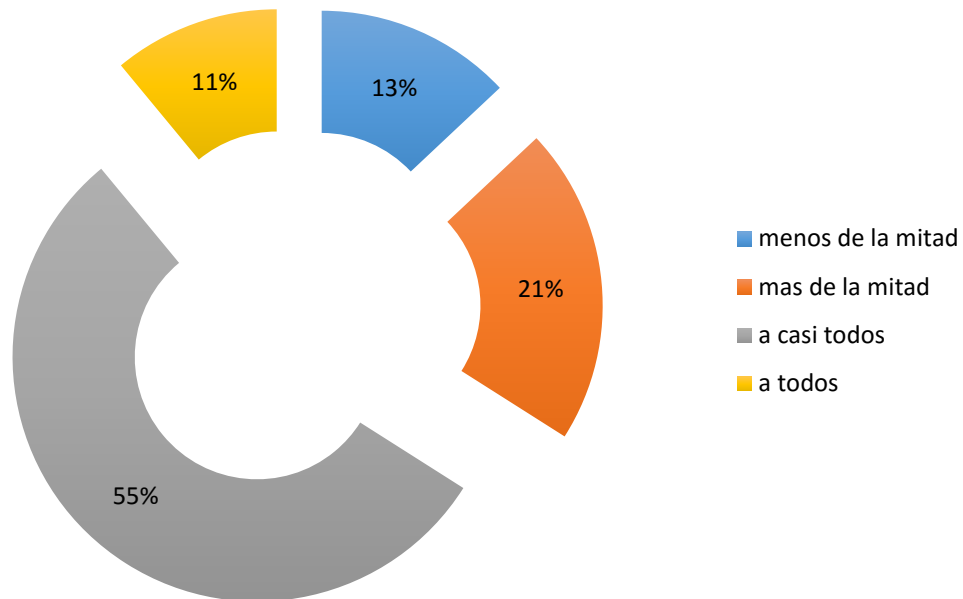
### se consideran sociables



### amigos



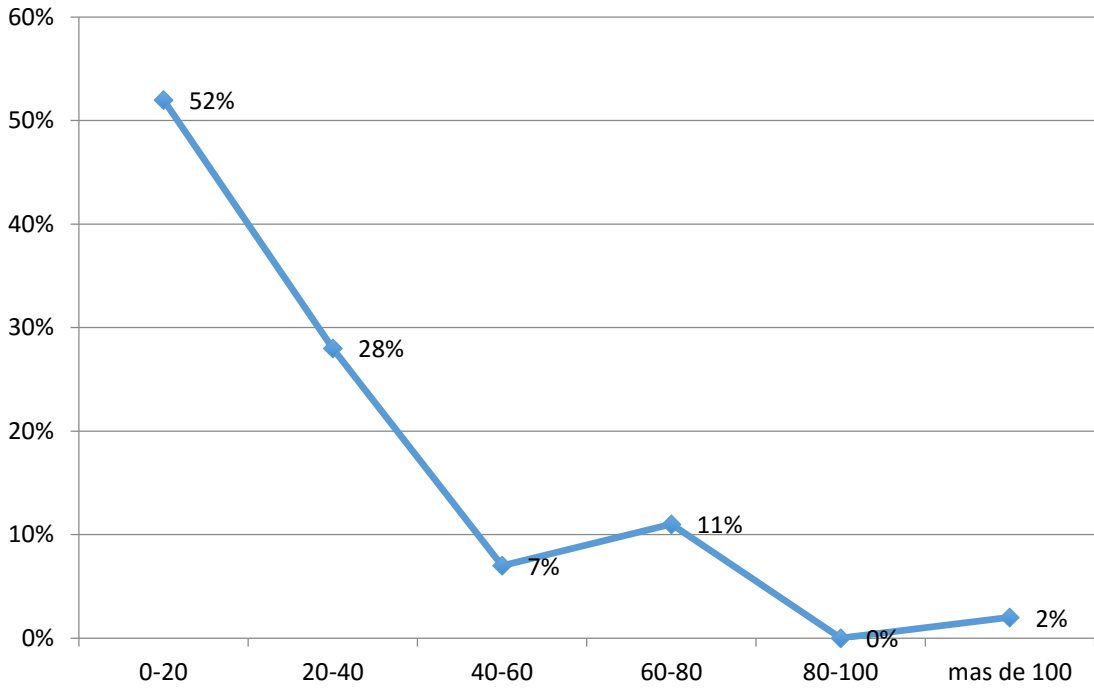
## Amigos a quien conocen físicamente



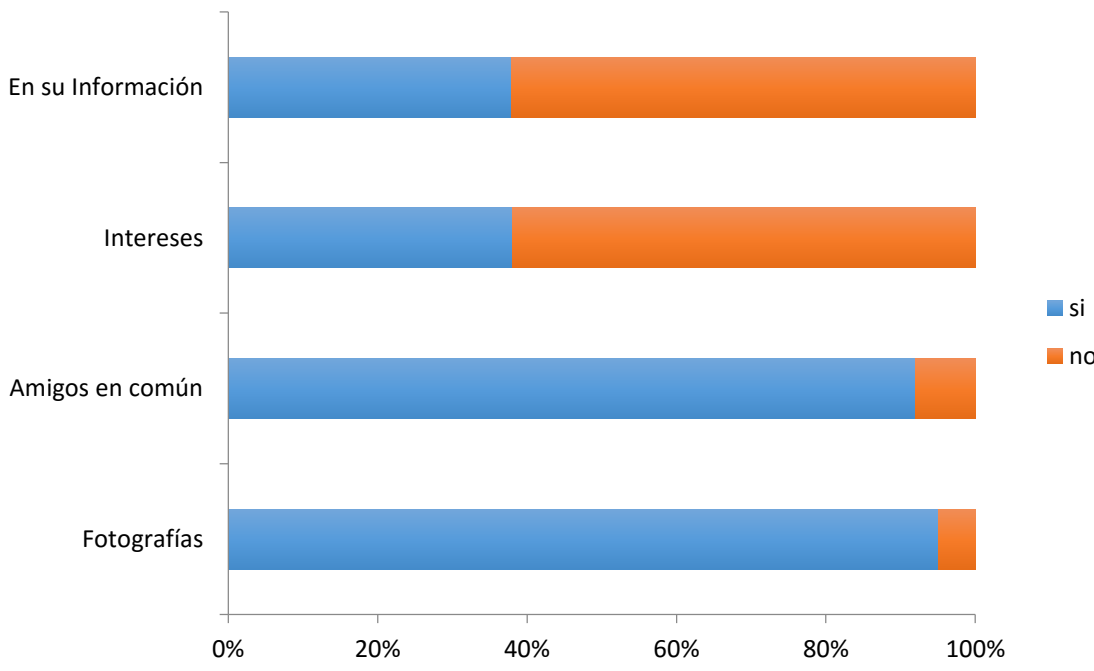
El 52% tiene de 0-20 solicitudes de amistad sin responder, lo que nos indica que la mayoría acepta cualquier solicitud recibida. Los parámetros más empleados para aceptar una solicitud de amistad de alguien a quien no conocen son fotografías y amigos en común (90% en promedio) lo cual concuerda con que el casi el mismo 90% aceptaría la solicitud de amistad de alguien sumamente atractivo.



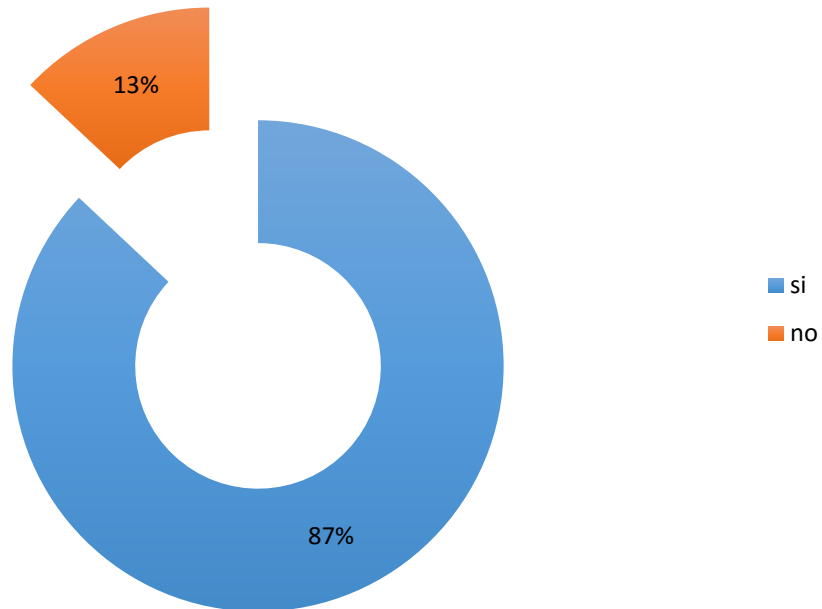
### Solicitudes de amistad sin responder



### Determinantes para aceptar la amistad de un desconocido

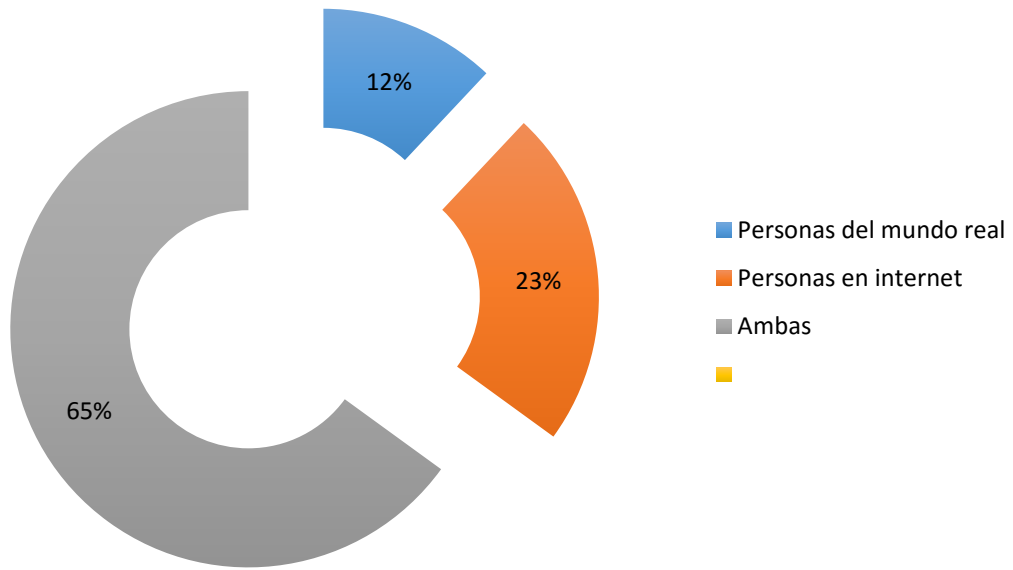


## Aceptar a desconocidos porque son atractivos

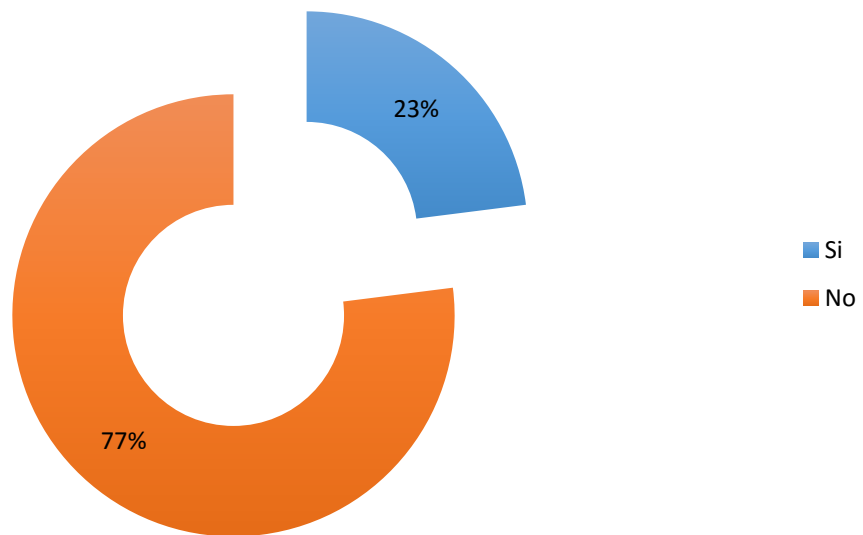


Las chicas consideran que las personas que conocen vía internet tienden a mentir igual que las que conocen en persona, aunque es poco el porcentaje (12%) de las chicas que confían más en las personas que conocen por internet es un número potencial de Grooming. Gracias a que estas personas se ganan la confianza de las jóvenes el 22% ha tenido encuentros con desconocidos por medios como webcam e incluso el 23% lo ha hecho personalmente, lo cual resulta alarmante, pues brincan la barrera al mundo real.

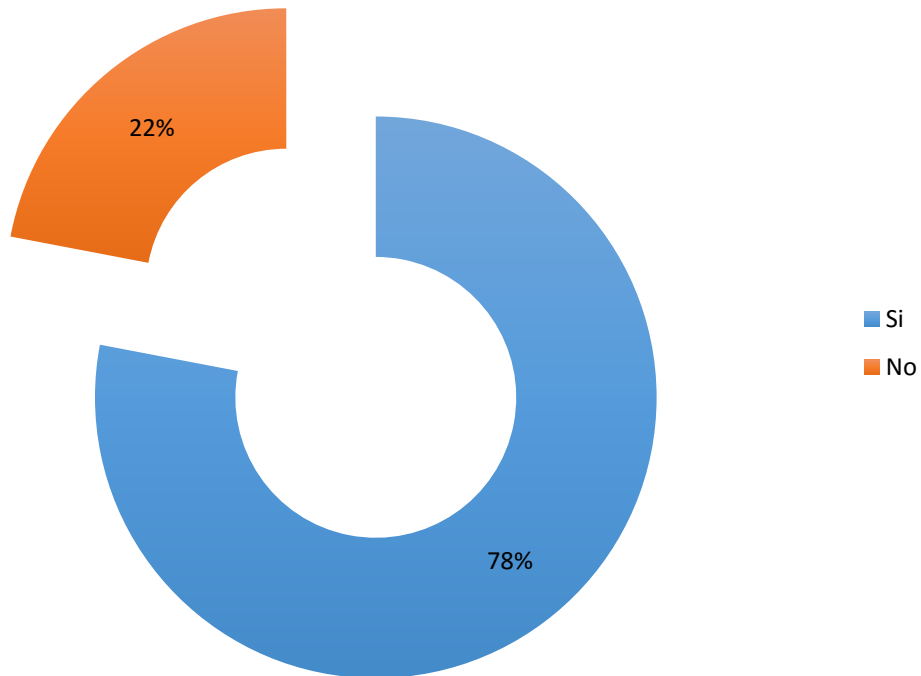
## ¿Quién miente más?



## Encuentros personales con desconocidos (amigos) de FB

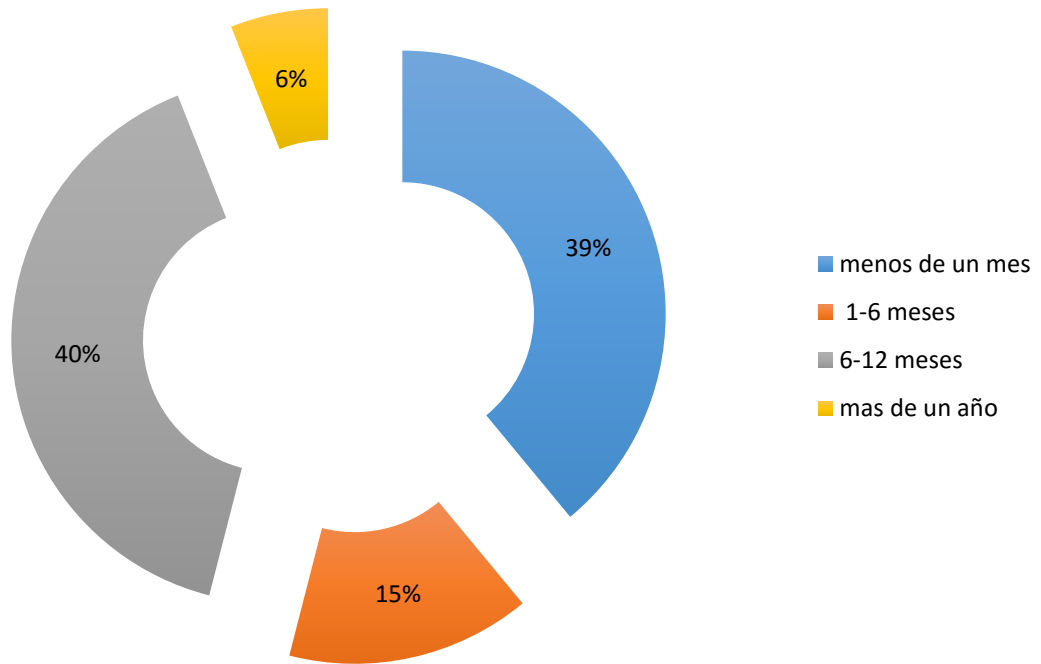


## Videollamadas con desconocidos

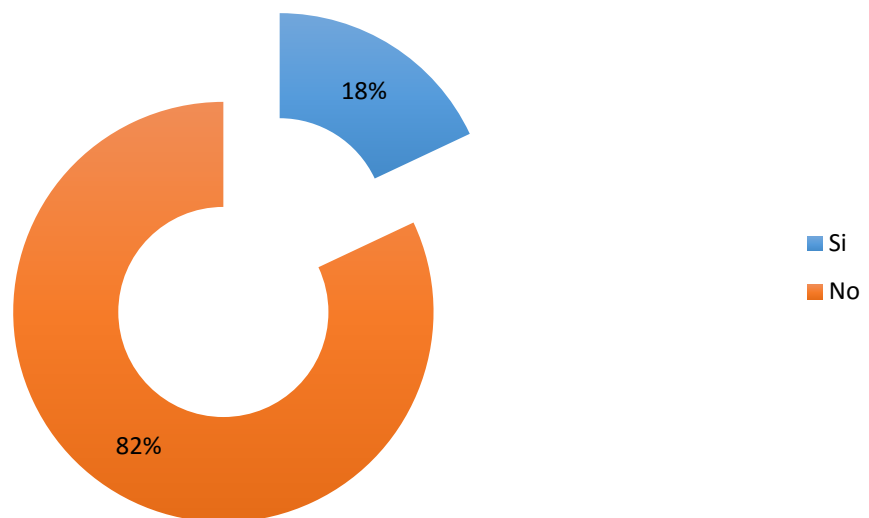


Ya que el 74% socializa y platica más por medio de chat y al 54% le toma menos de medio año confiar en esas personas, algunas jóvenes (18%) se han dado la libertad de encontrar el amor por medio de estas redes de comunicación, además muchas de ellas (62%) creen que es más fácil hablar de sexo y amor con un desconocido ya que “no las conocen”.

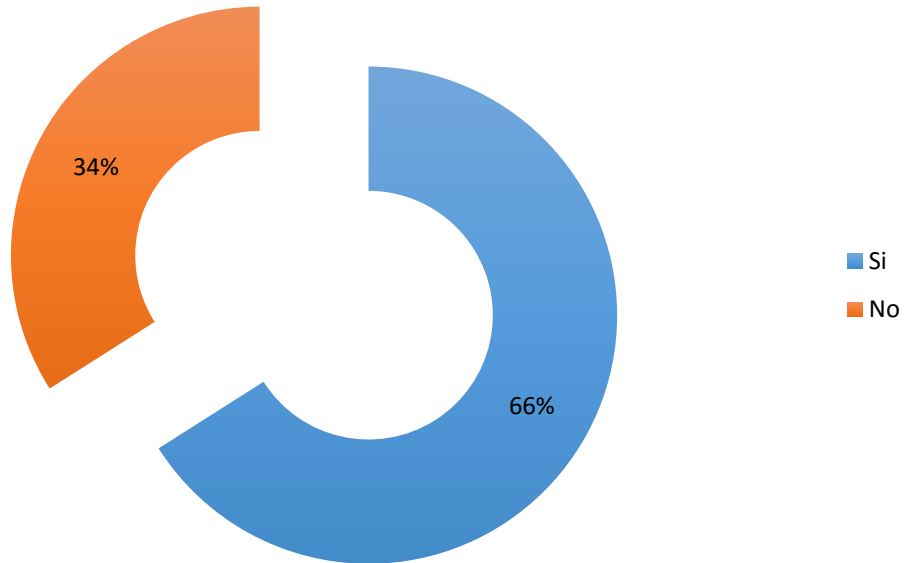
## Tiempo para confiar en un extraño



## Enamorado de desconocidos

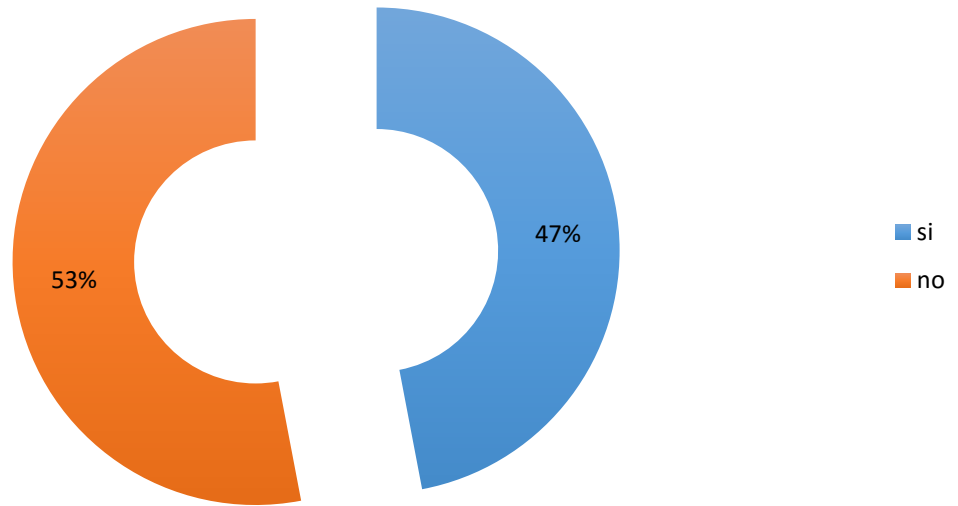


## Hablar de sexo con desconocidos

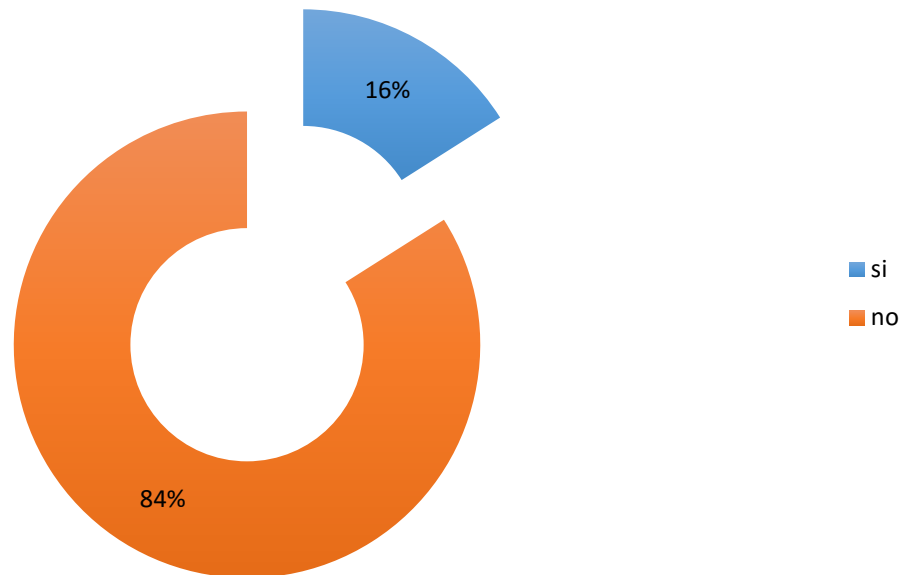


El 47% de las jóvenes han sufrido agresiones por parte de sus amigos, pero solo el 16% lo ha sentido como acoso sexual, mientras que un 36% ha descubierto a alguien que se hace pasar por alguien que no es y las reacciones de la mayoría ante estos peligros son bloquearlos (implica no tener ningún tipo de contacto), borrarlos; nadie está dispuesto a darle otra oportunidad y solamente el 2% ignora la situación. Cuando se sienten amenazados el 62% acude con sus amigos para contarles su situación.

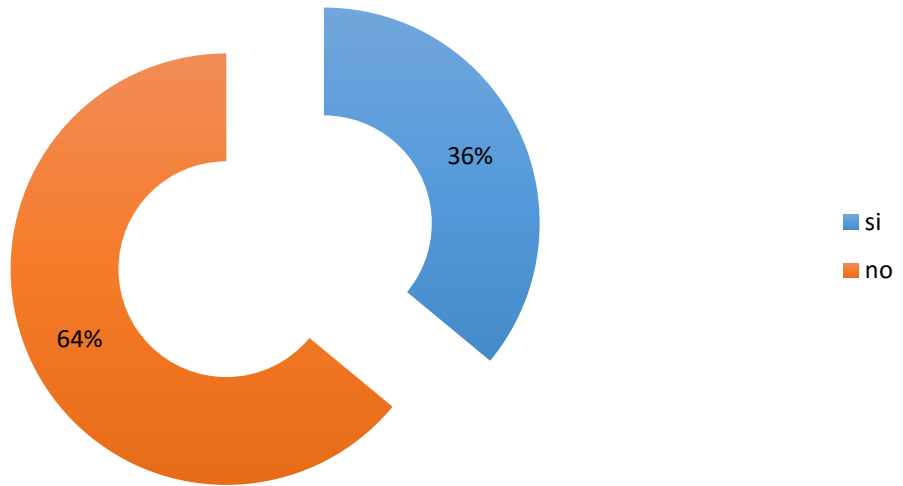
## Han sufrido agresión en Facebook



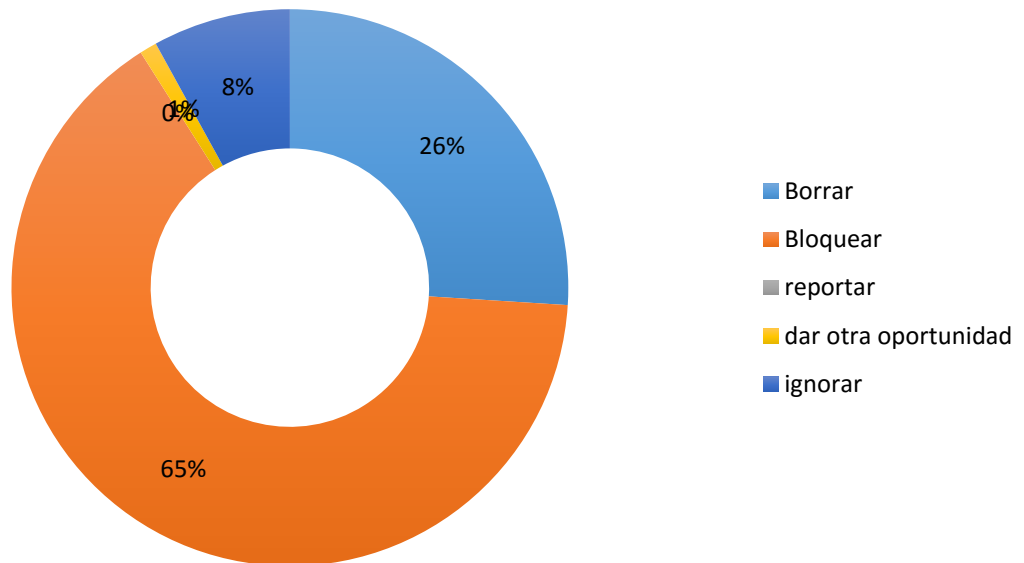
## Han sufrido acoso sexual en FB



### Han sufrido engaño en FB



### Reacción ante peligro en FB

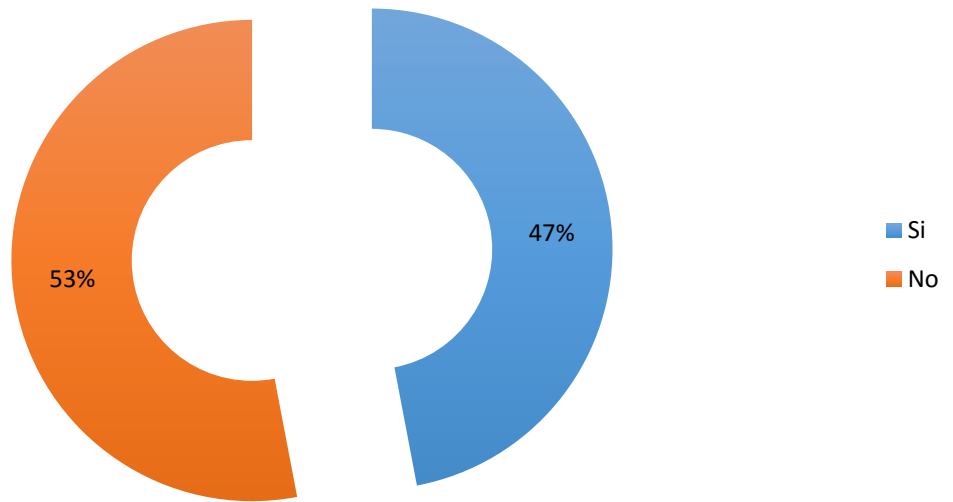




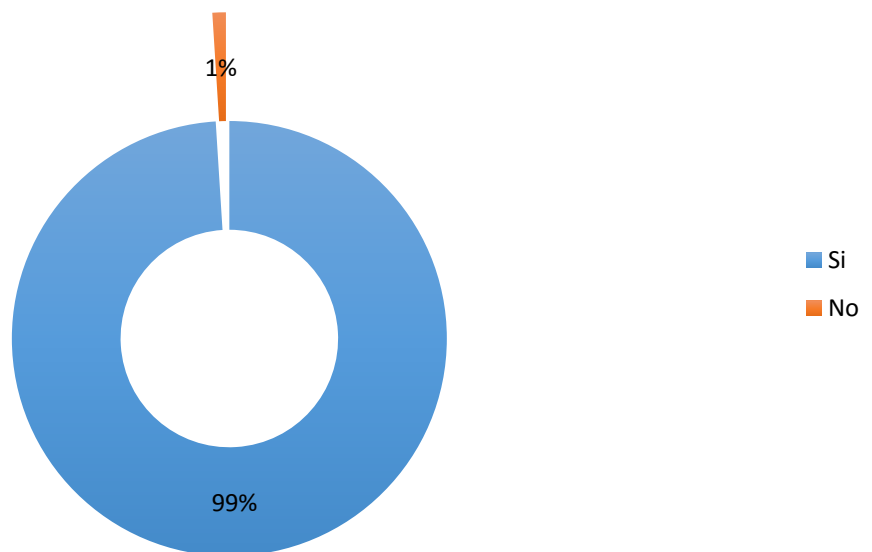
Es importante conocer toda esta información para actuar e informar a los jóvenes de los peligros que corren al subir información a su perfil, pues solamente el 13% está informado y el 47% no conocía los términos Grooming y ciberacoso, pero no todo es trágico también existen cifras alentadoras que reflejan que el 99% de los jóvenes quiere recibir información de cómo protegerse en redes sociales.



## Conocimiento sobre el Grooming/Ciberacoso



## Desean recibir información



## 4.2 Brief

### 4.2.1 Descripción de la situación

Durante los últimos años ha incrementado en el uso de las TICs por parte de niños y adolescentes, estas han evolucionado la manera en la que los adolescentes socializan. Esta evolución ha generado una ruta más sencilla, rápida y segura para los ciberacosadores o Groomers quienes la utilizan para contactar, manipular y engañar a niños y adolescentes, ocultando su identidad y con un bajo riesgo de ser desenmascarados. La socialización por esta vía puede derivar un encuentro físico y poner a los niños y adolescentes en peligro de trata o pornografía infantil.

### 4.2.2 Antecedentes publicitarios

La ONG Save the Children, líder a nivel mundial en atención a la infancia, con presencia en 124 países.<sup>74</sup> presentó la #ContraelGrooming, misma que buscará presentar una iniciativa de ley para tipificar el Grooming como delito.



<sup>74</sup> Save the children, "Save the Children presenta campaña contra el grooming en México"

Disponible en: <https://www.savethechildren.mx/sites/savethechildren.../Boletin%20de%20Prensa.pdf>  
(Fecha de consulta: 20/03/16)

### 4.2.3 Público objetivo

Padres y adolescentes de 12-15 años de edad, NSE C, estudiantes de secundarias públicas de la delegación Gustavo A. Madero del Distrito Federal

Jóvenes involucradas con TICs que socializan en redes sociales, posibles víctimas de acoso sexual en redes sociales, principalmente Facebook.

### 4.2.4 Objetivo publicitario

- Informar. Para prevenir hay que informar, por medio de esta campaña publicitaria se pretende alertar a los padres de familia sobre los riesgos que corren sus hijos mientras socializan en redes sociales, suben información personal a la red o interactúan con extraños.

### 4.2.5 Objetivos de comunicación

- Directa: Informar acerca de qué es el Grooming de manera directa a las audiencias. Así como crear una página en Facebook con información útil para los padres y las adolescentes.
- Personal: Apoyar y recomendar a las víctimas de Grooming dependencias de apoyo.

### 4.2.6 Beneficio y razón para creerlo

Al estar informados los padres y las adolescentes sobre los riesgos que éstas últimas corren al socializar en la red podrán prevenir ser víctimas del Grooming, violaciones, secuestro y trata.

## 4.3 Estrategia creativa

### 4.3.1 Concepto creativo

“Hablemos de Grooming”

### 4.3.2 Tono

#### **Informativo**

El mensaje será emitido en un lenguaje claro y objetivo que se apoya en datos otorgados por diferentes organizaciones, esto ayudará al receptor a comprender la importancia de la problemática.

### 4.3.3 Racional creativo

Imágenes: Se utilizarán imágenes realistas y dramáticas para llamar la atención sobre un problema complejo y grande. Las imágenes se asocian con el copy. En las tres ejecuciones se trabajarán las imágenes en blanco y negro, para denotar seriedad y permitir que el mensaje domine sobre las formas. El fondo de las ejecuciones será negro para resaltar las imágenes y el copy.

Ejecución 1: Se muestra a un hombre de edad adulta con una botella en la mano, desalineado y cómodo, cubriéndose la cara con una pancarta que simula ser un perfil de Facebook, en donde finge tener 14 años y ser un niño atractivo.

Ejecución 2: Se muestra a un hombre de edad adulta tapando los ojos y la boca de una menor de edad.

Ejecución 3: Se muestra a una adolescente tomándose fotografías en pose “sexy” y en el fondo el rostro de un hombre adulto observándola,

Copy: Se darán datos impactantes acerca de la problemática y se apoyará con la imagen. Los copy se manejarán en diferentes tonos de gris, se resaltarán en tonos más claros la información más importante.

Ejecución 1: “La policía cibernética informa que se observan alrededor de cinco casos diarios de ciberacoso sexual infantil”

Ejecución 2: “Según la PFP, está comprobado que no pasan más de 15 veces desde el primer contacto en internet para que se dé el primer encuentro físico”

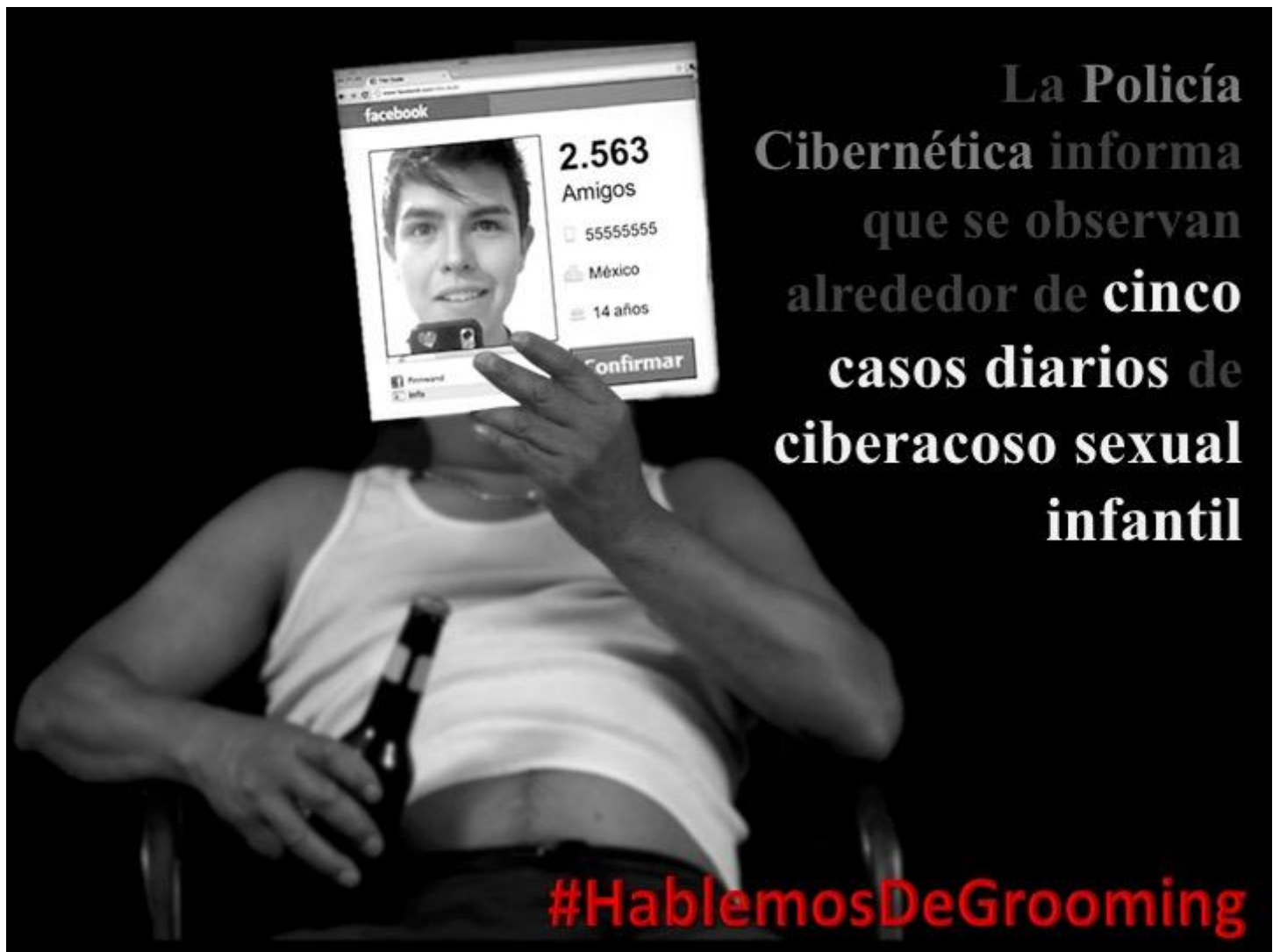
Ejecución 3: “La UNICEF indica que un acosador puede tardar hasta 12 minutos para hacer que un menor se quite la ropa y se tome fotografías”

Slogan: “Hablemos de Grooming”, es un slogan directo. El Grooming para muchos es un término desconocido, pero apoyarse con los crudos datos del copy te incita a saber más acerca del tema. El color del slogan será rojo para resaltar entre el fondo negro de las ejecuciones.

Tipografía: El tipo de letra más conveniente a utilizar es cuadrado ya que la temática de la campaña es de corte informativo.


#### 4.3.4 Ejecuciones

##### Cartel 1



Fotografía: René García  
Modelo: Alejandro Pescador

Cartel 2



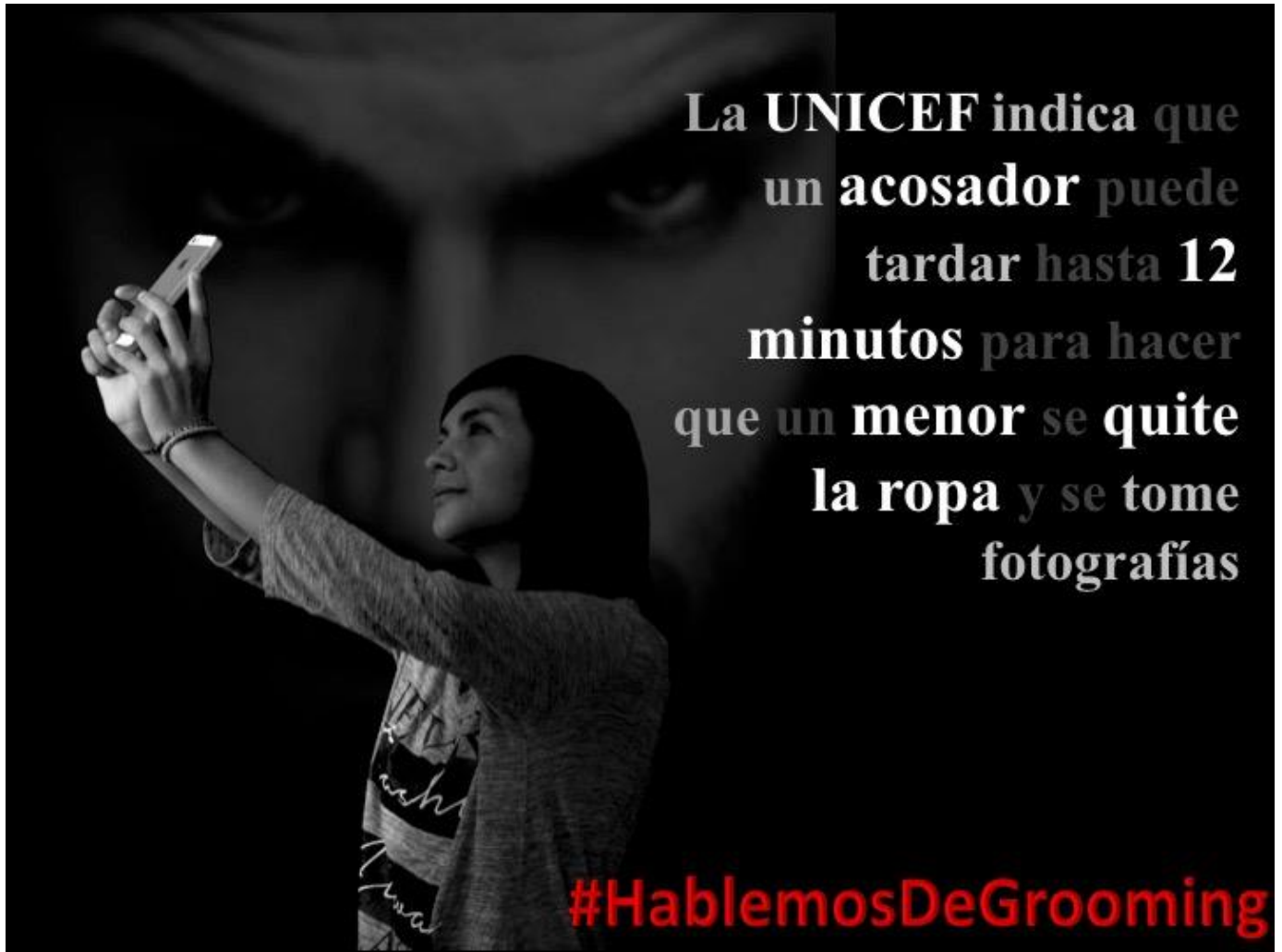
Según la PFP, está comprobado que no pasan más de **15 veces** desde el primer contacto en Internet para que se de el **primer encuentro físico**

*trashy* **#HablemosDeGrooming**

Fotografía: René García  
Modelo: Yibrán Loza y Darián Loza



Cartel 3



Fotografía: René García  
Modelo: Darían Loza

## 4.4 Estrategia de medios

### 4.4.1 Racional de medios

Se pretende colocar los carteles en 10 escuelas secundarias públicas de la Delegación Gustavo A. Madero (GAM). Esto se hará en el mes de junio durante el periodo de inscripción, en lugares estratégicos donde los padres puedan visualizar la información.

### 4.4.2 Objetivo de medios

#### 4.4.2.1 Alcance

El objetivo es informar a los padres de niñas de secundaria acerca del Grooming. Se pretende llegar a los padres de familia de 10 escuelas secundarias de la GAM, con aproximadamente 500 alumnos cada una. Esto nos da un aproximado de 5000 padres de familia.

#### 4.4.2.2 Duración

La campaña tendrá una duración de un año. Se pretende hacer campaña en fechas estratégicas como lo es la fecha de inscripción, firma de boletas y al terminar el ciclo escolar.

### 4.4.1 Flow Chart

| Medio    | jul | ags | sep | oct | nov | dic | ene | feb | mar | abr | may | jun | jul |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Carteles |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |

#### 4.4.2 Pauta de medios

Se colocarán carteles en 10 secundarias durante periodos de inscripción, firma de boletas y conclusión de ciclo

| Escuela                              | Dirección                      | Inscripciones                          | 1º firma de boletas | 2º firma de boletas                    | 3º firma de boletas | 4º firma de boletas | Conclusión del ciclo escolar           |
|--------------------------------------|--------------------------------|--|---------------------|--|---------------------|---------------------|--|
| QUAUCALLI                            | ARROYO Y LA ARMELLA            | C1, C2 y C3.<br>5 carteles de cada uno | C1<br>5 carteles    | C1, C2 y C3.<br>5 carteles de cada uno | C2<br>5 carteles    | C3<br>5 carteles    | C1, C2 y C3.<br>5 carteles de cada uno |
| WENCESLAO VICTORIA SOTO              | CALLE BENITO QUEZADA WENCE     |  |                     |  |                     |                     |  |
| REPÚBLICA DE FILIPINAS               | CALZ. VALLEJO N° 2421 ESQ. JÚP |  |                     |  |                     |                     |  |
| EULALIA GUZMÁN                       | BORRASCA Y BLVD. TEMOLUCO      |  |                     |  |                     |                     |  |
| SECUNDARIA FEDERAL                   | EMILIANO ZAPATA S/N ESQ GAB    |  |                     |  |                     |                     |  |
| GUILLERMO HARO                       | AV. 604 Y AGRUPAMIENTO I       |  |                     |  |                     |                     |  |
| DR. ENRIQUE GONZÁLEZ MART            | AV. 604 Y AGRUPAMIENTO I       |  |                     |  |                     |                     |  |
| SILVESTRE REVUELTAS                  | AV. SAN JUAN Y TALISMÁN S/N    |  |                     |  |                     |                     |  |
| AUGUSTO CÉSAR SANDINO                | VILLA CUAUHTÉMOC               |  |                     |  |                     |                     |  |
| ALBERTO BELTRÁN GARCÍA               | VILLA CUAUHTÉMOC               |  |                     |  |                     |                     |  |
| <b>Total de carteles por periodo</b> |                                | 15                                     | 5                   | 15                                     | 5                   | 5                   | 15                                     |
| <b>Total de carteles por escuela</b> |                                | <b>60</b>                              |                     |  |                     |                     |  |

75

#### 4.4.1 Presupuesto de campaña

A continuación, se muestra el presupuesto a costo real de la campaña publicitaria. A pesar de ser una campaña que se hará por periodos los carteles se comprarán juntos para obtener un mejor precio por mayoreo.

| Medio    | Cant. por escuela | Distribución (Num. de escuelas) | Total | Especificaciones      | Costo unitario | Costo total  |
|----------|-------------------|---------------------------------|-------|-----------------------|----------------|--------------|
| Carteles | 60                | 10                              | 600   | 90 x 60 papel opalina | \$ 24.90       | \$ 14,940.00 |

<sup>75</sup> C1= Cartel 1, C2= Cartel 2 y C3= Cartel 3

## Conclusión

Gracias al conocimiento que me brindó a lo largo de siete años la Universidad Nacional Autónoma de México, hoy he logrado completar una investigación social. No sólo fueron seminarios de titulación y clases de investigación, fue una formación integral la que me permitió recopilar y analizar información sobre un tema que considero tiene un gran impacto en la sociedad, el Grooming.

Al realizar la investigación documental y el impacto que el Grooming estaba teniendo en el mundo me di cuenta de que en México hay muy poca información acerca del tema, pocos saben qué es el Grooming, incluso cuando lo mencionas mucha gente lo asocia con el Bullying, quizá por el nombre. A diferencia del Bullying o cyberbullying al Grooming no se le ha dado tanta difusión en medios y considero que esta última es una problemática mucho más grave.

Después de sensibilizarme acerca del tema me dispuse a entrevistar a víctimas y expertos, pero me enfrenté a muchas trabas, debido a que en nuestro país es muy poca la información que hay sobre el Grooming. Son pocas las instituciones que están tratando el tema, la más importante es Save de Children quien al no abrirme las puertas tras realizar diversos intentos, me orilló a acudir con organizaciones y expertos del extranjero extranjeras como “Mamá en línea” en donde me brindaron todo el apoyo y la información para la investigación, ya que ellos tienen la filosofía de que esta es una problemática que no tiene fronteras. Y el Psicólogo y experto en peligros que los usos inadecuados de las TICs pueden representar para los niños y adolescentes, David Cortejoso, quien me contagió, aún más, el interés por la problemática y las ganas de darle difusión para combatirla.

La parte más interesante de mi investigación fue realizar estudio de caso en donde me puse en contacto con menores haciéndome pasar por un joven en donde me impresionó lo fácil que es ganarte la confianza de una menor por medio de redes sociales, las chicas aceptan tu amistad e incluso están dispuestas a traspasar la

relación del mundo virtual al real. Si yo logré obtener tanta información de las menores y su confianza sin ser una experta, para un pederasta quienes ya tienen un modus operandi y experiencia en seducción les es mucho más fácil, sobre todo gracias al anonimato que les brinda la internet, como lo he recalcado a lo largo de la Tesis.

El Grooming, no es un juego, no es un problema que se erradica apagando un dispositivo. El Grooming es la amenaza de la socialización digital y la antesala de graves delitos como la trata, violaciones, pornografía infantil, entre otros. Como lo afirma el psicólogo David Cortejoso el Grooming es un problema de salud pública por lo tanto no sólo es un problema que aqueja a los padres, sino también es responsabilidad de las autoridades, es necesario unir esfuerzos por informar, formar y vigilar, así como las leyes pertinentes para castigar este tipo de conductas.

Además de titularme el objetivo de realizar esta investigación es implantar la problemática entre los ciudadanos y que poco a poco se vaya escuchando hablar y denunciar el Grooming, existe una barrera generacional entre adultos y niños, ya que el adulto desconoce prácticamente por completo el manejo del sistema de navegación, siendo que los niños lo manejan al 100%, quedando expuestos al contacto de estos enfermos, cuyo único fin es lograr el encuentro para abusar físicamente de ellos.

Como responsabilidad de las autoridades mexicanas es importante que tipifiquen el Grooming como un delito para evitar delitos más graves, así como lo están haciendo otros países, el Grooming no tiene fronteras. En nuestro país hay diferentes iniciativas para combatir la problemática, pero lamentablemente se han quedado en iniciativas. Mientras el ciberacoso no esté tipificado los pederastas seguirán realizando este tipo de conductas dentro del marco legal.

Es impresionante ver como hay tanto desconocimiento sobre un problema que muchos tienen o están expuestos a tener dentro de casa. Mientras realizaba la investigación amigos y familiares me preguntaban sobre el tema de la misma y al mencionar Grooming, nadie o por lo menos el 90% no saben lo que es. Por lo que mi misión es informar, sobre todo a los padres de familia lo que es el Grooming, para contrarrestar la problemática no hay más que Educar para Prevenir, el que sabe del tema, sabe decir no a tiempo y sabe enseñar a otros a cuidarse.

La realización de esta investigación me dejó muchas satisfacciones entre ellas conocer de cerca la problemática y a personas que están luchando para combatirla. Quienes realizan campañas de difusión y concientización, así como quienes han luchado por la tipificación del delito para proteger a los niños y adolescentes de estos ciber-depredadores. También me enfrenté a momentos difíciles como ver a una madre devastada por no encontrar a su pequeña, conocer un caso tan lamentable de cerca te sensibiliza y te hace ver que es necesario contribuir, si esta madre e hija hubieran tenido la información a tiempo quizá su situación sería diferente y hubieran podido evitar la desaparición de la adolescente.

Otro de los hallazgos más importantes que me dejó esta investigación es haber demostrado en la encuesta que se aplicó y en el, antes mencionado estudio de caso, como las nativas digitales están más inmiscuidas en la era digital, es algo con lo que estas conviven día con día, lo que les genera una falsa sensación de invulnerabilidad y al mismo tiempo produce que hagan uso irresponsable de la red. Por lo que puedo concluir que mi hipótesis es verdadera “Todos los niños y adolescentes que socializan en el internet están en riesgo de ser víctimas del Grooming”.

Es importante destacar que, aunque el Grooming es un problema de salud pública que afecta la integridad sexual, moral y psicológica de las víctimas, y que estas víctimas no sólo son mujeres adolescentes, también se han presentado casos de varones que fueron engañados y acosados en redes sociales, aunque como pasa en las violaciones, es menor el índice de casos expuestos.

Considero que como comunicólogos es importante contribuir haciendo uso de la publicidad informado y persuadiendo a los padres y adolescentes para que se involucren más, que aprendan a dialogar entre ellos sobre la problemática, que los padres no los dejen solos ante la máquina, que si bien todos tenemos una intimidad, Internet es público sientan la libertad de poder contarles cualquier cosa que no les guste o situación que les incomode, que los chicos no sientan miedo y que los padres aprendan a tratar esta problemática.

## Anexos

### Anexo 1

LucySoto: Ola perdona si te he agregado.

Bea: Ola.

LucySoto: Es q tengo algo importante q decirte.

Bea: A mi? k?

LucySoto: Te he cambiado tu contraseña y pregunta secreta, si cierras tu man no podras abrirlo.

LucySoto: Te he robado tu msn te lo devolvere.

LucySoto: Solo quiero q me hagas un favor.

LucySoto: Contesta o me meto en tu msn.

Bea: Oyeee komo sabes mi clave?

LucySoto: Tu pregunta secreta era muy facil.

LucySoto: Me podrias hacer el favor que te pedi?

Bea: K favor era?

LucySoto: Conoces a una Rosita?

Bea: Si k la conozco.

LucySoto: A ella tambien le hice lo mismo hace 2 semanas y le devolví su msn porque ella me hizo un favor.

Bea: K favor era?

LucySoto: Primero quiero conocer con quien hablo.

LucySoto: Me llamo lucy y tengo 14 años tu?



LucySoto: Date prisa q me meto en tu msn y no hables con nadie.

Bea: Bea.

LucySoto: Soy de argentina tu?

Bea: España.

Bea: X favor me puedes devolver el msn.

LucySoto: Primero ponte la cam pa conocerte ok?

Bea: Ok.

LucySoto: No te veo bien.

LucySoto: Acomodala.

Bea: Aora?

LucySoto: Ok te pedire lo mismo q a tu amiga.

LucySoto: Primero quiero q sepas q soy les no te molesta?

Bea: Yo soy bi.

LucySoto: Preguntale a tu amiga lo q le pedi y luego me dices si puedes hacerlo ok.

LucySoto: Pero date prisa.

(...)

Bea: Me vas a devolver el msn?

LucySoto: Si.

Bea: Seguro.

LucySoto: A tu amiga se lo devolvi.

LucySoto: Tengo un minuto date prisa.

Bea: Tengo que enseñarte las tetas no?

LucySoto: Si.

LucySoto: Las dos.

(...)

Bea: Ya ta no?

LucySoto: Ok.

Bea: Me devuelves el msn xfavor?

Bea: Puedo kitar ya la cam?

LucySoto: Aun no.

LucySoto: Antes de devolverte la clave quiero q veas este video. (LucySoto le envía el vídeo de la propia Bea mostrando sus pechos)

LucySoto: Viste el video?

Bea: Si xfavor lo puedes borrar?

LucySoto: Es un recuerdo para mi te molesta?

Bea: Mucho xfavor lo puedes borrar?

LucySoto: Sabes q he copiado a todos los contactos? q harias si se lo mando a todos?

Bea: Me moriria de verguenza.

Bea: Xfavor no lo hagas.

LucySoto: No lo hare no te preocupes.

Bea: K me voy a poner a llorar.

Bea: Estoy temblando.

LucySoto: Puedes hacer algo? Cierra la puerta pa q nadie nos moleste.

LucySoto: No quiero q te vean llorando.

Bea: Sta cerrada.

LucySoto: Y no hables con nadie.

Bea: Xfavor.

LucySoto: Soy les ya te lo dije y quiero hacerme un dedo viendote.

LucySoto: Si no te juro q mando el video.

Bea: Noooooo.

Bea: Xfavooooor.

LucySoto: Tu dime lo haraas o no?

Bea: K es?

LucySoto: Cierra las ventanas y todo pa q no nos molesten ok?

LucySoto: Date prisa.

Bea: Ya ta.

LucySoto: Sera algo rapido.

LucySoto: Mientras mejor lo hagas sera mejor.

Bea: K es!!!!!!!!!!

LucySoto: Primero quítate eso negro q llevas arriba.

LucySoto: Date prisa.

Bea: Spera.

LucySoto: Con quien hablas.

Bea: Con nadie.

LucySoto: Entonses?

Bea: Tengo miedo.

Bea: Xfavor no me lo agas acer.

LucySoto: De q tienes miedo?

Bea: De ti.

LucySoto: No tengas miedo.

Bea: Aora vengo esk me stoy mareando.

LucySoto: Solo has lo q te pido y me piro.

Bea: Es k no puedo.

LucySoto: Entonses lo siento.

LucySoto: Te dije q solo seria un momento.

LucySoto: Me voy.

Bea: Donde vas?

LucySoto: A tu msnnnnnnnnnnnn.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Disponible en: <http://www.internet-grooming.net/casos-3.html> (Fecha de acceso: 23/12/12)

## Anexo 2



## Anexo 3



Anexo 4

The screenshot shows the Facebook profile of Santiago Gutiérrez. The profile picture is a young man with dark hair. The cover photo is a dark image. The profile information includes: "Estudió en Centro Cultural Universitario Justo Sierra (Acueducto) Prepa (98-01)", "Vive en México, D. F.", "De México, D. F.", "Nació el 3 de marzo de 1996", and "Agregar dónde trabajas". The status is "¿Qué estás pensando?". There are three recent posts: 1. "Princesita Bob" with the text "---heyyy Thuuu Chicooo Acepthadoo :DD!!~--" and "Me gusta · Comentar · Ver amistad · Hace 21 horas". 2. "Jah Love Reggae" with the text "Aceptaadoo C:" and "Me gusta · Comentar · Ver amistad · Hace 22 horas". 3. "Lupliitha Lagunaa" with the text "aceptado!!" and "Me gusta · Comentar · Ver amistad · Hace 22 horas cerca de México, D. F.". Below these is the "ACTIVIDAD RECIENTE" section, which shows "Santiago es ahora amigo de Martha Angelica Velez Martinez y 8 personas más." and "Santiago es ahora amigo de Ximena Montero y 10 personas más.". The left sidebar shows navigation options: Muro, Información, Fotos, Notas, Amigos, and Suscripciones (10). Below that, it lists "Amigos (63)" with profile pictures and names: Cassandra Cuev..., Jimena Mata, Andrea Caah, and Ingrid Lopez.

Anexo 5

The screenshot shows the Facebook Messages inbox for Santiago Gutiérrez. At the top, there is a search bar with "Buscar" and a search icon. To the right, it says "Santiago Gutiérrez" and "Buscar amigos Inicio". Below the search bar, there is a "+ Nuevo mensaje" button and a search bar with "Buscar en Mensajes". The message list contains three messages: 1. From "AnGlie BraVo" with the text "Em the conoco??" and "Hace 18 horas". 2. From "Lauriitaa Raww" with the text "Hola n\_n te conoca?" and "Hace 19 horas". 3. From "Silvia Ariadna Madero" with the text "oOla" and "Hace 19 horas".

## Anexo 6

### Buscar amigos Listo

Encuentra a amigos de diferentes ámbitos de tu vida

**Nombre**

**Ciudad de origen**

México, D. F.

**Ciudad actual**

México, D. F.

**Escuela secundaria**

Centro Cultural Universitario Justo Sierra (Acueducto) Prepa (98-01)

Escuela Secundaria Tecnica Num. 20

Escuela Secundaria Tecnica Num. 20 ×

**Amigos en común**

Angie Estefaniaa Ü

## Anexo 7

  Santiago [Inicio](#) [Buscar amigos](#)   

---

Solicitudes aceptadas Buscar amigos · Configuración

 Una Thal Lupiitha, Ezza Pequeñita y 3 personas más aceptaron tus solicitudes de amistad.

 hace 7 minutos

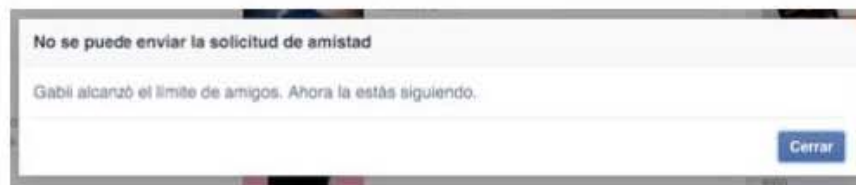
Anexo 8



Anexo 9



Anexo 10





Anexo 11

 **Gabii Torres**  
Ayer a las 13:43 · 🌐

Hola 🍷

Comenta Tu Whatsapp 😊  
Me Faltan Contactos :c 🍷

105 Me gusta · 25 comentarios

 Me gusta    Comentar    Compartir

A ti y 104 personas más les gusta esto.

Ver comentarios anteriores



 **Ezze Piinche Angel Vargas** Agrega 5570725801  
Me gusta · Responder · 15 h

 **Antonio Venegas** 5518059999  
Me gusta · Responder · 15 h


 **Pecoy Ysus Nuñez** Agrega 5566632074  
Me gusta · Responder · 8 h


 **Blake Jaden Raider** 5951141002  
Me gusta · Responder · 32 min


Anexo 12


Víctor, Stroc y 29 personas m...    + Mensaje nuevo      

 **Víctor Manuel Castilla**  
Agreguen 2761099239  
Tiren inbox

 **Teresa Luna Arista**  
5563348020

 **Víctor Manuel Castilla** 😊

Escribe una respuesta... 

 Agregar archivos    Agregar fotos   Presionar "Enter" para enviar

# Anexo 13



# Anexo 14



## Anexo 15



Anexo 16



Anexo 17





Anexo 18



Anexo 19



Anexo 20

**Luis Angel E**  
Ayer a las 15:12

Quien le saca el pack es de secundaria

Me gusta Comentar

**Norwell Uziel Sec**  
4 horas

Alguien lo tiene porfa :v

Me gusta Comentar

117

Santiago Inicio

Me gusta · Responder · 29 min

Escribe un comentario...

Presiona "Enter" para publicar

**Yinel Herrera**  
Ayer a las 17:47

quien quiere un zong en sheshes?

PhotoGrid

## Bibliografía

**Puon**, Liz, “Definición de publicidad” en Merca2.0, 07 de diciembre del 2013, Disponible en <http://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>

**William**, Wellis. “Publicidad principios y prácticas”, México, Edit. Pearson, 2007

**Fischer**, Laura, “Mercadotecnia”, Mc Graw Hill, 3a edición

**Klorter**, P, “Marketing social. Estrategias para cambiar la conducta pública” Madrid, 1992.

**Muñiz**, Rafael, “Concepto de investigación de mercados”, Marketing XXI, Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>.

**Puente**, Wilson, “Investigación de mercado técnicas”, Mercadeo y publicidad, Disponible en: <http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6711>

**Miglionico**, Rossana, “Qué es el Brief y cómo realizarlo?”, Disponible en: <https://rossami.com/para-que-lean-y-con-gusto/que-es-el-brief-y-como-realizarlo/>

**Ministerio de Educación**, Gobierno de España, “El Birefing”, Disponible en: <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque5/pag4.html>

**Hernández**, C, “Manual de creatividad publicitaria”, Madrid, 1999

**Ortega**, Enrique, “La Comunicación Publicitaria”, Madrid, 1999, 2a edición

**Stone**, L. Joseph, “Niñez y adolescencia”, Traducción de la 2ª ed., corr. y aum. Por Daniel R. Wgner. Buenos Aires: Lumen: Horne, 1995

**Hall**, G. S. Adolescence, its Psychology and its relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education. Nueva York, Appleton, 1904

**Kaplan**, L. J. Adolescence or the farewell to child Hood. Simon and Schuster. Trade. Cast. La adolescencia: una transición del desarrollo. Barcelona, ed. Ariel, 1994

**González**, Eugenio, "Padres, hijos y amigos. La educación de los adolescentes", ed. CCS, Madrid 2005

**Schrecker**, Paul. "Estructura de la Civilización." 1ª Ed. FCE. México, 1975

**Baumrind**, Diana, Psicología Del Desarrollo: Infancia Y Adolescencia. Cengage Learning Editores, California 2007

**Moreno**, Amparo, La experiencia adolescente, la búsqueda de un lugar en el mundo, Ed. AIQUE, Buenos Aires 2005

**Musitu**, Gonzalo, Familia y adolescencia: un modelo de análisis e intervención psicosocial, Madrid: Síntesis, 2001

**Borja** Fernández, Canelo, Las redes sociales, lo que hacen sus hijos en Internet, ed. Club Universitario, 2010

**Ferreiro**, Soledad, "Capital Social y democracia", De la transparencia a la acción, IFAI, agosto 2010. Consultado en <http://www.ifai.org.mx/snt2010/downloads/M3%201%20Soledad%20Ferreiro.pdf>

**Christina**, "1 billón de usuarios en Facebook al terminar 2012" 13-01-2012. Disponible en <http://www.redessociales.es/2012/01/13/1-billon-usuarios-facebook-2012-redes-sociales-crecimiento/>

**INEGI**. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares. Disponible en: [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016\\_03\\_01.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_03_01.pdf)

**Menéndez** Pedro, "Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014", Disponible en: [https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos\\_de\\_internet/Estudio\\_Habitos\\_del\\_Internauta\\_Mexicano\\_2014\\_V\\_MD.pdf](https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf)



**Sánchez, Julio** “México tiene 49 millones de usuarios de Facebook”, Disponible en <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2014/03/20/mexico-tiene-49-millones-usuarios-facebook>

**ASI México**, “Guía de Facebook para padres de familia” diciembre 2010. Disponible en <http://www.asi-mexico.org>

**Flores Fernández**, “Seguridad en redes sociales” en sitio web de Pantallas amigas, 2009. Disponible en internet en: <http://www.pantallasamigas.net/proteccion-infancia-consejos-articulos/seguridad-en-las-redes-sociales.shtm>

**INTECO**, “Guía legal sobre el Ciberbullyng y Grooming”. Disponible en: [http://www.inteco.es/tagObservatory/Seguridad/Observatorio/Actualidad\\_Observatorio/guia\\_ciberbullyin\\_es](http://www.inteco.es/tagObservatory/Seguridad/Observatorio/Actualidad_Observatorio/guia_ciberbullyin_es)

**Wikipedia**, “Grooming” Disponible en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Grooming>

**Flores, Jorge**, “Decálogo para combatir el Grooming y el acoso sexual de menores”, Internet Grooming. Disponible en: <http://www.internet-grooming.net/>

**Flores, Javier** “¿Qué es el gromming?” en Revista muy interesante (publicación en línea), 21/02/12, Disponible en <http://www.muyinteresante.es/tecnologia/preguntas-respuestas/ique-es-el-grooming>

**Fundación Alia2**. Disponible en: <http://www.alia2.org/index.php/es/nuestros-objetivos>

**Gómez, Abigail**, “Acosadores en la Red navegan en un vacío legal” en El Universal, 16 de agosto del 2015, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-investigacion/2015/08/16/acosadores-en-la-red-navegan-en-un-vacio-legal>

**Cohen, A.**, “¿Sabes en dónde hacen clic tus hijos?” PC Magazine en Español, #17

**Galán**, Nadia, “Profesor acusado de pedofilia tenía cuatro perfiles” en Perfil.com, Argentina, 23/03/2013, Disponible en: [http://wap.perfil.com/contenidos/2013/03/23/noticia\\_0015.html](http://wap.perfil.com/contenidos/2013/03/23/noticia_0015.html)

**Alicia Project**, “Testimonio de Alicia”, Disponible en <http://www.aliciaproject.org/>,

**Cosme**, Manuel, “Tiene México primer lugar mundial en abuso sexual infantil”, El sol de México 08 de abril del 2016, Disponible en <http://elsoldemexico.com.mx/metropoli/171095-tiene-mexico-primer-lugar-mundial-en-abuso-sexual-infantil>

**Pantallas amigas**, “[Casos de Grooming 6](#)”, Disponible en <http://internet-grooming.net/casos-de-grooming-6/>

**Hernández**, Evangelina. “Internet, Ideal para pederastas”, El Universal, 21 de marzo del 2010, Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/nacion/176424.html>

**López**, Yáscara, “Sustraen un niño al mes por la red” en Reforma (aplicación móvil), México, 27/12/10

**Hernández**, Mario, “[Ponen la primera denuncia contra ciber-pederasta](#)” en El mañana (en línea), 22/01/09. Disponible en <http://www.elmanana.com.mx/notas.asp?id=100376>

**Sierra**, Arturo, “Van a prisión por porno infantil” en Reforma (Aplicación móvil), México, 06/02/11

**Martínez**, Diana, “Reciben condena ciberpederastas” en Reforma (aplicación móvil)

**Varise**, Franco, “Es delito en varias partes del mundo” en lanacion.com, Argentina, 2009. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/1180477-es-delito-en-varias-partes-del-mundo>

**Ocampo**, Efrain, “[Contra phishing y grooming](#)” en Elgolfo.info, México, 11/04/12. Disponible en <http://www.elgolfo.info/elgolfo/nota/109702-contra-phishing-y-grooming/>

“**Software Guru**”, “Aprueba el Congreso reforma penal para delitos informáticos en México” en SG, México, 28/03/12. Disponible en <http://sg.com.mx/buzz/aprueba-el-congreso-reforma-penal-para-delitos-informaticos->, (Fecha de acceso: 28/03/13)

**Bastida**, Sacnicte, “Está en peligro el hogar conectado” en Reforma (aplicación móvil), México, 14/03/2001

**Gómez**, Abigail, “Acosadores en la Red navegan en un vacío legal” en El Universal, 16 de agosto del 2015, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/periodismo-de-investigacion/2015/08/16/acosadores-en-la-red-navegan-en-un-vacio-legal>

**Villavicencio**, Diana, “Alistan ALDF ley contra el abuso sexual a menores en Internet” en El Universal, 11 de noviembre del 2015, Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/df/2015/11/11/alistan-aldf-ley-contra-acoso-sexual-menores-en-internet>.

**Notimex**, “Se protegerá a niños de 'grooming' o ciberacoso: PVEM”, en Noticias MVS, 8 de abril del 2016, Disponible en: <http://www.noticiasmvs.com/#!/noticias/se-protegera-a-ninos-de-grooming-o-ciberacoso-pvem-756>

**Gaceta Parlamentaria**, año XVIII, número 4367-IV, 22 de septiembre de 2015, Disponible en: <http://gaceta.diputados.gob.mx/Gaceta/63/2015/sep/20150922-IV.html#Proposicion19>

**Prado**, Henia, “Tienen caso inédito de Ciberpederastia” en Reforma (aplicación móvil), México, 26/04/09

**Rapado**, Martha, “Los adolescentes y sus formas de comunicación en redes sociales”. Disponible en <http://www.alia2.org/index.php/es/blog/17?view=blog>

**López**, Yáscara, “Ve PGJDF riezos en Internet” en Reforma (aplicación móvil), México, 24/12/10.

## Entrevistas:

Entrevista a Elena, víctima de Grooming. Realizada el 03 de febrero del 2016.

Entrevista a Leticia (su nombre fue cambiado para proteger su identidad), madre de adolescente desaparecida víctima de Grooming. Realizada el 10 de febrero del 2016.

Entrevista a David Cortejoso, experto en impacto de la socialización digital. Realizada el 10 de abril del 2016 vía skipe.

Entrevista a Misabel Christensen, activista mexicana colaboradora en la ONG argentina “Mamá en línea, por la ley del Grooming”. Realizada el 23 de abril del 2016 vía telefónica.