

Lineamientos para una campaña publicitaria que permita concientizar a los padres de familia de los estudiantes de básica primaria del grado 5to del colegio "María Elvinia" de la ciudad de Cali, sobre la protección de la identidad digital infantil para el año 2023

ANA MARIA BALANTA

CARLOS DAVID PERLAZA

UNIVERSIDAD SANTIAGO DE CALI

FACULTAD DE HUMANIDADES Y ARTES

PUBLICIDAD

2023

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas aquellas personas que me brindaron su apoyo y colaboración durante el proceso de realización de mi tesis. En especial, quisiera mencionar a algunas personas que fueron fundamentales en este proyecto.

En primer lugar, quiero agradecer al profesor John Jairo León Muñoz por su orientación, asesoría y guía a lo largo de todo este proceso. Gracias a sus conocimientos, experiencia y dedicación pude llevar a cabo este proyecto de manera exitosa.

También quiero agradecer a mis padres, quienes me brindaron su apoyo incondicional y me motivaron a seguir adelante en todo momento. Su amor y respaldo fueron fundamentales en este proceso, y les estaré eternamente agradecido.

Asimismo, quiero agradecer a mi compañera de equipo Ana María Balanta, cuyo trabajo y colaboración fueron fundamentales para lograr los objetivos de este proyecto. Gracias a su compromiso y dedicación, pudimos avanzar juntos en este camino y superar todos los obstáculos que se presentaron.

Finalmente, quiero expresar mi agradecimiento a todas las personas que de alguna manera contribuyeron en este proyecto, ya sea brindándome su apoyo moral o compartiendo sus conocimientos y experiencias. Gracias a todos ellos, pude lograr este objetivo y sentirme orgulloso de mi trabajo.

Carlos David Perlaza

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos a mi mamá, quien con su esfuerzo y amor se embarcó junto a mi en esta etapa de mi vida que se llamó "la universidad".

También agradezco a nuestro asesor John Jairo León Muñoz por su invaluable orientación y dedicación en todo el proceso de investigación.

Agradezco a mi compañero David, por trabajar conmigo codo a codo en este proyecto y compartir sus conocimientos y habilidades, juntos logramos alcanzar nuestro objetivo.

Y por último, mis más sinceros agradecimientos a Dios.

Ana María balanta

Tabla de contenido

CAPÍTULO 1.....	6
1. Planteamiento del problema.....	6
2. Pregunta problema.....	9
2.1 Objetivo general.....	9
2.2 Objetivos específicos.....	9
3. Justificación.....	9
4. Antecedentes.....	10
4.1 Antecedentes de investigación.....	10
5. Marco teórico.....	13
6. Marco legal.....	16
7. Marco metodológico de investigación.....	17
7.1 Enfoque de investigación.....	17
7.2 Tipos de investigación.....	17
7.3 Métodos de investigación.....	18
8. Muestra.....	18
9. Instrumentos de investigación.....	19
10. Diseño metodológico.....	20
10.1 Instrumentos.....	20
10.1.1. Instrumento 1: Encuesta.....	20
10.1.2. Instrumento 2: Entrevista.....	23
10.1.3 Instrumento 3: Ficha de lineamientos.....	24
11. Fases de investigación.....	24
CAPÍTULO 2: RESULTADOS.....	25
1. Resultados	25
1.1 Resultado 1.....	26
1.2 Resultado 2.....	32
1.2.1. Entrevista 1.....	32
1.2.2 Entrevista 2.....	35
1.3 Resultado 3.....	38
1.3.1 Camino de Investigación.....	39
1.3.2 Concepto creativo.....	41
1.3.3 Estrategia creativa.....	44
Propuesta de redes sociales:.....	49
2. Conclusiones.....	50
3. Referencias bibliográficas.....	52

Resumen

La idea central de esta investigación es realizar una serie de lineamientos que facilitan la eventual creación de una campaña publicitaria que concientice sobre el uso de internet a los padres de familia del colegio María Elvinia. Se aplican tres instrumentos de investigación: la entrevista, la encuesta y una ficha de lineamientos de campaña. En los resultados la mayoría de los padres de familia no conocen los riesgos reales que enfrentan sus hijos navegando en internet. Saben perfectamente sobre las redes sociales, pero no conocen sus peligros y lamentablemente no controlan el tiempo ni lo que hacen sus hijos en internet. Lo que habla claramente de un problema que si no se trata a tiempo se puede empeorar cada vez más. Los chicos hoy en día acceden con mayor facilidad y sin restricciones de uso a internet a través de diversos dispositivos como celulares, tablets, y computadores. Se trata de una problemática importante que hay que tener en cuenta para guiar la formación de futuras generaciones.

Summary

The central idea of this research is to carry out a series of guidelines that facilitate the eventual creation of an advertising campaign that raises awareness about the use of the Internet among the parents of the María Elvinia school. Three research instruments are applied: the interview, the survey and a campaign guidelines sheet. In the results, most parents do not know the real risks that their children face when browsing the Internet. They know perfectly well about social networks, but they do not know its dangers and unfortunately they do not control the time or what their children do on the internet. Which clearly speaks of a problem that if not treated in time can get worse and worse. Children today have easier access to the Internet without restrictions on the use of the Internet through various devices such as cell phones, tablets, and computers. This is an important problem that must be taken into account to guide the training of future generations.

0.Introducción

Teniendo en cuenta que a través de la publicidad se puede persuadir y mostrar la información de forma variada y eficiente, se aborda una de las problemáticas que con más frecuencia pasan desapercibidas, el acceso a internet sin supervisión de los niños; lo cual pone en riesgo la identidad digital e integridad de los mismos, cabe resaltar que esto con el pasar de los años se vuelve más recurrente debido a la facilidad de acceso de forma remota de los niños al internet por medio de los dispositivos que hoy en día están al alcance de toda la comunidad del colegio María Elvinia de la ciudad de Cali, causando que los índices en los incidentes relacionados a esta problemática aumenten de forma drástica y se creen nuevos riesgos relacionados. Por eso se busca aumentar la supervisión de los padres con respecto a lo que sus hijos hacen en internet y la forma en la que navegan, lo que comparten y con quién se comunican.

Este trabajo investiga y define lineamientos que aporten a la creación de una campaña publicitaria para tratar estos temas en la institución y tal vez sea un referente para su aplicación en la ciudad de Cali.

Para poder llegar a los resultados se tienen en cuenta diferentes conceptos y autores que son importantes para llevar de la manera más adecuada el desarrollo de esta investigación; entre ellos podemos mencionar a Fromm y Piaget quienes hablan de la educación e instituciones educativas, Thompson y Strickland quienes hablan de la internet y las tics, también, Kotler, Russel y Manes que fundamentan las bases de lo que conocemos como marketing, publicidad y campañas. Los conceptos sirven como referencia al momento de decidir el enfoque de esta investigación para poder desarrollar de forma clara y fundamentada los lineamientos que se proponen.

Los resultados obtenidos encuestando a esta muestra de los padres de familia de los estudiantes, es posible determinar el nivel de conocimiento o desconocimiento por parte de los encargados de estos niños, se rectifica una vez más la importancia de educar y promover mejores prácticas para la protección digital infantil en esta escuela y de reforzar el sistema educativo en los colegios para que eduquen más sobre los riesgos a los que los niños desde temprana edad están expuestos. Se recopila toda esta información y se proponen los lineamientos basados en estos datos obtenidos.

Se lleva a cabo una entrevista a Luis Eduardo Colmenares quien es el director de la institución y a Noelia Salazar quien es la coordinadora de primaria, en esta entrevista se obtiene información importante acerca de los procesos y medidas tomadas por la institución referente a la protección digital infantil. También por medio de una encuesta de once preguntas que se realiza a una muestra de treinta y dos padres de familia de los grados quinto-uno y quinto-dos de la institución se obtienen resultados importantes, los cuales ayudan a concluir la identificación del conocimiento que tienen los padres acerca de la protección digital infantil,

la forma en la que comunican los mensajes, los medios idóneos de transmisión y el tono.

Por ello es importante la presentación de esta investigación de forma clara ya que es un punto de partida para posibles campañas publicitarias que tengan este enfoque a futuro. Para empezar, se lleva a cabo un proceso de análisis de la problemática es decir un planteamiento del problema el cual consta de una pregunta problema, objetivos específicos, objetivo general y una justificación acerca de la importancia de esta investigación. Después se procede a escribir el planteamiento de la investigación que se compone principalmente de unos antecedentes, marco teórico, un marco conceptual y un marco metodológico como guía que se sigue para desarrollar de forma eficiente. Por último, se diseñan los instrumentos metodológicos para recopilar la información necesaria de la muestra donde se ubica esta problemática presentada. Se establecen fases de investigación para llegar a los resultados y aplicar toda la información obtenida en los lineamientos finales que se proponen.

CAPÍTULO 1

1. Planteamiento del problema

El uso de internet aumenta considerablemente en la población infantil, por eso es necesario velar por la seguridad de los niños, a eso le llamamos “protección digital infantil”, consiste en evitar posibles daños tanto psicológicos como físicos, como lo son el ciberbullying o el acoso. Alertar a los padres de estos infantes sobre los peligros que se pueden encontrar en el internet es el primer paso para contribuir a que los riesgos que atrae la web disminuyan.

Teniendo en cuenta que “1 de cada 3 usuarios de internet en todo el mundo es un niño” según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2017) en su informe anual, se determina que las medidas de protección son escasas ante los peligros del mundo digital, limitando el acceso a un contenido seguro en línea, se analiza las diferentes formas en que la tecnología digital está afectando las vidas y las posibilidades vitales de los niños, y describe los peligros y las oportunidades. El informe también señala cómo internet aumenta la vulnerabilidad de los niños a los riesgos y los peligros, entre ellos el uso indebido de su información privada, el acceso a contenidos perjudiciales y el acoso cibernético. La presencia de dispositivos móviles, según el informe, ha hecho que el acceso en línea para muchos niños esté menos supervisado y sea potencialmente más peligroso. Sostiene también que los gobiernos y el sector privado no se han adaptado al ritmo del cambio, y esto expone a los niños a nuevos riesgos y peligros, al tiempo que deja atrás a los niños más desfavorecidos. Thompson (como se citó en UNICEF, 2017).

El control y supervisión de los contenidos que se encuentran en las redes y a los cuales tienen acceso los niños es muy limitado lo cual hace que el riesgo a la integridad de los infantes aumente.

“En un mundo digital, nuestro doble desafío es saber cómo mitigar los daños y maximizar los beneficios de internet para cada niño” (UNICEF, 2017 p.5).

Tomando la opinión del director de la UNICEF Anthony Lake el uso de la tecnología digital está desmesurado y es un hecho que ya no se puede controlar, así que disminuir los riesgos y aumentar los beneficios son acciones bastante complicadas para hacerlas a la vez y de tan grandes cantidades.

Entre otros datos importantes tenemos que, los jóvenes son el grupo de edad más conectado en todo el mundo, el 71% utilizan internet en comparación con el 48% de la población total, los niños y jóvenes africanos son los menos conectados, con alrededor de 3 de cada 5 jóvenes desconectados, en comparación con solo 1 de cada 25 en

Europa, aproximadamente el 56% de todos los sitios web están en inglés y muchos niños no pueden encontrar un contenido que entiendan o que sea culturalmente relevante y hoy último más de 9 de cada 10 sitios de abuso sexual infantil identificados a nivel mundial están alojados en cinco países: Canadá, los Estados Unidos, Francia, los Países Bajos y Rusia. (UNICEF, 2017).

Con estos datos se puede concluir que por un lado el uso de la web no es indispensable para que los jóvenes puedan tener un buen estilo de vida tomando el ejemplo de los jóvenes africanos que son los menos vulnerables a esta clase de situaciones ya que no tienen mucho acceso al internet y, por otro lado los sitios en los que se encuentra más estos problemas referentes a la web están alojados en los países de primer y segundo mundo.

“Internet fue diseñado para adultos, pero los niños y los jóvenes lo utilizan cada vez más, y la tecnología digital afecta sus vidas y su futuro. Por ello, las políticas, las prácticas y los productos digitales deberían reflejar mejor las necesidades, las perspectivas y las opiniones de los niños” (UNICEF, 2017).

El uso inicial que se tenía deparado para el internet inevitablemente está tomando un rumbo diferente provocando que una gran cantidad de menores formen parte de la web ocasionando daños, en algunos casos irreparables.

El ingreso a las tecnologías sin el acompañamiento adecuado y sin la formación en su uso responsable está exponiendo a los menores de edad a diversos riesgos digitales. Livingstone (como se citó en ICBF, 2020), psicóloga social, investigadora en asuntos de infancia y juventud en la era digital, divide los riesgos digitales en tres grandes categorías, aceptadas por la comunidad científica de las cuales se destacan dos:

La primera de ellas son los riesgos de contenidos, que se refiere cuando el menor está expuesto a consumir contenidos no aptos para su edad tales como imágenes sexuales, pornográficas o violentas; mensajes racistas, discriminatorios o que incitan al odio y a la barbarie; y sitios web que promueven conductas peligrosas, como las autolesiones, el suicidio, la bulimia y la anorexia.

“Ellos no buscan el contenido, sino que este puede aparecer como pop-up o ventanas emergentes, es decir, esos elementos que salen automáticamente cuando se está navegando en internet y que permiten que la niña o el niño vea, sin que sea su intención, un contenido inapropiado para su edad”. (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar [ICBF], 2020).

La inocencia de estos menores es tan grande que al momento en el que esas ventanas emergentes aparecen pueden quedarse viendo esa clase de contenidos sin tener conciencia que son inapropiados para su edad y

que pueden afectar considerablemente su diario vivir, ya que pueden adoptar esas malas conductas solo por el hecho de que lo están viendo en la red.

El segundo riesgo que destaca es: Riesgos de contactos, los cuales se generan cuando el menor entra en un contacto potencialmente riesgoso, los más comunes son conocidos como Grooming y Phishing, el primero hace referencia a las acciones con fines sexuales de las que son víctimas los niños y niñas en el entorno digital, en el cual se crea perfiles falsos para ganarse la confianza de las víctimas con el fin de violentarlas sexualmente y el segundo se refiere al robo de datos personales por medio de engaños que pueden terminar en la suplantación de identidad. (ICBF, 2020).

Este es el riesgo al que más se le teme y el que se tiene interés por disminuir. Los casos de violencia sexual ocasionados por las redes aumentan cada día más incrementando las posibilidades de un abuso o acoso, los menores están exentos a estos peligros ya que como se dijo anteriormente el control es muy limitado tanto el de la web como el de los padres de estos menores.

Por otro lado el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [MINTIC], (2019) ha estado llevando a cabo medidas de verificación para asegurarse de que los proveedores o servidores, administradores y usuarios de redes globales y de servicios móviles cumplan con sus prohibiciones y deberes en relación con la difusión de contenido sexual de menores de edad. El Ministerio se ha comprometido a combatir la impunidad en este tema y cumple con la Ley 679 de 2001 y sus decretos reglamentarios al intervenir con proveedores de servicios de Internet para verificar su cumplimiento de las obligaciones legales, incluyendo el bloqueo de páginas web que poseen contenido sexual de menores. El MINTIC ha promovido la iniciativa "En TIC Confío" para sensibilizar a los niños y adolescentes sobre el uso seguro y responsable de las tecnologías de la información y la comunicación, pero también insta a las familias, las instituciones educativas y el sector privado a denunciar los sitios web o aplicaciones que vulneren los derechos e integridad de los menores. El Gobierno nacional considera a los menores como una prioridad y está comprometido a prevenir y castigar la explotación y el abuso sexual de esta parte de la población.

Es importante que instituciones como el MINTIC, comprendan la relevancia que tiene el tema del uso de la web en los jóvenes, la iniciativa "En TIC Confío" y la invitación a denunciar sitios web o aplicaciones que vulneren los derechos e integridad de los menores, son estrategias de sensibilización y prevención que muestran un compromiso real con la protección de los derechos de los menores en el entorno digital.

2. Pregunta problema

¿Cómo proponer lineamientos para concientizar a los padres de familia de los estudiantes de básica primaria del grado quinto del colegio *María Elvinia*, sobre la protección de la identidad digital infantil para el año 2023?

2.1 Objetivo general

Proponer los lineamientos para la creación de una posible campaña publicitaria que ayude a concientizar a los padres de familia sobre la protección de la identidad digital infantil de los estudiantes de básica primaria del grado quinto del colegio María Elvinia de la ciudad de Cali, en el año 2023.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar el nivel de conocimiento que tienen los padres con respecto a la protección de la identidad digital en sus hijos.
- Indagar acerca de los procesos y medidas tomadas por la institución referente al tema.
- Indicar las pautas para la creación de una posible campaña publicitaria que ayude a los padres a concientizar la importancia de la protección digital de sus hijos.

3. Justificación

Son diversos los peligros del mundo digital en los que se ven envueltos la población infantil. Se realiza esta investigación con el fin de encontrar el plan de acción adecuado en el que las escuelas y los padres de familia logren una mejor educación hacia la protección de la identidad digital de los niños, se centra la investigación en las comunas de estrato medio ya que estas son propensas a caer en una serie de riesgos por no ser conscientes de un buen manejo en la identidad digital infantil.

Es importante aclarar que se proponen lineamientos estratégicos para la creación de una campaña publicitaria hacia la protección digital de los datos en el colegio María Elvinia de la ciudad de Cali, incentivando el uso de las plataformas amigables o creadas específicamente para la población infantil, así mismo incentivar el apoyo y acompañamiento de los padres y su círculo social más cercano, para que así se responsabilicen, ayuden y eduquen a los niños hacia una correcta identidad digital.

La falta de prevención frente al uso del internet y el poco acompañamiento parental hacen que para los niños navegar en línea se convierta en un gran problema para su identidad, por lo cual se crea una serie de estrategias que pueda propiciar reducir y evitar esta problema.

Este Trabajo aporta a la línea de investigación del Grupo Gisoa (grupo de investigación en ciencias sociales y humanas) adscrito a la Facultad de Humanidades y Artes de la Universidad Santiago de Cali, en la línea de Publicidad Organizaciones y Arte, de esta manera los resultados permiten aportar al crecimiento de la investigación en el campo del conocimiento en publicidad.

La publicidad tiene la necesidad de inmiscuirse en la disciplina de la investigación, pues es un imperativo en la creación de productos publicitarios y en la creación académica, de esta manera también da muestras del que hacer en investigación en la formación publicitaria y permite acompañar al crecimiento de la sociedad a través de la visibilización de prácticas problemáticas en el manejo digital en niños por parte de los adultos, provocando a través del mensaje una concientización sobre los efectos de la desinformación y la información indebida a través de redes.

4. Antecedentes

A continuación, se exponen los antecedentes de este proyecto el cual consta de cinco antecedentes de investigación nacionales e internacionales y tres antecedentes publicitarios los cuales permiten entender las metodologías y estrategias de las cuales se han tomado bases para comprender y desarrollar de manera eficiente esta investigación.

4.1 Antecedentes de investigación

Estudiantes de la universidad usc realizaron una investigación con el fin de desarrollar un modelo virtual encaminado a la prevención del abuso sexual y el maltrato infantil, en donde se buscaba que los niños y niñas adquirieran habilidades de autoprotección y autocuidado de su cuerpo. La investigación ayudó a conocer que estrategias se implementaron para desarrollar este modelo y cómo fue su aplicación final en su público objetivo. (Tamayo et al. 2017). Es importante tomar el modelo virtual que fue desarrollado e interpretarlo, para poder obtener una visión más clara de los resultados y comprender cómo en este sentido puede el modelo brindar pautas que ayuden al desarrollo de esta investigación, como por ejemplo la forma en la que se le comunicó a los niños sobre esas pautas para el autocuidado, verificar la efectividad de la comunicación y de ser alta usarla como referente.

En el centro de desarrollo infantil el paraíso ubicado en el barrio potrero grande, de la comuna 21 en la ciudad de Cali, en el año 2018 se hizo una investigación entre niños de dos y cinco años de edad, se encontraron preocupaciones sobre el cuidado y la protección digital que las familias les dan a sus niños, obteniendo datos sobre las dificultades en tanto a cómo informan a sus hijos sobre este tema. Esta investigación se realizó en 45 familias, y por esta preocupación se creó una propuesta

pedagógica para así orientar a los padres, familiares y niños mejorando la garantía de sus derechos. (Obregon, 2019). Este antecedente tiene bases teóricas e informativas acerca de este tema y cuenta con estudios anteriormente realizados que son una fuente clara de ayuda para esta investigación, por que se tomo la muestra realizada a las familias y se realizó un análisis en los datos que arrojó para comprender la manera asertiva de comunicarse con los padres de familia sobre esta información.

También en mayo del 2018 con un estudio por investigadores del International Computer Science Institute (ICSI) de la Universidad de Berkeley, encontraron un 75% de vulnerabilidad en la privacidad de los niños en las app infantiles ya que entraban terceros robando información personal, (Gonzalo, 2018). Este antecedente consiguió un modelo virtual ante el abuso infantil, haciendo un método de prevención buscando que los niños tengan información sobre los riesgos infantiles , teniendo una gran acogida del modelo y dándonos a conocer las debilidades o desinformación en los niños. Este antecedente nos permite conocer que los niños tienen un 75% de vulnerabilidad en la privacidad y con este referente podemos reforzar la importancia que tiene esta investigación y lo necesario que es determinar los lineamientos y la forma en la que se puede crear una campaña que ayude a luchar contra la problemática.

Se realizó un proyecto sobre la identidad digital de los adolescentes desarrollado en España en el 2018, según el proyecto hay una fuerte presencia de tecnología en el ocio, la comunicación y en las relaciones interpersonales, de las misma manera se comprueba la violencia online por medio del móvil y las redes sociales, está ejercida por medio de amenazas y violencia psicológica y verbal. (López y González, 2018). Se evidencia que esto es una problemática que trasciende a lo largo de los años y que no solo afecta a los niños sino también a los adolescentes por lo cual se determina que es más adecuado atacar la problemática desde la temprana edad, tomando como referencia el estudio se comprobó que la violencia a través de las redes es común en todas partes y se deben tomar acciones que ayuden a promover un ambiente libre de riesgos en internet.

Se encontró un antecedente internacional donde las empresas Kaspersky y CORPA, realizaron en 2020 un estudio en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú por medio de una encuesta virtual a 2.294 personas entre los 25 y 60 años, que logró determinar, el uso y frecuencia que sus menores le dan a los dispositivos electrónicos que se conectan a Internet; cómo se relacionan en línea con otras personas; y los riesgos reales que corren a diario mientras navegan. (Diezgranados, 2020). El análisis de hallazgos de las empresas permitió monitorear mejoras y contratiempos en el control parental, e identificar áreas en las que puede brindar apoyo, esta investigación ayuda a determinar qué rol están jugando los padres y madres en latinoamérica y en todo el mundo, en el proceso de resguardar la seguridad digital de sus hijos y se toma como referente importante por la magnitud de la muestra y lo que evidencian los resultados.

4.2 Antecedentes publicitarios

Se exponen tres antecedentes publicitarios que permiten seguir indagando sobre los resultados, la metodología y lo que se hizo en anteriores trabajos de grado que tienen una relación directa o indirecta con la propuesta que se presenta en la investigación de este trabajo de grado.

Para empezar se publicó en el Reino Unido un Código de Mejores Prácticas para Proteger a los niños en internet, se intentó buscar un buen desarrollo de servicios digitales dirigidos a los menores y particularmente a los niños que permitiera el desarrollo económico, pero que asegure que los menores puedan desenvolverse en un entorno seguro y que en su etapa más vulnerable puedan continuar jugando tanto en el tobogán del parque más cercano como en el "Tobogán virtual". (Initial Coin Offering [ICO], 2020). Su forma de desarrollar el producto y de aplicarlo es útil en el desarrollo de esta investigación, porque pretende propiciar un ambiente seguro para los niños y sirve como precedente a la hora de tomar decisiones que ayuden a dirigir la manera en la que se quieren comunicar los resultados obtenidos en esta investigación.

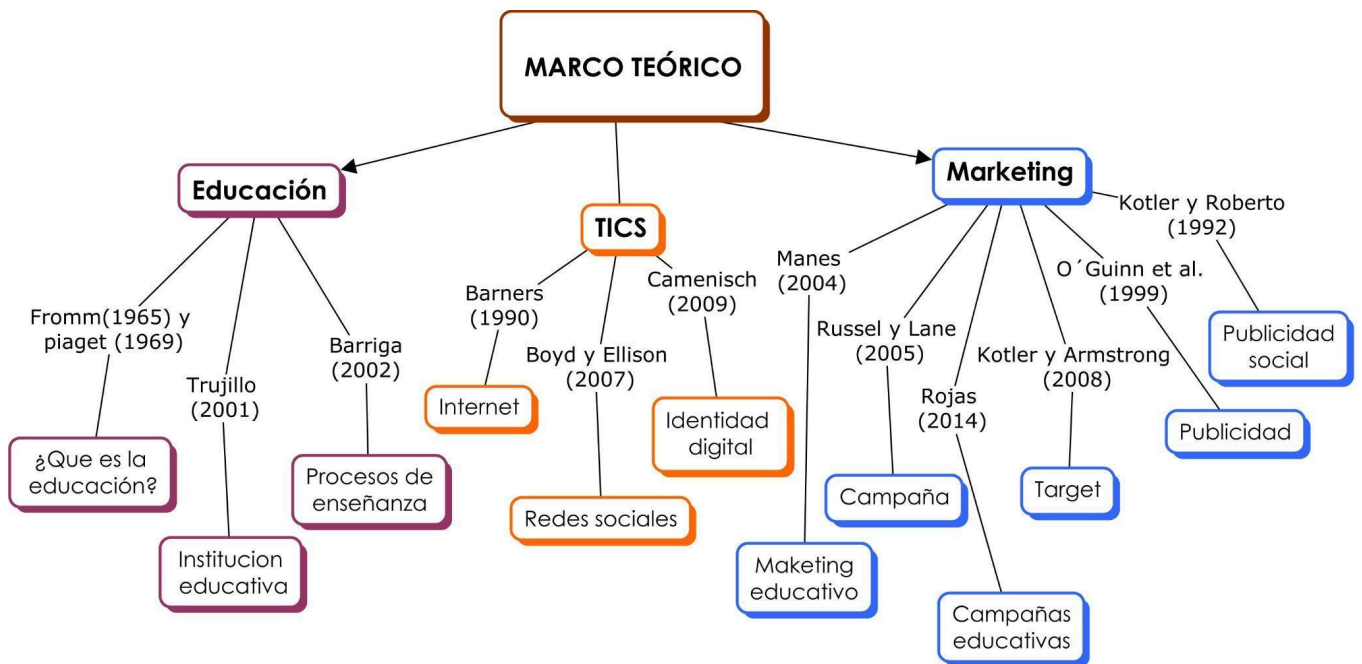
Otro ejemplo que aporta a la construcción de los antecedentes es la campaña #NoDaCompartir realizada por UNICEF e INADI en Buenos Aires Argentina en mayo del 2020 para prevenir el acoso infantil en redes sociales durante la cuarentena, (Guerra y Calisti, 2020). El objetivo de esta campaña fue visibilizar las formas para prevenir y denunciar las situaciones de acoso y discriminación en redes sociales, lo cual se muestra que hay medios y canales por los cuales se pueden denunciar y hacer escuchar las víctimas de acoso previniendo riesgos futuros e informando acerca de los peligros que el uso inadecuado de las redes puede tener, logrando ser un referente clave que ayuda a visualizar una forma mas clara de como se debe comunicar la información que se obtuvo y como esta misma puede emplearse de diversas formas logrando generar un mensaje mas claro y eficaz.

Por último, se encuentra la campaña #Darlotodocuesta realizada por la UNICEF en enero de 2021 con el fin de concientizar a niños, niñas, adolescentes y familias sobre las informaciones que no se deben compartir en línea. (Reyes, 2021). Con esta campaña se alerta que la publicación de datos personales, compartir la dirección de la casa o compartir fotos intimas se puede exponer a delitos cibernéticos o cualquier tipo de violencia sexual. Es importante para esta investigación entender la forma en la que se aborda el tema, por que asi se tiene una noción distinta de la manera adecuada de tocar estos temas tan sensibles, a la vez que se muestran los riesgos a los que se está expuesto cuando se navega de una forma desprevenida en internet y no se tienen en cuenta o se desconocen las medidas para evitar esta problemática.

5. Marco teórico

Dentro del marco teórico se crean tres columnas como pilares fundamentales de la investigación, que permiten desarrollar los conceptos que son fundamentales para su desarrollo: Educación, Tics y Marketing de los cuales se derivan al menos tres conceptos definidos por autores de gran trascendencia e importancia en estos temas como se aprecia en la siguiente figura.

Figura 1 (Marco teórico)



La educación es tal vez el motor más importante de la sociedad porque a través de ella se logra enseñar y transmitir valores que fortalecen las relaciones con las personas que rodean distintos entornos donde habita el ser humano, por eso Fromm (1956) dice que la educación consiste en ayudar al niño a llevar a la realidad lo mejor de él, lo que significa que por medio de ella se forman personas con valores que salgan a ser su mejor versión dentro de la sociedad. Para Piaget (1969) la educación es forjar individuos, con autonomía intelectual y moral respetuosos de la autonomía del prójimo, en virtud de la regla de la reciprocidad. Dicho esto, se entiende que al igual que con el pensamiento de Fromm se puede afirmar que la educación es fundamental para el desarrollo de personas, las cuales están formadas con los lineamientos morales para salir a ser parte de una sociedad.

La institución educativa, es el lugar en donde se crean las bases y se da quizá el primer acercamiento con el mundo y las personas fuera de la familia, para Bohorquez (2001) es un conjunto de personas y bienes, promovida por las autoridades públicas o particulares, cuya finalidad es

educar. Dicho de otra forma es el lugar donde se pasa gran parte de la vida formándose y preparándose para ingresar a una sociedad competitiva crítica y en constante crecimiento.

Los procesos de enseñanza son la forma y la metodología que se emplea para transmitir esos conocimientos y valores formativos que pretende enseñar una institución educativa, por eso Barriga y Hernández, (2002) los define como "procedimientos que el agente de enseñanza utiliza en forma reflexiva y flexible para promover el logro de aprendizajes significativos en los alumnos". (p.151). Entenderlos es el primer paso para aplicarlos y con esta investigación se busca enseñar a construir de tal manera que al tener claro esto se pueda adaptar alguna metodología a la forma de nuestro hacer.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TICS) son las herramientas con las que la sociedad ha logrado expandir no solo su conocimiento académico si no también su círculo social. Strickland et al, (2001) definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Por esta razón dichas herramientas son parte fundamental de la sociedad, y aprender de ellas se ha vuelto indispensable para los niños en su formación académica exponiéndose a los riesgos que internet conlleva.

Internet es un espacio ampliamente vasto con mucha información, muchos lugares y muchos misterios. Es el sitio donde hoy en día se encuentra gran parte de nuestra información personal y la de los niños, según Barners (1990), la World Wide Web (WWW) es un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedias enlazados y accesibles a través de Internet; que dicho de otra forma significa que es una gran red que conecta entre sí a todos los ordenadores, dispositivos y servidores que hay repartidos a lo largo y ancho del mundo. Esto es posible gracias a los protocolos y las reglas específicas que permiten la comunicación entre estos dispositivos, el problema radica en que no solo las buenas personas tienen acceso a esto y los niños navegan a ciegas en la red.

Las redes sociales, son espacios en el internet dedicados a generar conexión entre las personas. De acuerdo con Boyd y Ellison (2007), una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema, pero no solo es usado con fines responsables y éticos. No hay ningún control para prevenir que los niños las usen por lo que están en constante riesgo y son vulnerables al robo de su identidad entre otras cosas si no se tienen medidas de protección.

La Identidad digital, se trata en la literatura científica dentro del área de la cibercultura. De hecho, diversos autores la han vinculado en la encriptación de datos, la privacidad, la seguridad en Internet (Camenisch, 2009). Por ello es de vital importancia aprender cómo protegerla y es necesario utilizar herramientas como el marketing para poder enseñar a prevenir todo tipo de acciones malintencionadas de esta índole proveniente de terceros.

El marketing en pocas palabras es el proceso y la serie de estrategias para la venta o promoción de un producto o servicio, para Kotler et al. (2004) es como un proceso social y gerencial; en el aspecto social los individuos y grupos crean intercambios de productos y valores con otros, con la finalidad de obtener lo que necesitan y desean, y en la parte gerencial se trata todo sobre la venta.

El marketing educativo según Manes (2004) estudia las necesidades de la sociedad, para acrecentar servicios educativos destinados a complacerlas, conforme al valor apreciado en el lugar y entregado en un determinado tiempo, y promocionados éticamente para crear satisfacción entre personas e instituciones. En esta investigación se aborda el marketing educativo ya que se realiza un estudio a las necesidades de la institución ante el tema de la protección digital de sus estudiantes.

Para los autores Russell et al. (2005) una campaña es el desarrollo de una estrategia, medios, investigación, serie de anuncios impresos y transmisiones durante un periodo los cuales son extremadamente importantes. La investigación se realiza con el fin de que los lineamientos planteados sean útiles para la creación de una campaña en algún momento determinado.

Rojas (2014) dice que las campañas educativas son actividades que buscan informar y sensibilizar al ciudadano sobre la importancia de corregir o cambiar actitudes inadecuadas en la comunidad generando disciplina y control social, con el objetivo de concebir una cultura de convivencia y seguridad ciudadana. La realización de una campaña educativa es un buen paso a seguir para ayudar a mitigar los peligros que corren los niños en la red.

O'Guinn et al. (1999), definen a la publicidad de la siguiente manera: "La publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir" (p. 6). Es importante la publicidad en la investigación ya que gracias a las estrategias publicitarias se le está dando más importancia al tema de la protección digital infantil.

Se entiende el concepto de publicidad social como "un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo, que intenta persuadir a otros de que acepten, modifiquen, o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas" (Kotler y Roberto, 1992, p.7).

Kotler y Armstrong (2008), consideran que el target consiste en un “conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir”. (p. 207). En esta investigación es muy importante la definición del target, ya que aunque el tema aborda a los infantes, la investigación va dirigida a los padres de estos.

6. Marco legal

El proyecto “Lineamientos para una campaña publicitaria que permita concientizar a los padres de familia de los estudiantes de básica primaria del grado quinto del colegio “María Elvinia” de la ciudad de Cali, sobre la protección de la identidad digital infantil para el año 2023” se basa en los siguientes estatutos jurídicos y legales de la ley 1098 de 2016 del Código de la Infancia y la Adolescencia.

Según el Código de la Infancia y la Adolescencia. Ley 1098 de 2016. Art. 7 (2016) Protección integral se entiende por:

protección integral de los niños, niñas y adolescentes el reconocimiento como sujetos de derechos, la garantía y cumplimiento de los mismos, la prevención de su amenaza o vulneración y la seguridad de su restablecimiento inmediato en desarrollo del principio del interés superior.

Este artículo es oportuno para la investigación ya que sustenta que todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a que su integridad sea protegida, lo cual hace que el tema de esta investigación tome más fuerza, puesto que se evidencia lo primordial que es tratar esta temática con los niños y sus padres.

El Código de la Infancia y la Adolescencia. Art. 25 (2016) afirma que “todos los niños, las niñas y los adolescentes tienen derecho a tener una identidad y a conservar los elementos que la constituyen como el nombre, la nacionalidad y filiación conforme a la ley”. Es importante evocar este derecho en esta investigación ya que uno de los riesgos que corren los infantes en la web es el “robo de identidad”.

El Código de la Infancia y la Adolescencia Art. 33 (2016) habla del derecho a la intimidad.

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la intimidad personal, mediante la protección contra toda inherencia arbitraria o ilegal en su vida privada, la de su familia, domicilio y correspondencia. Así mismo, serán protegidos contra toda conducta, acción o circunstancia que afecte su dignidad.

7. Marco metodológico de investigación

El objetivo de este marco metodológico es proporcionar una guía para la realización de una investigación de enfoque mixto. Se presenta una visión general de los aspectos teóricos y metodológicos que deben considerarse en el diseño y realización de esta investigación, así como los procedimientos y técnicas necesarias para la recolección y análisis de datos implementados en este caso encuesta y entrevista. Además, se determinan los aspectos que deben considerarse en la realización de este tipo de investigación. Se brindan recomendaciones para el diseño de una investigación de enfoque mixto, con el objetivo de asegurar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

7.1 Enfoque de investigación

Enfoque cualitativo: Los autores Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Enfoque cuantitativo: De acuerdo con Tamayo (2007), consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma, siendo necesario obtener una muestra, ya sea en forma aleatoria o discriminada, pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio.

Esta investigación comprende un enfoque mixto, puesto que contiene datos cuantitativos, los cuales permiten ser analizados por medio del enfoque cuantitativo.

7.2 Tipos de investigación

Investigación descriptiva: Según Tamayo (2007), comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, cosa funciona en el presente; la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, caracterizándose fundamentalmente por presentarnos una interpretación correcta, además Arias (2012), define en qué consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Por ende este tipo de investigación ayuda a analizar el comportamiento de la institución ante el tema de protección de la identidad digital de los estudiantes, cómo se debe proceder y qué se está haciendo mal a la hora de informar a los alumnos de básica primaria.

Investigación documental: Hernández et al. (2000) dicen que consiste en detectar, obtener y consultar los materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier

realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio y según los autores Palella y Martins (2006) la investigación documental se concreta exclusivamente en la recopilación de información en diversas fuentes. Indaga sobre un tema en documentos escritos u orales.

Este tipo de investigación es de vital importancia para este trabajo puesto que así se tiene información real de utilidad, como lo son otros proyectos que afirman déficit en la protección de la identidad digital en la infancia y qué métodos o campañas se han realizado con éxito para mitigar este problema o falta de información.

7.3 Métodos de investigación

Análítico: Hurtado y Toro (2005) señalan que:

Es aquel que descompone la realidad en múltiples factores o variables, cuyas relaciones y características son estudiadas mediante fórmulas estadísticas. Muchas veces estudian sólo partes de la realidad, determinada población o sólo ciertas variables. Determinar el área que abarca el estudio, la población y las variables de las que se ocupará es lo que se hace cuando se delimita el problema. (p.96).

Este método es útil cuando se llevan a cabo trabajos de investigación documental, que consisten en revisar en forma separada todo el acopio del material necesario para la investigación.

Sintético: Este método es el que sintetiza la información recopilada, lo que permite estructurar las ideas de la investigación. (Caál et al, 2015).

Los dos métodos anteriores son relevantes para los objetivos específicos de esta investigación ya que estos se basan en la recolección, sintetización y estudio de datos, los cuales son los pilares de los objetivos uno y dos, con este par de métodos se llega a una conclusión y se tiene un camino mucho más claro para así construir el tercer objetivo específico.

8. Muestra

Se realiza un proyecto para investigar qué tanto saben los padres sobre la protección de la identidad digital de sus hijos y cuál es el comportamiento de estos o la dirección de las instituciones hacia los alumnos. Se dirige a hombres y mujeres con una franja de edad que puede estar entre los 25 y 45 años, por ejemplo, padres de familia, miembros de la familia que en algún momento están a cargo de un menor y por supuesto profesores y miembros de una institución educativa, en la comuna 5 de la ciudad de Cali, con un estrato socioeconómico medio.

Target de niño:

Juan Camilo Castaño

Género: masculino, de 10 años de edad cursa 5º de básica primaria, con una locación en la comuna 5 de la ciudad de Cali.

Estrato: 3 con un nivel adquisitivo medio, facilidad de acceso a internet.

Personalidad: Amigable pero un poco problemático, extrovertido y curioso, no tiene muchos límites.

Entorno: tiende a ser el centro de atención en el colegio, en casa casi no ve a sus padres salvo en la mañana cuando sale a estudiar y en la tarde cuando sus padres llegan de trabajar, lo cuida una niñera la cual no le presta mucha atención se encarga más de los quehaceres de la casa y le deja manipular a su antojo el computador y una tablet, en aplicaciones como YouTube, Facebook y juegos en línea, mientras ella está ocupada, por ende, apenas llega del colegio se conecta al instante. En reuniones familiares a duras penas juega un rato con los de su misma edad, porque está más acostumbrado a juegos online y ver a sus familiares pendientes de una pantalla.

9. Instrumentos de investigación

Entrevista: Ruiz (1989) habla de la entrevista no estructurada como entrevista en profundidad. Plantea que sus objetivos son comprender más que explicar, maximizar el significado, alcanzar una respuesta subjetivamente sincera más que objetivamente. Por otro lado, Taylor y Bogan (1986) afirman que la entrevista es un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones. Por eso se determina la importancia de aplicar esta herramienta en esta investigación debido a que se conocen diferentes puntos de vista y motivos por los cuales se desconocen este tipo de riesgos. La entrevista es de gran ayuda ya que permite identificar el nivel de conocimiento que tienen los padres de los estudiantes acerca del tema de protección digital infantil, por medio de la entrevista se logra resolver el primer objetivo específico.

Encuesta: Según Casas (2002) la encuesta permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En todos los ámbitos, son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica. También, la define como la información que se recoge de modo estandarizado mediante un cuestionario (instrucciones iguales para todos los sujetos, idéntica formulación de las preguntas, etc.), lo que faculta hacer comparaciones intergrupales. Basados en estas definiciones se llega a la decisión de que esta herramienta es de gran utilidad para la recolección de datos los

cuales son ordenados y evaluados para determinar la mejor estrategia a seguir basados en las respuestas que contiene.

10. Diseño metodológico

Objetivo	Instrumento	¿Qué se espera de él instrumento?	Categorías de análisis
1. Identificar el nivel de conocimiento que tienen los padres con respecto a la protección de la identidad digital en sus hijos	Encuesta	Recopilar la mayor cantidad de información que nos sea útil para llegar a conclusiones concretas	Encuesta Padres Ciberbullying Supervisión
2. Indagar acerca de los procesos y medidas tomadas por la institución referente al tema.	Entrevista	Mantenernos al tanto de tanto ha hecho la institución acerca de esta problemática para así aplicar nuestras herramientas	Coordinadora Director Control Actividades Colegio
3. Indicar las pautas para la creación de una posible campaña publicitaria que ayude a los padres a concientizar la importancia de la protección digital de sus hijos.	Ficha de lineamientos de campaña.	Ayudar a evitar este tipo de casos en la institución por medio de los lineamientos	Estrategia Campaña Pautas Línea grafica

10.1 Instrumentos

10.1.1. Instrumento 1: Encuesta

Lineamientos para una campaña publicitaria que permita concientizar a los padres de familia de los estudiantes de básica primaria del grado 5to del colegio "María Elvinia" de la ciudad de Cali, sobre la protección de la identidad digital infantil para el año 2023.

Consentimiento informado:

Hola, somos Ana María Balanta y David Perlaza, estudiantes de séptimo semestre de publicidad de la Universidad Santiago de Cali. Estamos desarrollando nuestro trabajo de grado: Lineamientos para una campaña publicitaria que permita concientizar a los padres de familia de los estudiantes de básica primaria del grado 5to del colegio "María Elvinia" de la ciudad de Cali, sobre la protección de la identidad digital infantil para el año 2023.

El objetivo de este formato de preguntas es identificar qué nivel de conocimiento tienen los padres con respecto a la protección de la identidad digital en sus hijos.

Para el desarrollo de este objetivo, debemos capturar y llevar a cabo el tratamiento de datos que correspondan al presente formato, por esta razón nos comprometemos a cumplir en todo momento la Ley Estatutaria 1581 de 2012 de Protección de Datos Personales y sus decretos reglamentarios. Es decir,

a) La información personal que se consigne en la investigación permanecerá en secreto y no será proporcionada a persona diferente al participante en ninguna circunstancia. Sólo los investigadores podrán utilizar el nombre del participante con fines de diferenciar los perfiles y comentarios de unos y otros en las entrevistas.

b) Los resultados de esta investigación podrán ser publicados en revistas científicas o presentados en reuniones científicas, pero la identidad de los participantes no será divulgada.

c) El participante puede retirarse en cualquier momento de la investigación. Sin embargo, los datos consignados hasta ese momento seguirán formando parte del estudio, a menos que el participante solicite por escrito que su identidad e información sean borradas o no tenidas en cuenta.

El estudio es completamente voluntario, para participar se tendrá en cuenta que usted debe hacer parte de la facultad de comunicación y publicidad, y contar con un extenso conocimiento de la estructura del programa de comunicación social.

En ningún momento se juzgará las posiciones de los entrevistados; se requiere de versiones espontáneas de los mismos.

Agradecemos que des tu consentimiento para participar en el estudio respondiendo las siguientes preguntas:

1. ¿Sabe que es la protección digital y cuáles son sus riesgos? Sí No
2. ¿Sabe que es el control parental en dispositivos smart? Sí No
3. ¿Conoce los riesgos que se corren al navegar en internet? Sí No
4. ¿Sabe que es el ciberacoso? Sí No
5. ¿Sabe que es la suplantación de identidad? Sí No
6. ¿Sabe qué son las redes sociales? Sí No
7. ¿Hasta qué punto puede controlar las redes sociales de sus hijos? Mucho Poco
8. ¿Sabe usted que es un pedófilo? Sí No
9. ¿Sabe que es el ciberbullying? Sí No

<p>10. ¿Utiliza algún sistema de protección en la red para sus hijos? Sí No</p>
<p>11. ¿le mide y/o controla usted el tiempo en internet a sus hijos? Sí No</p>

10.1.2. Instrumento 2: Entrevista

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué cargo ocupa en la institución?
3. ¿Cuánto tiempo lleva en la institución?
4. ¿Tiene una buena comunicación con los padres de familia? de ser así ¿Qué canales usa para estar en contacto con ellos
5. ¿Considera que tiene un buen control de la institución con respecto a las funciones que desempeña?
6. ¿Conocen el concepto de protección digital infantil?
7. ¿Qué tanto han comunicado a los estudiantes acerca de este tema?
8. si ha comunicado a los estudiantes sobre este tema ¿qué ha comunicado?
9. ¿Se han presentado casos referentes a este tema en la institución? si, se han presentado ¿qué casos?
10. ¿Conocen cuáles son los riesgos que circulan en la web? sí, ¿cuáles?
11. ¿En el caso que se evidencie un riesgo de protección digital qué medida tomaría la institución?
12. ¿Qué tanto han comunicado a los padres de familia acerca de este tema

10.1.3 Instrumento 3: Ficha de lineamientos

Camino de Investigación	Antecedentes de campañas en la escuela
	resultados de herramientas
	Mandatories
Concepto creativo	Temas a tratar
	Key Visual
Estrategia creativa	Brief

11. Fases de investigación

A continuación, se presenta el cronograma de actividades que son realizadas entre el periodo 2022B las cuales corresponden a los meses de Noviembre y Diciembre del año 2022 y el periodo 2023A las cuales corresponden a los meses de Enero y Febrero del año 2023. Para resolver los objetivos de esta investigación, se realizan 2 fases.

Fase 1: En esta fase se realiza una investigación descriptiva con el fin de recoger los datos necesarios para el tema investigado aplicando el método analítico, por medio de las herramientas entrevista y encuesta, donde se determinan diferentes variables importantes para la realización y elaboración de los objetivos específicos, esta fase se implementa en los meses de Noviembre y Diciembre del periodo 2022B, la que permite el desarrollo de los dos primeros objetivos de investigación.

FASE 1		NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Descriptiva Analítica	Entrevista				Entrevista al director de la institución		Entrevista a la coordinadora de la institución		
	Encuesta				Encuesta a padres	Encuesta a padres	Encuesta a padres	Encuesta a padres	

Fase 2: En esta última fase se realiza una investigación documental con el método sintético, este con el fin de recopilar y sintetizar la información recogida de la anterior fase para así llegar a una conclusión y facilitar la resolución del objetivo número tres, esta se realizará por medio de las herramientas entrevista y encuesta en los meses de Enero y Febrero del periodo 2023A.

FASE 2		ENERO				FEBRERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4
Documental Sintética	Entrevista			Sintetización y análisis de la información	Sintetización y análisis de la información		Construcción ficha técnica		
	Encuesta				Sintetización y análisis de la información	Sintetización y análisis de la información			

CAPÍTULO 2: RESULTADOS

1. Resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos con el instrumento de las encuestas, el cual se realizaron 11 preguntas a una muestra de 32 padres y madres de familia para determinar su nivel de conocimiento respecto al tema central de esta investigación, la protección de la identidad digital infantil. Los padres respondieron de forma anónima a este cuestionario dejaron claros varios puntos que se tiene en cuenta para el desarrollo de este documento, aportando información valiosa en la toma de decisiones futuras y mostrando de forma clara la problemática y la necesidad de una propuesta que haga parte del proceso de resolución de la misma, para finalmente sentar las bases de cómo se podría construir lineamientos de una campaña publicitaria en este colegio, con esta temática y para este público, con el objetivo de

impactar de forma positiva tanto en los niños como en sus padres. De igual forma se realiza una entrevista al rector y a la coordinadora de la institución para determinar el nivel de conocimiento de control y los planes de acción tomados en la escuela por parte de sus encargados, se hace notoria la necesidad de brindarles herramientas de valor para que ellos puedan transmitir los conocimientos y por ello se presenta la ficha técnica, una propuesta con lineamientos, bases investigativas y puntos de partida para el correcto desarrollo de una campaña publicitaria que promueva la importancia de dar a conocer los riesgos que hay en la web para los niños.

1.1 Resultado 1

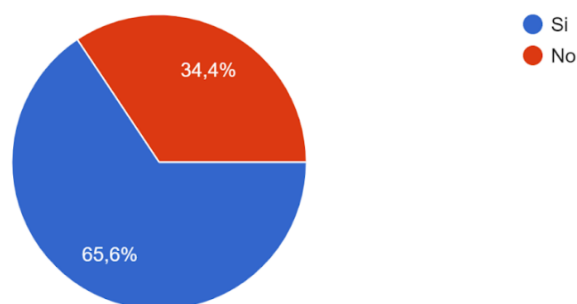
“ Identificación del nivel de conocimiento que tienen los padres con respecto a la protección de la identidad digital en sus hijos”

Por medio de una encuesta de 11 preguntas realizadas a los treinta y dos padres de familia de los grados quinto-uno y quinto-dos de la institución se logra obtener los resultados, los cuales ayudan a concluir la identificación del conocimiento que tienen los padres acerca de la protección digital infantil.

Empezando la serie de preguntas a los padres de familia, en la pregunta 1 se quiere obtener evidencias sobre la relación que tienen los padres sobre la protección infantil, y arroja la siguiente información como se evidencia a continuación.

1). ¿Sabe que es la protección digital y cuáles son sus riesgos?

32 respuestas



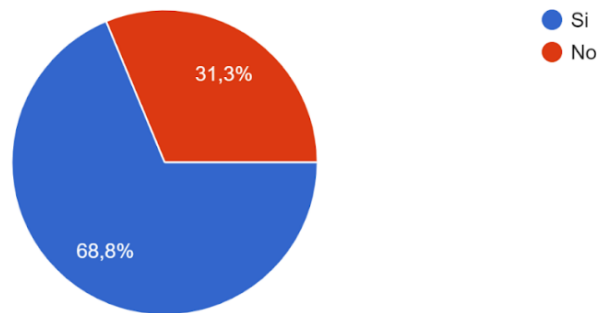
Se encuentra que 21 padres, lo cual corresponde a un 65,6%, dicen que sí saben que es la protección digital y cuáles son sus riesgos. Y los otros 11 que corresponde al 34,4%, no saben qué es. Esto significa que el porcentaje de conocimiento sobre la protección infantil es alto, pero aun así es importante que este porcentaje aumente para que los riesgos digitales en los niños disminuyan y se pueda determinar el paso a seguir a la hora de informar. Es importante resaltar que se evidencia un

desconocimiento por parte de los padres de familia, un 34.4% (11 padres) desconoce el término de protección infantil. Con uno de ellos que lo desconozca el riesgo es alto para los niños, a través de las aplicaciones sociales acceden a material con contenido sexual y a chats de adultos. Si bien es cierto internet abrió el espectro de la información, también vuelve vulnerable la sociedad, sobre todo la infantil. En ese sentido se hace necesaria la alfabetización de los adultos, quizás así se pueda transmitir esa sensibilización a través de ellos a los niños y niñas.

Por otro lado, siguiendo con el cuestionario, en la pregunta 2 que se muestra a continuación.

2). ¿Sabe que es el control parental en dispositivos tecnológicos?

32 respuestas

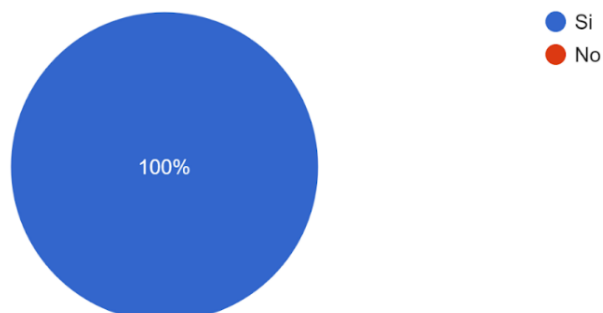


22 padres lo que corresponde al 68,8%, dicen que si saben que es el control parental en dispositivos tecnológicos y los otros 10 padres que corresponde al 31,3% dicen que no saben qué es, lo cual permite identificar que el control de los padres en los dispositivos tecnológicos de sus hijos es alto, aunque otros padres no saben el concepto "control parental". Lo que da una muestra clara respecto a los enfoques que deben tenerse en cuenta a la hora de desarrollar este proyecto.

En la pregunta 3 se indaga sobre los riesgos en general de navegar en internet.

3). ¿Conoce los riesgos que se corren al navegar en internet?

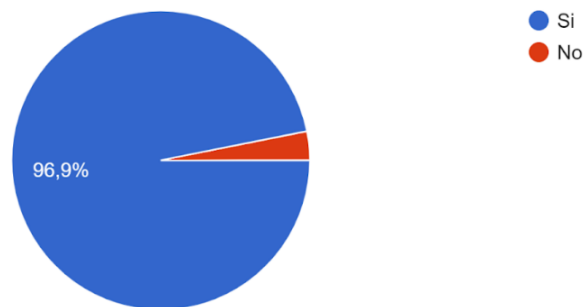
32 respuestas



Se encuentra que 32 padres encuestados lo que representa el 100% responden que sí conocen los riesgos, por lo que se determina que este porcentaje es importante, ya que demuestra que los padres están conscientes que existen riesgos para sus hijos en la web los cuales los pueden afectar de muchas maneras. Cabe resaltar que queda la duda sobre cuáles de los riesgos conocen y si tal vez tienen el conocimiento completo o si solo han escuchado sobre ellos. Por ello se indaga un poco más en la siguiente pregunta.

4). ¿Sabe que es el ciberacoso ?

32 respuestas

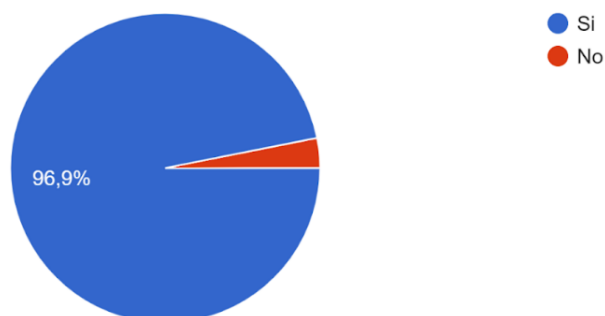


En la pregunta 4, 31 padres (96,9%) afirman saber que es el ciberacoso, y solo el 1% (1 padre) no sabe que es. Este resultado demuestra que la mayoría de los padres están informados sobre el significado de uno de los riesgos cibernéticos que corren sus hijos al navegar en la web. También sirve como base para determinar que, aunque sea el 1% el porcentaje de los encuestados que desconoce el término, hay que tener en cuenta que la muestra es pequeña, lo que podría significar que a nivel mayor el desconocimiento de este puede crecer; por lo cual es un factor importante a tener en cuenta y uno de los puntos claves a reforzar en los lineamientos.

También se indaga sobre la problemática de la suplantación y se obtienen los siguientes resultados.

5). ¿Sabe que es la suplantación de identidad?

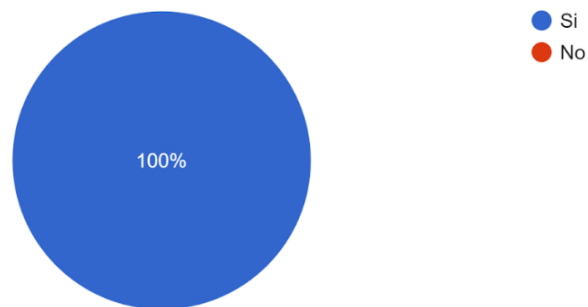
32 respuestas



31 padres (96,9%) saben que es la suplantación de identidad, y solo el 1% (1 padre) no sabe que es, al igual que en la pregunta anterior. Es notable que las respuestas de los padres demuestran que tienen conocimiento acerca de algunos de los términos que se refieren a los riesgos cibernéticos. Al igual que en el punto anterior solo un pequeño porcentaje desconoce el término, pero se pretende informar y dejar claro todos estos conceptos para todas las personas del colegio.

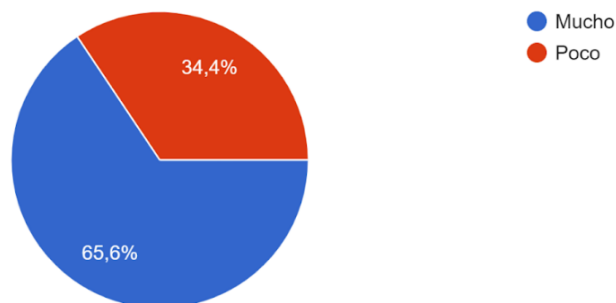
En la pregunta 6, se cuestiona si saben qué son las redes sociales, en su totalidad, es decir 32 padres, el 100% de los encuestados saben que son. Esto es un buen indicador que permite conocer hacia dónde deben direccionar los esfuerzos de comunicación y los medios de difusión para la información que la campaña quiere transmitir.

6). ¿Sabe que son las redes sociales?
32 respuestas



También, es importante conocer los niveles de control que tienen los padres sobre sus hijos en determinadas redes, lo que evidencia la pregunta 7

7). ¿Hasta que punto puede controlar las redes sociales de sus hijos?
32 respuestas



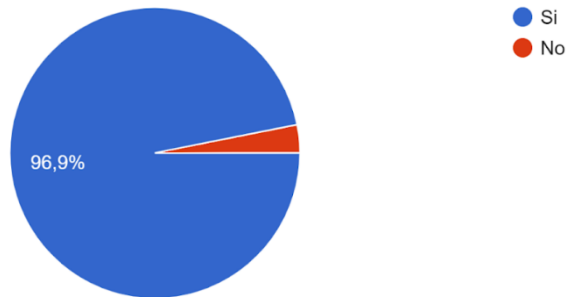
Se encuentra que, 21 padres que corresponde al 65,6%, dicen que puede controlar las redes sociales de sus hijos, el restante 34,4% (11 padres) reconoce tener poco control sobre el uso de las redes, esto es un indicador que la mayor parte de los padres controlan el uso de internet

de sus hijos, pero también evidencia la falta que hace que estos controles se hagan más comunes en las familias.

Para indagar sobre ello se realiza la pregunta 8 que habla sobre otro de los tantos riesgos de internet, aunque sea indirectamente.

8). ¿Sabe usted que es un pedófilo?

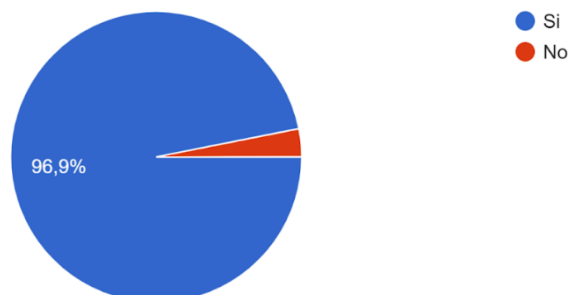
32 respuestas



31 padres (96,9%) saben a qué se refiere el término pedófilo, solo 1 padre encuestado desconoce el significado de la palabra, lo que indica el conocimiento de la problemática relacionado con el término y los peligros que conlleva. Por esa razón en la siguiente pregunta se investiga más sobre los peligros, con términos que resultan ser bastante familiares para los encuestados.

9). ¿Sabe que es el ciber bullying?

32 respuestas

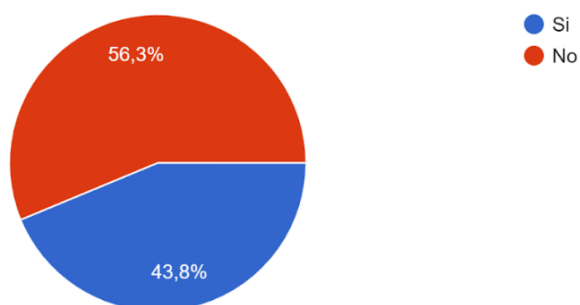


El 96.9% de los encuestados es decir, 31 padres, saben a qué se refiere el término ciber bullying, lo que indica el conocimiento del tema de la problemática y de los riesgos a los que los niños están expuestos en redes.

También, se pregunta sobre las medidas o protecciones adicionales para el control de los niños en la red.

10). ¿Utiliza algún sistema de protección en la red para sus hijos?

32 respuestas

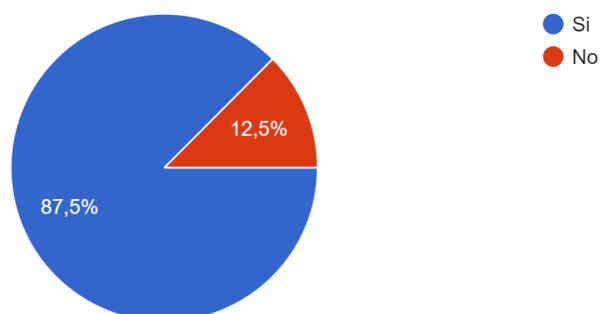


Aquí se encuentra una paridad en los porcentajes, 18 padres que corresponde al 56,3%, no utilizan ningún sistema de protección de red para sus hijos, eso habla un poco del nivel de confianza que tienen sobre las redes; lo cual se puede llegar a lamentar. Por otro lado, 14 (43,8%) padres si tienen algún tipo de seguridad adicional o al menos un control parental para la seguridad de sus hijos; se espera como resultado adicional mejorar estas cifras.

Es importante tener alguna idea sobre el tiempo que pasan estos niños en redes. Y se preguntó lo siguiente.

11). ¿Le mide y/o controla usted el tiempo en internet a sus hijos?

32 respuestas



Se observa que 28 padres lo que equivale al 87,5%, le miden y/o controla el tiempo de internet a sus hijos, los otros 4 padres (12,5%) dejan navegar libremente por internet a sus hijos, lo que habla de un descuido por su parte y una problemática que quizá no les afecta o importa tanto.

En general se puede decir que con los resultados obtenidos encuestando a esta muestra de padres de familia de los estudiantes, es posible determinar el nivel de conocimiento o desconocimiento por parte de los encargados de estos niños, se rectifica una vez más la importancia de educar y promover mejores prácticas para la protección digital infantil en

esta escuela, y de reforzar el sistema educativo en los colegios para que eduquen más sobre los riesgos a los que los niños desde temprana edad están expuestos. También se recopila información importante que ayuda a determinar el camino y las decisiones venideras en el desarrollo de esta investigación, aportando información valiosa que permite identificar con qué tipo de contenidos la comunidad se relaciona para así lograr una comunicación estratégica, óptima, de fácil comprensión y directa con los padres de familia.

Además, es fundamental tener en cuenta que la importancia de entender y dar a conocer esta problemática es prioritaria, debido principalmente a que son los más jóvenes quienes se ven perjudicados de muchas formas. Desde la perspectiva de esta investigación, se cree en la importancia de permitir que los niños conozcan y naveguen en internet. Es un conocimiento fundamental y necesario para esta era. Siempre es importante identificar los espacios y los contenidos adecuados para que sean consumidos por estos menores logrando así un control que ayude a tener mejor experiencia en el relacionamiento de los niños con el internet de forma más segura y eficiente, sin perder lo interesante y lo divertido que esto puede llegar a ser para ellos. Por ello los esfuerzos de esta investigación se centraron en identificar los problemas para internet, la divulgación de la información y la interpretación de resultados para conseguir ofrecer una base sólida que se pueda usar de referente a la hora de crear una campaña para enfrentar esta problemática.

1.2 Resultado 2

“Indagación acerca de los procesos y medidas tomadas por la institución referente al tema”.

El día 3 de noviembre de 2022 se lleva a cabo una entrevista a Luis Eduardo Colmenares quien es el director de la institución y a Noelia Salazar quien es la coordinadora de primaria, en esta entrevista se recolecta información de alta importancia acerca de los procesos y medidas tomadas por la institución sobre la protección digital infantil. La entrevista también tiene como fin conocer la información interna del colegio que acerca más al tipo de contenido que ellos implementan en el modelo educativo logrando así identificar los medios y canales adecuados para la reproducción del mensaje y las bases para la realización de una campaña venidera para enfrentar esta problemática en la institución.

1.2.1. Entrevista 1

Director:

1. ¿Cómo es su nombre?
Luis Eduardo colmenares

2. ¿Qué cargo ocupa en la institución?

Director

3. ¿Cuánto tiempo lleva en la institución?

11 años como director

4. ¿Tiene un buen acercamiento con los padres de familia?

Director: “Ehh, digamos que yo no, no me relaciono directamente con los padres de familia, porque pues las coordinadoras como son las que están como ahí de la mano con los profesores, los estudiantes y son las que digamos tienen más comunicación con los padres, pero yo de alguna manera tengo buena relación con los padres cuando vienen y acuden a mí, y, pues algunos comunicados que sí envié por correo directamente.”

Es importante que el director interactúe un poco más con los padres ya que esto hace que la relación entre ellos sea un poco más estrecha y el director estará mucho más informado sobre los sucesos en la institución.

5. ¿Considera tener un buen control de la institución?

Director: “Sí, claro, sí. Aquí tenemos unas funciones ya muy distribuidas, lo que sí hacemos es tratar de estar todos en la toma de decisiones a nivel administrativo y actividades, siempre nos ponemos de acuerdo”.

Es importante el buen control de la institución, de eso depende los buenos manejos y las buenas decisiones a nivel administrativo de la misma, esto hace que todo fluya conforme a un buen funcionamiento y al bienestar de los estudiantes.

6. ¿conocen el concepto de protección digital infantil?

Director: “Pues como tal esa frase de protección digital infantil, la verdad, apenas ahora que me hace la entrevista como que escucho ese término. Sin embargo, pues sí, eh... hemos relacionado el concepto como con las redes sociales, como bueno, qué. ¿Qué se debe hacer para proteger a los niños cuando se acercan a la parte digital? así lo entendemos”.

Con esta pregunta se puede evidenciar que la estructura del concepto “Protección Digital Infantil” no es muy habitual, por lo tanto, no se conoce mucho de él; pero aun así sin conocer a profundidad este tema, solo su nombre da a entender la idea que se quiere transmitir.

7. ¿Qué tanto han comunicado a los estudiantes acerca de este tema?

Director: “Desde coordinación y con los docentes, pues tenemos algunas asignaturas donde se trabaja específicamente ese tipo de temas, o sea, la parte de educación sexual y ética y como somos una institución especializada en informática, se relacionan esos temas y se tocan temas de protección a los niños donde se les enseñan los conceptos de que es cyberbullying, sexting, entre otros donde ellos (estudiantes) se puedan ver vulnerados, inclusive celebramos el día del internet, en donde

por medio de una forma diferente y dinámica explicamos a los estudiantes las ventajas y desventajas de la internet ”.

El hecho de que la institución genere diferentes actividades o estrategias para informar acerca de este tema es bastante fundamental, puesto que esto hace que los estudiantes conozcan y estén atentos a los riesgos que pueden encontrar en la web.

8. Si ha comunicado a los estudiantes sobre este tema ¿qué ha comunicado?

Director: “Todo lo que sabemos sobre este concepto, situaciones donde ellos puedan verse vulnerados por que comparten información porque se les acerque alguien solicitando la información, entonces como que tratamos de hacerles ver que en las redes hay un riesgo. Que no a todo el mundo se le tiene que estar compartiendo información ni todo lo que hacemos tenemos que estarlo mostrando a todo el mundo, es como aprender a compartir y qué tipo de información se debe compartir o se puede compartir. Y esto lo hacemos desde las asignaturas ética, educación sexual e informática, por eso tenemos un día llamado el día del internet donde se tocan estos temas”.

Es una gran ventaja que la institución tenga materias centradas especialmente en este tipo de temas ya que instruyen a los estudiantes todo lo referente a esto.

9. ¿Se han presentado casos referentes a este tema en la institución?

Director: “Pues digamos que sí, como los muchachos hoy en día se relacionan mucho a las redes sociales que hay medios de comunicación ahí que usan. por ejemplo el WhatsApp, por ejemplo, dos compañeritos son novios acá y discutieron entonces la niña fue y le contó a la amiga y la amiga le aconsejó y el chico empezó a amenazar por WhatsApp diciéndole que no se meta, que si se mete que entonces va a tener problemas con él, entonces ya viene la queja y la abuelita con el celular mostrando la conversación, y bueno... pero no es mucho lo que sucede acá los chicos saben que tenemos un control y que llevamos las consecuencias hasta lo último”.

Cuando esta clase de casos se presentan en las instituciones es primordial que el seguimiento a estos sea óptimo, pues al no ser así lo sucesos suelen volverse repetitivos perdiendo el control de estos dentro de la institución.

10. ¿Conocen cuáles son los riesgos que circulan en la web? sí, ¿cuáles?

Director: “Bullying, robo de identidad, intimidaciones” .

Aunque conocen unos de los riesgos más importantes que circulan en la red, se tiene muy poco conocimiento acerca de ellos es importante que por ese lado los directivos y profesores se informen un poco más.

11. ¿En caso de que se presente un riesgo de protección digital qué medida tomaría la institución?

Director: “Como institución siempre buscamos entender y darle seguimiento a las quejas o la información de quien denuncia, lo primero siempre es entender que es lo que está pasando si es algo que trasciende y puede llegar a delito o a herir la integridad física o emocional del niño, nosotros tenemos que reportar a secretaria de educación y ellos con la información envían a los entes de control que deban involucrarse como la Personería, el ICBF, cuando ellos se apersonan hacemos un seguimiento y un cierre del caso, pero si ellos intervienen como institución nos hacemos a un lado, pero siempre buscamos darle solución de forma interna.”

Es de gran ventaja que la institución le de un buen manejo y un buen seguimiento a los problemas que se puedan presentar dentro de ella, esto permite tener un control en la situación y evitar que los problemas se hagan más grandes.

12. ¿Qué tanto han comunicado a los padres de familia acerca de este tema?

Director: “Si, se les ha tocado el tema cuando hacemos reuniones de padres, se les entrega una circular o unas diapositivas con información, lo que si es que el tema no es muy regular quizá se pueda mejorar ese aspecto, cuando se han presentado casos en los salones también buscamos el acercamiento de la policía de infancia y adolescencia, pero es más con los estudiantes, creo que debemos ser más proactivos con los papas darles más información a ellos. Aunque hay padres juiciosos, hay otros que son no muy atentos”.

Es necesario que la institución informe a los padres mucho más de la protección digital de sus hijos ya que están expuestos a cualquier cantidad de riesgos cibernéticos, hay padres que no tienen la menor idea de la existencia de estos conceptos y riesgos, y por otro lado es muy necesario que los padres estén atentos a la información brindada por la institución.

En conclusión, se considera que la institución hace un buen trabajo en el hecho de mantener a los estudiantes informados acerca de este tema, las dinámicas y estrategias establecidas son interesante y oportunas logrando así buenos frutos, los cuales se pueden evidenciar en la baja cantidad de casos referentes a la protección digital infantil dentro de la institución, manifestado por el Director Eduardo Colmenares; pero por otro lado falta mucho la implementación de algunas estrategias de comunicación para informar y enseñar a los padres de estos estudiantes lo importante que es un buen control de la navegación web a la cual sus hijos frecuentan exponiéndose así a esta gran cadena de riesgos cibernéticos.

1.2.2 Entrevista 2

Coordinadora:

1. ¿Cómo es su nombre?

María Nohelia Salazar

2. ¿Qué cargo ocupa en la institución?

Coordinadora: “Actualmente mi cargo es el de coordinadora de primaria”

3. ¿Cuánto tiempo lleva en la institución?

Coordinadora: “En la institución llevo 31 años”

4. ¿Tiene un buen acercamiento con los padres de familia?

Coordinadora: “Considero que manejo una comunicación acertada y asertiva con los padres de familia y para ello me gusta más establecer el contacto directo, pero también en casos excepcionales uso la vía WhatsApp, lógicamente considero idónea la comunicación por correo electrónico”.

Para la coordinadora de la institución la comunicación con los padres es de vital importancia para la buena formación y aprendizaje de los niños por lo cual utiliza todas las herramientas tecnológicas para estar siempre en contacto con ellos.

5. ¿Considera tener un buen control de la institución con respecto a las funciones que desempeña?

Coordinadora: “Hasta el momento considero que si, pues asumo con compromiso total mi función tratando de liderar y orientar adecuadamente a mis compañeros”.

Es evidente el compromiso de la coordinadora en delegar y liderar los procesos formativos logrando dirigir y gestionar los equipos de trabajo para una mejor obtención de resultados.

6. ¿Conocen el concepto de protección digital infantil?

Coordinadora: “Conocerlo no, pero me imagino que se relaciona con la forma de evitar que los menores de edad accedan a información en las redes sociales y que no les corresponde o no sea apropiada”.

Aunque no conoce por completo la definición o el tema, para ella es fácil relacionarlo y comprenderlo por lo que se deduce que de alguna forma ha obtenido información relevante sobre los temas a tratar.

7. ¿Qué tanto han comunicado a los estudiantes acerca de este tema?

Coordinadora: “Cuando dictaba clase los orientaba en cuanto a la información que se puede recibir por los medios electrónicos”.

En su momento orientó a los niños sobre el correcto uso de las redes sociales lo cual habla acerca de las posibles experiencias y el conocimiento en estos casos.

8. si ha comunicado a los estudiantes sobre este tema ¿qué ha comunicado?

Coordinadora: “Comuniqué el hecho de caer su información en manos equivocadas y que pudieran ser chantajeados o extorsionados”.

La coordinadora de una forma simple explica qué repercusiones o situaciones podría causar el mal uso de las redes lo cual es muy útil.

9. ¿Se han presentado casos referentes a este tema en la institución?

Coordinadora: “Podría decir que solo el hecho de que como estudiantes utilizaran las fotos de sus compañeros para hacer burlas o cosas parecidas”.

Este tipo de casos aunque parezcan sencillos, la verdad es muy importante tratarlos con cuidado, puesto que en cualquier momento puede ocurrir un evento desafortunado.

10. ¿conocen cuáles son los riesgos que circulan en la web? sí, ¿cuáles?

Coordinadora: “pornografía infantil, secuestro, extorsión”.

Es fácil relacionar estos temas con la protección digital infantil ya que estas son unas de las principales problemáticas y ella lo sabe.

11. ¿En caso de que se presente un riesgo de protección digital qué medida tomaría la institución?

Coordinadora: “Alertar a los estudiantes, comunicar a los padres y acudir a las autoridades pertinentes”.

Es bastante claro el protocolo que se debería seguir lo que habla acerca del conocimiento previo sobre el tema.

12. ¿Qué tanto han comunicado a los padres de familia acerca de este tema?

Coordinadora: “Ha sido permanente la comunicación pues en la reuniones para entregar boletines se toca el tema de manera asertiva”.

Al ser constante la comunicación se facilita el envío del mensaje a los padres para ayudar a prevenir todas estas situaciones y fortalecer los vínculos de la institución y la comunidad estudiantil.

De estas respuestas se puede denotar lo importante que es para la institución el hecho de estar en constante comunicación con los padres de los estudiantes, utilizar los medios digitales y tradicionales para crear una comunidad y hacerlos partícipes de la educación y el correcto desarrollo de la personalidad de los niños, a par de la evidente importancia que le prestan a todo el tema de la protección digital infantil, de esta manera se llega a la conclusión de que para la realización de una campaña lo ideal es utilizar ambos medios de comunicación, es decir digitales y tradicionales para comunicar de manera más eficiente y llegar al total de la comunidad que siempre está buscando hacer parte de la formación integral y de la educación de sus hijos. Por lo tanto, la identificación de los medios a implementar, el tono y el mensaje de la campaña quedan claros gracias a estas entrevistas.

De esta forma se puede concluir la importancia de realizar este proyecto en la institución ya que para ellos es fundamental la educación sobre todo lo relacionado a la protección digital infantil y al ser una institución encargada de la correcta formación y educación de los niños, encuentran en este proyecto una gran oportunidad de fortalecer dicha formación a la par de proteger a los niños de estas situaciones y mejorar la comunicación con los padres de familia.

1.3 Resultado 3

“Pautas para la creación de una posible campaña publicitaria que ayude a los padres a concientizar la importancia de la protección digital de sus hijos”.

Los lineamientos que se presentan a continuación se derivan de la aplicación de los dos instrumentos del trabajo de campo realizado con los padres de familia y el personal de la institución. Se presenta en forma de ficha técnica (construcción propia) debido a la fácil interpretación de los datos a la par de la agilidad y versatilidad del formato, con esto se espera establecer los datos para una futura campaña.

En la investigación se plantea un concepto creativo, se obtiene la información del concepto de la interpretación de los resultados de las encuestas realizadas a los padres de familia. Se logra construir unos lineamientos que le permita a un sector de la comunidad educativa entender la forma de recibir e interpretar la información. Se plantea la estrategia creativa la cual se obtiene de la interpretación de los resultados de las entrevistas con los directivos, son ellos la fuente primaria que aportan para construir conocimiento publicitario que permita proponer una campaña publicitaria que comunique de forma estratégica el objetivo general. Los lineamientos para construir una campaña publicitaria que permita concientizar a los padres de familia del grado quinto del colegio Maria Elvinia sobre la protección digital infantil, se convierten en una guía, en un camino a emprender para que, ojalá en un tiempo cercano pueda permitirse el desarrollo integral de la campaña publicitaria.

Se presenta la ficha de lineamientos de campaña, para poder presentar estos lineamientos, esta ficha está construida por 3 categorías. Camino de investigación que consta de los antecedentes de campañas, el análisis de los resultados de los instrumentos y los mandatories; la segunda categoría es el concepto creativo, esta, está constituida por la campaña visual y los temas a tratar; y por último se encuentra la tercer categoría que es la estrategia creativa la cual consta de el brief. En ese sentido se convierte en una pieza importante, explicar cada una de estas categorías para facilitar la comprensión de estas.

Camino de Investigación	A. Antecedentes de campañas en la escuela	Ninguno
	B. Resultados de instrumentos de investigación	Presentados por medio de herramienta DOFA
	C. Mandatories	Propuestos por la institución
Concepto creativo	A. Campaña visual	Propuesta Key Visual
	B. Temas a tratar	*Riesgos de la web *Supervisión parental *Medidas de protección
Estrategia creativa	A. Brief	Propuesta de Brief

Ficha de lineamientos de campaña

1.3.1 Camino de Investigación

A. Antecedentes de campañas en la institución:

La institución no tiene ningún antecedente de campañas o investigación sobre este tema en especial, sin embargo, celebran el día del internet y en él, hacen actividades que abordan las ventajas, desventajas y los peligros que se encuentran en la internet, este tipo de actividades permiten que solo los estudiantes tengan algún tipo de conocimiento referentes a este tema.

B. Resultados de instrumentos de investigación:

Herramienta DOFA

Debilidades:

- La institución tiene muy pocos canales de comunicación, pues solo cuentan con el correo electrónico y en diferentes momentos WhatsApp. Esto hace que en ocasiones los padres no se enteren de la información o las circulares que envían los directivos o los profesores, lo cual también, puede hacer ver a los padres como si no estuvieran pendientes de los temas académicos de sus hijos.
- La institución toca muy poco el tema de la protección digital infantil con los padres de familia, al punto de que en los resultados de las

encuestas se evidencia la falta de conocimiento que tienen los padres hacia los diferentes términos y temas que abarca esta investigación.

Oportunidades:

- Los padres de los estudiantes de quinto-uno y quinto-dos de la institución, tienen una buena recepción ante este tema, puesto que se encuentran muy interesados por la temática que abarca esta investigación, quieren entender e informarse más para así tener un buen control de sus hijos sobre todo en el campo digital.
- La institución se muestra muy colaborativa con la investigación, saben y comprenden lo importante que es orientar a los padres y a sus alumnos sobre este tema. Comparten que es una buena idea tratar este tema por medio de una campaña.

Fortalezas:

- Los profesores de la institución tienen una buena comunicación con los padres, son ellos los que directamente tienen contacto con todos los padres del curso.
- A nivel administrativo, la institución tiene un buen funcionamiento, la toma de decisiones son en conjunto y con participación de todos los colaboradores.
- La institución posee asignaturas referentes a este tema como son, “informática” y “educación sexual”, estas asignaturas se conectan entre sí para hacerles saber a sus estudiantes lo importante que es cuidar su integridad física y mental en el momento que empiecen a navegar en la internet.

Amenazas:

- Según los resultados de las encuestas, los padres tienen cierto conocimiento del término que se plantea en esta investigación (protección digital infantil), pero no conocen, ni tienen en cuenta la cantidad de riesgos que existen.
- Los estudiantes de quinto grado de la institución, son niños que ya están atravesando por su proceso de pubertad; así que, la comunicación con ellos y más que todo sobre este tema, es un poco complicada.

C. Mandatories

<p>El uso del logo sin ninguna variación</p>	 The logo is circular with a blue border. Inside, the letters 'ME' are prominently displayed in a stylized, blue, blocky font. The text 'COLEGIO TÉCNICO MARÍA ELVINA' is written in red, uppercase letters along the top inner edge of the circle, and 'CALI' is written in red, uppercase letters at the bottom.
<p>Evitar lenguaje ofensivo, vulgar o discriminatorio.</p>	 A green square graphic with a pink circle and a diagonal slash over a cartoon character's face, indicating prohibition. Below the graphic, the text 'Prohibido lenguaje ofensivo' is written in pink. A small 'logo' placeholder is in the bottom right corner.
<p>No usar fotografías de los mismos estudiantes de la institución</p>	 A green square graphic featuring a blurred photo of a child's face. A hand with yellow outlines is pointing towards the text 'No Compartas mis fotografías', which is written in pink and blue. A small 'logo' placeholder is in the bottom right corner.

1.3.2 Concepto creativo

A. Propuesta key Visual:



(Construcción propia)

Colorimetría:

El color verde se utiliza a menudo en el diseño para niños porque está asociado con la naturaleza, la tranquilidad, la frescura y la seguridad. Estos son sentimientos positivos que los padres desean transmitir a sus hijos, y que también se asocian con la salud y el bienestar. Además, el color verde se considera un color equilibrado y armonioso, lo que lo hace especialmente adecuado para el diseño de materiales infantiles. También es un color que a menudo se utiliza en los diseños relacionados con la educación y el aprendizaje, lo que puede ser relevante para publicidades relacionadas con productos para niños. En general, el color verde es una opción popular y efectiva para el diseño publicitario dirigido a niños, ya que es un color atractivo y relajante que puede transmitir un mensaje positivo y saludable.

Aunque la campaña está dirigida para los padres de familia también se quiere llamar la atención de los niños, los colores azul, violeta y rosado son comúnmente utilizados en diseños para niños por varias razones:

Asociación cultural: Estos colores suelen estar culturalmente asociados con géneros específicos: el azul violeta con los niños y el rosado con las niñas. Aunque esta asociación de colores de género está cambiando y evolucionando, aún, es comúnmente utilizada en la mayoría de las culturas.

Atractivo visual: El azul violeta y el rosado son colores llamativos y atractivos visualmente para los niños, lo que los hace ideales para captar su atención e interés.

Emociones positivas: Estos colores a menudo se asocian con emociones positivas, como la calma y la serenidad en el caso del azul violeta y la felicidad y el optimismo en el caso del rosado. Al utilizar estos colores en un diseño para niños, se puede ayudar a crear un ambiente agradable y acogedor.

Combinaciones: El azul violeta y el rosado también se combinan bien entre sí, lo que permite crear diseños visualmente atractivos y equilibrados. Además, estos colores también pueden combinarse con otros colores para crear una paleta de colores más amplia y vibrante.

Es importante tener en cuenta que la elección de los colores adecuados dependerá del diseño específico y del mensaje que se quiera transmitir. En algunos casos, otros colores pueden ser más apropiados para el diseño en cuestión.

Tipografía:

Montserrat es una tipografía sans-serif moderna y legible que es adecuada para diseños infantiles por varias razones. A continuación, se detallan algunas de ellas:

Legibilidad: Montserrat es una fuente muy legible y fácil de leer, incluso a tamaños más pequeños. Es importante que la tipografía utilizada en diseños para niños sea fácilmente legible para ellos, ya que esto les ayuda a leer y comprender el mensaje.

Modernidad: Montserrat tiene un aspecto moderno y fresco, lo que la hace ideal para diseños dirigidos a niños que buscan algo contemporáneo y relevante.

Variedad de pesos: La tipografía Montserrat cuenta con varios pesos disponibles, desde Light hasta Black, lo que permite crear jerarquías de información y resaltar elementos importantes del diseño.

Versatilidad: Montserrat es una tipografía versátil que se adapta a diferentes estilos y temáticas, desde diseños lúdicos y divertidos hasta diseños más serios y educativos. En general, Montserrat es una excelente opción para diseños infantiles debido a su legibilidad, modernidad, variedad de pesos y versatilidad. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la elección de la tipografía adecuada depende del diseño específico y del mensaje que se quiera transmitir.

iconografía:

Hay varias razones por las que es beneficioso utilizar iconos en el diseño para niños y sus padres entre ellas están:

Facilitan la comprensión: Los iconos pueden ser utilizados para representar ideas y conceptos de manera visual y fácilmente comprensible para los niños, incluso si aún no han aprendido a leer o escribir. Por ejemplo, un icono de un árbol puede representar la naturaleza o el medio ambiente.

Son atractivos visualmente: Los niños son atraídos por los colores brillantes y las formas divertidas, por lo que los iconos pueden ayudar a captar su atención y hacer que se interesen por el diseño.

Son fáciles de recordar: Los iconos pueden ayudar a los niños a recordar información importante, como reglas de seguridad o indicaciones, ya que su diseño es fácilmente reconocible y memorable.

Fomentan la creatividad: Los iconos pueden inspirar a los niños a crear sus propias ideas y diseños, ya que pueden ser utilizados como punto de partida para la creación de dibujos y otros elementos gráficos.

En general, utilizar iconos en el diseño para niños puede hacer que la experiencia sea más agradable y atractiva para ellos, al mismo tiempo que les facilita la comprensión de la información que se les está presentando.

B. Temas a tratar

- **Riesgos de la web:** es importante especificar a los padres de familia y a los estudiantes de quinto grado, qué riesgos existen en la web y sus consecuencias, ya que muy poco conocen de estos.
- **Supervisión parental:** se debe instruir a los padres como supervisar a sus hijos en el momento en el que el uso de dispositivos móviles se vuelva habitual o permanente.
- **Medidas de protección:** hay que enseñar a los padres, a los alumnos y a los miembros de la institución sobre qué medidas de protección son útiles para evitar los riesgos que tiene la web para los jóvenes.

1.3.3 Estrategia creativa

A. Propuesta de Brief

Público objetivo:

Padres de familia del colegio Tecnico Maria Elvinia del grado 5to-1 y 5to-2

Segmentación demográfica:

Género: Hombres y Mujeres

Edad: 27-40 años

Estado civil: Casado/as o soltera/os

Estrato socioeconómico: 2, 3 y 4

Segmentación psicográfica:

- Padres y madres modernos, los cuales consideran que un dispositivo móvil es importante para la diversión y distracción de sus hijos.
- Padres y madres atentos a la educación y al buen desarrollo de sus hijos.
- Padres y madres que trabajan en oficinas o negocio propio, los cuales no tienen mucho tiempo para compartir con sus hijos salvo los fines de semana.

Objetivos:

- Aumentar la conciencia de los padres sobre las ventajas y desventajas que tiene la web y el uso de dispositivos móviles en sus hijos.
- Aumentar actividades en la institución las cuales hablen a sus alumnos sobre la variedad de riesgos que pueden encontrar en internet y cómo evitarlos.
- Aumentar el conocimiento de los padres sobre todo lo que se refiere al tema.

Tono de campaña:

Es recomendable que el tono de la campaña sea directo y formal, puesto que esta va dirigida a los padres, es importante que el tema de la protección digital infantil quede muy claro para ellos. Esto hace que los padres tomen con seriedad el tema.

Idea creativa:

Como propuesta de idea creativa está utilizar una gama de colores vivos y llamativos que generen impacto visual y llamen la atención de los padres de familia y también de los niños. El mensaje de la campaña es directo y concreto, enfocado en la importancia de la protección digital infantil y los riesgos asociados a la web. La imagen puede estar acompañada de un mensaje claro y directo. La estrategia creativa se enfoca en utilizar medios digitales para llegar al público objetivo, los padres de familia del colegio Técnico María Elvinia del grado 5to-1 y 5to-2 y también medios tradicionales como mupis o carteles los cuales contengan información relevante y puedan ser vistas por los alumnos y los integrantes de la institución. Medios como el correo institucional, WhatsApp y la página web de la institución son de gran utilidad. En

resumen, la idea creativa es utilizar una imagen impactante y un mensaje directo para concientizar a los padres de familia sobre la importancia de la protección digital infantil y los riesgos asociados a la web y lograr un impacto positivo en la comunidad educativa.

Concepto Creativo:

"Sé un padre conectado" se refiere a la idea de que los padres deben ser conscientes y estar involucrados en la protección digital de sus hijos. En la actualidad, los niños y jóvenes están expuestos a múltiples peligros en línea, como el acoso cibernético, el acceso a contenidos inapropiados y la interacción con extraños que podrían representar una amenaza para su seguridad. Al decir "Sé un padre conectado", se alude a la importancia de que los padres estén al tanto de las actividades en línea de sus hijos, monitoreen los sitios web que visitan y las aplicaciones que usan, y establezcan límites y reglas claras para su uso de internet y dispositivos electrónicos. Ser un padre conectado también implica educar a los hijos sobre la seguridad en línea y fomentar una comunicación abierta y confiable para que los niños puedan hablar con sus padres si se encuentran en situaciones incómodas o peligrosas en línea. En resumen, el concepto creativo "Sé un padre conectado" se refiere a la importancia de que los padres estén involucrados y sean proactivos en la protección digital de sus hijos, a fin de garantizar su seguridad y bienestar en línea.

Copy:

- "Sé un padre conectado"

Medios de comunicación:

Página web: la institución hace poco implementó un nuevo canal de comunicación que es la página web, pero no son muy dinámicos en ella, es importante mantener activo este canal ya que este se puede convertir en una fuente importante para los padres, en donde pueden consultar más información relevante acerca de la protección digital de sus hijos.

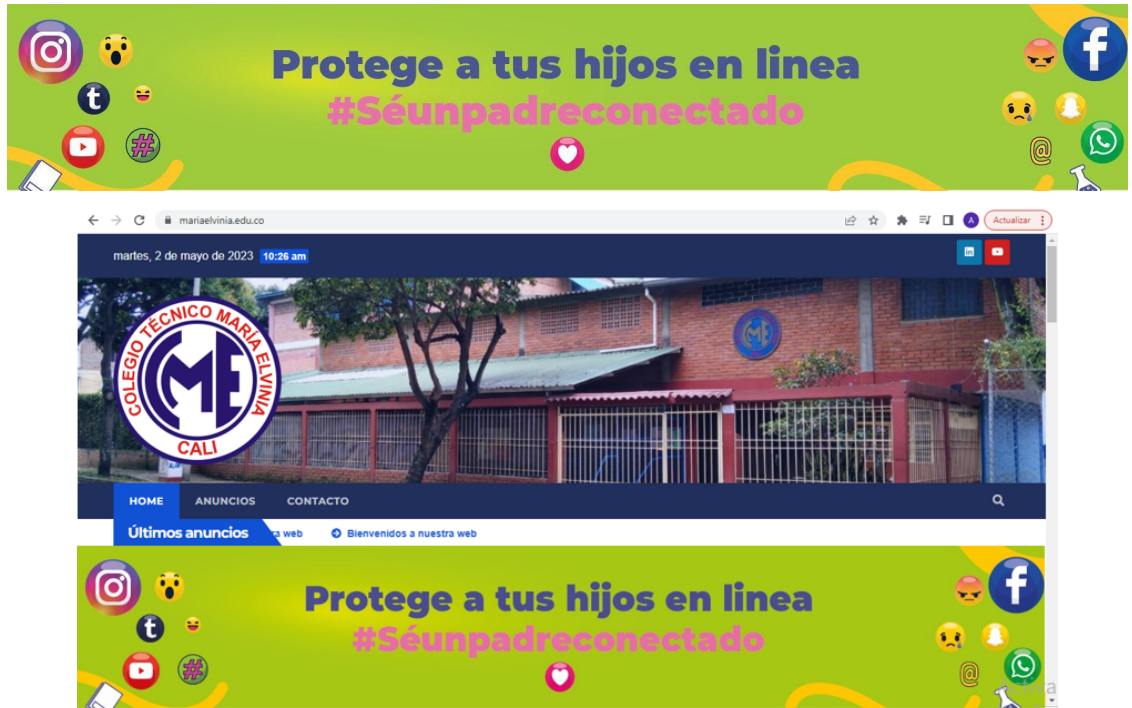
Whatsapp: este es el medio más utilizado por los profesore/as y coordinadoras de la institución, así que es necesario que este canal sea el más importante de todos, es buena opción implementar listas de difusión que informe a los padres diferentes actividades como conversatorios o temas referentes a la protección digital de sus hijos.

Correo institucional: Este medio también es uno de los canales más utilizados por la institución, más que todo por el director, así que es necesario que el director interactúe un poco más con los padres por medio de este canal para así acercarse un poco más a ellos.

Propuesta piezas gráficas:

A continuación se enseña la propuesta gráfica según el key visual, especificando los usos destinados para cada pieza.

Página web:



(Construcción propia)

Banner, carteles o flyers:



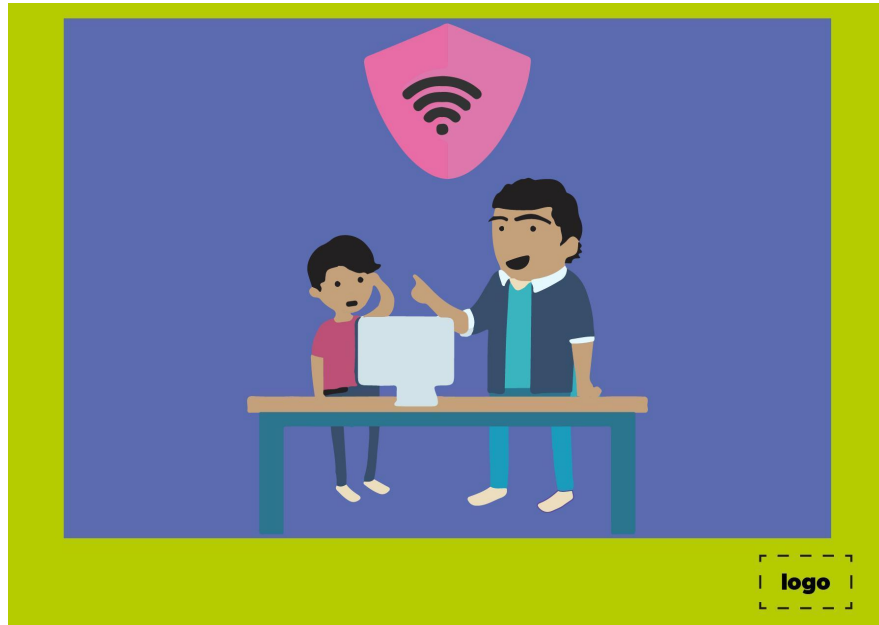
Temas a tratar: Las piezas propuestas a continuación son ideales para ilustrar y representar los temas a tratar propuestos anteriormente.

Supervisión parental:

"Hagamos de la web un lugar mejor"

"Protege a tus hijos en línea"

"#Séunpadreconectado"



(Construcción propia)

Medidas de protección:

"Hagamos que las medidas de protección aumenten"

"Protege a tus hijos en línea"

"#Séunpadreconectado"

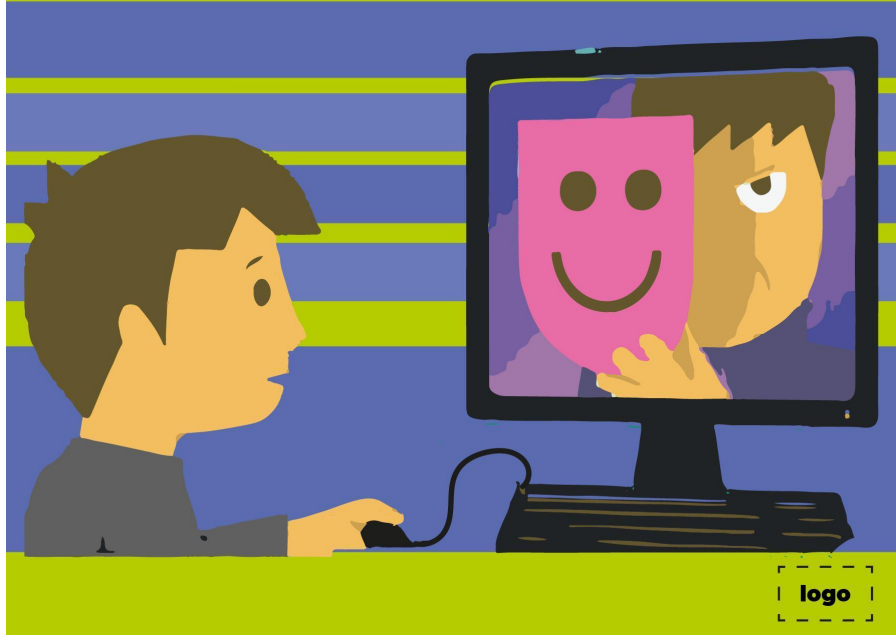


Riesgos de la web:

"Hagamos que los riesgos de la web disminuyan"

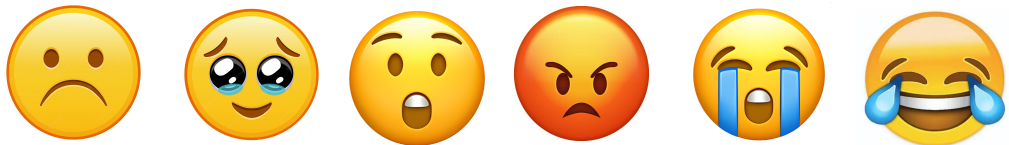
"Protege a tus hijos en línea"

"#Séunpadreconectado"

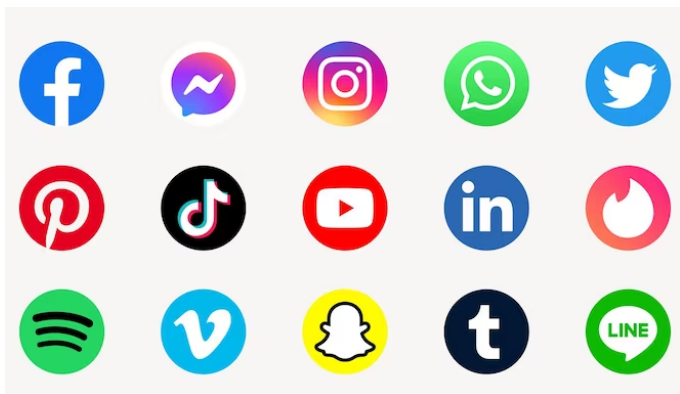


(Construcción propia)

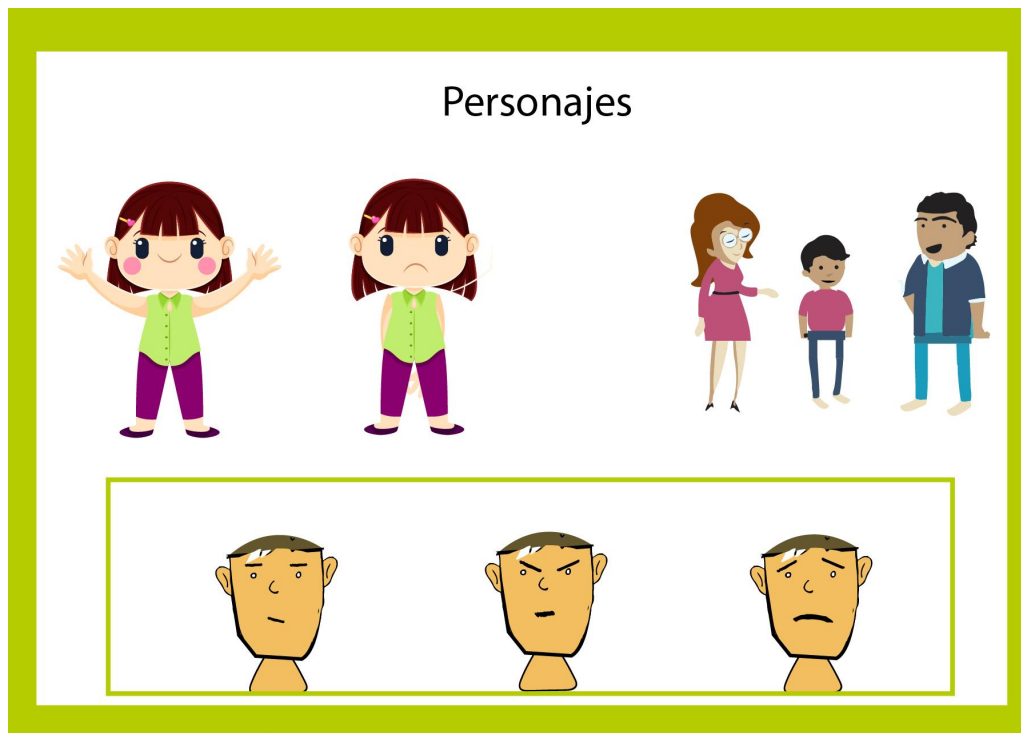
Propuesta de emoticones:



Propuesta de redes sociales:



Personajes:



2. Conclusiones

Esta investigación aborda la problemática de la protección de la identidad digital infantil en el colegio María Elvinia. A través de una investigación descriptiva y documental, se ha identificado la necesidad de educar y concientizar a los padres de familia sobre los riesgos de la web y la importancia de la protección digital infantil, se utiliza uno de los instrumentos (encuesta) para identificar el nivel de conocimiento de los padres de familia en relación a este tema. Los resultados de la encuesta muestran que aunque algunos padres tienen conocimiento sobre los riesgos de la web y la protección digital, aún hay un porcentaje significativo que desconoce estos conceptos. Se propone una serie de lineamientos para la creación de una campaña publicitaria que permita concientizar a los padres de familia sobre la importancia de la protección digital infantil y los riesgos asociados a la web. Se presenta un camino de investigación que incluye la identificación de antecedentes de campañas, resultados de herramientas, mandatorios, concepto creativo, campaña visual, temas a tratar, tono de campaña, estrategia creativa, público objetivo, brief y medios de comunicación. En resumen, esta investigación presenta una problemática importante en la actualidad y propone una solución a través de lineamientos posibles de una campaña publicitaria

que permita educar y concientizar a los padres de familia sobre la protección de la identidad digital infantil. Se espera que esta propuesta sea útil para la institución y para cualquier otra institución que se enfrente a esta problemática.

A partir de la información recopilada en esta investigación, se puede concluir que la protección de la identidad digital infantil es un tema importante y relevante. Se han realizado dos fases de investigación, una descriptiva y otra documental, para recopilar información sobre el nivel de conocimiento de los padres de familia en relación a este tema. Los resultados de la encuesta muestran que existe una necesidad de educación y concientización sobre los riesgos de la web y la protección digital infantil. Además, se ha identificado que la coordinadora de la institución ha comunicado sobre este tema a los estudiantes y padres de familia, y que la institución cuenta con un protocolo claro en caso de presentarse un riesgo de protección digital. Se concluye que es importante utilizar tanto medios digitales como tradicionales para comunicar de manera eficiente y llegar al total de la comunidad educativa. En resumen, se puede afirmar que la protección de la identidad digital infantil es un tema relevante y que la institución está comprometida en educar y concientizar a sus estudiantes y padres de familia sobre los riesgos de la web y la importancia de la protección digital infantil.

Existe una necesidad de educación y concientización sobre la protección de la identidad digital infantil entre los padres de familia de la institución. Aunque la mayoría de los padres encuestados tienen conocimiento sobre los riesgos de la web y algunos términos relacionados con la protección digital, aún hay un porcentaje significativo que desconoce estos conceptos. Por lo tanto, es importante implementar una campaña publicitaria que eduque y concientice a los padres y estudiantes sobre la importancia de la protección digital infantil y los riesgos asociados a la web. Además, se debe utilizar una estrategia creativa y medios de comunicación efectivos para llegar al público objetivo y lograr un impacto positivo en la comunidad educativa.

Respecto al marco legal se concluye que estos artículos son de gran importancia para la investigación y en general para la protección digital de los niños ya que provienen del código de infancia y adolescencia, pero aún así estos no son tan reconocidos en la comunidad de padres. Esto puede ser un tanto preocupante, a la hora de que un menor caiga en alguno de estos riesgos, puede haber una alta posibilidad de que tanto el menor como los padres de él, no tengan alguna idea de cómo proceder ante estos casos. Por otro lado es importante también que los padres brinden a sus hijos más que todo en menores, la confianza para que

estos cuenten a sus padres o acudientes cuando estén pasando por uno de estos riesgos digitales.

El planteamiento del problema explica que el uso de internet por parte de los niños está aumentando considerablemente, lo que hace necesario velar por su seguridad y protección digital infantil. Sin embargo, se determina que las medidas de protección son escasas ante los peligros del mundo digital, lo que limita el acceso a un contenido seguro en línea. Además, se destaca que la presencia de dispositivos móviles ha hecho que el acceso en línea para muchos niños esté menos supervisado y sea potencialmente más peligroso. Por lo tanto, se concluye que es necesario alertar a los padres sobre los peligros que sus hijos pueden encontrar en internet y establecer medidas de protección para mitigar los riesgos y maximizar los beneficios de internet para cada niño, lo cual se puede lograr por medio de una campaña. Por esa razón se plantean estos lineamientos.

3. Referencias bibliográficas

Arias, F. (2012). *El proyecto de la investigación*. Episteme
<https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=W5n0BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=investigaci%C3%B3n+descriptiva+seg%C3%BA+arias&ots=kYqJekttq2&sig=dplpPu0hqJ9uJmn6r8UDzVNVHTE#v=onepage&q&f=false>

Barners, T. (13 de marzo de 2009). Acerca de la futura Web [Video]. youtube
https://www.youtube.com/watch?v=OM6XIIcm_qo

Blasco, J. y Perez, J. (2007). *METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE: AMPLIANDO HORIZONTES*.
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12270/1/blasco.pdf>;

Boyd, D. M., y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship [Sitios de redes sociales: definición, historia y erudición]. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11.
<http://gabinetedeinformatica.net/wp15/2008/06/12/sitiosde-redes-sociales-definicionhistoria-y-ayuda-a-su-estudio-i/>

Caál, J., Ramos, M., Ajcuc, A., Lorenty, C. y Diéguez, P (2015). *MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN* [Universidad San Carlos De Guatemala]. Archivo digital.
https://metfahusac.weebly.com/uploads/6/5/0/9/65099471/informe_creativo-grupo_5.pdf

Camenisch, J. (2009). "Blind and anonymous identity-based encryption and authorised private

Diaz-Barriga, F. y Hernandez, G. (2002). *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*.
<https://buo.mx/assets/diaz-barriga%2C---estrategias-docentes-para-un-aprendizaje-significativo.pdf>

Diezgranado, H. (4 de mayo de 2020). Síntesis de estudio "Niños Digitales". Kaspersky daily.
<https://latam.kaspersky.com/blog/sintesis-de-estudio-ninos-digitales/18601/>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2017). Niños en un mundo digital.
<https://www.unicef.org/media/48611/file>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2020). #NoDaCompartir. La campaña de UNICEF e INADI para prevenir el acoso en redes sociales durante la cuarentena.
<https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/no-da-compartir-2020>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). (2021). Darlo Todo Cuesta.

<https://www.unicef.org/dominicanrepublic/darlotodocuesta>

Fromm, E. (1956). *El arte de amar*.

<https://web.seducoahuila.gob.mx/biblioweb/upload/Fromm,%20Erich%20-%20El%20arte%20de%20amar.pdf>

González-Ramírez, T. y López-Gracia, A. (2018). La identidad digital de los adolescentes: usos y riesgos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Relatec*, 17(2).

<https://doi.org/10.17398/1695-288X.17.2.73>

Gonzalo, M. (7 de mayo de 2018). Más de la mitad de las aplicaciones infantiles envían datos a terceros. *El País*

https://elpais.com/tecnologia/2018/04/30/actualidad/1525080756_303386.html

Hagglblom, E. (3 de marzo de 2020). Protejamos el Tobogán. *Marketing directo*.

<https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/protejamos-el-tobogan>

Hernandez, R., Fernandez. C. y Baptista P. (2000). *Metologia de la investigación*.

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hurtado, I. y Toro, J. (2005). *PARADIGMAS Y MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN en tiempos de cambio*.

<https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) (2006). *Código de la Infancia y la Adolescencia*.

<https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/codigoinfancialey1098.pdf>

Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). (2019). Riesgos digitales, ¿Cómo proteger a niñas, niños y adolescentes cuando navegan en internet?

<https://www.icbf.gov.co/ser-papas/riesgos-digitales-los-que-se-exponen-los-ninos-y-como-prevenirlos>

Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos del marketing*. (A. Mues, Trad)

https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Kotler, P., Bowen, J. y Makens, J. (2004)). *Marketing Turístico*.

https://books.google.com.co/books/about/Marketing_para_turismo_tercera_edici%C3%B3n.html?id=-uEIAAAACAAJ&redir_esc=y

Manes, J. (2004). *Marketing para instituciones educativas*

https://books.google.es/books?id=1rvX_MdaFJEC&pg=PA71&hl=es&source=gb_s_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false

Ministerio de Educación Nacional. (2001). Establecimientos educativos.
https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-127853_archivo_pdf_Naturaleza_4.unknown#:~:text=por%20esta%20ley.%E2%80%9D-,%E2%80%9CART%C3%ADculo%209%C2%B0.,como%20m%C3%ADnimo%2C%20y%20la%20media

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC). (2019). La protección de nuestras niñas, niños y adolescentes en Internet, una prioridad del Gobierno nacional.
<https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/106969:La-proteccion-de-nuestras-ninas-ninos-y-adolescentes-en-Internet-una-prioridad-del-Gobierno-nacional>

Obregon, M (2018). [Universidad Santiago de Cali] Repository.usc.
<https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/1737?show=full>

O'Guinn, T., Allen, C. y Semenik, R (1999). *Publicidad*
https://books.google.com.co/books/about/Publicidad.html?hl=es&id=hQOiNAAACAAJ&redir_esc=y

Palella, S. y Martins F. (2006). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*.
<http://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23578w/w23578w.pdf>

Piaget, J. (1969). *PSICOLOGÍA Y PEDAGOGÍA*.
<https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Psicologia-y-Pedagogia.PDF>

Russell, T., Lane, R. y Whitehill. K. (2005). *Kleppner Publicidad* (A. Mues, Trad., 16 ed)
<https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25735w/LIBROKleppnerPublicidad.pdf>

Tamayo, H., Perez, L. y Cristhian (2017). [Universidad Santiago de Cali] Repository.usc.
<https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/922>

Tamayo, M. (2007). *El proceso de la investigación científica*.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/El_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf

Thompson, A., Strickland, A., Gamble, J. y Peteraf, M. (2001). *Administración estratégica*.
https://www.academia.edu/23702901/Administracion_Estrategica_18va_ed_Thompson_Strickland

Thompson, G. (11 de diciembre de 2017). UNICEF pide proteger a los niños en el mundo digital al tiempo que se mejora el acceso a internet de los más desfavorecidos. UNICEF/para cada infancia.
<https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/unicef-pide-proteger-los-ni%C3%B1os-en-el-mundo-digital-al-tiempo-que-se-mejora-el>

