

EAFIT y TigoUne promueven el uso responsable de las TIC en Colombia

Con la investigación realizada por la Universidad EAFIT, la compañía de telecomunicaciones avanza hacia una estrategia pertinente para el país centrada en las oportunidades para contrarrestar los riesgos frente al uso de las TIC.

Margarita Zuluaga Esquivel

Colaboradora

Más que infraestructura, dispositivos y herramientas, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y, específicamente internet, son el medio organizativo que permiten el desarrollo de nuevas formas de comunicación y de relación social, es decir, de lo que llama sociedad red el sociólogo Manuel Castells, referente mundial en investigación en TIC.

La mediación parental es una de las maneras más efectivas para enfrentar los riesgos en el uso de TIC y evolucionar hacia una generación autónoma de los niños, de modo que aprendan a gestionar dichas situaciones por sí mismos.

Un paso importante hacia una sociedad mundial de la información más integradora es el hecho de que para finales de 2018 la mitad de la población mundial utilizaba internet, es decir, 3.900 millones de personas (el 51,2 por ciento), según la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

En dicho contexto, para fortalecer el uso responsable y creativo de las TIC en Colombia, TigoUne y la Universidad EAFIT diseñaron una estrategia de responsabilidad social empresarial (RSE) y de comunicación transmedia, resultado de la investigación *Riesgos*



© Robinson Henao



El 75 por ciento de los usuarios encuestados acceden a internet desde su celular y el 55 por ciento desde otros dispositivos portátiles.

📷 Róbinson Henao

y potencialidades del uso de las TIC en la vida cotidiana, liderado por María Isabel Villa Montoya, integrante del Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales de EAFIT.

Hallazgos en los usos de internet

Para caracterizar el uso de internet, las actividades y habilidades, los riesgos y las oportunidades y el tipo de mediación parental a partir de variables como edad, sexo, ciudad y estrato económico de niños y jóvenes entre 9 y 16 años, uno de los trabajos más relevantes de la investigación fue la encuesta realizada a 485 niños y jóvenes (entre 9 y 16 años) de Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Pereira, Manizales, Medellín y Barranquilla.

De esta manera, los investigadores determinaron que el uso y el acceso a internet no se limitan a un espacio físico específico, sino que 82 por ciento de los encuestados lo hace desde cualquier lugar sin mayores restricciones o dificultades. Esto puede ocurrir por el uso masivo de dispositivos móviles, ya que el 75 por ciento de los usuarios acceden a internet desde su celular y el 55 por ciento desde otros dispositivos portátiles.

En relación con las actividades y las habilidades, el 98 por ciento de los niños y los jóvenes usan internet para realizar trabajos del colegio. Le siguen actividades como escuchar o descargar música (93 %), usar una red social (83 %) y jugar (78 %). (Ver 'Oportunidades con el uso de TIC').

El uso y el acceso a internet no se limitan a un espacio físico específico. De hecho, el 82 por ciento de los encuestados lo hace desde cualquier lugar sin mayores restricciones o dificultades.

Aunque la actividad de abrir pestañas en el navegador web es la más conocida por todos los usuarios encuestados –sin importar el sexo o la edad–, la destreza para "cambiar preferencias de privacidad en el navegador de internet" es la menos desarrollada, especialmente por niños entre 9 y 10 años (hombres, 15 %, y mujeres, 10 %).

En relación con los riesgos recibidos por el usuario se destacan el contacto en internet con personas desconocidas, el contacto cara a cara con personas conocidas, el uso indebido o pérdida de información en internet, la visualización de imágenes sexuales, el ciberacoso, la visualización de contenido potencialmente perjudicial generado por el usuario y la recepción de mensajes con contenido sexual.

La metodología

María Isabel Villa, investigadora principal del proyecto, resalta que el trabajo realizado con diversos públicos (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores) se logró a través de una estrategia de comunicación transmedia en diversas plataformas interconectadas y en la que los usuarios tuvieron una participación activa.

El proceso duró 13 meses y se dividió en tres fases. En la primera, que duró cinco meses, recolectaron información mediante una encuesta a 485 niños y jóvenes (entre 9 y 16 años). Además, realizaron un análisis bibliométrico de 5.175 artículos –provenientes de las bases de datos Web of Science, Scielo y Pubindex– sobre la producción científica en torno al uso de internet. Hicieron análisis cualitativo de los 120 artículos más citados entre 2010 y 2016, identificaron tendencias y revisaron 240 estrategias de RSE –de 71 empresas de telecomunicaciones, sociedades civiles y gubernamentales– y 161 documentos relacionados con políticas y regulaciones en Colombia y en el mundo.

En la segunda fase, que duró cuatro meses, realizaron 12 grupos focales y cuatro laboratorios vivos –ecosistemas de innovación abierta centrados en el usuario–, en los que participaron personas de Bogotá, Medellín y Pereira. En estos espacios los participantes manifestaron los temas que ven como oportunidades y como riesgos e incluso propusieron soluciones. Con esto se hizo un cruce de información entre lo que dijeron las personas y los resultados de la academia para encontrar puntos de coincidencia.

En la tercera fase, también de cuatro meses, diseñaron la estrategia de RSE y comunicación transmedia para TigoUne, que tiene un sello de carácter único, pues en las 240 estrategias analizadas no encontraron una similar. El resultado es una estrategia que abarca acciones presenciales y digitales de manera complementaria.

Por su parte, entre los riesgos generados por el mismo usuario sobresalen el ciberacoso y el envío de mensajes con contenido sexual (sexteo). (Ver 'Riesgos con el uso de TIC').

Mediación parental

De los riesgos hallados en la investigación, para Marcelo Cataldo, presidente de TigoUne, llama la atención el hecho de que los jóvenes, a medida que

aumenta su edad, tardan más en superar problemas que les ocurrieron en internet y tienden a conversar menos acerca de esas experiencias incómodas.

“Otro dato impactante es que el uso de software que controla el tiempo en internet y los bloqueadores de contenido no disminuyen los riesgos. Esto nos dice que es más importante y necesario trabajar el empoderamiento de las personas que acompañan a niños y adolescentes en el uso de internet, lo que sin duda disminuye los riesgos y aumenta las oportunidades”, afirma el presidente de TigoUne.

Así se desprende de los resultados de este proyecto, que establece que una de las maneras más efectivas para enfrentar ese tipo de riesgos asociados con el uso de las TIC es la mediación parental (activa y proactiva), que tiene como objetivo evolucionar hacia una generación autónoma de niños, de modo que aprendan a gestionar dichas situaciones por sí mismos.

La mediación activa no solo involucra a los padres, pues los hallazgos de la investigación indican que los niños prefieren acudir al profesor cuando sienten que requieren mayor comprensión de un tema digital. De ahí la necesidad de capacitar a los educadores y de trabajar la RSE transmedia, al articular los esfuerzos del Estado, la academia y el sector empresarial.

La estrategia diseñada por TigoUne y la Universidad EAFIT busca fortalecer el uso responsable y creativo de las TIC en Colombia.

Para lograr ese empoderamiento por parte de los mediadores –profesores, padres de familia y cuidadores–, la profesora María Isabel Villa recalca en la alfabetización digital porque, por ejemplo, en el caso de los padres es un error que se desentiendan de sus hijos y piensen que están seguros solo por el hecho de estar frente a una pantalla. (Ver 'Recomendaciones para la mediación parental en el uso de las TIC').

“En realidad, es como dejar a los niños en una calle o un lugar público. Si el niño está en la calle debo decirle por dónde puede transitar o a qué hora debe regresar. Pero si no lo hago y lo dejo solo, si no existo en esa búsqueda que hace en internet, lo dejo en riesgo. Internet no es una niñera, nosotros debemos determinar qué miran y con qué frecuencia, pero primero debemos conocer, tener alfabetización digital para saber por dónde transitar”, explica María Isabel Villa, doctora en Contenidos de comunicación en la era digital.

Por eso, el estudio propone tanto la mediación proactiva para proteger a niños y jóvenes, como una mejor preparación de los mediadores para enseñarles. Así se les puede brindar herramientas que les



Los jóvenes, a medida que aumenta su edad, tardan más en superar problemas que les ocurrieron en internet y tienden a conversar menos acerca de esas experiencias incómodas.

Shutterstock

permitan usar con actitud crítica los contenidos, educarlos para la diferencia y para que sean capaces de tomar decisiones por sí mismos cuando usen la tecnología y, además, puedan plantear nuevas experiencias o modelos de uso más constructivos.

Sin embargo, cada tipo de público –niños, ado-

En la investigación participaron más de 30 profesionales, así como docentes y estudiantes del pregrado en Comunicación Social y de la maestría en Comunicación Transmedia de EAFIT.

lescentes, padres de familia, cuidadores y docentes – precisa de un tratamiento especial según cómo se aprende y cómo se usa internet en la vida cotidiana, manifiesta Ana Marina Jiménez Posada, vicepresidente de Asuntos Corporativos de TigoUne.

"Este problema no es un asunto solo de las empresas que prestamos servicios de internet y telefonía celular. Por eso, venimos trabajando en la construcción de alianzas con diversas entidades nacionales y locales, y con distintos sectores de la sociedad para crear responsabilidad compartida y un compromiso real por parte de todos. En la actualidad contamos con alianzas vigentes con el MinTIC, la Gobernación

de Bolívar, la Universidad Tecnológica de Pereira y alcaldías como las de Medellín, Bucaramanga y Pereira", acota la vicepresidenta de TigoUne.

Estrategia de RSE

Aunque desde 2008 la compañía contaba con una estrategia de RSE enfocada en los riesgos sobre el uso de internet, es la primera vez que estructura una estrategia de RSE con base en un estudio científico con el que obtuvieron datos específicos sobre la relación de los colombianos con las TIC e internet. (Ver 'La metodología').

El diseño de la estrategia de RSE y de comunicación transmedia partió de un diagnóstico de las acciones que TigoUne despliega en torno al uso responsable de las TIC y la evaluación de sus principales fortalezas y debilidades.

Además, se basó en metodologías de diseño centrado en lo humano y en la innovación social abierta con cinco fases definidas: inspiración, ideación, prototipado, validación e implementación.

Para esta labor, la Universidad conformó un



La estrategia de RSE de TigoUne está dirigida al contexto colombiano y se centra en los usuarios, en cómo aprenden y cómo se relacionan con la tecnología.

Shutterstock

Cómo se aplica la estrategia

Ana Marina Jiménez, vicepresidenta de Asuntos Corporativos de TigoUne, revela que para trabajar en el uso de internet se crearon las siguientes acciones, teniendo en cuenta la edad de los usuarios:

Niños entre 7 y 9 años: actividad en el aula de clase para trabajar en hábitos saludables en el uso de internet.

Niños entre 10 y 12 años: construcción de posturas críticas sobre las oportunidades y los riesgos.

Adolescentes mayores de 13 años: estrategia lúdica para compartir y debatir sobre redes sociales.

Padres de familia, cuidadores y docentes: charla de mediación en el uso de internet para profundizar en las distintas maneras de acompañar y cómo desde TigoUne se contribuye con la mediación proactiva.

Docentes: implementación de guías pedagógicas que les permiten emprender acciones en las aulas de clase, donde sea una oportunidad el uso de las TIC con estudiantes.

Adultos mayores: proyecto para enseñarles aspectos prácticos en el uso de internet y habilitarlos como mediadores proactivos. Todo esto se realiza con voluntarios sociales.

equipo interdisciplinario integrado por más de 30 profesionales, entre ingenieros, diseñadores, educadores, sociólogos, comunicadores, economistas, politólogos, así como docentes y estudiantes del pregrado en Comunicación Social y de la maestría en Comunicación Transmedia de EAFIT.

De esta manera, esta compañía de telecomunicaciones avanza hacia una estrategia más pertinente según el contexto colombiano y que se centra en las oportunidades para contrarrestar el riesgo, explica Marcelo Cataldo, presidente de TigoUne. (Ver 'Cómo se aplica la estrategia').

"Es una estrategia en la que tomamos en cuenta el contexto internacional y diferentes sectores del país como la academia, la industria de telecomunicaciones y los intereses de los usuarios. Por tanto, está dirigida al contexto colombiano y se centra en los usuarios, en cómo aprenden y cómo se relacionan con la tecnología", concluye el presidente de TigoUne.



Oportunidades con el uso de TIC

Oportunidad	Actividad	
Entretenimiento	Escuchar o descargar música.	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades más representativas (93 %) en todos los grupos de edad.
Participación	Opinar sobre su preferencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad con un porcentaje más representativo en todos los grupos de edad y sexo, pero depende de la edad de los niños y jóvenes. • Se da en mayor porcentaje entre 15 y 16 años, así: <ul style="list-style-type: none"> – 90 % de las mujeres y 80 % de los hombres comparten contenidos creados por ellos mismos y por otros. – 84 % de los hombres y 81 % de las mujeres comentan contenidos (vídeos, música, noticias, apuntes de blog y comentarios en Facebook).
Comunicación	Las redes sociales son el canal de comunicación en internet más importante entre niños y jóvenes para enviar mensajes privados y públicos.	<ul style="list-style-type: none"> • Es la actividad más representativa entre todas las vinculadas con comunicación. • Aunque en teoría para abrir una cuenta se requiere tener más de 13, 14 o 16 años en algunas plataformas, es la actividad más representativa en niños entre 9 y 10 años (52 % mujeres y 67 % hombres). • En los demás grupos el uso de una red social supera el 83 %. Por ejemplo, en jóvenes entre 13 y 14 años alcanza el 95 % y, entre 15 y 16 años, el 98 %.
Información	Gran parte de los contenidos que se buscan en internet están asociados con lo educativo y académico, es decir, para realizar trabajos para el colegio.	<ul style="list-style-type: none"> • Esta actividad se desarrolla en todos los grupos de edad y sexo (98 %), lo que representa una oportunidad en términos informativos y educativos.
Desarrollo de la creatividad y expresión	Oportunidades relacionadas directamente con la edad de los niños y los jóvenes.	<ul style="list-style-type: none"> • Las actividades predominantes en niños entre 9 y 10 años en internet son las artísticas (70 %), como pintar, diseñar y escribir. • En jóvenes mayores a 15 años la actividad es buscar soluciones para problemas de la vida cotidiana (78 %). • El desarrollo de actividades artísticas alcanza el 55 % en niños entre 11 y 12 años, y el 61 % en jóvenes entre 13 y 14 años.

Shutterstock



Shutterstock

Riesgos con el uso de TIC

Riesgo	Experiencias
Han tenido contacto en internet con personas desconocidas	<ul style="list-style-type: none"> • 55 % de niños y jóvenes entre 15 y 16 años.
Se han conocido personalmente con quienes han mantenido contacto en internet	<ul style="list-style-type: none"> • 35 % de jóvenes entre 15 y 16 años. • Incluso, niños menores de 12 años también usan internet para conocer personas y más de la mitad de los jóvenes entre 13 y 16 años que tienen comunicación por internet con personas desconocidas terminan conociéndolas personalmente.
Estafa, uso indebido de información personal por parte de otros, pérdida de información y ataque de algún virus informático	<ul style="list-style-type: none"> • 11 % de los encuestados afirmó experimentar alguna de estas experiencias.
Ciberacoso	<ul style="list-style-type: none"> • 12 % afirmó haberlo experimentado en el último año, donde niños y jóvenes entre 13 y 14 años son los más afectados. • 35 % de niños y jóvenes expresaron haber visualizado imágenes sexuales en el último año.
Contenido potencialmente dañino	<ul style="list-style-type: none"> • 31 % de los niños encuestados tuvo cercanía con este tipo de información generada por ellos mismos en internet. • 43 % de jóvenes entre 13 y 16 años ha tenido contacto en internet con información relacionada con suicidio.
Mensajes con contenido sexual y agresión	<ul style="list-style-type: none"> • 20 % de niños y jóvenes entre 11 y 16 años recibió en el último año algún tipo de mensajes con contenido sexual y solo 3 % dice haberlos enviado. • 32 % agredió a alguien en el último año y el 8 % lo hizo por internet.

Recomendaciones para la mediación parental en el uso de las TIC

Edad	Recomendación
Niños de 3 a 5 años	Cuando se tiene el primer contacto con las TIC siempre se debe acompañar el uso de internet.
Niños de 6 a 12 años	El uso de internet se amplía. Por eso hay que continuar con una exhaustiva supervisión, en la que se monitoree el aprendizaje en la escuela y se le enseñe el uso responsable de las TIC.
Jóvenes de 13 a 16 años	Cuando se da realmente el uso intensivo de las TIC. Hay que ayudarles a desarrollar habilidades para tomar decisiones de manera independiente y seguir de cerca su evolución.
Jóvenes de 14 años	La mediación se complica para seguir sus actividades en línea, por lo que se debe confiar en lo que se les ha enseñado. Sin embargo, debe asegurarse de que sepan que tienen todo el apoyo frente a cualquier situación.



Es la primera vez que TigoOne estructura una estrategia de RSE con base en un estudio científico con el que obtuvieron datos puntuales sobre la relación de los colombianos con las TIC e internet.

Shutterstock

Otros consejos en la mediación parental

Enseñar a partir del ejemplo. Por eso antes de poner normas, los adultos también deben cumplirlas.

- Evitar el rechazo o juicios de valor. Es más útil sensibilizar sobre los riesgos y oportunidades que criticar solo el uso de internet.
- Buscar contenidos según la edad de los niños, que fomenten su aprendizaje y creatividad.
- Conocer la relación que hay entre los niños e internet para poder ayudarlos de manera asertiva. Si los niños perciben el desconocimiento en el adulto, no buscará que lo acompañe en la exploración de los medios.
- Ayudar a analizar críticamente lo que se encuentra en línea, demostrándole que no todo lo que hay en internet es cierto. Enseñarle a desconfiar, es bastante útil.
- Fomentar el diálogo e interesarse por lo que hacen en línea, conocer quiénes son sus amigos y qué aplicaciones usa. Lo mejor para esto es compartir actividades en línea.
- Darle confianza para que busque ayuda en la persona adecuada. Aquí se recomienda no juzgar sin conocer el caso, pues si el niño sabe de antemano que será castigado o regañado por un comportamiento inadecuado no buscará ayuda.
- Evite el uso de dispositivos portátiles en las habitaciones y que sus hijos vean programas de televisión o videojuegos violentos. Busque contenidos que generen valores positivos, pues los niños aprenden en gran medida por imitación.

Investigadores a cargo:

María Isabel Villa Montoya

Comunicadora social-periodista, Universidad Pontificia Bolivariana; magíster en Comunicación audiovisual y publicidad, y doctora en Contenidos de comunicación en la era digital, Universidad Autónoma de Barcelona (España). Es profesora del Departamento de Comunicación Social de la Universidad EAFIT, donde es integrante del Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales, y coordinadora del laboratorio de experimentación MediaLab EAFIT.

Mario Vargas Sáenz

Licenciado en Filosofía y Letras, Universidad Santo Tomás; teólogo, Pontificia Universidad Javeriana; especialista en Relaciones Industriales y magíster en Administración, Universidad EAFIT, y doctor en Filosofía, Universidad Pontificia Salesiana (Italia). Es el director de EAFIT Social.

Diego Fernando Montoya Bermúdez

Comunicador social-periodista, Universidad Católica de Pereira; magíster en Comunicación y Creación Cultural, Universidad Caese (Argentina). Es profesor del Departamento de Comunicación Social e integrante del Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales, de la Universidad EAFIT.

Mauricio Vásquez Arias

Licenciado en Filosofía y Letras, Universidad de Caldas; especialista en Estética, Universidad Nacional (sede Medellín), y magíster en Educación y Desarrollo Humano, Universidad de Manizales. Es profesor del Departamento de Comunicación Social, integrante del Grupo de Investigación en Comunicación y Estudios Culturales, coordinador de la maestría en Comunicación Transmedia, de la Universidad EAFIT.

Camilo Andrés Tamayo Gómez

Comunicador social, Pontificia Universidad Javeriana; magíster en Ciudadanías Globales, Identidades y Derechos Humanos, Universidad de Nottingham (Reino Unido), y PhD en Ciencias Políticas y Estudios Internacionales, Universidad de Huddersfield (Reino Unido).

Luis Alejandro Cárdenas Franco

Comunicador social-periodista, Universidad de Antioquia, y magíster en Ingeniería, Universidad EAFIT. Es profesor del Departamento de Comunicación Social de la Universidad EAFIT, donde coordina el área de Cibermedios.