

**Análisis de los recursos argumentativos en la estrategia digital de uso responsable de  
Internet En *TIC Confío* durante el 2015 y 2016**

John William Echeverry Delgado.

Asesora:

Claudia María Maya Franco

Docente investigadora

Universidad de Medellín.

Facultad de comunicación.

Maestría en Comunicación.

Junio, 2016.

# TABLA DE CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>3. OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS</b> .....	<b>10</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>11</b>
<b>4.1 INTERNET</b> .....	<b>11</b>
<b>4.2 SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO</b> .....	<b>15</b>
<b>4.3 BRECHA DIGITAL</b> .....	<b>18</b>
<b>4.4 CONTEXTO COLOMBIANO</b> .....	<b>19</b>
4.4.1 <i>En TIC Confío</i> .....	<b>21</b>
<b>4.5 REDES SOCIALES VIRTUALES</b> .....	<b>22</b>
<b>4.6 CIBER RIESGOS</b> .....	<b>25</b>
4.6.1 <i>Ciberacoso, Cyberbullying o Cibermatoneo</i> :.....	<b>26</b>
4.6.2 <i>Ciberdependencia</i> .....	<b>27</b>
4.6.3 <i>Sexting</i> .....	<b>28</b>
4.6.4 <i>Grooming</i> .....	<b>29</b>
4.6.5 <i>Pornografía infantil</i> .....	<b>30</b>
4.6.6 <i>Fraude electrónico</i> .....	<b>30</b>
<b>5. METODOLOGÍA</b> .....	<b>32</b>
<b>5.1 CREACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DEL CORPUS DE PIEZAS EMPLEADAS POR EN TIC CONFÍO PARA LA ESTRATEGIA DIGITAL 2015 – 2016</b> .....	<b>32</b>
5.1.1 <i>Identificación de piezas</i> .....	<b>36</b>
5.1.2 <i>Relación de las piezas encontradas según cada uno de los riesgos</i> : .....	<b>38</b>
<b>5.2 PERSPECTIVA DEL SUJETO DISCURSIVO EN UN CONTRATO COMUNICATIVO DESDE PATRICK CHARAUDEAU</b> .....	<b>54</b>
5.2.1 <i>La situación de enunciación</i> .....	<b>57</b>

5.2.2 La tonalidades .....	57
<b>5.3 PERSPECTIVA TEÓRICO METODOLÓGICA DE LA TEORÍA DE LA ARGUMENTACIÓN CHAÏM PERELMAN Y LUCIE OLBRECHTS TYTECA .....</b>	<b>59</b>
5.3.1 Actores de la argumentación: Orador, Auditorio y Discurso .....	61
5.3.2 Persuasión y estrategias persuasivas. ....	64
5.3.3 Argumentos y tipos de argumentos .....	66
5.3.4 Analogía y Metáfora.....	69
5.3.5 Situación de la argumentación: Punto de vista, fundamentación y garante. ....	70
5.3.6 Falacias .....	72
<b>6. CARACTERIZACIÓN DE LOS SUJETOS DISCURSIVOS .....</b>	<b>77</b>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO # 1: IDENTIFICAR LOS SUJETOS DISCURSIVOS QUE CONSTRUYEN LA ESTRATEGIA EN TIC CONFÍO CON EL FIN DE CARACTERIZAR LA SITUACIÓN DE ARGUMENTACIÓN QUE LE ES ESPECÍFICA. ....</b>	<b>77</b>
<i>Pieza # 1: “Ciberacoso o cybermatoneo”.</i> .....	79
<i>Pieza # 2: “Padres: cómo luchar contra la pornografía infantil”</i> .....	82
<i>Pieza #3: “¿Cómo lograr que un niño se ‘despegue’ de internet?”</i> .....	85
<i>Pieza #4: “¿Sabes qué es Grooming?”</i> .....	87
<b>7. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE ARGUMENTACIÓN .....</b>	<b>90</b>
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO # 2: ANALIZAR, DESDE LA PERSPECTIVA DE LA TEORÍA DE LA ARGUMENTACIÓN, LOS DIVERSOS MECANISMOS UTILIZADOS POR LA ESTRATEGIA EN TIC CONFÍO, EN ARAS DE DAR CUENTA DE SU CARÁCTER PERSUASIVO DESDE LAS PIEZAS SELECCIONADAS. ....</b>	<b>90</b>
<i>Pieza #1: “Ciberacoso o cybermatoneo”.</i> .....	91
<i>Pieza # 5: “Ciberbullying: los espectadores también tienen la culpa”</i> .....	100
<i>Pieza # 6: “¿Qué es el Sexting?”</i> .....	106
<i>Pieza # 7: “Phishing: ten Ciber cuidado y denúncialo”</i> .....	110
<i>El carácter persuasivo:</i> .....	115
<b>8. CONCLUSIONES .....</b>	<b>118</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>121</b>



## Lista de tablas

Tabla 1: Esquema recolección del corpus .....	33
Tabla 2: Corpus del Ciberacoso.....	38
Tabla 3: Corpus de la Ciberdependencia.....	41
Tabla 4: Corpus de Sexting.....	44
Tabla 5: Corpus de Grooming.....	47
Tabla 6: Corpus de pornografía infantil.....	50
Tabla 7: Corpus de fraude electrónico – Phishing.....	52
Tabla 8: Situación de enunciación – Contrato comunicativo (Patrick Charaudeau).....	59
Tabla 9: Situación de la Argumentación (Chaïm Perelman & Lucie Olbrechts – Tyteca)...	63
Tabla 10: Tabla de la Argumentación (Chaïm Perelman & Lucie Olbrechts – Tyteca).....	76
Tabla 11: Aplicación de la Situación de enunciación – Contrato comunicativo.....	78
Tabla 12: Aplicación de la Situación de la Argumentación.....	90
Tabla 13: Aplicación de la Tabla de la Argumentación.....	95

# 1. INTRODUCCIÓN

En julio de 2009 se creó en Colombia el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MINTIC – Con éste se elaboró un marco normativo para el desarrollo del sector tecnológico y la promoción del acceso y uso de las TIC a través de la masificación, el impulso a la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y en especial con el propósito de “fortalecer los derechos de los usuarios” (Congreso de la República, 2009). Lo que desencadenó la creación y aplicación del plan Vive Digital y dentro de éste, el desarrollo de la Política Nacional de Uso Responsable de las TIC: PNURT que busca “prevenir prácticas de producción, transmisión y consumo de información en línea que vulneren el desarrollo y la seguridad de los menores de edad, la confidencialidad de la información personal de los ciudadanos y sus derechos de autor” (MINTIC, 2012).

Una estrategia que tiene como propósito promover el uso responsable de Internet y prevenir a los ciudadanos sobre los riesgos del uso inadecuado de las TIC, debe orientarse, en buena medida, hacia la persuasión respecto a la asunción de responsabilidades como al reconocimiento de los riesgos. El objetivo de este trabajo es analizar, desde la perspectiva de la teoría de la argumentación, las piezas de comunicación digital que constituyen la estrategia *En TIC Confío* durante el periodo 2015 – 2016.

Este análisis estará dividido en varias etapas que, a su vez, tendrán un desarrollo secuencial. El punto de partida será la identificación de los elementos publicados por *En TIC Confío* en su estrategia digital, que nos permitirá crear el corpus de piezas que se van a analizar. La segunda parte, es la caracterización de los sujetos discursivos desde

las nociones de Patrick Charaudeau y María Cristina Martínez Solís. Para finalmente realizar la identificación de los elementos que constituyen la situación de argumentación, desde la perspectiva de Chaïm Perelman.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo de investigación nace de la preocupación sobre las actitudes adoptadas por algunos usuarios de Internet a través de redes sociales en las que evidentemente faltan a los principios básicos de convivencia. Los medios de comunicación constantemente evidencian casos de prostitución infantil a través de Internet, personas matoneadas que no encuentran otra salida que el suicidio, fraudes electrónicos millonarios, entre tantas situaciones de alta peligrosidad que pareciera que los usuarios desconocieran o no les importaran.

Con la masificación del uso de Internet y la creciente vinculación de los teléfonos inteligentes a la vida de las personas, los gobiernos se han tenido que preocupar por los riesgos que estas tecnologías puedan traer. Cada vez somos más susceptibles a ser víctimas de algunos de estos peligros, en gran parte por culpa de la desinformación de los usuarios (Bringué, Sádaba, & Tolsá, 2010)

Siendo así ¿Qué está pasando con las campañas para prevenir a la sociedad sobre estos riesgos? ¿No son realmente persuasivas las estrategias implementadas por *En TIC Confío*? ¿Qué se requiere para hacer que los esfuerzos por persuadir de los riesgos sea realmente exitoso? Es allí donde encontramos en la *Teoría de al Argumentación* la posibilidad de encontrar si existe alguna falencia en los argumentos utilizados y las estrategias planteadas para lograr, más que la persuasión, la adhesión de los espíritus de los auditorios afectados.

Es de vital importancia, analizar, desde el campo de la nueva retórica, los mensajes emitidos por la estrategia, con el objetivo de sugerir, por qué no, alternativas para



mejorar el éxito de las campañas. Es por eso que este trabajo está animado por un espíritu similar al que expresa Lotman (1996) al decir: “Si queremos entender qué esté pasando en un campo científico – en nuestro caso las teorías de la comunicación – debemos mapear sus discursos, identificar los enunciadores y enunciatarios que integran la red de conversaciones y comprender los actos de habla y escucha que tienen lugar dentro de esa porción de la semiosfera” en (Scolari, 2008).

### 3. OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS

**Objetivo General:** Analizar, desde la perspectiva de la *Teoría de la Argumentación*, las piezas de comunicación digital diseñadas por En *TIC Confío* durante 2015 y 2016 con el fin de establecer el modo en que esta estrategia se estructura.

**Objetivo Específico # 1:** Identificar los sujetos discursivos que construyen la estrategia *En TIC Confío* con el fin de caracterizar la situación de argumentación que le es específica.

**Objetivo Específico # 2:** Analizar, desde la perspectiva de la *Teoría de la Argumentación*, los diversos mecanismos utilizados por la estrategia *En TIC Confío*, en aras de dar cuenta de su carácter persuasivo desde las piezas seleccionadas.

## 4. MARCO TEÓRICO.

Entre los conceptos que son relevantes para el presente trabajo y que serán definidos a continuación, unos serán de carácter teórico y los otros tomados de la estrategia *En TIC Confío* a partir de los riesgos de los que la misma se ocupa.

Definamos inicialmente el espacio donde se desarrolla la estrategia digital:

### 4.1 Internet.

Para comprender lo que es Internet hoy en día es necesario repasar sus inicios, ejercicio que podría ser bastante extenso si se piensa que desde su origen ha transcurrido medio siglo de transformaciones vertiginosas. No basta con reconocer que Internet nació como un ejercicio militar<sup>1</sup> del Departamento de Defensa de Estados Unidos a finales de los años 60`s del siglo pasado, que buscaba una interconexión de redes de computadores. Para Paul Virilio (1997) esta génesis marcaría un destino cuestionable, fruto del Pentágono y basado en tecnologías satelitales que inicialmente fueron militares, refleja la militarización del conocimiento: “La militarización de la ciencia con el complejo militar-científico y la militarización de toda información con el complejo militar-informacional nos sitúan frente a un fenómeno de totalitarismo sin precedente.” (Virilio, 1997) y complementa afirmando que el desarrollo de una información globalizada obligaría a la Agencia de Seguridad Nacional de los Estados Unidos a efectuar un control de la información, no solo de los adversarios sino del mundo, con lo que se daría una militarización de la información y los

---

<sup>1</sup> ARPAnet (Advanced Research Projects Agency o Red de la Agencia para los Proyectos de Investigación Avanzada de EEUU)

conocimientos. Lo importante en este punto es que el lector vaya comprendiendo el alcance y los riesgos que podría traer una creación como Internet.

Internet fue definido por el Concejo Federal de Redes (FNC) en 1995 como el “sistema de información global que está enlazado lógicamente a un espacio global de direcciones (IP), puede soportar la comunicación usando el conjunto (TCP/IP) y provee, usa o da accesibilidad, ya sea de manera pública o privada a servicios de alto nivel superpuestos en las comunicaciones y la infraestructura relacionada” (Leiner , et al., 1995). Pero no es de interés para esta investigación ahondar en los aspectos técnicos, sino más bien en la perspectiva social del mismo, por eso nos quedaremos con las precisiones sobre el tema que ofrece Manuel Castells, quien entiende que Internet no es solo una tecnología, es un medio que ha cambiado la vida en sociedad, introduciendo nuevas maneras de producir y relacionarse, que modela y provoca transformaciones económicas y sociales que pareciera que nos están introduciendo a una nueva era: *La era Internet* (Castells, 2001).

Producto de la creación de Internet nace el concepto de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) que vamos a definir aquí como el “conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones en forma de voz, imágenes y datos contenidos en señales de naturaleza acústica, óptica o electromagnética” (Fundación para el desarrollo de la función social de las comunicaciones [Fundesco], 1986)

Estas tecnologías, como dirían Bringué, Sábada y Tolsá (2010), que se caracterizan por ser digitales y por facilitar la interactividad, crean un nuevo tipo de usuario que deja de ser pasivo y de limitadas posibilidades para convertirse en protagonista de la

Sociedad de la Información. Este nuevo usuario, como claro ejemplo los niños y adolescentes, está acostumbrado a controlar el flujo de información a la que accede, los procesos de comunicación en los que participa, y a generar contenidos propios y compartirlos. Ya no existen las “programaciones” lineales, porque cada usuario tiene una experiencia única de navegación.

### **Beneficios y posibilidades.**

Las TIC hacen posible que una población cada vez más numerosa participe en la ampliación y el intercambio de conocimiento. “Las TIC poseen enormes posibilidades para acrecentar el acceso a una educación de calidad, favorecer la alfabetización y la educación primaria universal (...) que sentará de esa forma las bases para la creación de una Sociedad de la Información totalmente integradora y orientada al desarrollo” (Organización de Naciones Unidas [ONU], 2005).

Pero no solo son optimistas, como las que acabamos de mostrar, las posturas respecto de los adelantos tecnológicos y el uso, cada vez más extendido de Internet. A finales del siglo pasado, empezaban a surgir pensadores a los que la idea de progreso de la mano de la cibernética no terminaba de convencerlos. Es el caso del teórico cultural francés Paul Virilio, quién aseguró: “Las nuevas tecnologías son las tecnologías de la cibernética. Las nuevas tecnologías de la información son tecnologías de la puesta en red de las relaciones y de la información y, como tales, son claramente portadoras de la perspectiva de una humanidad unida, aunque al mismo tiempo de una humanidad reducida a una uniformidad.” (Virilio, 1997, p. 14).

Paul Virilio (1997) soportaba su tesis acudiendo al miedo expresado por uno de los creadores de la cibernética, que se entiende como el proceso de mando y comunicación

entre hombres y máquinas, de que ésta pudiera convertirse en una amenaza para la democracia. Comparaba la revolución atómica con la informática, argumentando que se puede llegar a un control total de las poblaciones mediante la robótica y la informática, sin tener la garantía política que se impone, es decir, que estos actores, seres vivos y objetos técnicos, puedan entrar en conflicto. También sostenía que, a causa de las tecnologías, se estaba “perdiendo el cuerpo propio en beneficio del cuerpo espectral, y el mundo propio en beneficio del mundo virtual”. Veamos cómo el autor compara la interactividad propia de Internet con una bomba:

Estamos ante un fenómeno de interactividad que puede tender a privar al hombre de su libre albedrío para encadenarlo a un sistema de preguntas-respuestas que no tiene parangón (...) Las autopistas de la información van a desplegar, pues, un sistema interactivo tan temible para la sociedad como lo es una bomba para la materia. Según Einstein, la interactividad es a la bomba informática lo que la radiactividad es a la bomba atómica. Es un fenómeno constitutivo y disociativo. Naturalmente, existe la posibilidad de intercambios renovados y cuantiosos, pero, al mismo tiempo, existe la amenaza de un dominio sobre las sociedades que es absolutamente insostenible. (Virilio, 1997, p. 79)

De otro lado, Michel Serres (2014) tiene una opinión opuesta. Serres es un pensador que ve la red más desde la perspectiva de las posibilidades y es menos alarmista frente a los riesgos de la interactividad. Serres reconoce que las “nuevas tecnologías” nos han transportado del espacio euclídeo a un nuevo espacio no topológico, un espacio que no se puede hallar y que es necesario redefinirlo, cuando habla de que las sociedades ya no se rigen por la dirección física, es decir el lugar donde habitan: su hogar, sino del espacio, digamos, virtual: su correo electrónico, su cuenta de Facebook, sus redes sociales.

Cómo evoluciona la relación soporte-mensaje, donde según Serres, el hombre durante el cambio de la oralidad a la escritura, de la escritura a la imprenta y de la imprenta a lo virtual, entiéndase: Internet, ha perdido facultades, que como él mismo lo argumenta,

no se pierden en vano sino que se desarrollan nuevas habilidades: el hombre se ve en la obligación de desarrollar su inventiva, de ser inteligente frente a las nuevas tecnologías. El trabajo intelectual debe ser inteligente y no repetitivo como lo ha sido hasta ahora. (Serres, 2014)

Una vez inmersos en las redes informáticas y frente al desafío de la interacción que permite Internet, los usuarios intercambiando información con otros usuarios en cualquier lugar del mundo y de forma inmediata, las sociedades se vieron envueltas en una nueva manera de participar y construir conocimiento. Veamos de qué trata la noción de Sociedad de la Información y el conocimiento.

## **4.2 Sociedad de la Información y el Conocimiento.**

Reconocer que estamos insertos en una sociedad que intercambia información y conocimiento a través de Internet es vital para esta investigación, a fin de facilitar la caracterización de los sujetos que están involucrados en ella y las dinámicas en las que están involucrados. Haremos primero un recorrido por los orígenes y discusiones de la noción de Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Sobre esta noción se encontraron diferentes fuentes, por un lado bajo el nombre de sociedad del conocimiento (CEPAL, 2008), sin desconocer las discusiones y debates en torno a la noción como sociedad de la información (Castells & Himanen, 2002), o como también la han nombrado algunos autores como sociedad de la información y el conocimiento.

Esta nueva mirada de las sociedades a través de una conexión en red introduce muy interesantes aportes como este de Canales y Marques:

La sociedad actual, sociedad del conocimiento, según Hargreaves (2003), Baker y Foote (2003), se caracteriza por la constante y abundante circulación de la información, a la cual deberían tener acceso todos los ciudadanos que la requirieran, considerando que el nivel o la calidad de la misma dependerá de la capacidad del propio ciudadano para discriminar qué es lo más importante. (2007)

La Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) se refiere a este tema con una válida preocupación sobre cómo el sujeto interpreta y le da sentido, en un contexto determinado, a la información que circula constantemente por Internet, al punto que la sociedad se ha visto en la obligación de reevaluar la educación moral y ética para el uso de la Red, debido a la “mediación del relacionamiento entre los sujetos de una sociedad o sociedad del conocimiento, que se caracteriza por la circulación constante de información y cómo el sujeto interpreta y le da sentido a esta información en un contexto determinado, el replanteamiento de las estructuras sociales, económicas, políticas y culturales se ha intensificado, a tal punto que las sociedad se han visto en la obligación de reevaluar la educación moral y ética para el uso de Internet” (CEPAL, 2008).

Según este postulado, se considera importante definir la noción de ética. Para eso se recurre al planteamiento de Adela Cortina, quien la define como “un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en un sentido racional; es decir, pretende que obremos racionalmente; la ética es esencialmente un saber para actuar en un modo racional” (Cortina, 1998). Adicional a esto, Cruz (2009) considera, frente a la discusión de la ética y las TIC en el contexto de la sociedad de la información y el conocimiento, que ha impactado no sólo las normas de las actividades humanas fundamentales, como el trabajo, la educación, la comunicación, o la investigación, sino que también ha generado nuevas posibilidades, incertidumbres y opciones de toma de decisión que han creado vacíos éticos.

Como parte de un proceso internacional de reconocimiento de las tecnologías



de la información en el contexto de una economía mundial basada en el saber, se realizó la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información en dos escenarios – Ginebra 2003 y Túnez 2005- donde se firmó un acuerdo en el sentido de reconocer que: “el acceso a la información y el intercambio y la creación de conocimientos contribuyen de manera significativa al fortalecimiento del desarrollo económico, social y cultural”, a comprometerse en que los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil colaborarán para incrementar el acceso a la infraestructura y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), crear capacidades (alfabetización informacional), *incrementar la confianza y la seguridad en internet*, abordar las dimensiones éticas de la Sociedad de la Información y alentar la cooperación internacional y regional, principios claves para la construcción de una Sociedad de la Información integradora (ONU, 2005).

Ya se empieza a ver la preocupación sobre la confianza y la seguridad en Internet, de ese mismo modo en el numeral 15 del compromiso de Túnez hace especial énfasis en la importancia de las TIC en la promoción de paz, seguridad y estabilidad, además de propiciar la democracia, la cohesión social, la buena gobernanza y el Estado de derecho “la seguridad de la información y la seguridad de la red son decisivos para alcanzar esos objetivos”, en ese sentido se comprometen los países firmantes a afrontar eficazmente las dificultades y amenazas que representa la utilización de las TIC para fines que comprometan la estabilidad, seguridad e integridad de la infraestructura dentro de los Estados, con propósitos delictivos y terroristas (ONU, 2005). Y no es para menos: el uso de las TIC ha implicado una revolución en la forma como se produce, divulga y utiliza la información en la sociedad.

En Latinoamérica, por ejemplo, por medio de la CEPAL (2008) se sostiene que los avances obtenidos por medio de las TIC para la apropiación de una sociedad del conocimiento han sido positivos pero se vienen algunos desafíos como mejorar los ingresos por habitantes y su desigual distribución, además de los limitados niveles de educación y capacidades. Esta desigualdad a la que alude la CEPAL es conocida como *brecha digital*

#### **4.3 Brecha digital**

La profesora María Cristina Pinto explica el tema de la *brecha digital* y afirma que, después de la revisión bibliográfica del concepto, desde mediados de 1980 se viene discutiendo sobre el tema de acceso desigual. Con la proliferación de los primeros ordenadores en Estados Unidos, lo que inicialmente estaba manifestado en términos materiales tomó un matiz diferente con la repercusión internacional donde se empezó a hablar de una brecha informacional: “si en un primer momento el problema se reducía a la dotación tecnológica, ahora tiene que ver más con los usos y con el tipo de apropiación social, según las demandas del escenario donde sea analizado” (Pinto, 2014).

Para reforzar la idea compartiremos este párrafo de Van Dijk:

La falta de acceso material está claramente relacionada con diferencias socioeconómicas en sociedades específicas. Las deficiencias en acceso a las competencias no pueden ser resueltas sin realizar mejoras en los recursos educativos. El uso factible de los medios digitales en las comunidades locales es difícil de lograr si no está integrado dentro de un enfoque general de la construcción del tejido social en un ambiente específico. (Citado en Pinto, 2014)

Van Dijk aporta también en su obra cuatro tipos de acceso a la tecnología digital: 1) Acceso a la motivación (motivación para el uso). 2) Acceso físico o material (posesión de ordenadores y de conexiones a Internet o permisos para usar los contenidos). 3) Acceso a las competencias (tener competencias digitales: operativas, informativas y

estratégicas). 4) Acceso para el uso (cantidad y diversidad de aplicativos) citado en (Pinto, 2014)

Estos tipos de accesos son relevantes para este trabajo porque permiten tener una visión de los usuarios de Internet hacia los que está enfocada la estrategia digital de *En TIC Confío*. Uno de los escenarios donde se mueven estos usuarios son las redes sociales virtuales. Desarrollaremos ahora esta idea con base en las redes sociales definidas por *En TIC Confío* para interactuar con los usuarios.

#### ***4.4 Contexto Colombiano***

El impulso por cerrar la brecha digital y los riesgos que el acceso aumentado acarrearán la creación en Colombia del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MINTIC – en reemplazo del Ministerio de Comunicaciones (MINTIC, 2016). Bajo la sanción de la Ley 1341 mediante la cual se creó un marco normativo para el desarrollo del sector tecnológico y la promoción del acceso y uso de las TIC a través de la masificación –entiéndase, dotaciones tecnológicas en instituciones públicas-, el impulso a la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y en especial a “fortalecer los derechos de los usuarios” (Congreso de la República, 2009).

A partir de allí se inició la aplicación del Plan Vive Digital, que ha desarrollado dos vigencias. La primera: 2010 -2014 y el actual 2015 – 2018 una etapa que ha contado con la participación de la sociedad en su creación ya que el MINTIC dispuso de espacios virtuales donde las personas podían hacer su aporte, opinar y proponer mejoras para el desarrollo del plan.

El Plan Vive Digital (MINTIC, 2015) está basado en un modelo del Banco Mundial (WB2010) llamado Ecosistema Digital (ver gráfico) en el que se pueden visualizar los diferentes componentes que permiten masificar el uso de Internet en una sociedad y sus interacciones. Según este modelo existen cuatro componentes; en la oferta: infraestructura y servicio; en la demanda: los usuarios y las aplicaciones.

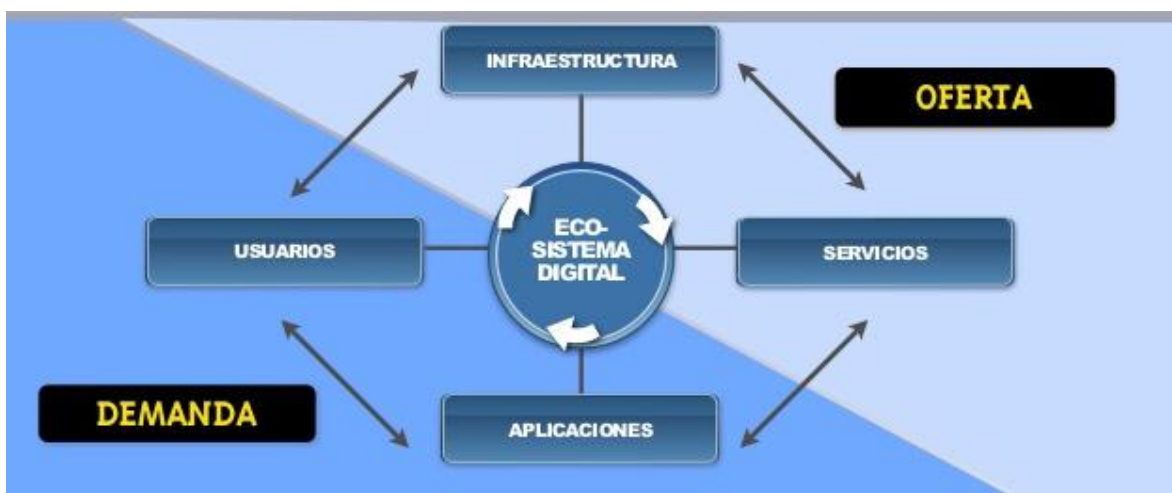


Imagen 1: Ecosistema Digital. Tomado de Plan Vive Digital en <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-634.html>

La infraestructura comprende todo lo relacionado con los elementos físicos que permiten la conectividad: redes de fibra óptica, antenas de telefonía, etc. Los servicios tienen relación con los ofrecidos por los operadores que hacen uso de la infraestructura. Por el lado de la demanda se encuentran las aplicaciones que son las herramientas de informática que permiten a los usuarios comunicarse, informarse, entretenerse, hacer sus trámites, aprender y realizar otro tipo de actividades desde diferentes tipos de terminales, llámese computador, celular, tableta, etc.

Dentro del marco del ecosistema digital, este proyecto de investigación se centraría en el componente de los usuarios y específicamente en la Política Nacional de Uso Responsable de las TIC: PNURT que busca “prevenir prácticas de producción, transmisión

y consumo de información en línea que vulneren el desarrollo y la seguridad de los menores de edad, la confidencialidad de la información personal de los ciudadanos y sus derechos de autor” (MINTIC, 2012). Y particularmente la estrategia de comunicación masiva “*En TIC Confío*”.

En 2012 el Gobierno Nacional hizo el lanzamiento de la PNURT, a pesar de no contar con suficientes estadísticas de experiencias riesgosas de menores de edad en la red, se basó en las situaciones nacionales reportadas por los medios de comunicación y los casos internacionales en cuanto al uso responsable de las nuevas tecnologías (MINTIC, 2012). Esta política busca promover el uso de Internet por parte de los ciudadanos, dando a conocer los hábitos seguros de uso de las redes de comunicación electrónica.

#### 4.4.1 En TIC Confío

Es así como surge *En TIC Confío* se desarrolla en tres frentes: 1- Charlas – talleres dirigidos a todo público pero especialmente al público escolar y que la comunidad puede solicitar a través del sitio Web; 2- El sitio web [www.enticconfio.gov.co](http://www.enticconfio.gov.co), donde se publican textos, videos, animaciones y gráficos que usan para dar a conocer información de actualidad y claves para evitar riesgos cuando se usa Internet y las TIC; y 3- las principales redes sociales donde comparten tips y reciben información de los cibernautas.

- *Facebook*: <https://www.facebook.com/enticconfio.mintic?ref=ts&fref=ts>
- *Twitter*: @EnTICconfio
- *Instagram*: <https://instagram.com/enticconfio>
- *YouTube*: [www.youtube.com/user/EnTICconfio](http://www.youtube.com/user/EnTICconfio)

#### **4.5 Redes sociales virtuales**

Vivimos en la denominada web social, donde explotan la cantidad y variedad de relaciones sociales posibles y son varias y trascendentes las consecuencias de ello (...) pero significa básicamente que estamos recuperando con las redes sociales virtuales la importancia de los espacios, de las interacciones que tenemos con nuestros pares, para definir la realidad (...) lo que podríamos denominar estructuras que son naturales a la forma de ser del ser humano, entornos ideales para desarrollar nuestra necesidad básica social y, por lo tanto, redes “sociables” (Reig & Vílchez, 2013).

**Facebook:** Es quizás la red social más importante. Se diseñó inicialmente para facilitar la comunicación entre estudiantes de la Universidad de Harvard: un espacio donde pudieran compartir contenidos de manera sencilla.

Funciona de manera que cada usuario accede a la red por medio de la creación de una cuenta, donde se le solicita sus datos personales y un correo electrónico. Luego, el usuario crea un perfil con su información (personal, laboral, académica, gustos e intereses). Realiza y recibe “solicitudes de amistad” para hacer crecer su red de contactos.

Los contenidos que el usuario comparte se almacenan través de un espacio llamado “muro”. La información que cada uno de los contactos o “amigos” comparte se visualiza en la página principal y en teoría, solo los contactos pueden tener acceso a esos contenidos. Una vez se hayan compartido contenidos, sus contactos y otros usuarios pueden interactuar a través de tres dinámicas: 1. Comentando en un espacio destinado para esto, estos comentarios serán visibles para todos los usuarios que tengan acceso al contenido compartido; 2. Compartiendo estos contenidos en “muros”, es decir, publican esta misma información con sus contactos (que no necesariamente sean los mismos contactos del que la compartió inicialmente); y 3. Reconociendo una valoración de “me gusta” para indicar una aprobación y aceptación del contenido compartido.

En octubre de 2014 alcanzó la cifra de 1350 millones de usuarios,

consolidándose como la red social más grande del mundo. La mayor crítica que se le hace a esta red social es acerca de sus políticas de privacidad, en 2013 se descubrió que la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos vigilaban los perfiles de todos los usuarios.

**Twitter:** Esta red social permite que los usuarios envíen textos cortos, máximo 140 caracteres, denominados tuits (*tweets*). Para hacer parte de esta red, los usuarios deben registrarse ingresando su información personal y un correo electrónico. De esa manera, eligen un “nick name” o “apodo” que se representa con el símbolo de @ al inicio del enunciado. Ejemplo: @wiliamecheverry. Esta es la manera de identificarse dentro de la red. Un usuario puede inscribirse para visualizar los tuits que otro produce, esto se llama “seguir”, aunque todos los mensajes son públicos, la dinámica de “seguir” es para que el “seguidor” pueda tener acceso en su línea de tiempo a los tuits de sus contactos, aunque un usuario puede bloquear a otro en cualquier momento para evitar que este pueda ver sus tuits.

La línea de tiempo es la página principal donde aparecen los tuits de mis seguidos, esta se va actualizando constantemente en la medida en que las personas a las que se sigue publiquen más tuits. A través de los tuits, los usuarios de Twitter también pueden publicar imágenes, videos cortos (vines o gifs) y/o enlaces de contenidos digitales más extensos que quieran compartir. La forma de interactuar entre usuarios, sean seguidores o no, es a través de: retuits, compartir el tuit de otro usuario; favorito, indicar aprobación a un tuit emitido; o respondiendo a ese tuit con otro tuit.

Una dinámica para etiquetar el contenido de un tuit y de esa manera facilitar su búsqueda es a través del “hashtag” que se representa con un símbolo de numeral (#) antes

del tema en mención, por ejemplo, para ingresar comentario en forma de tuits sobre un tema de actualidad, el usuario de twitter utiliza el hashtag #Medellín. Este etiquetado no precisamente debe ser una palabra, también puede ser una frase: #FuerzaNairo. La condición es que deben estar todas las palabras juntas, sin espacios y precedida del símbolo del hashtag: #. Estos hashtag cumplen una función muy importante en la redes sociales al servir como impulsores y de tendencias o temas que se tratan y son replicados por miles de usuarios, ya sea a nivel mundial, local o nacional. Twitter se encarga de sugerir a sus usuarios los temas que son tendencia para que éste pueda enterarse y si es el caso, aportar con sus tuits a esa tendencia.

**YouTube:** Este sitio web permite compartir contenidos en formato audiovisual. Al igual que otros portales, los usuarios pueden acceder sin necesidad de asociarse, pero para poder subir videos es necesario del registro. A través de esta red social se comparten videos con múltiples propósitos: educativos, amateur, profesionales, musicales, película, contenidos de televisión, etc. Tiene serias restricciones frente al contenido explícito de carácter sexual, pero no está libre de videos con altos grados de violencia o contenido con material fuerte.

Este sitio lleva un registro público del número de reproducciones de cada video. Además cuenta con una interacción parecida a otras redes sociales. En este caso se llaman “canales” a las cuentas de donde se suben los videos, cada usuario registrado tiene su propio canal. Otros usuarios se pueden inscribir a estos canales para estar actualizados de las publicaciones que se hacen en ellos, siempre a través de videos. Los usuarios comparten los videos por otras redes sociales o mediante un enlace o url. También cuenta con un espacio para hacer comentarios de los videos, allí cualquier usuario registrado puede



interactuar con otro. Además tiene la opción para que los usuarios indiquen si el contenido del video “les gusta” o “no les gusta”

**Instagram:** Red social y aplicación para celulares donde los usuarios comparten fotos y videos con sus seguidores, quienes son los contactos admitidos por cada usuario. Con más de 300 millones de usuarios esta red social permite integrarse con otras como Facebook, twitter. Quien usa esta plataforma puede decidir si comparte sus fotos solo con sus seguidores o con todos los usuario de la red social.

Durante la primera vigencia de *En TIC Confío*, 2010-2014, la estrategia digital se desarrolló a través de las redes anteriormente mencionadas y consistió en la: “sensibilización de un millón de personas, más de cinco mil conferencias dictadas en colegios y universidades en todo el país y más de 1.500 contenidos divulgados a través de la web y redes sociales”. Se buscó prevenir riesgos como la pornografía infantil, el matoneo virtual, el ciberacoso, entre otros. (MINTIC, 2014). Veamos de qué se tratan estos riesgos que serán el pilar para la identificación de las piezas que se analizarán en este trabajo.

#### **4.6 Ciber Riesgos**

Colombia tiene 26 millones de usuarios de Internet, de los cuales más de 9 millones son menores de 18 años, edades en que son muy vulnerables debido a su inexperiencia e inocencia, además, son los más activos frente al uso de las TIC (MINTIC, 2016). Con base en esto, la importancia de blindarlos frente a los riesgos y peligros que puedan afrontar.

La UNESCO en el documento de “alfabetización mediática e informacional: curriculum para profesores” (Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, & Cheung, 2011). ha determinado 8 principales riesgos en Internet que son: Consejos dañinos, robo de identidad,

robo de dinero/phishing, fraude comercial, Grooming, Bullyng o acoso, difundir información privada y Profiling (hacer perfiles). En su gran mayoría son términos acuñados del idioma inglés y que carecen de sentido si se traducen a español, por ejemplo: Grooming traduce “acicalando” y en inglés también se utiliza como acepción para referirse a “entrenar o preparar (a alguien) para un propósito o actividad particular”. Lo cual no quiere decir que esa palabra sea la utilizada para este tipo riesgo en Internet, los angloparlantes se refieren a éste como “Child grooming”.

Sobre la base de riesgos determinados por la UNESCO el MINTIC ha desarrollado sus estrategias y los ha categorizado y resumido en seis:

#### 4.6.1. Ciberacoso, Cyberbullying o Cibermatoneo:

“El cyberbullying implica el uso de tecnología de la información y la comunicación para llevar a cabo, por parte de un individuo o grupo, de manera repetida y deliberada, conductas hostiles que tienen la intención de herir a otros” (Belsey, S.f). Para Smith (2010), “el Ciberacoso es un acto agresivo e intencionado llevado a cabo de manera repetida y constante, mediante el uso de formas de contacto electrónicas por parte de un grupo o de un individuo contra una víctima que no puede defenderse fácilmente”. Por su parte Willard (2012), lo define como el envío y acción de colgar textos o imágenes dañinas o crueles por Internet u otros medios digitales de comunicación. De modo que, vamos a definir el Ciberacoso como el acto que involucra enviar o publicar texto y / o imágenes perjudiciales o crueles a través de Internet u otros dispositivos de comunicación digital. Sus elementos comunes son: Su carácter agresivo e hiriente, la repetición en el tiempo, el desequilibrio de poder entre agresor y víctima, la intencionalidad de la acción y se realizado por medio electrónicos (Cleemput & Grigg, 2010; Nocentini et alm, 2010; Sabella, Patchin

& Hinduja, 2013; Slonje, & Frisen, 2013) Este acto puede ocurrir en los sitios web personales o puede ser transmitida a través de correo electrónico, sitios de redes sociales, salas de chat, foros, mensajería instantánea, o teléfonos celulares. Citado en (Florez Villacrés, Asanza Molina , & Berrones, 2014). La Organización de Naciones Unidas (ONU) y la Fundación Telefónica han publicado en 2014 un estudio que dice que el 55% de los jóvenes en Latinoamérica ha sido víctima de Ciberacoso.

La preocupación y el interés social por las conductas violentas de maltrato entre compañeros en las instituciones educativas, tanto en la vida real como a través de las TIC, ha ido incrementando progresivamente, debido a la conciencia que se ha despertado sobre la importancia de los Derechos Humanos y la relevancia que tienen los actos agresivos en contextos escolares, a raíz de consecuencias tan severas como suicidios de menores por causa de acoso de los compañeros. Esto implica que el sector educativo tenga que intervenir en la prevención de situaciones de acoso, sin embargo, el Ciberbullying es un fenómeno muy reciente y aún existen pocos estudios a pesar de su notable crecimiento (Garaigordobil, 2011)

La ley 1620 de 2013 con la cual se crea la ruta de atención en casos de violencia escolar en Colombia y el sistema nacional único de información para reportar conductas que atenten contra la convivencia escolar, la ciudadanía y el ejercicio de los derechos humanos, sexuales y reproductivos de los estudiantes dentro y fuera de las escuelas, es el marco legal que tipifica el Ciberacoso

#### 4.6.2. Ciberdependencia

El concepto de ciberdependencia está lejos de ser aceptado por la comunidad científica por unanimidad. Mientras algunos defienden la ciberdependencia como una

condición patológica, otros cuestionan las bases operacionales y prácticas para llegar al diagnóstico. Algunos científicos ven la ciberdependencia como un problema ligado al manejo del tiempo, a un déficit cerebral y la condiciones psicosociales, otros buscan la versión que permita aceptar la ciberdependencia como un problema de perspectiva médica. (Suissa, 2015) Las bases teóricas con las que cuentan los defensores de la ciberdependencia como una adicción son estudios –descriptivos- sobre los patrones de uso de Internet (Llinares & Lloret, 2008). El DANE, por medio de la Encuesta Nacional de uso del tiempo, indagó sobre el uso del tiempo libre en niños entre 5 y 17 años y encontró que el 51,5% navega en Internet y/o chatea (DANE, 2013). Lo que permite comprobar que la mayoría de los niños de esas edades están expuestos a la Web en su tiempo libre. Adicional a esto, un nuevo síndrome Psicosocial parece estar tomando importancia en la sociedad: La Nomofobia o miedo irracional por no tener consigo el teléfono celular.

#### 4.6.3. Sexting

Se refiere a una práctica que aparentemente es muy común en los jóvenes de compartir fotografías o videos sugestivos o sexualmente comprometedores de ellos mismo desde el teléfono celular o Internet. (Lenhart, 2009) Lo que aparentemente sería una conducta íntima, pasa a ser un riesgo cuando estas imágenes y videos se comparten a través de Internet y se distribuyen, sin poder ser controlados, en las redes sociales. En el mundo se conocen varios casos de jóvenes que han terminado con sus vidas debido a la presión social recibida luego de que sus fotografías comprometedoras, que ingenuamente compartieron con sus parejas, fueron publicadas indiscriminadamente y sus reputaciones afectadas de manera negativa (Agustina, 2010).

Este comportamiento en Internet también trae consecuencias legales. En Colombia es ilegal almacenar imágenes con contenido sexual de menores de edad, es considerado pornografía infantil. En el mundo se han generado muchas discusiones –desde el marco legal- como la que propone el profesor José Agustina sobre la tendencia de algunos fiscales norteamericanos de acusar tanto a los involucrados de distribuir las imágenes, como a quienes aparecen en ellas, por el delito de producción de pornografía.

#### 4.6.4. Grooming

Son una serie acciones de acercamiento premeditado por parte de un adulto con el objetivo de ganarse la confianza de un menor de edad a través de Internet, de manera que pueda crear un vínculo emocional que le permita abusar sexualmente de él. Normalmente esta actividad es reconocida como un adulto que, aprovechando del supuesto anonimato que brinda Internet, crea un perfil falso haciéndose pasar por un menor de edad y de esa manera no levantar sospechas, tener afinidades, crear confianza y fortalecer la amistad. Una vez creado el lazo de familiaridad –puede tardar meses – el menor ha perdido la timidez y esta dispuesto a hablar de temas mas íntimos, es allí donde el adulto abusador aprovecha para iniciar charlas sexuales, intercambiar imágenes eróticas o proponer que se conozcan en persona. (MINTIC, 2016)

De los actos de *Grooming* se derivan otras actividades como la incitación a la pornografía infantil, abuso sexual con menores de edad. Es allí donde se tipifica como delito, cuando el acto transgrede lo virtual y se materializa en lo real.

Algunos datos en Colombia proporcionados por el MINTIC revelan que el 64% de los adultos **no** acompañan a los menores de edad que están bajo su responsabilidad, durante la navegación en Internet, el 65.5% de los padres **no** cree que sus hijos estén

seguros mientras navegan por Internet, el 95% de los encuestados **nunca** ha denunciado un caso de *Grooming* ante las autoridades y tan solo el 1% está familiarizado con el término. (MINTIC, 2016)

#### 4.6.5. Pornografía infantil

Se considera pornografía infantil a “toda representación visual, gráfica o textual, incluidos dibujos animados o juegos de video que de manera real o simulada, explícita o sugerida, involucren la participación de niños o personas que aparentan serlo en el desarrollo de actividades sexuales o exhibición de genitales con fines sexuales” (UNICEF, 2001). En Colombia esta tipificada en la Ley 679 de 2001, que fue fortalecida por la ley 1336 de 2009 para la lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños y adolescentes. El “pacto nacional por la cero tolerancia contra la pornografía infantil” se realizó en 2013 y su ratificación fue el 23 de julio de 2014, en el marco del II encuentro internacional para el manejo y la prevención de la explotación sexual infantil en línea – conectados para protegerlos – y fue firmado por los ministerios de educación, trabajo y tecnologías de la información y las comunicaciones MINTIC, ICBF, fiscalía, policía y demás entes de control, así como proveedores de servicios de Internet . Con la intención de avanzar en la protección, prevención y manejo del riesgo de la pornografía infantil y otras formas de explotación sexual de menores de edad en el ciberespacio. (MINTIC, 2016)

#### 4.6.6. Fraude electrónico

También conocido como *Phishing*, es un delito cibernético en que, por medio de correos electrónicos, mensajes de texto o advertencias en redes sociales, criminales buscan que las personas visiten páginas web falsas de entidades bancarias o comerciales, que tienen una apariencia muy similar a las legítimas. Allí se les solicita verificar o

actualizar datos con el fin de robarles información confidencial como nombres de usuario y claves, para luego desocupar sus cuentas (MINTIC, 2016).

En Colombia se registran en promedio cada mes 187 denuncias por robos informáticos, el *Phishing* es el más común. En 2011 se perdieron cerca de 6 millones de dólares como consecuencia de este delito que cada vez va tomando más popularidad y más del 80% de los códigos maliciosos con desarrollados con el objetivo de robar información bancaria según lo informó la compañía de antivirus y seguridad digital Kaspersky. Diciembre y enero son los meses preferidos para que los delincuentes ataquen con *Phishing*, cuando más movimientos económicos realizan los ciudadanos (ASOSEC, 2013).

## 5. METODOLOGÍA

### ***5.1 Creación y categorización del corpus de piezas empleadas por En TIC Confío para la estrategia digital 2015 – 2016***

En el primer acercamiento metodológico de este trabajo se hace un rastreo de todas las publicaciones realizadas por *En TIC Confío* a través de los canales o redes seleccionadas para su estrategia virtual. Para esto se determina inicialmente qué se está buscando. Para responder a esta pregunta es necesario explorar detalladamente los componentes de la estrategia de comunicación y reconocer cuáles son sus principales pilares de contenido. La pregunta siguiente es: ¿Dónde se debe buscar? Como el interés de este trabajo es netamente la exploración en Internet, se definió no tocar los temas presenciales, es decir las piezas impresas y las charlas o conferencias, entonces es necesario saber ¿Cuáles son los canales definidos por *En TIC Confío* para impactar a su público objetivo? Una vez claro esto, se hace la recopilación de piezas o estrategias discursivas utilizadas (en adelante se llamarán “piezas” con el ánimo de sintetizar). Se revisa cada una de ellas y se define brevemente el mensaje que contiene y el soporte (video, imagen, texto, texto con imagen). Es necesario registrar el enlace donde se ubica la pieza en Internet para revisarla nuevamente de ser necesario, se toma nota de la fecha de publicación y el canal donde por donde fue compartida (página Web oficial de *En TIC Confío*, Twitter, Facebook, Instagram) Para eso se diseñó la siguiente tabla 1 (ver tabla 1).

Ya en el marco teórico (o de referencia) se desarrollaron de a modo de contextualización los propósitos y el motivo por el que se creó *En TIC Confío*. En esta parte del trabajo nos encargaremos de desarrollar, de manera un poco más detallada, el panorama



Tabla 1: Esquema recolección del corpus

Riesgo	Pieza	Soporte	Enlace	Fecha	Medio
(Se definen el riesgo al que apunta la pieza)	(Cuál es el nombre de la pieza)	(Cómo viene constituido el mensaje: Video, texto, imagen, texto e imagen)	(URL de la pieza)	(Fecha en que fue publicada la pieza)	(Por dónde fue publicada la pieza: Instagram, Twitter, Facebook, Web oficial)

general de la estrategia de comunicación digital y cómo es la puesta en marcha de esta iniciativa que para 2018, según el Plan Vive Digital 2014-2018<sup>2</sup>, tiene como reto “impactar” a 5 millones de personas de manera directa, y a 25 millones a través de medio electrónicos.

Las charlas – talleres o conferencias son ofrecidas por *En TIC Confío* principalmente en instituciones educativas y son dictadas por profesionales en varias disciplinas como sociología, comunicación, antropología y educación, pero principalmente con conocimientos sobre manejo de auditorios y capacidades de expresión oral. Estas charlas se ofrecen en los departamentos de Amazonas, Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Chocó, Cundinamarca, Guajira, Huila, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del Cauca. Están dirigidas a todas las audiencias pero en especial al público escolar, en relación con el cual se hace especial énfasis en los riesgos y posibilidades que existen en Internet, además de los canales de denuncia. A través de las conferencias se

<sup>2</sup> Plan Vive Digital 2014 – 2018 consultado en [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-5193\\_recurso\\_2.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-5193_recurso_2.pdf)

invita a los asistentes a visitar constantemente la página oficial y las redes sociales oficiales de *En TIC Confío*. Los canales a través de los cuales se difunde esta estrategia son:

### **Página Web.**

Es el motor principal de *En TIC Confío*. Por este medio se comparten todas las piezas diseñadas para su estrategia digital, que posteriormente habrán de alimentar, migrar o ser difundidas a través de las redes sociales. Además de ser un repositorio de contenidos para las redes sociales, es el medio por el cuál la comunidad puede solicitar las conferencias. Incluso, contiene vínculos para visitar otras páginas del gobierno como la página de la presidencia, la del MINTIC y demás ministerios.

### **Redes sociales.**

*En TIC Confío* cuenta con presencia en cuatro redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. A través de ellas se busca una interacción con los públicos, es decir, una proximidad -digamos virtual- con la comunidad, donde se comparte con regularidad información relacionada con la estrategia: riesgos y oportunidades de Internet. Al igual que otras iniciativas relativas a información del MINTIC. Valga aclarar que en esta investigación lo que interesa es la pieza como tal y no tanto el canal por donde sea publicada, ya que el análisis que se realizara será sobre las piezas y no las redes sociales por donde se divulgan.

Las cuentas de Facebook y Twitter de *En TIC Confío* contienen exactamente la misma información, se comparten de manera simultánea los mismos contenidos. Otro tipo de investigación podría hacer una revisión sobre la relación de la estrategia con sus públicos a través de estas redes; o la relación que tienen el número de inscritos o seguidores

con la cantidad de “likes” o “retuits”; o las veces que se comparte el contenido que publica la iniciativa; o un análisis de los comentarios que hacen interpretantes a través de las redes. Para esta investigación es importante rastrear el tipo de contenidos que se publican y no tanto su relación con los públicos. Y en esta medida, preferimos privilegiar en el análisis otras redes sociales, tales como Twitter e Instagram, orientando el análisis, como queda dicho, más a los contenidos que a las características de la interacción.

YouTube es un medio vital para *En TIC Confío*. En su canal de YouTube depositan todos los contenidos audiovisuales de la estrategia digital. De allí se alimentan las otras plataformas compartiendo enlaces de videos según la temática específica desde hace cuatro años. Se ubicaron videos que buscan prevenir sobre 5 de los 6 riesgos definidos por la estrategia, además de orientaciones para buscar un uso productivo de las TIC.

Instagram por su parte, ofrece contenido diferente a la otras redes por su naturaleza de ser una red social con un interés específico: imágenes. En este caso, es muy interesante ver cómo se recurre a la imagen apoyada por texto que analizaremos en el cuarto capítulo de este documento.

### **Posibilidades y riesgos:**

Dentro de las posibilidades o ventajas que trae el uso de Internet se identificó que, dentro de la planeación de *En TIC Confío*, se desarrollan 3 premisas:

1. Laboral: ya sea para la creación de negocio, el teletrabajo, el comercio (compra y venta online) hasta la búsqueda de trabajo. Todas estas vertientes que se pueden desarrollar a través del uso de las TIC.

2. Formación: desarrollo de competencias digitales, educación virtual, creación de contenidos, trabajo colaborativo, sociedad del conocimiento.
3. Sociabilidad: las redes sociales permiten desarrollar estructuras que son “naturales a la forma de ser del ser humano, entornos ideales para desarrollar nuestra necesidad básica social, por lo tanto, redes sociables” (Reigg & Vílchez, 2013).

Frente a los riesgos se identificaron 6:

- Cyberbullying.
- Ciberdependencia.
- Sexting.
- Grooming.
- Pornografía infantil.
- Fraude electrónico o Phishing.

### **5.1.1 Identificación de piezas.**

Después de la exploración general del mapa de la estrategia y en vista de hallazgos como:

1. Que la estrategia *En TIC Confío* iniciaría la realización de las conferencias en junio de 2016, es decir, que no se alcanzaría asistir a las charlas para realizar un análisis de sus estrategias persuasivas. De este modo, se descarta el análisis de las conferencias.

Además, por la imposibilidad de objetivación de las conferencias bajo la metodología seleccionada.

2. Que los contenidos publicados en Twitter y Facebook no aportan nada diferente a lo publicado en la página oficial y el canal de YouTube, es decir, que Facebook

y Twitter se usan básicamente para remitir, mediante sus publicaciones, a los contenidos ofrecidos en los otros dos sitios. Es decir, la estrategia no diseña sus propuestas en función de las características de estas redes sociales sino que las utiliza, únicamente, como instrumento de transmisión. Sin desconocer las posibilidades que la plataforma de divulgación le imprime al mensaje, en lo esencial la pieza no cambia. 3. Entre las posibilidades y los riesgos *En TIC Confío* ha desarrollado en su estrategia digital más piezas que buscan evitar los riesgos del uso de las TIC que las posibilidades que permiten un aprovechamiento de Internet.

De esta manera se procedió a realizar la identificación y tabulación de las piezas (ver tabla #1) que debían cumplir con los siguientes criterios de selección:

Riesgos: como principal prioridad en el búsqueda, es decir que se excluyen otros contenidos publicados por *En TIC Confío* que no tengan que ver con los seis riesgos previamente mencionados.

Piezas: son el principal insumo para el posterior análisis. En este ítem se ubica el nombre que recibió la pieza por parte de la estrategia digital.

Soporte: se identifica el tipo de formato en que esta diseñada la pieza. Pueden ser videos, imágenes, textos, imágenes con texto, infografías.

Enlace: se comparte el enlace de la publicación de la pieza para que el lector pueda consultarla directamente desde la plataforma en que se encontró.

Fecha: se determinó seleccionar todas las piezas que se publicaron en 2015 y 2016 hasta la fecha de corte (mayo 14 de 2016).

Plataforma: deben estar publicadas las piezas a través de las plataformas oficiales de los siguientes sitios: página web, Instagram y YouTube.

### 5.1.2 Relación de las piezas encontradas según cada uno de los riesgos:

Ciberacoso: Se hallaron 26 piezas en total, de las cuales cinco contienen solo texto; tres son videos; una contiene todos los formatos (texto, imagen y video); 17 están compuestas por texto reforzado con imagen. De estas 26 piezas 19 fueron tomadas de la página oficial, curiosamente en la misma fecha (12 de septiembre de 2015); dos videos de YouTube uno el 18 de noviembre de 2015 y el otro el 16 de marzo de 2016); y cinco publicaciones en Instagram entre el 30 de noviembre de 2015 y el 18 de marzo de 2016.

Tabla 2: Corpus del Ciberacoso.

Riesgo	Estrategia utilizada (piezas)	Soporte	Enlace	Fecha	Plataforma	Descripción
Ciberacoso	Ciberacoso o cibermatoneo	formato múltiple (imagen, texto y video)	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/ciberacoso-o-cibermatoneo">http://www.enticconfio.gov.co/ciberacoso-o-cibermatoneo</a>	12-sept	página oficial	Define ciberacoso, en qué consiste y recomienda maneras de denunciarlo. Se apoya por un video (Malena) y una imagen de un niño colgado de un perchero
	Rehtaeh Parsons, una víctima más	imagen texto y enlaces	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/rehtaeh-parsons-una-victima-mas">http://www.enticconfio.gov.co/rehtaeh-parsons-una-victima-mas</a>	12-sept	página oficial	Cuenta la noticia de una joven que se suicidó a causa del ciberacoso. Recuerda otros casos y recomendaciones y canales de denuncia. Se apoya por la imagen de la joven
	El caso de Amanda Todd	imagen texto y enlaces	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-caso-de-amanda-todd">http://www.enticconfio.gov.co/el-caso-de-amanda-todd</a>	12-sept	página oficial	Cuenta la historia de una joven que se suicidó por acusa de ciberacoso por sexting, da recomendaciones y canales de denuncia, además de enlaces para ver más información u otras piezas. Se apoya de la imagen de la niña

¿cómo se da el ciberacoso?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/como-se-da-el-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/como-se-da-el-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	Resalta que el ciberacoso no es un delito. Señala por cuales medios se da y ofrece algunos ejemplos. Se apoya por la imagen de una mujer visiblemente triste
Crea campañas contra el ciberacoso	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/crea-campa%C3%B1as-contra-el-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/crea-campa%C3%B1as-contra-el-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	Invita a la creación de campañas para evitar el ciberacoso indicando algunos tips. Se apoya por un dibujo promocionando el "ciber cuidado"
En TIC Confío habla sobre Ciberacoso	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/en-tic-confio-habla-sobre-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/en-tic-confio-habla-sobre-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	Comparte una nota publicada por "Q'Hubo" sobre el ciberacoso. Imagen de la publicación.
¿Qué hacer en caso de Ciberacoso?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/que-hacer-en-caso-de-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/que-hacer-en-caso-de-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	Recomendaciones para evitar y denunciar el ciberacoso. Imagen de un adulto acompañando a un niño mientras manipula un computador
Protégelos del Ciberacoso!	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/%C2%A1protegelos-del-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/%C2%A1protegelos-del-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	El mensaje va dirigido a los padres para que protejan a sus hijos del ciberacoso y cómo denunciarlo bajo qué ley. Imagen de una madre jugando con una pelota y su hija
Yhon: caso de Ciberacoso por Sexting	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/yhon-caso-de-ciberacoso-por-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/yhon-caso-de-ciberacoso-por-sexting</a>	12-sept	página oficial	Cuenta el caso de un colombiano víctima de ciberacoso por causa de sexting, entrega datos de denuncias de ciberacoso en niños y niñas que reconocen haberlo. Producido. Imagen de un hombre tapándose la cara como en símbolo de vergüenza o angustia
Ciberbullying: guía para profesores	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/ciberbullying-guia-para-profesores">http://www.enticconfio.gov.co/ciberbullying-guia-para-profesores</a>	12-sept	página oficial	Cinco recomendaciones para que los maestros eviten la proliferación de ciberacoso. Foto de una niña aparentemente en un salón o biblioteca.
Ciberbullying: los espectadores también tienen la culpa	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/ciberbullying-los-espectadores-tambien-tienen-la-culpa">http://www.enticconfio.gov.co/ciberbullying-los-espectadores-tambien-tienen-la-culpa</a>	12-sept	página oficial	Argumenta que, según una organización anti ciberacoso, los testigos del ciberacoso son también ciberacosadores. Y los invita a no proliferar el ciberacoso. Se apoya de un dibujo de dos animaciones saliendo de las pantallas de dos computadores para darse las manos.

La guía del 'antitrol'	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/la-guia-del-antitrol">http://www.enticconfio.gov.co/la-guia-del-antitrol</a>	12-sept	página oficial	Comparte seis normas de "netiqueta" para evitar producir ciberacoso. Se apoya del dibujo de un monstrico dentro de un símbolo de prohibido
Tipos de ciberacosadores	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/tipos-de-ciberacosadores">http://www.enticconfio.gov.co/tipos-de-ciberacosadores</a>	12-sept	página oficial	Invita a reconocer cuatro tipos de ciberacosadores y los describe, se apoya de la imagen de un hombre cruzando los dedos de ambas manos
¿Por qué callan las víctimas de ciberacoso?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/por-que-callan-las-victimas-de-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/por-que-callan-las-victimas-de-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	Menciona 9 motivos por los que las víctimas no denuncian
¿Sabes cómo afrontar el ciberacoso?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/sabes-como-afrontar-el-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/sabes-como-afrontar-el-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	Mensaje para los padres. Ocho maneras de prevenir o manejar los casos de ciberacoso
Evita el ciberacoso en Ask.fm	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/evita-el-ciberacoso-en-askfm">http://www.enticconfio.gov.co/evita-el-ciberacoso-en-askfm</a>	12-sept	página oficial	Ocho recomendaciones para no ser víctima de ciberacoso por la red social Ask.fm. Apoyada por la imagen de una niña manipulando un computador
Guía para papás TIC sobre ciberacoso	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/guia-para-papas-tic-sobre-ciberacoso">http://www.enticconfio.gov.co/guia-para-papas-tic-sobre-ciberacoso</a>	12-sept	página oficial	10 recomendaciones para prevenir el tratar el ACOSO, no precisamente el ciberacoso.
El ciberacoso en los colegios se puede detener	video	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-ciberacoso-en-los-colegios-se-puede-detener">http://www.enticconfio.gov.co/el-ciberacoso-en-los-colegios-se-puede-detener</a>	12-sept	página oficial	Mensaje: si conocen los riesgos y las consecuencias del ciberacoso se puede evitar. Video: de una niña de 13 años reconociendo haber ciberacosado y lo que aprendió de la
Nunca contestes insultos ni groserías por Internet. Mejor ignorarlos	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzQkIUSWdQc1Q3Y28">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzQkIUSWdQc1Q3Y28</a>	30-oct	Instagram	Imagen de un emoticón que insulta a otro y éste se niega a contestar,
SoyenTICconfío - Camilo Guzmán	video	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=njP9Set_CIQ">https://www.youtube.com/watch?v=njP9Set_CIQ</a>	18-nov	youtube	Mensaje de un DJ con recomendaciones para evitar el ciberacoso e invitar a hacer parte de las redes sociales de En TIC confío
El cyberbullying es una acción grupal: quien realiza sus acciones busca una audiencia que lo respalde	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzdk4yYVQ1bVhUaWs">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzdk4yYVQ1bVhUaWs</a>	4-mar	Instagram	imagen de un sujeto en primer plano con actitud de acecho con algunas sombras detrás



Si conoces una víctima de Ciberbullying: apóyala publicamente y evita compartir los mensajes con los ataques que recibió	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzODZFMXB1SGQwLUU">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzODZFMXB1SGQwLUU</a>	4-mar	Instagram	imagen dibujo de una mujer disgustada sosteniendo una señal de pare
Evita compartir mensajes de ciberbullyng: esto solo alimenta al abusador y lastima aún más a la víctima	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzNnpFY2VXS0hNdIE">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzNnpFY2VXS0hNdIE</a>	11-mar	Instagram	Imagen dibujo de una mano con un celular y detrás un fantasma
Denuncia el ciber acoso - Te protejo	video animado	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=wWK1YoU2kyg">https://www.youtube.com/watch?v=wWK1YoU2kyg</a>	16-mar	youtube	video animado de promoción al canal de denuncia para el ciberacoso
Ciberbullyng escolar: Es importante enseñarles a los niños que las mismas reglas aplican cuando estas dentro o fuera de Internet	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzeFZLVDZWYVQwRGc">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzeFZLVDZWYVQwRGc</a>	18-mar	Instagram	imagen animada de una pantalla de un computador y una cometa que pasa por detrás de él y se proyecta dentro

Ciberdependencia: Sobre este riesgo fueron encontrados: cuatro videos en YouTube (2) y en la página oficial (2) publicados entre el 4 de noviembre de 2015 y el 21 de abril de 2016; cuatro piezas con solo texto en la página oficial, publicados todos en la misma fecha, el 12 de septiembre de 2015; y 14 imágenes con texto en Instagram (8) y la página oficial (6). Las publicaciones de la página oficial (10 piezas) fueron cargadas en la misma fecha 12 de septiembre de 2016)

Tabla 3: Corpus de la Ciberdependencia.

Riesgo	Estrategia utilizada (piezas)	Soporte	Enlace	Fecha	Plataforma	Descripción
--------	-------------------------------	---------	--------	-------	------------	-------------

ciberdependencia	La ciberdependencia es cuestión de todos	video	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/la-ciberdependencia-es-cuestion-de-todos">http://www.enticconfio.gov.co/la-ciberdependencia-es-cuestion-de-todos</a>	21-abr	página oficial	Video de tres jóvenes que chatean entre ellos desde sus celulares estando en la misma sala de espera.
	¿eres ciberdependiente?	video	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/eres-ciberdependiente">http://www.enticconfio.gov.co/eres-ciberdependiente</a>	17-mar	página oficial	Desarrolla el concepto de ciberdependencia con entrevista aun experto y gente del común que va por la calle.
	Gira nacional show "ciberdependientes, lo que el movil se llevó"	video	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Mf6TgZuNShU">https://www.youtube.com/watch?v=Mf6TgZuNShU</a>	23-feb	youtube	Entrevistas a los participantes a la puesta en escena sobre ciberdependencia a cargo de un famoso comediante. Al final comparte las cifras de personas que asistieron a los eventos
	SoyenTICconfío - Simona Sanchez	video	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9aRV3HP9X6c">https://www.youtube.com/watch?v=9aRV3HP9X6c</a>	4-nov	youtube	Una famosa que habla de ciberdependencia y da tres consejos para evitarlo
	tips para evitar la ciberdependencia	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/tips-para-evitar-la-ciberdependencia">http://www.enticconfio.gov.co/tips-para-evitar-la-ciberdependencia</a>	12-sept	página oficial	contexto de la ciberdependencia y tres consejos para evitarlo
	cuidate de la ciberdependencia	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/cuidate-de-la-ciberdependencia">http://www.enticconfio.gov.co/cuidate-de-la-ciberdependencia</a>	12-sept	página oficial	Seis preguntas para saber si usted es ciberdependiente y los mismo tres consejos de la pieza anterior
	El celular ¿Amigo o enemigo en cine?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-celular-amigo-o-enemigo-en-cine">http://www.enticconfio.gov.co/el-celular-amigo-o-enemigo-en-cine</a>	12-sept	página oficial	Invitación a no usar los celulares en el cine
	Conéctate y desconéctate de las TIC	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/conectate-y-desconectate-de-las-tic">http://www.enticconfio.gov.co/conectate-y-desconectate-de-las-tic</a>	12-sept	página oficial	Seis consejos para descansar mientras se usan los computadores
	Síntomas de Ciberdependencia	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/sintomas-de-ciberdependencia">http://www.enticconfio.gov.co/sintomas-de-ciberdependencia</a>	12-sept	página oficial	Cifras y conceptos sobre ciberdependencia y seis síntomas, apoyado por una imagen de unas manos movidas sobre un teclado de pc
	acuerdos para evitar la ciberdependencia	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/acuerdos-para-evitar-la-ciberdependencia">http://www.enticconfio.gov.co/acuerdos-para-evitar-la-ciberdependencia</a>	12-sept	página oficial	Once consejos para aprovechar las TIC en familia, apoyado de la imagen de un niño, con cara de ira, jugando en una consola portátil de juegos

45º03	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/nomofobia-el-temor-de-nuevo-siglo">http://www.enticconfio.gov.co/nomofobia-el-temor-de-nuevo-siglo</a>	12-sept	página oficial	Cifras y conceptos de expertos sobre Nomofobia y cinco recomendaciones según expertos para reducir sus efectos. Apoyado por la imagen de un joven usando un celular
Phubbing: "suelta ese teléfono y mírame"	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/phubbing-suelte-ese-telefono-y-mireme">http://www.enticconfio.gov.co/phubbing-suelte-ese-telefono-y-mireme</a>	12-sept	página oficial	Explicación del concepto de Phubbing con cifras y consejos de expertos para evitarlo (o controlarlo). Acompañado de la ilustración de una pareja en una cena mientras él manipula su celular ella lo mira contrariada
¿cómo lograr que un niño se "despegue" de Internet?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/node/1818">http://www.enticconfio.gov.co/node/1818</a>	12-sept	página oficial	Mensaje para los padres. Evitar que los niños pasen muchas horas en Internet. Apoyado por la imagen de una mujer halando de la mano a una niña que se encuentra frente a un teclado sonriendo
Cuatro aplicaciones para conducir sin riesgo	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/cuatro-aplicaciones-para-conducir-sin-riesgos">http://www.enticconfio.gov.co/cuatro-aplicaciones-para-conducir-sin-riesgos</a>	12-sept	página oficial	Cuatro aplicaciones tecnológicas para que los usuarios no manipulen celulares mientras manejan junto con datos estadísticos de otros países sobre accidentes por esta práctica. Apoyado por imagen de un hombre conduciendo y manipulando el celular
Fija horarios de uso para las consolas de videojuegos de esta manera evitarás que interfieran con las obligaciones de tus hijos	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzajdMbXpHYWtNVWc">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzajdMbXpHYWtNVWc</a>	6-may	Instagram	Apoyada de imágenes de videojuegos
Dedica un día al mes para desconectarte de Internet y tus dispositivos electrónicos. Te sentirás libre	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzSGZlcHdYeE1nMkU">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzSGZlcHdYeE1nMkU</a>	8-abr	Instagram	Acompañado de un calendario
Nomofobia: El término proviene de la abreviación inglesa no-mobile-phone-phobia (miedo a quedarse sin móvil)	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzc2JxNnhXX3JJazA">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzc2JxNnhXX3JJazA</a>	8-abr	Instagram	Una mano encadenada a un celular

¿La tablet pasa más tiempo con tus hijos que tú?	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzYzRaaDZpOW04MDQ">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzYzRaaDZpOW04MDQ</a>	13-nov	Instagram	Una tablet con la imagen de un chupo
¿te angustias cuando no puedes conectarte a Facebook durante todo el día y piensas en lo que te estas perdiendo?	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzTDQzYmpiwUxZF2c">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzTDQzYmpiwUxZF2c</a>	6-nov	Instagram	un hombre con un grillete en su pierna empuja el logo de Facebook
¿Revisas varias veces al día tu teléfono creyendo que alguien te escribió por Whatsapp?	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzbkJPttZUR2JUOE0">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzbkJPttZUR2JUOE0</a>	23-oct	Instagram	Un hombre mirando el celular
¿Eres de los que se devuelve hasta la casa cuando se les queda el celular?	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzM1RIN3liTXAxVEk">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzM1RIN3liTXAxVEk</a>	16-oct	Instagram	Un hombre caminando en la sala por la casa con un maletín
¡Desconéctate! Cuando estés fuera de tu casa, guarda el teléfono y disfruta del plan.	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzVTFhT3pnaVIWMDQ">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzVTFhT3pnaVIWMDQ</a>	20-jul	Instagram	Una mujer montada en la montaña rusa

Sexting: Se identificaron dos videos en YouTube publicados el cuatro de diciembre de 2015 y el nueve de marzo de 2016; siete piezas en formato de texto publicados a través de la página oficial, nuevamente todos en la misma fecha 12 de septiembre de 2015; y 12 imágenes con texto en Instagram (3), entre el 12 y el 26 de febrero del presente año, y en la página oficial (9), entre ellas una infografía.

Tabla 4: Corpus de Sexting.

Riesgo	Estrategia utilizada (piezas)	Soporte	Enlace	Fecha	Plataforma	Descripción
sexting	Sanciones legales por sexting	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/sanciones-legales-por-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/sanciones-legales-por-sexting</a>	12-sept	página oficial	Investigación sobre sexting en USA

¿Qué es el sexting?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/que-es-el-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/que-es-el-sexting</a>	12-sept	página oficial	En qué consiste el sexting
Sexting ¿hacerlo o no hacerlo?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/sexting-hacerlo-o-no-hacerlo">http://www.enticconfio.gov.co/sexting-hacerlo-o-no-hacerlo</a>	12-sept	página oficial	Consejo para jóvenes de no hacer el sexting
¿Cómo combatir el sexting?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/como-combatir-el-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/como-combatir-el-sexting</a>	12-sept	página oficial	Lenguaje de aparente experto sobre sexting
¿Tu hijo sextea? Te decimos qué hacer	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/tu-hijo-sextea-te-decimos-que-hacer">http://www.enticconfio.gov.co/tu-hijo-sextea-te-decimos-que-hacer</a>	12-sept	página oficial	Cuatro consejos para que los padres eviten que sus hijos sean víctimas de sexting
¿Estas a punto de sextear?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/estas-a-punto-de-sextear">http://www.enticconfio.gov.co/estas-a-punto-de-sextear</a>	12-sept	página oficial	Cinco temas para pensar antes de producir sexting
¿El sexting está de moda?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-sexting-esta-de-moda">http://www.enticconfio.gov.co/el-sexting-esta-de-moda</a>	12-sept	página oficial	Reportes empíricos con datos sobre sexting en otros países
El sexting	infografía	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/el-sexting</a>	12-sept	página oficial	Cifras, recomendaciones y riesgos del sexting en una infografía
Razones para evitar el sexting	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-sexting-razones-para-prevenirlo-y-evitarlo">http://www.enticconfio.gov.co/el-sexting-razones-para-prevenirlo-y-evitarlo</a>	12-sept	página oficial	Seis mitos sobre sexting acompañado de una imagen de un teclado de pc con una tecla roja con la palabra SEX
¿Sabes qué es y en qué consiste el sexting?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/sabes-que-es-y-en-que-consiste-el-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/sabes-que-es-y-en-que-consiste-el-sexting</a>	12-sept	página oficial	Mensaje dirigido a niños imagen de niña acostada mirando el celular con cara de preocupación
Evitar el sexting en tu hogar	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/evita-el-sexting-en-tu-hogar">http://www.enticconfio.gov.co/evita-el-sexting-en-tu-hogar</a>	12-sept	página oficial	Siete consejos para que los padres eviten que sus hijos hagan sexting. Imagen de una pareja de jóvenes mirando una computadora con cara de asombro
Aprende a prevenir el sexting	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/aprende-a-prevenir-el-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/aprende-a-prevenir-el-sexting</a>	12-sept	página oficial	Definición consecuencias y consejos sobre sexting. Imagen de una mujer con ropa íntima en postura erótica frente a un computador
La historia de Angie Varona	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/la-historia-de-angie-varona">http://www.enticconfio.gov.co/la-historia-de-angie-varona</a>	12-sept	página oficial	Caso real de una joven norteamericana víctima de sexting. Imagen una jovencita con un celular en la mano llorando y otra que la consuela

No al sexting	imagen texto y enlaces	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/no-al-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/no-al-sexting</a>	12-sept	página oficial	Concepto, consejos y consecuencias. Imagen de una joven mirando un celular asombrada y otra chica que la consuela
SoyenTICconfío - Miguel González	video	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=auCbFjMvpbg">https://www.youtube.com/watch?v=auCbFjMvpbg</a>	4-dic	youtube	Un actor explica que es, cuales son las consecuencias y algunos consejos para evitarlo. Se encuentra en una terraza de un edificio en una ciudad
Las fotos sugestivas que envías pueden volverse públicas a través de redes sociales o mensajería virtual.	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzb0Q2TDImcTl3aTQ">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzb0Q2TDImcTl3aTQ</a>	12-feb	Instagram	Un aviso tipo valla anunciando una foto de una tanga "hoy" y "aquí"
5 claves de sexting	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/5-claves-del-sexting">http://www.enticconfio.gov.co/5-claves-del-sexting</a>	19-feb	página oficial	Consecuencias del sexting y cinco claves para tener en cuenta. Imagen de una cámara de fotografía instantánea
Sexting cuando compartes imágenes sexualmente sugestivas con otras personas, pierdes su control y no sabes dónde terminarán.	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzcTFYUnV6Z0xOSkE">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzcTFYUnV6Z0xOSkE</a>	19-feb	Instagram	Un OVNI iluminando cuatro fotos de ropa interior femenina
¿Por qué el sexting será siempre mala idea?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/node/1817">http://www.enticconfio.gov.co/node/1817</a>	22-feb	página oficial	Datos de sexting en USA y cuatro consecuencias. Imagen de una joven mirando un celular con una imagen de prohibido tangas
Evita enviar fotos sin ropa por Snapchat. Así desaparezcan en 10 segundos pueden guardarse, fácilmente.	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzYm8taC14N1hBZ1E">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzYm8taC14N1hBZ1E</a>	26-feb	Instagram	un celular con la imagen de un sostén y un cronómetro detrás
¿Te gusta hacer sexting en facebook?	video	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ET5JqKznvc">https://www.youtube.com/watch?v=ET5JqKznvc</a>	9-mar	youtube	¿te gusta hacer sexting en Facebook?: Chat entre dos jóvenes en medio de una conversación que inicialmente es inocentes se vuelve un poco atrevida y finaliza con un desenlace inesperado.

Grooming: Sobre este riesgo se ubicaron 22 piezas: un video de YouTube publicado el nueve de noviembre de 2015; tres en formato de texto compartidos en la página oficial el 12 de septiembre de 2015; y 18 imágenes con texto en Instagram (7), entre el siete de agosto de 2015 y el 29 de abril de 2016; y (11) en la página oficial.

Tablas 5: Corpus de Grooming

Riesgo	Estrategia utilizada (piezas)	Soporte	Enlace	Fecha	Plataforma	descripción
Grooming	El "Grooming" es cuando un adulto se hace pasar por otra persona en Internet para conocer menores de edad y buscar encuentros sexuales con ellos	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzaTEyRVBfbFJmM1U">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzaTEyRVBfbFJmM1U</a>	7-ago	Instagram	Un señor con una máscara en al mano sonriendo con malicia frente a un pc
	Grooming, una realidad en Colombia	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/grooming-una-realidad-en-colombia">http://www.enticconfio.gov.co/grooming-una-realidad-en-colombia</a>	12-sept	página oficial	Concepto, historia de colombiano arrestado por grooming y consejos para evitarlo
	Grooming ¿cómo evitarlo?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/grooming-como-evitarlo">http://www.enticconfio.gov.co/grooming-como-evitarlo</a>	12-sept	página oficial	Nueve consejos para que los padres eviten que sus hijos sean víctimas
	Conoce cómo actúan los predadores	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/conoce-como-actuan-los-predadores">http://www.enticconfio.gov.co/conoce-como-actuan-los-predadores</a>	12-sept	página oficial	Nueve modos operandi de delincuentes de grooming
	Las fases del Grooming	infografía	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/las-fases-del-grooming">http://www.enticconfio.gov.co/las-fases-del-grooming</a>	12-sept	página oficial	Infografía del concepto y las etapas del grooming con imágenes animadas
	Las cuatro etapas de Grooming	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/las-cuatro-etapas-del-grooming">http://www.enticconfio.gov.co/las-cuatro-etapas-del-grooming</a>	12-sept	página oficial	Cuatro etapas de grooming imagen de una niña
	10 pasos para prevenir el Grooming en tu hogar	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/10-pasos-para-prevenir-el-grooming-en-tu-hogar">http://www.enticconfio.gov.co/10-pasos-para-prevenir-el-grooming-en-tu-hogar</a>	12-sept	página oficial	10 consejos para padres. Imagen de un señor señalándole algo en una pantalla a un niño que sonrie

¿Sabes qué es el Grooming?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/sabes-que-es-el-grooming">http://www.enticconfio.gov.co/sabes-que-es-el-grooming</a>	12-sept	página oficial	Concepto y nueve consejos para niños evitar y manejar el grooming. Imagen de las piernas de una pareja dando la espalda y un niño mirándolos al fondo
Riesgos de la cámara web	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/riesgos-de-la-camara-web">http://www.enticconfio.gov.co/riesgos-de-la-camara-web</a>	12-sept	página oficial	Caso de un hombre en Barcelona capturado por sextorción. Imagen de una mujer mirando un computador
¿Debería ir a una cita con alguien que conocí por Internet?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/deberia-ir-a-una-cita-con-alguien-que-conoci-por-internet">http://www.enticconfio.gov.co/deberia-ir-a-una-cita-con-alguien-que-conoci-por-internet</a>	12-sept	página oficial	Caso hipotético de grooming con dos personajes ficticios y dos opciones para que los jóvenes decidan como actuar. Imagen de una joven llorando y unas manos de una mujer que se apoya por detrás
Grooming: Lobos disfrazados de ovejas	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/grooming-lobos-disfrazados-de-ovejas">http://www.enticconfio.gov.co/grooming-lobos-disfrazados-de-ovejas</a>	12-sept	página oficial	Imagen de una oveja con cola y patas de lobo
Pedófilos: Adultos que suelen "disfrazarse" digitalmente de niños o niñas para convencer a sus víctimas de enviar fotos comprometedoras	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzRXMtWXV3bFN5U1k">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzRXMtWXV3bFN5U1k</a>	9-oct	Instagram	Un anciano vestido como niño con un confite en la mano
SoyenTICconfío - Diego Guauque	video	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rPTStiZcZUQ">https://www.youtube.com/watch?v=rPTStiZcZUQ</a>	9-nov	youtube	Un periodista da el concepto, consejos para los padres evitar que sus hijos sean víctimas. En un escenario de parque de ciudad
Ingenuidad y pereza: los peores errores en redes sociales	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/ingenuidad-y-pereza-los-peores-errores-en-redes-sociales">http://www.enticconfio.gov.co/ingenuidad-y-pereza-los-peores-errores-en-redes-sociales</a>	6-dic	página oficial	historia real de una joven víctima por compartir información en las RRSS. Errores de los niños y sus padres que incentivan estos sucesos. Imagen de una joven en medias tomando una bebida en la sala
Un testimonio de vida para salvar vidas	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/un-testimonio-de-vida-para-salvar-vidas">http://www.enticconfio.gov.co/un-testimonio-de-vida-para-salvar-vidas</a>	6-dic	página oficial	historia de la creación de una fundación en memoria de una víctima. Imagen de un teclado de computador con un símbolo de "me gusta" y otro de "no me gusta"
Tipos de acosadores: Específico	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzYUIRjJUb09BeEE">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzYUIRjJUb09BeEE</a>	22-ene	Instagram	Un adulto ejecutivo con globos y un celular en la mano



Tipos de acosadores: Oportunista	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzeUJtRXltdTI3aXM">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzeUJtRXltdTI3aXM</a>	22-ene	Instagram	Un adulto con una fotos instantaneas detrás
Tipos de acosadores:Directo	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzbnBUdzFIX2hQZUK">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzbnBUdzFIX2hQZUK</a>	22-ene	Instagram	Un adulto con un celular en la mano y algunos simbolos de chat
Tres casos de Grooming en Colombia	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/tres-casos-grooming-colombia">http://www.enticconfio.gov.co/tres-casos-grooming-colombia</a>	12-abr	página oficial	Tres casos en Colombia. Una imagen de una niña muy pequeña manipulando un computador y mirando hacia arriba
Recuerda que las consolas de videojuegos permiten que tus hijos tengan comunicación con extraños a través de Internet	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzSjdhTno4TnJJSnc">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzSjdhTno4TnJJSnc</a>	15-abr	Instagram	Un adulto con una diadema con micrófono y un letrero de "bla bla"
¿Qué tan vulnerables pueden ser sus hijos en las redes sociales?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/que-tan-vulnerables-hijos-en-redes-sociales">http://www.enticconfio.gov.co/que-tan-vulnerables-hijos-en-redes-sociales</a>	23-abr	página oficial	riesgos y consejos para proteger a sus hijos en RRSS. Imagen de una niña sonriendo frente a un computador
Evita el Grooming: Si tienes contacto en redes sociales con el perfil de un cantante o artista famoso no le envíes fotos íntimas, puede ser un perfil falso.	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzdG91RmUtQnEtaDg">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzdG91RmUtQnEtaDg</a>	29-abr	Instagram	un joven con estrellas en los ojos y camiseta con calavera y un letrero que dice "cuidado, no soy yo"

Pornografía infantil: De las 23 piezas publicadas sobre este riesgo tres son videos publicados en YouTube (1) y la página oficial (2) entre el tres de marzo de 2016 y el primero de abril de 2016; cinco contienen solo texto compartidos a través de la página oficial; y 15 piezas contiene imagen y texto publicadas por Instagram (1) y la página oficial (14), entre el 12 de septiembre 2015 y el 2 de marzo de 2016.

Tabla 6: Corpus de pornografía infantil.

Riesgo	Estrategia utilizada (piezas)	Soporte	Enlace	Fecha	Plataforma	Descripción
pornografía infantil	Actores de la explotación sexual infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/actores-de-la-explotacion-sexual-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/actores-de-la-explotacion-sexual-infantil</a>	12-sept	página oficial	Qué es y quienes hacen parte. Foto de un niño muy triste blanco y negro
	Cero tolerancia con la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/cero-tolerancia-con-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/cero-tolerancia-con-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Tipo noticia sobre el pacto cero tolerancia. Imagen con el mensaje en un círculo negro
	Consumidores de pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/caracteristicas-de-los-consumidores-de-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/caracteristicas-de-los-consumidores-de-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Estudio sobre el consumo de Pornografía Infantil y las características de los consumidores. Foto de un hombre peludo y barbado fumando
	Pacto CERO TOLERANCIA con la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/pacto-cero-tolerancia-con-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/pacto-cero-tolerancia-con-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Noticia sobre la firma del pacto y los antecedentes. Imagen del logo de "te protejo"
	Denuncia la pornografía infantil en Twitter	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/denuncia-la-pornografia-infantil-en-twitter">http://www.enticconfio.gov.co/denuncia-la-pornografia-infantil-en-twitter</a>	12-sept	página oficial	Posición de twitter frente a la Pornografía Infantil Foto de una niña con dos dibujos en cada mano, con uno triste se tapa la cara y el otro feliz lo hace a un lado
	lucha contra la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/lucha-contra-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/lucha-contra-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Lucha mundial contra la Pornografía Infantil. Foto de una mujer mostrando la palma de su mano, con un gesto en la boca como si estuviera diciendo algo
	Reino Unido bloquea la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/reino-unido-bloquea-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/reino-unido-bloquea-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Noticia sobre el bloqueo del reino unido a la Pornografía Infantil. Foto de un hombre apoyado sobre un teclado mirando de reojo
	Pornografía infantil en parques de diversiones de EE.UU (noticia)	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/pornografia-infantil-en-parques-de-diversiones-de-eeuu">http://www.enticconfio.gov.co/pornografia-infantil-en-parques-de-diversiones-de-eeuu</a>	12-sept	página oficial	Noticia sobre un grupo de empleados de un parque en USA que fueron arrestados por Pornografía Infantil. Foto de unas manos sosteniendo unos barrotos
	La prostitución infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/la-prostitucion-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/la-prostitucion-infantil</a>	12-sept	página oficial	Qué es, dónde ocurre y cuales son las consecuencias legales de la Pornografía Infantil. Foto de una joven a la que unas manos masculinas muy sucias le tapan la boca

Identificar riesgos es prevenir delitos	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/identificar-riesgos-es-prevenir-delitos">http://www.enticconfio.gov.co/identificar-riesgos-es-prevenir-delitos</a>	12-sept	página oficial	Siete técnicas que usan los pedófilo. Foto de niña escuchando de un celular a través de audífonos, luce feliz
Capturan a predador sexual infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/capturan-a-predador-sexual-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/capturan-a-predador-sexual-infantil</a>	12-sept	página oficial	Noticia sobre la captura del mayor predador sexual infantil de la región en Perú. Foto de las manos de un hombre con esposas en sus manos en la parte trasera.
¿Qué motiva el consumo de pornografía infantil?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/que-motiva-el-consumo-de-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/que-motiva-el-consumo-de-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Cinco aspectos básicos que motivan el consumo de Pornografía Infantil.
¿Qué es la pornografía infantil?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/que-es-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/que-es-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Definición de Pornografía Infantil.
Consecuencias jurídicas de la pornografía infantil	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/consecuencias-juridicas-de-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/consecuencias-juridicas-de-la-pornografia-infantil</a>	12-sept	página oficial	Consecuencias jurídicas de la pornografía infantil
Exposición de contenidos sexuales no aptos	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/exposicion-de-contenidos-sexuales-no-aptos">http://www.enticconfio.gov.co/exposicion-de-contenidos-sexuales-no-aptos</a>	12-sept	página oficial	Consecuencias de la exposición a contenidos sexuales en menores de 18
Pornógrafos infantiles: monstruos que aprovechan la Red para capturar, obtener, observar, distribuir y vender imágenes de menores en situaciones sexualmente comprometedoras	imagen y texto	<a href="https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzMHBFSllqcWh0LTg">https://drive.google.com/open?id=0B_rO7oaJb2fzMHBFSllqcWh0LTg</a>	9-oct	Instagram	Adulto mayor con disfraz de oso morado grabando con video cámara
Cuatro mitos de la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/cuatro-mitos-de-la-pornograf%C3%ADa-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/cuatro-mitos-de-la-pornograf%C3%ADa-infantil</a>	12-oct	página oficial	Cuatro mitos de la pornografía infantil, foto de un babe jugando con carritos
Este delito sigue creciendo en el país	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/cifras-de-pornograf%C3%ADa-infantil-en-colombia">http://www.enticconfio.gov.co/cifras-de-pornograf%C3%ADa-infantil-en-colombia</a>	12-oct	página oficial	Cifras de la Pornografía Infantil. Imagen con este mismo letrero

	Padres: cómo luchar contra la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/padres-como-luchar-contra-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/padres-como-luchar-contra-la-pornografia-infantil</a>	2-mar	página oficial	Entrevista a una promotora de paz sobre el tema de la las redes de P.I y concejos para evitarlo. Foto de la promotora de paz
	Un amigo contra la pornografía infantil	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/un-amigo-contra-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/un-amigo-contra-la-pornografia-infantil</a>	2-mar	página oficial	Coronel de la policía habla sobre la estrategia contra la P.I. Foto del coronel con un enunciado sobre la entrevista
	Recomendaciones para evitar la pornografía infantil	video	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/recomendaciones-para-evitar-la-pornograf%C3%ADa-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/recomendaciones-para-evitar-la-pornograf%C3%ADa-infantil</a>	3-mar	página oficial	Video de la entrevista a la promotora de paz
	Denuncia la pornografía infantil - Te protejo	video animado	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=XcEHahGMdZY">https://www.youtube.com/watch?v=XcEHahGMdZY</a>	16-mar	youtube	video animado sobre súper héroe que denuncia la P.I
	Acciones de la policía contra la pornografía infantil	video	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/acciones-de-la-policia-contra-la-pornografia-infantil">http://www.enticconfio.gov.co/acciones-de-la-policia-contra-la-pornografia-infantil</a>	1-abr	página oficial	Video con la entrevista al coronel de la policía

Fraude electrónico o Phishing: Este riesgo fue sobre el que se encontró menor cantidad de piezas: 12. Entre ellas, tres que solo contienen texto y nueve imágenes con texto. Todas las piezas fueron subidas a la página oficial el 15 de septiembre de 2015. Se halló que ningún video sobre este tema fue compartido en el lapso en que se recogieron las evidencias.

Tabla 7: Corpus de fraude electrónico – Phishing.

Riesgo	Estrategia utilizada (piezas)	Soporte	Enlace	Fecha	Plataforma	Descripción
Fraude electrónico - Phishing	¿Qué es el Phishing?	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/que-es-el-phishing">http://www.enticconfio.gov.co/que-es-el-phishing</a>	15-sept	página oficial	¿Qué es el Phishing?
	Vishing, ciberdelito por teléfono	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/vishing-ciberdelito-por-telefono">http://www.enticconfio.gov.co/vishing-ciberdelito-por-telefono</a>	15-sept	página oficial	Qué es, cómo funciona y cómo prevenirlo
	No des Ciberpapaya en tu búsqueda laboral	texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/no-des-ciberpapaya-en-tu-busqueda-laboral">http://www.enticconfio.gov.co/no-des-ciberpapaya-en-tu-busqueda-laboral</a>	15-sept	página oficial	Siete consejos para evitar se víctima del delito

Phishing: ten cibercuidado y denúncialo	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/phishing-ten-cibercuidado-y-denuncialo">http://www.enticconfio.gov.co/phishing-ten-cibercuidado-y-denuncialo</a>	15-sept	página oficial	Cómo funciona el Phishing e invita a denunciarlo. Foto de un hombre apoyando sus codos sobre una mesa y sus manos empuñadas tapando su boca con cara de preocupación frente a un PC
El Phishing crece en Colombia	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/el-phishing-crece-en-colombia">http://www.enticconfio.gov.co/el-phishing-crece-en-colombia</a>	15-sept	página oficial	Datos de Phishing en Colombia y tres consejos para detectarlo. Foto de una tarjeta de banco perforada por un ansuelo
Siete errores que cometen los usuarios cuando navegan	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/Siete-errores-cometen-usuarios-cuando-navegan">http://www.enticconfio.gov.co/Siete-errores-cometen-usuarios-cuando-navegan</a>	15-sept	página oficial	Siete errores que cometen los usuarios cuando navegan. Imagen de un candado en un escudo.
¿Cómo actúan algunos Ciberdelincuentes?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/como-actuan-algunos-ciberdelincuentes">http://www.enticconfio.gov.co/como-actuan-algunos-ciberdelincuentes</a>	15-sept	página oficial	Un experto en seguridad habla de los estafadores y hace tres recomendaciones. Foto del experto
Ataques de Phishing vía Facebook	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/ataques-de-phishing-via-facebook">http://www.enticconfio.gov.co/ataques-de-phishing-via-facebook</a>	15-sept	página oficial	Cómo atacan los delincuentes a través de facebook. Imagen de la palabra "PHISHING" con un efecto borroso y al fondo ceros y unos (código binario)
Dar papaya y dar Ciberpapaya	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/dar-papaya-y-dar-ciberpapaya">http://www.enticconfio.gov.co/dar-papaya-y-dar-ciberpapaya</a>	15-sept	página oficial	Un paralelo entre el mundo real y el mundo virtual. Imagen de un dibujo masculino sosteniendo un celular con su imagen en él.
Redes sociales: Leyes para tener en cuenta	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/redes-sociales-leyes-para-tener-en-cuenta">http://www.enticconfio.gov.co/redes-sociales-leyes-para-tener-en-cuenta</a>	15-sept	página oficial	Leyes colombianas que regulan el uso de redes sociales. Imagen de un ejecutivo manipulando una tablet
¿Cómo evitar dar información personal por teléfono o Internet?	imagen y texto	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/como-evitar-dar-informacion-personal-por-telefono-o-internet">http://www.enticconfio.gov.co/como-evitar-dar-informacion-personal-por-telefono-o-internet</a>	15-sept	página oficial	¿Cómo evitar dar información personal por teléfono o Internet? Foto de una mujer hablando por celular
Robo de identidad	imagen texto y enlaces	<a href="http://www.enticconfio.gov.co/robo-de-identidad">http://www.enticconfio.gov.co/robo-de-identidad</a>	15-sept	página oficial	robo de identidad. Imagen de una ladron sosteniendo la imagen de un hombre dentro del computador ...

En segundo lugar, y teniendo en cuenta que el principal pilar metodológico de este trabajo es la *Teoría de la Argumentación*, Se realizará la caracterización de los sujetos

discursivos que hacen parte del acto comunicativo, desde las noción de Patrick Charaudeau sobre el *contrato de la comunicación*.

## **5.2 Perspectiva del sujeto discursivo en un contrato comunicativo desde Patrick Charaudeau.**

La situación de comunicación la define Charaudeau (2006) como la situación en la cual se encuentran al menos dos actores que intercambian propósitos [comunican] con el interés de lograr una cierta “inter-comprensión” que depende de las condiciones en que se efectúa el intercambio. Esta situación de comunicación requiere de la identificación de algunos componentes tanto del espacio externo como son, *la finalidad* (persuadir, incitar, instruir, informar), *identidad* (clase categorial, estatus, relación de poder, rasgos psicológicos), *propósito* (dominio del saber acerca del cual se trata el intercambio), *circunstancias* (marco material donde se desarrolla el intercambio). Como también del espacio interno: Instrucciones correspondientes a la finalidad de comunicación, a la identidad (rol enunciativo), al propósito y finalmente instrucciones que corresponden a las circunstancias. Es decir, de unas normas externas de carácter psicosocial a unas instrucciones internas de carácter discursivo, que deberán ser tenidas en cuenta por los participantes del intercambio para la construcción de sentido.

Este reconocimiento de las normas e instrucciones por parte de los actores del intercambio comunicativo establece una relación de reciprocidad frente a dichos componentes y a esta situación de reconocimiento recíproco es a la que Charaudeau ha llamado “contrato de comunicación”.

Los dos actores involucrados en el contrato comunicativo, tanto el sujeto comunicante como el sujeto receptor aceptan la situación de intercambio a cambio de poder hacer parte del acto comunicante. El que comunica posee objetivos racionales y deseos subjetivos. Debe recurrir a estrategias más allá de habla para lograr en el otro, un efecto capaz de conducirlo a su compromiso personal. Mientras que el sujeto receptor interpreta según sus objetivos propios, por lo cual es posible que, en el acto de apropiación de sentidos que contienen los enunciados que le son dirigidos, éste reconstruya acuerdos intencionales diferentes o inferencias interpretativas que él mismo construye. Dice Charaudeau entonces, que existen tres tipos de activaciones inferenciales: la activación de inferencias necesarias para reconocer el acuerdo del contrato; la activación que consiste en producir ciertas inferencias previstas por el sujeto comunicante y que se encuentran dentro del acuerdo personal de éste; y las inferencias no necesariamente previstas por el sujeto comunicante, pero que están en el mensaje y son reconstruidas por el receptor en función de su propia intencionalidad (Charaudeau, 2006).

Tanto emisor como receptor son a la vez predeterminados por el contrato de comunicación y libres en la construcción de acuerdos personales. Esto produce que en la construcción de sentido se vean tres tipos de situaciones:

1. Comunicación interlocutiva: las interpretaciones posibles dependen de las activaciones a las que remitan los interlocutores y las inferencias se modifican o enriquecen.
2. Comunicación monolocutiva escrita e individualizada: los posibles interpretativos dependen de las activaciones del receptor – lector, que puede en rigor modificarlas de acuerdo a las relecturas; si la comunicación monolocutiva no es individualizada,

las activaciones varían más o menos según los lectores, más o menos según el género y varían con el tiempo (relectura de una obra en otra época).

3. Comunicación monolocutiva oral (conferencia) o interlocutiva (debate): en este acto hay presencia de público y las activaciones varían según los dominios de los oyentes y espectadores, que construyen el sentido no necesariamente previsto por el orador, lo que crea un juego de activaciones de redes múltiples (Charaudeau, 2006).

Es trabajo entonces del analista, entrar en la piel de los diversos receptores, con diferentes activaciones en lo que Charaudeau llama: “posibles interpretativos”.

Por su parte, la profesora María Cristina Martínez Solís (2007) propone una integración de las tres perspectivas de la argumentación (analítica de Toulmin, retórica de Perelman y dialéctica de Van Eemeren) basada en la propuesta de Bajtin sobre “una lingüística de las grandes masas discursivas” donde se realiza una construcción de los sujetos discursivos desde *el enunciado* o a partir de una visión dialógica del discurso. *El discurso (o logos)* es el “escenario” visto como un sistema de evaluación social cuya unidad de análisis es *el enunciado*. Éste, por su parte, es reconocido como “el terreno común” donde se construyen los niveles de significación y sentido de manera simultánea. Una vez se emite *el enunciado*, se convoca a un *género discursivo* (pedagógico, publicitario, etc) relacionado a un contrato social de habla entre dos interlocutores que tienen roles sociodiscursivos e institucionales específicos, que se pueden dar mediante diferentes *tipos de textos* (artículo, informe, conferencia, etc.) o *modos de organización discursiva* (narrativa, explicativa, expositiva, argumentativa) y *la tonalidad* (emotiva, racional, axiológica) En el contrato social de habla se “identifica un locutor con una intención sobre un tema y un propósito respecto a un interlocutor” (Solís, 2007)



### **5.2.1 La situación de enunciación**

- Locutor (YO) o enunciador: responsable del enunciado o punto de vista.
- Interlocutor (TU) o enunciatario: a quien va dirigido el enunciado
- El tercero (ÉL) o enunciado: de quien se habla, puede ser un acontecimiento, un saber, una persona, una materia, etc.

Recurrimos al siguiente ejemplo propuesto por Solís (2007).

En un género pedagógico acerca de un mismo tema (la célula) podemos identificar los mismos componentes del género en términos de contrato social de habla (enseñar-aprender) pero la presentación en términos de imágenes de enunciador, enunciatario y lo referido variarán según la situación de enunciación concreta: diferente si es primaria, secundaria o universidad. (Solís, 2007, p. 202)

En la situación de enunciación el locutor ejecuta varias acciones: construye una imagen de vista de sí mismo por medio de su punto de vista, evalúa y responde a enunciados anteriores (voz ajena) objetándolos o apoyándolos y se anticipa a los posibles enunciados del interlocutor, además de crear una imagen del enunciatario adoptando una postura activa de respuesta.

Bajtin, en Solís (2007), pensaba la situación de enunciación como una triada, donde cada participante (enunciador, enunciatario y enunciado) actúa de manera independiente en un acontecimiento discursivo. Se establece entonces, una doble orientación social en la dinámica enunciativa: el valor de jerarquía y el grado de intimidad.

### **5.2.2 La tonalidades**

La profesora Solís (2007) clasifica tres tipos de tonalidades:

1. Predictiva: la imagen que se construye del enunciatario (TÚ) con relación a la anticipación de su respuesta (aliado, testigo, oponente).

2. **Apreciativa:** valoración que se hace del enunciado (ÉL) (respeto, sumisión, crítica).
3. **Intencional:** imagen que se quiere construir del enunciador (YO) según su propósito (convencer, informar, persuadir) y la jerarquía que maneja con el enunciatario, simetría o asimetría.

Además, complementa Solís, los actos de discurso están relacionados con las tonalidades que le dan a su vez la orientación social de la argumentación. Por ejemplo, las promesas, las constataciones, reclamos, exigencias enfatizan en la tonalidad intencional; la tonalidad predictiva esta en los actos que regulan la conducta del otro, amenazas, consejos, provocaciones, autorizaciones; la apreciativa esta dada sobre el *enunciado o voz ajena* actos como las condolencias, las felicitaciones, etc.

En la construcción de la identidad del sujeto discursivo según Bajtin e integrada por Solís (2007) se basa en reconocer que hay una tridimensionalidad donde un sujeto enunciador (YO), el sujeto enunciatario (TÚ) y el enunciado (ÉL o Aquello) se integran a tres dimensiones discursivas: la ética (*Ethos*); la emotiva (*Pathos*); y la cognoscitiva (*Ratio*) que pueden realizarse en cualquier sujeto discursivo y que están influidos por la tonalidad: Intencional (YO-TÚ-ÉL) predictiva (YO-TÚ) y apreciativa (YO-ÉL).

*El Logos* es tomado, en esta propuesta, como la puesta en escena de las fuerzas sociales enunciativas (los sujetos discursivos). Es decir, en el *logos* se construyen el sujeto ético, el sujeto emotivo y el sujeto racional. En este sentido, cuando un locutor a través del discurso busca generar confianza en el otro, se muestra sincero (*ethos*), solidario (*pathos*) y sensato (*ratio*). Esto no aplica solo para el enunciador, sino también para el enunciatario y

el enunciado. De este modo la autora demuestra la construcción integral del sujeto discursivo. Es así como el discurso puede tener las tres modalidades, pero se puede focalizar en solo una de ellas.

Para facilitar la recolección de los datos usaremos la siguiente tabla basada en la propuesta de Charaudeau (2006).

Tabla 8: Situación de enunciación – Contrato comunicativo

Tabla: Situación de enunciación - El contrato de la comunicación		
Enunciador	Destinatario	Tipo de contrato
Descripción detallada del tipo de sujeto discursivo: Yo Enunciador	Descripción detallada del sujeto discursivo: Tú Enunciatario.	¿Qué tipo de contrato se da en el acto comunicativo?

Finalmente, se realizará la identificación de los elementos que constituyen la situación de argumentación, desde la perspectiva de Chaïm Perelman.

### 5.3 Perspectiva teórico metodológica de la Teoría de la Argumentación Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts Tyteca

*“El hombre vive inmerso en un contexto argumentativo. La argumentación hace parte de su mundo cotidiano; no hay conversación, discusión, declaración, opinión en la que no subyazca un esfuerzo por convencer (...) En muchas ocasiones el asociado tiene la necesidad de evaluar racional y críticamente ideas con las que se le intenta persuadir, y, en otras, requiere buscar los procedimientos más adecuados para presentar sus puntos de vista de tal modo que sean aceptados o compartidos por las personas razonables” (Diaz, 2002)*

Para hablar de *Teoría de la Argumentación* debemos reconocer primero sus inicios. Según Diaz (2012) el rastreo del interés por el estudio del discurso argumentativo inicia en la Grecia del siglo V a. C durante los litigios de propiedad de tierra ante los jurados nace *la retórica* como la necesidad jurídica de enseñar a los litigantes a ganar una

causa como: “el arte de servirse del lenguaje con todo su poder de sugestión y emoción para persuadir auditorios reunidos en las plazas públicas” (Díaz, 2002). Fue Aristóteles, en sus *Tópicos*, quién consideró a la argumentación desde la perspectiva del razonamiento, luego en el *Arte de la retórica* señala: “el objeto de la retórica no es persuadir, sino ver en cada caso aquello que es apto para persuadir” en (Díaz, 2002). Perelman (1997) por su parte, reconoce que en algún tiempo al término “retórica”, se le dio un sentido peyorativo al asociarsele con: “palabras vacías y floridas con nombres extraños e incompresibles”. Fruto, en parte, de la pérdida de horizonte de la retórica llamada *clásica*, que a diferencias de la retórica antigua – la de Aristóteles-, se preocupó simplemente en decorar el lenguaje a través de figuras retóricas.

Perelman se puso en la tarea de hallar una lógica a los juicios de valor y encontró que los positivistas habían llegado a la conclusión de que: “los juicios de valor no tenían ningún valor cognoscitivo, ningún sentido verificable” Perelman (1997), lo cual es paradójico –*paradoja positivista*- porque sus propios razonamientos, que condenan la filosofía práctica, carecen de valor. Concluyó entonces, después de un arduo trabajo en compañía de Olbrechts Tyteca, que no existía una lógica específica para los juicios de valor, sino que se trataba de la reelaboración crítica de la retórica aristotélica, que lo razonamientos no son deducciones formalmente correctas, sino argumentaciones que pretenden ganar la “adhesión de los espíritus” (Perelman & Olbrechts - Tyteca, 1989)

Según el papel que cumplen dentro del acto comunicativo, Perelman y Olbrechts – Tyteca definieron a sus participantes como: orador (*Ethos*), auditorio (*Pathos*), discurso (*logos*). Veamos de qué se trata.

### **5.3.1 Actores de la argumentación: Orador, Auditorio y Discurso**

#### **El Orador**

El orador debe adaptarse a su auditorio si quiere lograr eficacia y para hacerlo debe seleccionar tesis admitidas por el auditorio, esa es una premisa de la argumentación. Además, es preciso que cuente con muy buena credibilidad y para esto debe valerse de fuentes que gocen de reconocimiento y esto corresponde, según Aristóteles, al *Ethos* –esto es el carácter, los modos de comportarse del orador, tanto en su profesión como en la vida, por tanto su moralidad (Mortara Garavelli, 1991). La honestidad, respeto, prestigio y confianza inspirada por la fuente de la argumentación. Es sin duda uno de los más poderosos instrumentos de persuasión ya que del respeto que inspira el orador depende que sus argumentos sean aceptados. Cuando el auditorio pone en duda el Ethos del orador, es bastante difícil de recuperarlo y el orador debe esforzarse más para lograr su propósito.

#### **El Auditorio**

Para la nueva retórica el auditorio es una conceptualización del destinatario al que se pretende convencer, no tiene que ser precisamente un grupo de personas reunidas en una plaza, sino en un sentido más amplio, el destinatario de un discurso, ya sea oral o escrito y a lo que Aristóteles, en el segundo libro de retórica, se refiere como *Pathos* – el conjunto de pasiones que han de suscitarse, las emociones y sentimientos que se despiertan en el auditorio (Mortara Garavelli, 1991). Por su parte Perelman define el auditorio como “el conjunto de aquellos sobre los cuales el orador busca influir con su argumentación”. Aunque además de influir, el orador debe persuadir. El auditorio es una construcción del orador, ya que el orador es el que lo construye discursivamente.

Existe un auditorio universal que está conformado por los miembros razonables de la humanidad, también existe una infinita cantidad de auditorios particulares y hasta el mismo orador es a su vez auditorio si se trata de una deliberación íntima –tomar una decisión en una situación delicada; se trata de un razonamiento sincero y honesto consigo mismo-.

Aristóteles clasificó en tres géneros oratorios según el papel del auditorio: deliberativo, donde el auditorio aconseja o desaconseja y se ejemplifica con las asambleas políticas; el judicial es el de los tribunales donde se acusa o se defiende; y el epidíctico donde el auditorio alaba o critica y se refiere a lo bello y lo feo. Este último es central para la *Teoría de la Argumentación*, su objeto es lograr la adhesión a valores que permiten al discurso llegar a la acción y mover y conmover al auditorio. “El discurso epidíctico tiene que ver con el género educativo, pues pretende, menos que suscitar una acción inmediata, crear una disposición a la acción, esperando el momento apropiado; no se comprende ni la naturaleza ni la importancia de él si se le asigna como fin la gloria del orador.” (en Perelman, 1997)

También, vale la pena resaltar que al cambiar de auditorio “la argumentación varía de aspecto, y, si el objetivo que se pretende alcanzar continúa siendo el de influir con eficacia en los oyentes, para juzgar su valor no se puede tener en cuenta la calidad de los oyentes a los que logra convencer”. (Perelman & Olbrechts - Tyteca, 1989)

El auditorio es fundamental para la *Teoría de la Argumentación*, ya que ningún discurso será lo suficientemente eficaz si no se adapta al sujeto al que se pretende persuadir.

## **Discurso**

Para Aristóteles existen tres clases de discursos argumentativos: 1) El deliberativo (discurso político). 2) El forense (debate jurídico). 3) El epidíctico (en ceremonias solemnes, religiosas y sociales) La naturaleza de los razonamientos y evidencias encaminadas al raciocinio del auditorio es lo que propuso Aristóteles como el *Logos*

Para facilitar la caracterización e identificación de los actores que integran la situación de la argumentación, se diseñó la siguiente tabla basada en los postulados de Perelman y Olbrechts – Tyteca sobre orador, auditorio, discurso y hemos adicionado un componente muy importante para entender el lugar en que se lleva a cabo el acto y el tiempo o momento en que sucede el intercambio.

Tabla 9: Situación de la Argumentación.

Situación de la Argumentación (Chaïm Perelman)			
Orador	Auditorio	Discurso	Contexto
Descripción detallada del <i>Ethos</i> del orador	¿Qué tipo de auditorio crea el orador con su discurso? ¿Quiénes lo componen y cuál es su <i>Phatos</i> ?	Puesta en escena del acto comunicativo ( <i>Logos</i> )	Espacio y tiempo en que se desarrolla el acto comunicativo

Lo que la argumentación tiene como fin, según Perelman (1997), es adherir un auditorio a una tesis que es presentada para su asentimiento, mediante un discurso que busca persuadir o convencer a cualquier auditorio al que se dirija y cualquiera sea la materia sobre la cual hable. Donde se presupone una interacción entre el orador y el auditorio. El principal protagonista es el orador, quien, por medio de su discurso, busca influir sobre el auditorio de tal manera que logre hacerlo cambiar sus convicciones no solo intelectualmente, sino también a través de sus acciones. Ya que el auditorio, diría San

Agustín no estará persuadido “sino cuando es movido por nuestras promesas y atemorizado por nuestras amenazas” (Perelman, 1997).

A diferencia de la demostración, el propósito de la argumentación es justificar una opinión aun sabiendo que no será compartida por todas las personas racionales, ya que no busca comprobar la veracidad de sus conclusiones, sino someter a consideración un punto de vista y lograr la adhesión del auditorio. Es por eso que Álvaro Díaz (2002) dice que los argumentos son “compartidos o no compartidos, convincentes o no convincentes, pero no correctos o incorrectos (...) las ciencias exactas demuestran, las humanidades argumentan” (pag, 9).

Esta nueva retórica, más que los resortes de la elocuencia o la forma de comunicarse oralmente con el auditorio, estudia la estructura de la argumentación, el mecanismo de pensamiento persuasivo, analizando sobretodo textos escritos. Por tanto, el objetivo de la nueva retórica al incluir todo tipo de discurso escrito e incluso la deliberación en soliloquio, es mucho más amplio que el de la antigua retórica (Perelman & Olbrechts - Tyteca, 1989)

Para este trabajo es vital identificar el carácter persuasivo de la estrategia digital, qué tipo de estrategia persuasiva ha implementado en cada pieza y bajo qué tipos de argumentos se han apoyado para lograr adherir a sus auditorios a sus tesis. Porque así se podrá analizar de manera integral la situación de argumentación propuesta por *En TIC Confío*.

### **5.3.2 Persuasión y estrategias persuasivas.**

La persuasión es un acto de discurso intencional que está dirigido a un destinatario, ya sea una persona o un grupo, al que llamaremos “auditorio”, encaminado a lograr una acción, conducta o control social apelando a sus emociones, afectos, temores, prejuicios y no tanto a su raciocinio. Quién persuade (el orador) está interesado en alcanzar



un fin preestablecido sobre el persuadido (auditorio), le interesa que lo que haga o no haga y no sus sentimientos o pensamientos. Para esto recurre a veces a la mentira o a la apariencia. Para Aristóteles, en Díaz (2002): “el objeto de la retórica no es persuadir, sino ver en cada caso aquello que es apto para persuadir”. Esta afirmación refiere más a lo que para la retórica clásica es una de sus partes<sup>3</sup>: *inventio*. Es precisamente esta parte la que más validez tiene frente a la nueva retórica, ya que es la que mejor se puede adaptar a la argumentación escrita y no tanto al acto discursivo frente a un auditorio reunido en una plaza.

### **Estrategias persuasivas**

La persuasión se logra mediante varias estrategias, entre las que están: 1) la coacción o coerción, se ejerce por medio de la fuerza ya sea para obligar a hacer algo apoyado por una relación de autoridad (coacción) o para evitar que lo haga sujetándolo o conteniéndolo (coerción), ambas en contra de su voluntad. 2) Apelando a las emociones, explorando los deseos, afectos y temores del auditorio, ya sea ofreciendo beneficios y premios o sanciones y multas. Esta manipulación emocional trae como resultado un arrepentimiento o complejo de culpa. 3) Profiriendo amenazas, es una estrategia censurable pero válida, muy usada por grupos al margen de la ley. 4) Ofrecimiento o petición de dádivas, son ejemplo de esta estrategia dos delitos como la concusión (abusar de un cargo para exigir alguna contribución por beneficiar a alguien por hacer su trabajo) y el cohecho (sobornar o intentar sobornar a un funcionario público para que haga o deje de hacer algo de sus funciones). 5) Apelando a la mentira o el engaño, por medio de conclusiones falsas,

---

<sup>3</sup> La retórica clásica está dividida en 5 partes: 1)*Inventio*. Búsqueda de los medios de persuasión; 2)*Dispositio*. Disposición de las ideas en el discurso; 3)*Elocutio*. Normas para enunciar el discurso con elegancia; 4)*Memoria*. Recomendaciones para recordar el discurso que se dará; 5)*Pronunciatio*. Normas y sugerencias en la voz y los gestos para pronunciar el discurso con elegancia.

tergiversando datos, manipulando estadísticas, hechos u opiniones. 6) la desindividualización, adoctrinar a un individuo para que piense como grupo y de esa manera lograr que valide o justifique cualquiera acción que realice el grupo. 7) Mediante recursos lingüísticos, con un léxico cargado de componentes ideológicos y emocionales. 8) Mensajes subliminales, indirectos, sutiles, imperceptibles que impactan el inconsciente. (Díaz, 2002)

A diferencia de la persuasión, la argumentación no debe ser coercitiva y apunta al raciocinio del auditorio y no solo a sus emociones. Por eso se hace más difícil argumentar que persuadir ya que la argumentación busca la aceptación de una forma de interpretar un hecho y no propiamente manipular para conseguir una acción. Aunque en ocasiones resulte muy complicado reconocer la frontera que señale dónde finaliza una argumentación y donde comienza una persuasión dentro de un texto.

Para el profesor Álvaro Díaz (2002) una persona o grupo puede ser “persuadido y convencido, convencido pero no persuadido, persuadido pero no convencido o en el peor de los casos, ni persuadido ni convencido”.

Por otra parte, lo que diferencia a persuadir de convencer según Chaignet (en Perelman, 1997) es que la persuasión es obra del otro, mientras uno es el que se convence a sí mismo.

### **5.3.3 Argumentos y tipos de argumentos**

Son los elementos discursivos que permiten sostener una tesis. De manera informal es válido que se recurra a un solo argumento, pero en una sustentación formal es necesario recurrir a varios. Por eso cada argumento está conformado por premisas que sostienen una conclusión o punto de vista, pero dichas premisas solo consiguen su propósito persuasivo si el auditorio está de acuerdo con ellos o está cerca de estarlo.

Aunque con los argumentos se busca efectos diferentes según el auditorio al que se dirija, el orador debe recurrir a diferentes estilos y tipos de argumentos y es obligación del orador adaptarse al auditorio. Si se busca evaluar si un argumento está bien configurado, es necesario desmontarlo de los elementos que lo constituyen, para apreciar con más facilidad la relación de dependencia lógica que guardan esos elementos en el argumento y excluir a los innecesarios.

### **Tipos de argumentos**

#### **Cuasilógicos.**

Los argumentos cuasilógicos, dice Perelman (1997), a simple vista parecen carentes de rigurosidad o debilidad por ponérseles de inmediato en estructuras formales, pero si se recuerda que los argumentos no se deben considerar correctos o incorrectos, sino, más o menos fuertes y que se podrían reforzar con otro tipo de argumentos, pierde validez esa impresión. Y considera que un argumento es contradictorio cuando afirma y niega una premisa, pero siempre y cuando este argumento no sea absurdo y se pueda resolver escogiendo una de las dos reglas en caso de conflicto. Es decir, según la manera como se presentan las reglas, las situaciones descritas pueden ser compatibles o incompatibles pero en caso de llegar a un conflicto entre las dos opciones se debe elegir una para que la incompatibilidad desaparezca. Otro caso de incompatibilidad es la *retorsión*, en este tipo de argumento se ataca la regla generando *autofagia*. En el caso de la regla de justicia exige un tratamiento igualitario para dos cuestiones con relaciones simétricas. Se refiere al hecho de seguir precedentes, en ausencia de razones importantes para separarse de ellos, es un principio de inercia que invita a reaccionar de la misma manera ante situaciones semejantes si no se tiene razones para cambiar, es decir, dar un valor normativo a una manera de obrar

similar. “El argumento de reciprocidad es el que asimila entre sí a dos seres o dos situaciones, mostrando que los términos correlativos en una relación deben ser tratados de la misma manera” (Perelman, 1997, p. 98). Este tipo de argumento utiliza la regla de justicia en situaciones simétricas y comprueba el aspecto cuasilógico de su razonamiento.

Son también argumentos cuasilógicos: los de transitividad, el argumento por inclusión, por división, por comparación y por probabilidades. Por su naturaleza, de ser comparados con lo formal y lo cuantitativo, los argumentos cuasilógicos no pueden convencer por sí solos y requieren de argumentos basados sobre la estructura de lo real.

### **Argumentos basados sobre la estructura de lo real.**

Los argumentos basados sobre la estructura de lo real se presentan conforme la naturaleza misma de las cosas: “Cuando dos argumentos de lo real están asociados entre sí, en un nexo reconocido, es posible fundar sobre este nexo una argumentación que permita pasar de lo que se admite a lo que uno quiere hacer admitir” (Perelman, 1997, p. 113) Este tipo de argumentos apelan a tres situaciones: los nexos de sucesión, relativo a la causa/efecto, una elementos de la misma naturaleza, acontecimientos o fenómenos unidos por una causalidad; Los nexos de coexistencia, relación entre las personas y sus actos, relaciones de desigual nivel donde una se presenta como manifestación de la otra (argumento de autoridad); Y el nexo simbólico, las dobles jerarquías y las diferencias de orden (Perelman, 1997).

### **Argumentos que fundamentan la estructura de lo real.**

Son los argumentos que tienen en cuenta el caso particular. (Perelman & Olbrechts - Tyteca, 1989) entre ellos están: la argumentación por el ejemplo, la ilustración, el modelo y el antimitelo.

La argumentación por el ejemplo, según Perelman (1997), es aquella que busca pasar del caso particular a una generalización, donde es importante que el ejemplo que se escoja sea irrefutable pues la realidad a la que se apela sirve como fundamento en la conclusión. Mientras que la ilustración toma del ejemplo su posición indiscutible, para hacerla llamativa para la imaginación y recrear una imagen. Por último, el modelo propone una acción digna de imitar, en caso de poseer un prestigio social, una autoridad o generar admiración (argumento de autoridad). En caso contrario, se trata de un antimodelo, una figura que no se desea imitar o parecersele.

#### **5.3.4 Analogía y Metáfora**

La analogía es un recurso o figura literaria que ayuda a establecer una relación entre dos ideas mediante sus similitudes. Para Perelman & Olbrechts - Tyteca (1989), no es suficiente con que exista una similitud entre términos, sino entre relaciones y lo explica de la siguiente manera: “A es a B como C es a D. A y C, B y D pueden ser tan diferentes unos de otros como sea posible” (Perelman, 2012, p. 199). Propuso llamar *tema* al conjunto de los términos A y B que contienen la conclusión y llamar *foro* al conjunto C y D, los cuales sostienen el razonamiento, normalmente son los segundos los más conocidos (Perelman & Olbrechts - Tyteca, 1989). Tanto foro como tema deben pertenecer a campos distintos para que se dé la analogía, de lo contrario sería más un razonamiento por ejemplo o ilustración.

La metáfora según Aristóteles, en Perelman (1997), es: “una figura que consiste en dar un nombre que conviene a otro”. En cambio para Perelman, la metáfora es una analogía condensada, que fusiona el tema y el foro y lo describe de esta manera: “A partir de la analogía: A es a B como C es a D, la metáfora tomará la forma: “A de D”, “C de B”; “A es C”. Y pone un ejemplo: “ ‘la vejez es a la vida lo que la noche es al día’, se derivarán

las metáforas: ‘la vejez del día’, ‘la noche de la vida’ o la vejez es una noche’ ” (1997, p. 161).

### **5.3.5 Situación de la argumentación: Punto de vista, fundamentación y garante.**

Para el desglose de los argumentos, y permitir de esa manera un análisis más detallado, en este trabajo se tendrá en cuenta la propuesta realizada por el profesor Álvaro Díaz (2002) (influenciado por Stephen Toulmin, 1958) en la que identifica 6 elementos en el argumento, tres obligatorios y tres opcionales. La identificación de estos elementos ayudarán a comprender profundamente la situación de argumentación que se desarrolla en las piezas.

1. Punto de vista o conclusión (P): Es la idea central del argumento, una proposición que puede estar expresa o implícita y que busca la convicción a favor de la tesis que se defiende. Para identificarla, el investigador deberá tener en cuenta que se responda a las siguientes preguntas: ¿Cuál es la opinión que defiende el autor en su argumento? ¿De qué cosa nos pretende persuadir? ¿Qué es lo que el autor desea demostrar? ¿Cuál es la conclusión que el autor ha sacado sobre el tema en discusión? La conclusión no precisamente debe situarse al final del argumento, no tiene una posición fija y algunas veces se encuentra implícita en el mensaje. También es fácil hallarlo con ayuda de ciertos conectivos (en consecuencia, de ahí que, por consiguiente, luego, por tanto, de modo que, en conclusión, por eso).
2. Condición de punto de vista (Cd): Este es opcional, ya que no todos los puntos de vista lo requieren. Este delimita la validez de (P), de manera que indica su alcance, de no referirlo le daría pie al auditorio para generar suspicacias y conjeturas que lo

alejarían de ser persuadido. Se identifica por el uso de conectores como: salvo, a no ser que, en caso de, sólo si, a menos que.

3. Fundamentación: son las razones que sustentan o justifican el punto de vista (P) para adquirir confianza y aceptación del auditorio. Algunos conectores serían: toda vez que, ya que, porque, puesto que, dado que, por esta razón. También son conocidos como premisas que provienen de datos estadísticos, valores, creencias, testimonios de autoridades en el tema. El hecho de que el orador este absolutamente seguro de la lógica de sus argumentos, no garantiza que el auditorio los acepte como tal. Esto depende de tres aspectos básicos: 1) Basados en el conocimiento del mundo del destinatario, acudir a las premisas aceptadas por el destinatario y evitar las que no se pueden negociar. 2) Basados en el *Ethos* de la fuente, recurrir a fuentes universalmente aceptadas y que gocen de mucha credibilidad. 3) Basados en hechos y evidencias, justificar a través de hechos irrefutables y relacionados al caso del que se quiere persuadir.
4. Garante (G): Es un principio válido por la sociedad, lo que Aristóteles llamó *topoi* o lugar común, se basan en leyes, normas, convenciones culturales, es decir, de la experiencia y el conocimiento del mundo de los seres razonables. En muchos casos el garante esta implícito ya que resulta ser muy evidente e innecesario de mencionarlo. El garante tiene tres características según Oswald Ducrot (1998) en (Diaz, 2002), cuando se presenta como si fuese compartido culturalmente, como principio general y cuando es de carácter gradual, esta última característica es usada comúnmente cuando se refutan argumentaciones. También encontramos en que existen tipos de garantes según el ethos de la fuente (honestidad, seriedad, prestigio, responsabilidad), según los afectos y valores del destinatario, según hechos y

situaciones, es decir, un evento que tiene relación con otro que puede ser causal, signífica o por analogía. Un garante también puede ser rechazado si carece de pertinencia o cuando a pesar de su pertinencia no es aplicable

5. La concesión (C) (opcional): Se reconoce el punto de vista pero no se comparte, sirve para demostrar respeto por la oposición y de que se está siendo objetivo en los argumentos
6. La refutación (R) (opcional): es cuando se invalida una concesión por considerársele débil o carente de pertinencia. De este modo se demuestra el pleno conocimiento del tema y de los hechos y una excelente habilidad en el manejo del lenguaje.

Estos últimos dos elementos del argumento solo serán necesarios cuando se considera que la argumentación es bilateral, es decir, que además de sustentar una posición se reconoce la existencia de argumentos contrarios. De lo contrario estaremos hablando de una situación de refuerzo de la adhesión a la posición planteada y en este caso no sería necesario dar concesiones ni refutar otros puntos de vista.

Con el fin de lograr la persuasión del auditorio, el orador puede recurrir a diferentes estrategias, la falacia es una de ellas, para este trabajo investigativo es vital identificarlas porque con ellas se podrá definir la acogida que tendrá en el auditorio el discurso. Veamos de qué se trata y cuáles son los más comunes.

### **5.3.6 Falacias**

Las falacias son razonamientos que formalmente pueden parecer ser correctos, pero contienen en su sustentación alguna trampa, engaño o falsedad. Se debe diferenciar del error o *paralogismo* ya que en este no se tuvo la intención de engañar, mientras en la falacia



o *sofisma* se recurre al engaño premeditado para conseguir persuadir al auditorio. Las falacias se identifican por tener fallas en el argumento, no tanto por un mal manejo del discurso, sino por un mal razonamiento. Veamos algunos tipos de falacias más usados.

Petición de principio (*Petitio de principii*): consiste en asumir una conclusión de una premisa que no ha sido debidamente sustentada, es decir que se repite en la conclusión lo mismo que se plantea en la sustentación de la premisa o se ofrece como prueba lo que se pide comprobar.

Conclusión inatinerente (*Ignoratio elenchi*): Es cuando el razonamiento que se supone va dirigido a establecer la conclusión es utilizado para comprobar una conclusión diferente. Esta falacia es común cuando se busca distraer la atención del destinatario “sofisma de distracción”. Se usa para alejarse del terreno en discusión y adentrarse en uno del que se tenga mejor manejo y que no guarda relación ni pertinencia.

Falsa relación causal (*Post hoc, ergo propter hoc*: “después de esto, luego esto”): Busca persuadir al destinatario haciéndolo creer que un evento que sucedió antes fue la causa dominante del segundo evento sin dar cuenta de lo absurdo que pueda parecer, simplemente por relaciones poco fundamentadas entre creencias y consecuencias.

Falso dilema: se intenta involucrar al auditorio en una situación donde solo hay dos alternativas y ambas son indeseables. Se puede evitar esta falacia demostrando que puede haber una tercera salida o que no precisamente las dos alternativas son malas. No se trata en este caso de comprobar que el dilema no es válido, sino de evitar dar validez a la conclusión.

Ataque personal (*argumento ad personam offensivo*): ofender al adversario con ataques personales o *ad hominem*. También es una manera de desviar la atención del auditorio y queda en evidencia una falta de mejores argumentos.

Apelación a la piedad y a las emociones (*ad misericordiam*): Cuando a falta de razones se recurre a la compasión del auditorio para manipularlo, es decir apelar al auditorio para que vea como justo y razonable un argumento que no tiene evidencia ni soportes. Apelar a las emociones ante un auditorio dificulta que se pueda analizar los argumentos que realmente importan. En un argumento debe predominar lo racional sobre lo emocional.

Falsa analogía: la analogía es cuando se sacan conclusiones de que se desconoce, asociándolo con algo más conocido. Se convierte en falacia cuando se excede los límites de la comparación y se apoya de suposiciones cuestionables o falsas.

Perjuicios por asociación y estereotipos: Cuando se recurre a un estereotipo o a un prejuicio para fundamentar un argumento.

Falso consenso o instinto de manada: Es cuando se asume que porque mucha gente esta de acuerdo con un punto, eso les da la razón. En algunos casos no es así.

Conclusiones o inducciones prematuras: el razonamiento por inducción es cuando de lo específico a lo general, del efecto a la causa. Pero cuando no se tiene el número suficiente de pruebas, se incurre en la precipitación de la inducción y se hace falaz el argumento.

Sofisma del consecuente: Cuando se intenta inferir una conclusión que no se deriva lógicamente de las premisas o que se intenta llegar a ella por medio de hipótesis.

Falsa presunción o pregunta compleja: una falsa pregunta que es formulada a partir de algo que no ha sido aceptado como verdad y que en responder si o no es aceptar la imputación.

Falacia del accidente: “los izquierdistas odian a los norteamericanos. Como tu eres izquierdista, debes odiar al hermano de clara que es norteamericano”.

Falacia de la composición: se asume que el conjunto tiene las mismas cualidades de cada una de sus partes

Falacia de la división: Lo opuesto a la composición.

Apelación al poder o la amenaza: cuando a partir del poder que se ostenta, se obliga a la contraparte a aceptar una conclusión determinada.

El hombre de paja: consiste en refutar un punto de vista que no se comprendió bien, y por ende se refuta algo que no se estaba argumentando

Apelación a una falsa autoridad (*argumento ad verecundiam*): la opinión de un experto no siempre es válida si el experto opina de un tema que no es de su dominio.

Para facilitar la recopilación de la información y aplicar los componentes de la *Teoría de la Argumentación* propuesta por Perelman y Olbrechts – Tyteca, se diseñó la siguiente tabla que recoge las principales características, e integrar los aportes de Díaz con relación a la estructura del argumento.

Tabla 10: Tabla de la argumentación.

Tabla de la argumentación					
Dimensión del argumento	Tipos de argumentos	Falacias	Figuras retóricas	estructura del argumento	carácter persuasivo
racional / emocional	Cuasilógicos: Basados en la estructura de lo real: Que fundamentan la estructura de lo real:	Petición de principio, conclusión inatinente, falsa relación causal, falso dilema, etc.	Metáfora, anáfora, antítesis, elipsis, dubitación, etc	Punto de Vista (P). Fundamento (F). Garante (G).	estrategia persuasiva implementada

## 6. CARACTERIZACIÓN DE LOS SUJETOS DISCURSIVOS

**Objetivo Específico # 1:** *Identificar los sujetos discursivos que construyen la estrategia En TIC Confío con el fin de caracterizar la situación de argumentación que le es específica.*

Este capítulo busca caracterizar los sujetos discursivos y determinar el contrato de la comunicación que se da entre ellos en las piezas utilizadas por la estrategia *En TIC Confío*. Valga aclarar que lo que interesa a este trabajo son los sujetos en tanto actualizan un discurso, no los sujetos empíricos. Y se reconocen a partir del modo en que hablan, el énfasis que hacen, los tonos que utilizan y los ejemplos a los que acuden. Para esto tomaremos en cuenta las propuestas de María Cristina Martínez Solís (2007) sobre *la orientación social de la argumentación en el discurso* y la propuesta de *Contrato de comunicación* del Patrick Charaudeau (2006). De esta manera desglosaremos los sujetos discursivos que operan dentro del acto discursivo y los encontraremos en un acuerdo tácito de comunicación o contrato de comunicación.

Para María Cristina Martínez Solís (2007) la argumentación está inscrita en la enunciación vista desde la dimensión dialógica del discurso. Para soportar su punto de vista, se basa en los planteamientos de Bajtín sobre una teoría del discurso basado en la enunciación dialógica donde se puede establecer una integración de las tres perspectivas de la argumentación (retórica, analítica y dialéctica) en una dinámica enunciativa del discurso.

Con base en la propuesta de Solís, se caracterizará el sujeto discursivo bajo la noción de “enunciador”, si bien, en ocasiones se usará la noción de orador para referirse al mismo sujeto dentro del acto comunicativo, es decir, al emisor del mensaje o discurso, por ser la *Teoría de la Argumentación* el pilar central de este trabajo, usaremos preferiblemente

el concepto de “orador”. Lo mismo ocurre con la noción de “enunciario” que cumpliría con el rol de “auditorio”, solo que para la nueva retórica existen varios tipos de los que se hablará más adelante.

Veamos la tabla que se diseñó para recolectar la información de esta parte del trabajo con los ítems que se van a desarrollar. Es esta tabla aparecen cuatro piezas; la primera ha sido elegida para atravesar todos los análisis de este trabajo, con esta pieza se busca implementar una aplicabilidad de una pieza, cualquiera que sea, en todas las tablas. Las otras tres piezas fueron tomadas del corpus: pieza # 2: “Tabla 10: pornografía infantil”, pieza # 3 “Tabla 7: ciberdependencia” y pieza 4 “Tabla 9: Grooming para brindar de este modo una cobertura de a los otros riesgos.

Tabla 11 : Aplicación de la Situación de enunciación – Contrato comunicativo

<b>Tabla: Situación de enunciación - El contrato de la comunicación</b>			
<b>Pieza</b>	<b>Enunciador</b>	<b>Destinatario</b>	<b>Tipo de contrato</b>
#1	Conoce del tema Habla con seguridad Aconseja Anticipa las preguntas Se involucra	Usa Internet, juegos en línea Ignora el riesgo	Hermanos menor / hermano mayor Consejero / víctima
#2	Experto Solidario Conocedor	Padres de familia Docentes Ignoran el riesgo	Experto / acudiente
#3	Docente	Padres de familia	Docente / acudiente
#4	Experto Docente Conocedor	Niños entre 7 y 15 años un colegio	Consejero / Víctima potencial

Para aplicar esta propuesta a la investigación, se iniciará con el reconocimiento de los actores de la situación de enunciación dentro de la primera pieza seleccionada.

## Pieza # 1: “Ciberacoso o cibermatoneo”.

Riesgo: Ciberacoso.

Formato: texto con imagen

Tomada de: <http://www.enticconfio.gov.co/ciberacoso-o-cibermatoneo>



No lo ocultes, denúncialo.

El ciberacoso, también conocido como cibermatoneo o cyberbullying, es un tipo de agresión psicológica en la que se usan teléfonos celulares, Internet y juegos en línea para enviar o publicar mensajes, correos, imágenes o videos con el fin de molestar e insultar a otra persona. El ciberacoso no se hace de frente, por eso la víctima no sabe quién puede ser su agresor.

Este tipo de acoso se ha hecho popular entre niños y jóvenes, quienes creen que pueden usar la red y estos dispositivos anónimamente para molestar a sus compañeros. Lastimosamente no se dan cuenta del daño que hacen: la información se envía de manera muy rápida, y borrarla o detenerla, es tarea imposible. Sus consecuencias pueden ser muy serias, terminando, como se ha visto en Colombia y en otros países, en el suicidio de la víctima.

Para evitar que el ciberacoso se dé es necesario que todos nosotros, que usamos diariamente Internet, juegos en línea y celulares, pensemos bien en el uso que hacemos de ellos, que pensemos dos veces en lo que escribimos y publicamos, ya que el daño a ocasionar puede no tener límites. Y, si la agresión viene a nosotros, no dudemos un segundo en hablar de esto y buscar ayuda en un adulto en quien confiemos.



*línea para enviar o publicar mensajes, correos, imágenes o videos con el fin de molestar e insultar a otra persona. El ciberacoso no se hace de frente, por eso la víctima no sabe quién puede ser su agresor.*

*Este tipo de acoso se ha hecho popular entre niños y jóvenes, quienes creen que pueden usar la red y estos dispositivos anónimamente para molestar a sus compañeros. Lastimosamente no se dan cuenta del daño que hacen: la información se envía de manera muy rápida, y borrarla o detenerla, es tarea imposible. Sus consecuencias pueden ser muy serias, terminando, como se ha visto en Colombia y en otros países, en el suicidio de la víctima.*

*Para evitar que el ciberacoso se dé es necesario que todos nosotros, que usamos diariamente Internet, juegos en línea y celulares, pensemos bien en el uso que hacemos de ellos, que pensemos dos veces en lo que escribimos y publicamos, ya que el daño a ocasionar puede no tener límites. Y, si la agresión viene a nosotros, no dudemos un segundo en hablar de esto y buscar ayuda en un adulto en quien confiemos.*

Nota: esta pieza # 1 acompañará todos los aspectos de análisis de esta investigación, pasará por todas las tablas diseñadas para facilitar el estudio de la estrategia y servirá como ejemplo para aplicar a cualquier pieza seleccionada. Fue seleccionada de manera aleatoria entre las piezas que contienen formato de texto e imagen.

**Enunciado:** Se transcribe aquí el contenido textual de la pieza.

*No lo ocultes, denúncialo.*

*El ciberacoso, también conocido como cibermatoneo o cyberbullying, es un tipo de agresión psicológica en la que se usan teléfonos celulares, Internet y juegos en*

El análisis de la situación de enunciación en esta pieza se inicia desarrollando la

identificación de sus participantes:

**Enunciador:** El YO enunciador se caracteriza por ser la imagen que el mensaje o enunciado construye de quien habla. En este caso se puede ver en el mensaje que el enunciador es un sujeto que conoce del tema: *“El ciberacoso, también conocido como cibermatoneo o cyberbullying, es un tipo de agresión psicológica [...]”*, habla con seguridad de lo que dice; Aconseja: *“No lo ocultes, denúncialo”*, pero a la vez es un sujeto que parece poder ver más allá y se anticipa, ya que sabe que su interlocutor oculta algo, lo ha descubierto y por eso le recomienda: *“Para evitar que el ciberacoso se dé es necesario [...]”*. El YO enunciador cumple la función de hermano mayor, preocupado por evitar que el TÚ enunciatario viva experiencias desagradables que puedan llevarlo a arrepentimientos: *“consecuencias”* que *“pueden ser muy serias, terminando [...] en el suicidio de la víctima”*; Se involucra en la situación al afirmar que: *“es necesario que todos nosotros”*, y a su vez, cumple las veces de enunciatario, al hacer parte del destinatario del mensaje; Se adelanta a las posibles preguntas y da respuestas anticipadas: *“Y, si la agresión viene a nosotros, no dudemos[...].”*

La tonalidad intencional le da la orientación social sujeto discursivo (Solís, 2007). Se puede percibir en el enunciador, inicialmente a través de una relación jerárquica de asimetría, representada en una voz que conoce más del tema que el enunciatario. Al final del enunciado, el locutor se involucra solidariamente en una relación simétrica, de iguales, que sigue siendo intencional, a los que les puede ocurrir la misma situación y que son igualmente vulnerables ante los acontecimientos.

**Enunciatario:** Es el interlocutor a quien va dirigido el enunciado, en este caso,



una especie de hermano menor. El TÚ enunciatario hace parte del grupo de personas que “*usamos diariamente Internet, juegos en línea y celulares*”. Que además desconoce el tema del que se habla: “*Ciberacoso*”. En el enunciado, el enunciador construye al interlocutor, que se reconoce como aquel que utiliza las TIC. Ha sido descubierto y por eso recibe un consejo: “*No lo ocultes, denúncialo*”. Este interlocutor, a quien está dirigido el mensaje, es un niño o joven a quien el locutor le aconseja “*buscar ayuda en un adulto en quien confiemos*” con quien tiene una relación jerárquica de asimetría.

Estos dos sujetos confluyen en lo que Aristóteles denominó *logos* o discurso. Para Solís (2007) es la puesta en escena donde se dan las fuerzas sociales enunciativas de los actores discursivos. En este caso el discurso está enmarcado en un género educativo con una finalidad persuasiva.

### **Contrato:**

Para Charaudeau (2006) la noción de contrato de comunicación es lo que estructura una situación de intercambio verbal que cumple con las condiciones de realización de los actos de lenguaje que allí se producen para que correspondan a la intencionalidad del sujeto comunicante para que puedan ser interpretados por el sujeto receptor. El contrato predetermina a los actores del intercambio.

Para esta investigación adquiere importancia esta noción porque nos ayudará a establecer el acuerdo al que llegan los actores del intercambio en función de una finalidad psicosocial de influencia que determina las identidades de los sujetos participantes.

Estos dos sujetos, enunciador y enunciatario, que para Charaudeau se llamarían: el sujeto comunicante y el sujeto receptor, se encuentran en una situación de intercambio de

propósitos para lograr una inter comprensión. Esto está mediado por normas psicosociales que permitirán una comprensión mutua y normas discursivas, que se articulan con las psicosociales para producir la construcción de sentido. En este caso, como ya se ha descrito, el sujeto comunicante tiene una finalidad clara de persuadir al sujeto receptor, mientras que el sujeto receptor resuelve leer la pieza porque requiere una instrucción para saber qué hacer en caso de Ciberacoso; las identidades de los involucrados ya se han podido atisbar. Por el lado del sujeto comunicante es una voz que conoce sobre el tema, posiblemente no sea tan mayor, simplemente un joven, ya que también se involucra, con el enunciado, como posible víctima y afirma que las víctimas son en su mayoría jóvenes y niños. Aunque demuestra, con su conocimiento y la manera como usa el lenguaje, que está en un nivel profesional. El sujeto receptor, por su parte, puede ser un niño o joven que usa Internet y está en edad escolar. En este caso hay un propósito educativo. El reconocimiento mutuo del acto comunicativo es a lo que el autor ha llamado “contrato comunicativo”. Estos dos sujetos reconocen su contexto y la relación asimétrica que los une: el uno pretende hacer una enseñanza y el otro acude a recibir conocimiento.

Apicaremos ahora esta misma metodología a otras piezas seleccionadas aleatoriamente.

**Pieza # 2: “Padres: cómo luchar contra la pornografía infantil”.**

Riesgo: Pornografía Infantil.

Formato: texto con imagen.

Tomada de:<http://www.enticconfio.gov.co/padres-como-luchar-contrala-pornografia-infantil>

**Enunciado:** Se transcribe aquí el contenido textual de la pieza #2 para facilitar su lectura:

## Padres: cómo luchar contra la pornografía infantil.

### Padres: cómo luchar contra la pornografía infantil

02 - Marzo - 16



Para Carolina Piñeros Ospina, directora de RedPaPaz, existen acciones que pueden realizar los padres para evitar que sus hijos caigan en redes ilegales. Estas son sus recomendaciones.



El crecimiento que ha tenido la pornografía infantil en el mundo gracias a la expansión de internet no es ningún mito: existen verdaderas mafias que se dedican a 'reclutar' niños de todas partes del mundo, a través de redes sociales y servicios en línea. Según cifras del FBI, existen más de 360 millones de imágenes con este material rondando alojados en la red.

Ahora bien, la primera línea de defensa contra este delito está en los mismos hogares. Los criminales no encontrarán forma para actuar, en la medida en que los padres conozcan los hábitos de navegación de sus hijos y los menores tengan confianza suficiente para hablar con mayores de edad sobre posibles acosos.

Carolina Piñeros Ospina, directora ejecutiva de RedPaPaz, conversó con **En TIC confío** sobre aquellas cosas que deben hacer los padres para evitar que los niños caigan en redes de pornografía infantil. Estas son sus recomendaciones.

#### 1. Estar conectados

Lo primero que deben hacer los padres es conocer el mundo digital en que viven los niños. Así conocerán cuáles son los sitios web que frecuentan, cómo se conectan con sus amigos y cómo podrían ser contactados por extraños.

"Un papá que dice 'a mí la tecnología me atropella' o 'yo no estoy en redes sociales' está dejando a sus hijos muy solos. Mi primera recomendación es a estar conectados, a estar cerca de ellos", comenta Piñeros.

#### 2. Entender los riesgos

No solo hay que comprender que el riesgo de que un niño sea contactado por una red de pornografía infantil está 'a un clic de distancia', sino además que estos criminales pueden llegar a través de contenidos, contactos en redes sociales, conductas de los menores al navegar o sitios de comercio.

"También tenemos que entender que no hay una responsabilidad exclusiva de nadie, sino que somos todos como sociedad quienes debemos velar por proteger a los niños", dice la ejecutiva.

#### 3. Reportar cualquier actividad sospechosa

"Recursos, como la línea Te Protejo ([www.teprotejo.org](http://www.teprotejo.org)), hacen un llamado a toda la sociedad para que reporte si encuentra con algo ilegal en la web. Los ojos de todos también son parte de la solución, porque las autoridades no pueden hacer mucho si nosotros tampoco les contamos que esto ocurre", dice.

#### 4. Dialogar con los niños

Para Piñeros Ospina, es importante que entendamos que todos los niños y todas las niñas están en riesgo. En este sentido, debemos hablar con ellos, conocer ese mundo en que ellos se mueven y hacerlos partícipes de la misma protección de la sociedad. "Aquí no hay fronteras de ningún tipo. Tenemos que estar todos alerta. Todos tenemos que estar involucrados con esta lucha", concluye.

suficiente para hablar con mayores de edad sobre posibles acosos.

Carolina Piñeros Ospina, directora ejecutiva de RedPaPaz, conversó con **En TIC Confío** sobre aquellas cosas que deben hacer los padres para evitar que los niños caigan en redes de pornografía infantil. Estas son sus recomendaciones.

### 1. Estar conectados

Lo primero que deben hacer los padres es conocer el mundo digital en que viven los niños. Así conocerán cuáles son los sitios web que frecuentan, cómo se conectan con sus amigos y cómo podrían ser contactados por extraños.

"Un papá que dice 'a mí la tecnología me atropella' o 'yo no estoy en redes sociales' está dejando a sus hijos muy solos. Mi primera recomendación es a estar conectados, a estar cerca de ellos", comenta Piñeros.

### 2. Entender los riesgos

No solo hay que comprender que el riesgo de que un niño sea contactado por una red de pornografía infantil está 'a un clic de distancia', sino además que estos criminales pueden llegar a través de contenidos, contactos en redes sociales, conductas de los menores al navegar o sitios de comercio.

Para Carolina Piñeros Ospina, directora de RedPaPaz, existen acciones que pueden realizar los padres para evitar que sus hijos caigan en redes ilegales. Estas son sus recomendaciones.

El crecimiento que ha tenido la pornografía infantil en el mundo gracias a la expansión de internet no es ningún mito: existen verdaderas mafias que se dedican a 'reclutar' niños de todas partes del mundo, a través de redes sociales y servicios en línea. Según cifras del FBI, existen más de 360 millones de imágenes con este material rondando alojados en la red.

Ahora bien, la primera línea de defensa contra este delito está en los mismos hogares. Los criminales no encontrarán forma para actuar, en la medida en que los padres conozcan los hábitos de navegación de sus hijos y los menores tengan confianza

*“También tenemos que entender que no hay una responsabilidad exclusiva de nadie, sino que somos todos como sociedad quienes debemos velar por proteger a los niños”, dice la ejecutiva.*

### **3. Reportar cualquier actividad sospechosa**

*“Recursos, como la línea Te Protejo ([www.teprotejo.org](http://www.teprotejo.org)), hacen un llamado a toda la sociedad para que reporte si encuentra con algo ilegal en la web. Los ojos de todos también son parte de la solución, porque las autoridades no pueden hacer mucho si nosotros tampoco les contamos que esto ocurre”, dice.*

### **4. Dialogar con los niños**

*Para Piñeros Ospina, es importante que entendamos que todos los niños y todas las niñas están en riesgo. En este sentido, debemos hablar con ellos, conocer ese mundo en que ellos se mueven y hacerlos partícipes de la misma protección de la sociedad. “Aquí no hay fronteras de ningún tipo. Tenemos que estar todos alerta. Todos tenemos que estar involucrados con esta lucha”, concluye.*

**Enunciador:** El YO enunciador, por medio del anterior enunciado, muestra una imagen de un sujeto que conoce el tema del que habla, se apoya de cifras y fuentes que lo respaldan: “Según cifras de FBI, existen más de 360 millones...”. Tiene un tono de autoridad, pero a la vez, se apoya por una segunda voz, un (a) invitado (a) que aconseja, y que también es experto, que habla desde una posición que conoce con certeza todos los tópicos tratados: una autoridad en el tema. Es solidario y sensible frente a la problemática.

**Enunciario:** El TÚ enunciatario son los padres, aquellos sujetos responsables o a cargo de menores de edad, que requieren información verídica y que proceda de buena fuente. Son adultos que se ven interesados por involucrarse en el “mundo digital” y con eso al lenguaje específico que pueda contener el ámbito tecnológico. Pero también puede referirse a un TÚ enunciatario como un sujeto en edad escolar que de manera indirecta recibe el mensaje. O a una sociedad incapaz de controlar un fenómeno criminal que pone en riesgo la integridad de los infantes.

**Contrato:** Para esta pieza el sujeto comunicador y el sujeto receptor reconocen la relación de experto (el sujeto comunicador) e interesado (sujeto receptor) que acudió al

mensaje para resolver dudas y recibir indicaciones para determinar su proceder. Un contrato de enseñanza, donde el enunciador acepta referirse en términos que sean entendibles para su enunciatario y con la validez y pertinencia necesarias.

### Pieza #3: “¿Cómo lograr que un niño se ‘despegue’ de internet?”

¿Cómo lograr que un niño se 'despegue' de internet?

22 - Febrero - 16

compartir

Los niños y jóvenes suelen pasar horas conectados a internet o a consolas de videojuegos. Estas son algunas recomendaciones para evitar una posible adicción.



“¿Y cómo puedo hacer para que mis hijos dejen de estar pegados a internet o a la consola de videojuegos?”...

Esta es una pregunta que terminan haciéndose miles de padres que ven con preocupación cómo sus hijos pequeños y adolescentes comienzan a destinar gran parte de su tiempo a estar conectados a sus dispositivos electrónicos.

Si bien, solo puede hablarse de ‘adicción’ cuando las actividades en línea de los jóvenes los hacen perder la noción del tiempo y olvidar funciones vitales, como alimentarse o dormir, lo cierto es que sí puede existir un uso excesivo de la red que es necesario controlar. Al fin y al cabo, están en una etapa donde necesitan fortalecer sus músculos y tener una actividad social más activa.

La idea no es prohibir que usen internet, pues es una herramienta fundamental para la educación y socialización, pero sí poner límites para que lo disfruten en sus justas proporciones. En este sentido, existen varias acciones que puede poner en práctica para sacarlos de la red.

1. **Anime a sus hijos a realizar actividades en el mundo real.** Existen millones de opciones de recreación diferentes a tener los ojos cuadrados frente a una pantalla, que están disponibles para niños y jóvenes de cualquier edad. Hay bibliotecas, escuelas de formación deportivas, clases de música y actuación, y cursos de pintura o escultura, donde ellos podrán compartir con otras personas y desarrollar su personalidad.

2. **Converse con sus hijos sobre su uso de internet.** De acuerdo con la organización **Help Guide**, el uso compulsivo del computador podría ser solo el síntoma de problemas más profundos, que podrían controlarse al estimular la confianza y la claridad. ¿Hay cambios en su hogar que puedan estresarlo, como divorcios o peleas familiares? ¿Está cómodo en su colegio?

3. **Fije normas claras para el uso de internet.** Sea claro con su hijo en cuanto a la cantidad de horas al día que puede usar internet y las actividades que puede realizar en línea. Ponga el computador en áreas comunes del hogar, como el estudio, y solo permita el uso de tabletas digitales o teléfonos inteligentes cuando se encuentre con un mayor de edad.

4. **Obtenga ayuda de ser necesario.** Para **Help Guide**, es importante rodearse por otras figuras de autoridad a quienes escuche el adolescente. Por ejemplo, pedirle a alguno de sus profesores o amigos que admire su hijo que lo apoye para realizar estas propuestas: los jóvenes suelen ponerse contra sus padres, pero escuchar a otras personas.

Riesgo: Ciberdependencia.

Formato: texto con imagen

Tomada de:

<http://www.enticconfio.gov.co/node/1818>

**Enunciado:** Se transcribe aquí el contenido

textual de la pieza #3:

### ¿Cómo lograr que un niño se 'despegue' de internet?

**Los niños y jóvenes suelen pasar horas conectados a internet o a consolas de videojuegos. Estas son algunas recomendaciones para evitar una posible adicción.**

“¿Y cómo puedo hacer para que mis hijos dejen de estar pegados a internet o a la consola de videojuegos?”...

*Esta es una pregunta que terminan haciéndose miles de padres que ven con preocupación cómo sus hijos pequeños y adolescentes comienzan a destinar gran parte de su tiempo a estar conectados a sus dispositivos electrónicos.*

*Si bien, solo puede hablarse de ‘adicción’ cuando las actividades en línea de los jóvenes los hacen perder la noción del tiempo y olvidar funciones vitales, como alimentarse o dormir, lo cierto es que sí puede existir un uso excesivo de la red que es necesario controlar. Al fin y al cabo, están en una etapa donde necesitan fortalecer sus músculos y tener una actividad social más activa.*

*La idea no es prohibir que usen internet, pues es una herramienta fundamental para la educación y socialización, pero sí poner límites para que lo disfruten en sus justas proporciones. En este sentido, existen varias acciones que puede poner en práctica para sacarlos de la red.*

**1. Aníme [\*] a sus hijos a realizar actividades en el mundo real.** Existen millones de opciones de recreación diferentes a tener los ojos cuadrados frente a una pantalla, que están disponibles para niños y jóvenes de cualquier edad. Hay bibliotecas, escuelas de formación deportivas, clases de música y actuación, y cursos de pintura o escultura, donde ellos podrán compartir con otras personas y desarrollar su personalidad.

**2. Converse con sus hijos sobre su uso de internet.** De acuerdo con la organización Help Guide, el uso compulsivo del computador podría ser solo el síntoma de problemas más profundos, que podrían controlarse al estimular la confianza y la charla. ¿Hay cambios en su hogar que puedan estresarlo, como divorcios o peleas familiares? ¿Está cómodo en su colegio?

**3. Fije normas claras para el uso de internet.** Sea claro con su hijo en cuanto a la cantidad de horas al día que puede usar internet y las actividades que puede realizar en línea. Ponga el computador en áreas comunes del hogar, como el estudio, y solo permita el uso de tabletas digitales o teléfonos inteligentes cuando se encuentre con un mayor de edad.

**4. Obtenga ayuda de ser necesario.** Para Help Guide, es importante rodearse por otras figuras de autoridad a quienes escuche el adolescente. Por ejemplo, pedirle a alguno de sus profesores o amigos que admire su hijo que lo apoye para realizar estas propuestas: los jóvenes suelen ponerse contra sus padres, pero escuchar a otras personas.

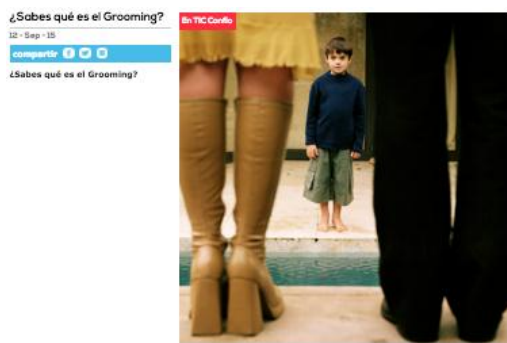
**Enunciador:** En esta pieza sobre ciberdependencia se construye el enunciador como un sujeto experto en el tema que responde a la inquietud reiterada que surge de uno o varios padres de familia. Es una voz que sabe del tema pero que a la vez transmite las soluciones y recomendaciones de manera clara, en ocasiones haciendo uso de expresiones coloquiales como: “tener los ojos cuadrados frente a una pantalla” para referirse al tiempo excesivo que pasan mirando una pantalla. Ese Yo enunciador tiene la credibilidad necesaria ante su interlocutor y además usa fuentes secundarias para apoyar sus recomendaciones. Prevé que la inquietud planteada: “¿Y cómo puedo hacer para que mis hijos dejen de estar pegados a Internet o a una consola de videojuegos?” merece un tratamiento general, hacia la sociedad, y no solo particular, a un solo caso.

**Enunciatario:** El TÚ enunciatario se ve representado en el enunciado como un

sujeto preocupado con una situación social que pone en riesgo a sus hijos, ese sujeto no tiene que ser precisamente una persona, sino también una sociedad en general, sin distinciones de género. Se le ubica en una clase social media alta que le permite tener una condición económica para adquirir distintos dispositivos electrónicos.

**Contrato:** Este es un contrato de intercambio, donde el sujeto comunicador tiene como finalidad la de solucionar una inquietud a través de sus conocimientos y el sujeto receptor se compromete a poner en práctica para solucionar una problemática social que los une.

#### Pieza #4: “¿Sabes qué es Grooming?”



Riesgo: Grooming

Formato: Texto e imagen

Tomada de: <http://www.enticconfio.gov.co/sabes-que-es-el-grooming>

**Enunciado:** Se transcribe aquí el contenido textual de la pieza #4.

Conoce de qué se trata y cómo puedes evitarlo.

El Grooming es una nueva forma de acoso y abuso hacia niños y jóvenes que se ha venido popularizando con el auge de las TIC, principalmente los chats y redes sociales. Inicia con una simple conversación virtual, en la que el adulto se hace pasar por otra persona, normalmente, por una de la misma edad de la víctima. De esta forma, pretende tener más afinidades con él, gana su confianza y fortalece una supuesta amistad.

Al ser “amigos” e intercambiar información e historias, muy fácilmente se baja la guardia; ya no da tanta pena hablar de algunos temas, enviar fotos o verse a través de la cámara web. Esto lo aprovecha el abusador para incluir temáticas sexuales en las conversaciones, también intercambiando imágenes eróticas o haciendo invitaciones para conocerse personalmente. Es en ese momento, cuando se corre el riesgo de un abuso sexual.

El grooming no se da de un día para el otro, puede tardar semanas en concretarse. Y no sólo requiere de ganarse la confianza de los niños y jóvenes, para mantener el control de la situación, el adulto abusador promete regalos, envía imágenes pornográficas para provocar a las niñas o que hagan lo mismo, roba sus datos personales y guarda sus fotos para chantajearlos.

Hay formas para prevenir que esto te ocurra a ti o alguno de tus amigos. Por eso, compartimos contigo algunas recomendaciones:

- En el nombre que usas en los chats o direcciones de correo electrónico evita incluir tu año de nacimiento, ya que esto facilita que personas malintencionadas conozcan tu edad. Ejemplo: [amalia27@correo.com](mailto:amalia27@correo.com)
- Abandona conversaciones o sitios web que te incómoden o que tengan contenido inadecuado para tu edad.
- Pon límites en tus conversaciones con otros y protege tu privacidad. No compartas información personal o comprometedora.
- En las redes sociales, revisa constantemente la configuración de privacidad, así evitarás compartir más información de la necesaria. Intenta también no incluir a desconocidos dentro de tus contactos.
- Ignora los correos spam o los que te piden descargar archivos o postales. Con ellos es posible bajar softwares espías que facilitan el robo de tu información.
- Antes de conocer personalmente a tu amigo/a virtual, consulta y conversa del tema con tus padres o familiares. Cuidate de las apariencias, lastimosamente en Internet es muy fácil decir mentiras, por eso es posible que la persona con la que hablas no sea quien esperas.
- Confía en tus padres, familiares o profesores, cuéntales las situaciones que encuentres incómodas al hacer uso de Internet. No tengas miedo de pedir ayuda.
- Guarda cualquier tipo de información que pueda servir como evidencia al hacer una denuncia: pantallazos, copia de chats, correos enviados, entre otros.
- Bloquea y denuncia: la mayoría de chats y redes sociales te permiten bloquear personas y denunciar situaciones incómodas, así que no dudes en hacerlo. Y pon tu denuncia también ante las autoridades pertinentes.

#### ¿Sabes qué es el Grooming?

**Conoce de qué se trata y cómo puedes evitarlo.**

*El Grooming es una nueva forma de acoso y abuso hacia niños y jóvenes que se ha venido popularizando con el auge de las TIC, principalmente los chats y redes sociales. Inicia con una simple conversación virtual, en la que el adulto se hace pasar por otra persona, normalmente, por una de la misma edad de la víctima. De esta forma, pretende tener más*

*afinidades con él, gana su confianza y fortalece una supuesta amistad.*

*Al ser “amigos” e intercambiar información e historias, muy fácilmente se baja la guardia: ya no da tanta pena hablar de algunos temas, enviar fotos o verse a través de la cámara web. Esto lo aprovecha el abusador para incluir temáticas sexuales en las conversaciones, también intercambiando imágenes eróticas o haciendo invitaciones para*

conocerse personalmente. Es en ese momento, cuando se corre el riesgo de un abuso sexual.

El grooming no se da de un día para el otro, puede tardar semanas en concretarse. Y no sólo requiere de ganarse la confianza de los niños y jóvenes, para mantener el control de la situación, el adulto abusador promete regalos, envía imágenes pornográficas para provocar a los niños a que hagan lo mismo, roba sus datos personales y guarda sus fotos para chantajearlos.

Hay formas para prevenir que esto te ocurra a ti o alguno de tus amigos. Por eso, compartimos contigo algunas recomendaciones:

- *En el nombre que usas en los chats o direcciones de correo electrónico evita incluir tu año de nacimiento, ya que esto facilita que personas malintencionadas conozcan tu edad. Ejemplo: dianita97@correo.com*
- *Abandona conversaciones o sitios web que te incomoden o que tengan contenido inadecuado para tu edad.*
- *Pon límites en tus conversaciones con otros y protege tu privacidad. No compartas información personal o comprometedor.*
- *En las redes sociales, revisa constantemente la configuración de privacidad, así evitarás compartir más información de la necesaria. Intenta también no incluir a desconocidos dentro de tus contactos.*
- *Ignora los correos spam o los que te piden descargar archivos o postales. Con ellos es posible bajar softwares espías que posibilitan el robo de tu información.*
- *Antes de conocer personalmente a tu amigo/a virtual, consulta y conversa del tema con tus padres o familiares. Cuídate de las apariencias, lastimosamente en Internet es muy fácil decir mentiras, por ello es posible que la persona con la que hablas no sea quien esperas.*
- *Confía en tus padres, familiares o profesores, cuéntales las situaciones que encuentres incómodas al hacer uso de Internet. No tengas miedo de pedir ayuda.*
- *Guarda cualquier tipo de información que pueda servir como evidencia al hacer una denuncia: pantallazos, copia de chats, correos enviados, entre otros.*
- *Bloquea y denuncia: la mayoría de chats y redes sociales te permiten bloquear personas y denunciar situaciones incómodas, así que no dudes en hacerlo. Y pon tu denuncia también ante las autoridades pertinentes.*

**Enunciador:** En esta pieza sobre Grooming se construye el enunciador como un sujeto experto en el tema que tiene muy bien identificado un delito que puede poner en riesgo a sus interlocutores. De manera clara y respetuosa aconseja y recomienda, se familiariza con su enunciatario. Posee credibilidad necesaria ante su interlocutor y además usa fuentes secundarias para apoyar sus recomendaciones.



**Enunciatario:** El TÚ enunciario se ve representado en el enunciado como un niño o niña de una edad escolar entre 7 y 15 años quien siente interés por el tema debido a su vulnerabilidad y la de sus amigos. Tiene dominio de lenguaje informático y acceso a Internet. Se siente familiarizado con su enunciador y le permite un trato cercano. Además se preocupa por sus amigos pero no confía del todo en sus padres.

**Contrato:** Este es un contrato de intercambio, donde el sujeto comunicador tiene como finalidad la de solucionar una inquietud a través de sus conocimientos y el sujeto receptor se compromete a poner en práctica para solucionar una problemática social que los une.

**Nota:** Al igual que en las tres piezas analizadas anteriormente, la imagen que acompaña ésta no será tomada en cuenta para el análisis de los sujetos discursivos que se realiza en este capítulo y se utiliza para darle un contexto al lector.

## 7. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE ARGUMENTACIÓN

**Objetivo Específico # 2:** *Analizar, desde la perspectiva de la Teoría de la Argumentación, los diversos mecanismos utilizados por la estrategia En TIC Confío, en aras de dar cuenta de su carácter persuasivo desde las piezas seleccionadas.*

En este capítulo se desarrollará el análisis de la situación de argumentación según los elementos y actores involucrados bajo la propuesta de Perelman & Olbrechts – Tyteca (1989) y retomados por Díaz (2002): Orador, Auditorio, Discurso y contexto. Como se mencionó anteriormente, habrá muchas características similares en los sujetos involucrados: Orador= Yo enunciador; Auditorio= Tú enunciatario; Discurso= enunciado. En esta parte se tomarán en cuenta las características que no son tomadas en los conceptos de enunciador, enunciado y enunciatario, pero sí por la *Teoría de la Argumentación*. Para este fin se analizarán tres piezas: la primera, que se reitera en todos los análisis de este trabajo, es sobre Ciberacoso (pieza # 1) no se transcribirá todo el enunciado, ya que anteriormente se hizo, solo se retomará lo que sea necesario para aclarar los puntos que se traten. En las otras tres piezas sí se transcribirá todo el texto para facilitar la ubicación del lector en lo que se está analizando.

Para facilitarle la lectura de las piezas al lector, se comparte acá la tabla con los ítems desarrollados en esta parte del trabajo.

Tabla 12: Aplicación de la tabla de la situación de la argumentación.

Tabla: Situación de la argumentación				
Pieza	Orador	Auditorio	Discurso	Contexto
#1	Conoce el tema Se anticipa a preguntas del auditorio. Docente o experto en el tema	Los que “usamos Internet a diario.” Pero desconocemos los riesgos. Alumnos o padres	Invita al razonar los actos en Internet	Aula de colegio en jornada académica

#5	Consejero que trae las voz de un experto para soportar su punto. Un docente	Jóvenes y adultos que usan Internet con nivel académico medio alto	Juzga y cuestiona al auditorio	Aula de clase con padres de familia y estudiantes
#6	Un sujeto preocupado que cuenta con conocimientos del tema	Tiene conocimientos básicos de Internet y poder adquisitivo	Acude a la razón del auditorio	Colegio del sector urbano en jornada escolar.
#7	Persona que aconseja y se familiariza con el auditorio	Adultos activos económicamente a través de medios virtuales	Acude a la razón del auditorio	Oficina en jornada laboral

Empezaremos con el desarrollo de la pieza sobre Ciberacoso que atraviesa todas las tablas del análisis:

**Pieza #1: “Ciberacoso o cibermatoneo”.**

**El orador (*Ethos*):** Como lo indica Perelman (1997), el orador debe adaptarse a su auditorio si quiere lograr eficacia en su propósito, este ejercicio de tener un discurso para cada auditorio es conocido en retórica como “politropía” (Mortara Caravelli, 1991), : Poli – varios; tropos – formas. Concepto tomado de la medicina con base en que no todos lo remedios sirven para todas las enfermedades. y para hacerlo debe seleccionar tesis admitidas por el auditorio, esa es una premisa de la argumentación. Debe de contar con muy buena credibilidad, valerse de fuentes que gocen de reconocimiento. Esto corresponde, según Aristóteles, al *Ethos* o a la honestidad, respeto, prestigio y confianza inspirada por la fuente de la argumentación. Veamos un aparte de la pieza donde el orador busca, precisamente, generar credibilidad: *“El Ciberacoso, también conocido como cibermatoneo o cyberbullying, es un tipo de agresión psicológica en la que se usan (...) El Ciberacoso no se hace de frente, por eso la víctima no sabe quién puede ser su agresor”.*

## Ciberacoso o cibermatoneo

12 - Sep - 15

compartir

Ciberacoso o cibermatoneo



No lo ocultes, denúncialo.

El ciberacoso, también conocido como cibermatoneo o cyberbullying, es un tipo de agresión psicológica en la que se usan teléfonos celulares, Internet y juegos en línea para enviar o publicar mensajes, correos, imágenes o videos con el fin de molestar e insultar a otra persona. El ciberacoso no se hace de frente, por eso la víctima no sabe quién puede ser su agresor.

Este tipo de acoso se ha hecho popular entre niños y jóvenes, quienes creen que pueden usar la red y estos dispositivos anónimamente para molestar a sus compañeros. Lastimosamente no se dan cuenta del daño que hacen: la información se envía de manera muy rápida, y borrarla o detenerla, es tarea imposible. Sus consecuencias pueden ser muy serias, terminando, como se ha visto en Colombia y en otros países, en el suicidio de la víctima.

Para evitar que el ciberacoso se dé es necesario que todos nosotros, que usamos diariamente Internet, juegos en línea y celulares, pensemos bien en el uso que hacemos de ellos, que pensemos dos veces en lo que escribimos y publicamos, ya que el daño a ocasionar puede no tener límites. Y, si la agresión viene a nosotros, no dudemos un segundo en hablar de esto y buscar ayuda en un adulto en quien confiemos.



sin duda, uno de los más poderosos instrumentos de persuasión, ya que del respeto que inspira el orador depende que sus argumentos sean aceptados. Cuando el auditorio pone en duda el *Ethos* del orador, es bastante difícil de recuperarlo y el orador debe esforzarse más para lograr su propósito. Así como se gana el *Ethos* a través del discurso, asimismo se pierde mediante el discurso. Son estos actos discursivos los que están vinculados a la persona, de este modo, la mentira y la deslealtad amenazan el *Ethos*.

El orador se está anticipando a inquietudes que le puedan surgir a su interlocutor cuando afirma: “*El Ciberacoso no se hace de frente, por eso la víctima no sabe quién puede ser su agresor*”. El orador asume una postura de denuncia, apelando a su integridad ética, al reconocer en los niños y jóvenes como principales culpables del Ciberacoso a causa de su falta del desconocimiento de las consecuencias. Finalmente, el

Cuando el orador, en esta primera pieza, abre su intervención desarrollando la definición del concepto del que se va tratar, busca, sin duda, inspirar en su auditorio la confianza necesaria para dar a entender que maneja el tema que está argumentando. Esa apertura, a pesar de no estar soportada por una fuente primaria, sino más bien, de ser una interpretación personal o desde su propia experiencia sobre la noción, le da al auditorio elementos necesarios para que pueda crear una imagen del *Ethos* de su orador. Éste es,

orador asume una posición de consejero: *“Para evitar que el Ciberacoso se dé es necesario que todos nosotros, que usamos diariamente Internet...”*. Hace notar, además, que él también hace parte de la solución, asume una actitud solidaria frente a la responsabilidad.

“El conocimiento, por parte del orador, de aquellos cuya adhesión piensa obtener es, pues, una condición previa a toda argumentación eficaz”  
(Perelman & Olbrechts – Tyteca, 1989, pag 56).

**Auditorio:** Es ante todo una construcción del orador, porque es éste, a través del discurso, el que le da forma al auditorio. De tal manera que el orador debe conocerlo muy bien, ya que es sobre éste con quien, o quienes, debe tener un contacto intelectual, es decir, la existencia de un lenguaje común, el deseo por entablar comunicación y la disposición a cumplir la normas implícitas o explícitas para que esta comunicación se pueda dar (Monsalve, 1992). Este contacto no se da únicamente en el plano presencial o de manera directa, también puede suceder indirectamente o por escrito. Este auditorio puede ser universal, es decir, todo ser racional; o particular, cuando se habla de un auditorio específico.

En esta pieza que se somete al análisis, el auditorio se puede caracterizar como el grupo de personas que *“usamos Internet a diario”* ya que es hacia éste sobre el que hay un interés particular por persuadir. Pero, también es susceptible de ser adherido a la tesis, cualquier sujeto que comprenda el lenguaje del orador y se vea sensibilizado frente a consecuencias planteadas como: *“el suicidio de la víctima”*. El orador también se dirige, como ser omnipresente, a todos aquellos que han increpado de manera anónima a otro a través de Internet. El orador, al final, se refiere directamente hacia los menores de edad y se involucra como uno de ellos: *“Y, si la agresión viene hacia nosotros, no dudemos un segundo en hablar de esto y buscar ayuda en un adulto en quien confiemos”*

**Discurso:** Es la puesta en escena donde se lleva a cabo la situación de argumentación, Aristóteles se refiere a éste como el *logos: razón*. El orador debe adaptar el discurso al auditorio si quiere conseguir su adhesión. Además, es a partir del discurso como se construye el interlocutor. Para la argumentación existen tres géneros discursivos: judicial, epidíctico y deliberativo. Éstos están relacionados con la actitud pasiva o activa del auditorio. En el género deliberativo, que es donde se toman decisiones en donde el auditorio participa, al igual que en el judicial. En cambio en el epidíctico el auditorio es pasivo.

Para que el discurso sea convincente debe apelar a la razón, es por eso que vamos a revisar en la pieza de análisis los elementos que acuden a la razón dentro del discurso.

Claramente, cuando el orador invita a: *“pensar bien en el uso”* que se hace de la tecnología y *“a pensar dos veces en lo que se escribe”* antes de enviarlo o publicarlo está recurriendo a la razón –no sólo una vez, sino dos veces -. El desconocimiento de la identidad del agresor también hace parte de los elementos de la razón a los que acude el orador, al igual que cuando lamenta porque *“no se dan cuenta del daño que hacen”* al molestar a otros por medio de los dispositivos tecnológicos e Internet.

**Contexto:** El enunciado final del acto comunicativo: *“Y, si la agresión viene hacia nosotros, no dudemos un segundo en hablar de esto y buscar ayuda en un adulto en quien confiemos”*. Lleva a imaginarse un contexto escolar, posiblemente un aula llena de niños y jóvenes, quienes asisten a una charla expuesta por otro menor de edad.

### **Tabla de la argumentación**

Compartiremos en este punto la tabla desarrollada para facilitar la lectura de los ítems desarrollados en esta parte del trabajo.

Tabla 13: Aplicación de la tabla de la argumentación.

Tabla de la argumentación						
Piezas	Dimensión del argumento	Tipos de argumentos	Falacias	Figuras retóricas	estructura del argumento	carácter persuasivo
#1	Racional	Autoridad Nexo Causal	No evidencia falacias	Hipérboles	Ver página 96	Pensar antes de enviar mensajes por Internet
#5	Racional y emocional	Autoridad Nexo Causal	Autoridad Falso dilema	Eufemismos	Ver página 105	Actuar frente a los casos de Ciberacoso
#6	Racional y emocional	Autoridad Nexo Causal	Sofisma del consecuente	Eufemismos	Ver página 109	Pensar antes de enviar fotos por Internet
#7	Racional y emocional	Autoridad Nexo Causal	Sofisma del consecuente	Eufemismos	Ver página 115	Denuncie si es víctima de fraude

**Dimensión del argumento:** Racional, el orador invita al auditorio a través de argumentos razonables a realizar un uso responsable de la TIC, a que piense dos veces antes de enviar mensajes por Internet. Bajo la premisa de que el Ciberacoso produce daños psicológicos que pueden traer consecuencias muy serias, le aconseja a su interlocutor para usar de manera reflexiva las TIC.

**Tipos de argumentos:** Nexo causal, admite las leyes naturales, de correlación, donde afirma que a causa de una agresión su efecto es igualmente negativo. Es un caso se recurre a una causa y efecto donde el orador argumenta que si se sigue produciendo el Ciberacoso, inevitablemente el efecto, como consecuencia de este, será igualmente nocivo, al punto de llegar al incentivar el suicidio del afectado. Aunque también se puede entender un argumento de tipo autoridad, toda vez que el orador acude a la definición del término

“Ciberacoso”, y esto le da el carácter superioridad frente al auditorio al demostrar que conoce el tema y sus consecuencias.

**Falacias:** En esta pieza en particular no se encontraron evidencias de falacias utilizada. En las próximas piezas se podrán observar la implementación de algunas.

**Figuras retóricas:** Se recurre a la hipérbole como un procedimiento enfático que exagera una afirmación: “[...] no dudemos un segundo [...]”, “[...] ya que el daño a ocasionar puede no tener límites”.

### **Estructura del argumento**

Con el objetivo de evaluar si el argumento está bien conformado, es recomendable separar los elementos que lo constituyen. De esta manera, se puede apreciar la relación de dependencia lógica que guardan esos elementos para identificar, además, cuáles son irrelevantes para lograr lo que se pretende. Para esto, se va a recurrir a una metodología propuesta por Díaz (2002) quien sostiene que la estructura más simple de un argumento corresponde al razonamiento en el que se ofrece una sola razón a favor de una convicción. Es por eso que propone reconocer en el argumento tres elementos obligatorios: el punto de vista o conclusión (P), la fundamentación (F) y un garante (G).

El punto de vista (P) o conclusión del argumento: Es la idea principal del argumento, una proposición que puede estar expresa o implícita y que busca una convicción a favor de la tesis que se defiende. Una forma fácil de reconocerla es respondiendo a la pregunta: ¿De qué cosa se pretende persuadir? Esta información no tiene que estar precisamente al final de argumento, no tiene una posición fija y en algunos casos está implícita en el mensaje.

En la pieza #1 podemos definir el punto de vista así:



(P): *Tenemos que pensar bien antes de escribir y publicar mensajes, correos, imágenes o videos a través de Internet debido a las consecuencias que puede traer para otras personas.*

Díaz (2002) también propone un elemento opcional, que no tiene necesidad de estar en todos los argumentos, que es el que condiciona al punto de vista y ayuda a brindarle al análisis la posibilidad de delimitar la validez del alcance del argumento. El condicionamiento del punto de vista (Cd) evita cualquier tipo de invalidación del argumento que pueda suscitar el auditorio y aclara las circunstancias en que se da la validez del mismo. En esta pieza, el orador ofrece un condicionamiento al final que permite al auditorio responder a la pregunta ¿qué pasa si soy víctima de Ciberacoso? Ya que como vimos, (P) indica un caso hipotético donde es el auditorio el que al *escribir y publicar mensajes, correos, imágenes o videos a través de Internet* pueda ocasionarle a *otras personas* algunas consecuencias. Por este motivo gana validez tener presente el (Cd) de esta pieza que se lee:

(Cd) *Y, si la agresión viene a nosotros, no dudemos un segundo en hablar de esto y buscar ayuda en un adulto en quien confiemos.*

La fundamentación (F) del argumento, por su parte, es lo que sustenta y justifica el punto de vista (P) para adquirir la aceptación del auditorio, está representada en creencias, testimonios, evidencias, estudios, opiniones de expertos, etc. El orador deberá tener en cuenta este aspecto porque por más seguro que esté de sus argumentos, esto no garantiza que sean aceptados por el auditorio. Para esto es importante que el auditorio esté de

acuerdo, o sea propenso a estar de acuerdo, con las razones que el orador expone en favor del argumento. El orador en esta pieza, por su parte, fundamenta su argumento en:

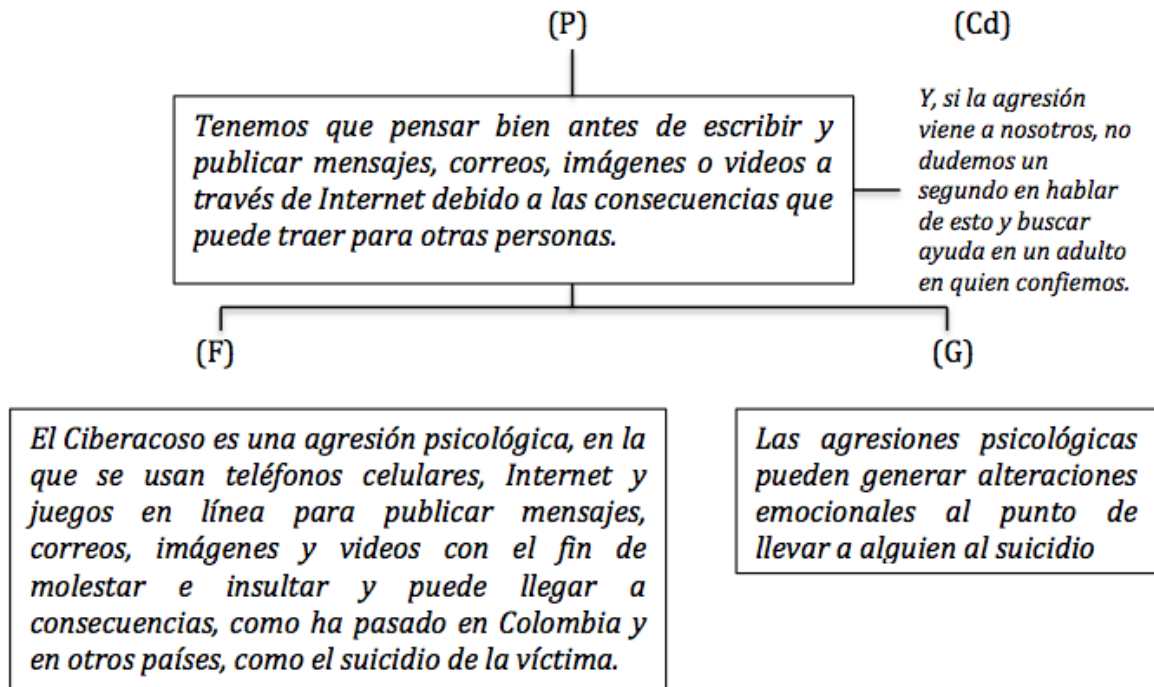
*(F) El Ciberacoso es una agresión psicológica, en la que se usan teléfonos celulares, Internet y juegos en línea para publicar mensajes, correos, imágenes y videos con el fin de molestar e insultar y puede llegar a consecuencias, como ha pasado en Colombia y en otros países, como el suicidio de la víctima.*

Este fundamento está basado en hechos y evidencias que le dan más peso al argumento, en este caso, *el suicidio de la víctima* es utilizado como un acontecimiento comprobable, que no se puede refutar, y obedece al interés de reforzar la fundamentación del argumento.

El Garante (G) se caracteriza por ser un principio válido por la sociedad: leyes, normas, convenciones culturales, es decir, de la experiencia y el conocimiento de los seres razonables. Los garantes (G) se pueden basar en tres elementos: en el *Ethos* de la fuente; en el *Pathos* o afectos y emociones del destinatario; o en hechos o situaciones. El garante (G) de la pieza analizada está fundado en el carácter emocional del auditorio, la posibilidad de un suicidio. Veamos:

*(G) Las agresiones psicológicas pueden generar alteraciones emocionales al punto de llevar a alguien al suicidio*

En este caso nadie debería hacer Ciberacoso, so pena de poder producir en el afectado una situación emocional tan grave que podría suscitar una decisión desesperada hacerse daño a sí mismo. Veamos el panorama general de la estructura del argumento:



Otras dos particularidades hacen parte de la estructura del argumento, pero solo de manera opcional y cuando lo amerite. Son los casos de la concesión (C) y la refutación (R). La primera (C) supone que el orador reconoce una posición adversa a la que se defiende, aunque deja claro que no se comparte, y en la segunda (R) el orador le resta peso a un posible contra argumento, mostrando su debilidad o falta de pertinencia.

En el caso de la pieza analizada, se puede asumir que el orador esta haciendo una concesión (C) cuando reconoce que quien produce los mensajes molestos “no se da cuenta del daño que hace”. Se esta adelantando a una posible justificación del acto argumentando ignorancia y desconocimiento de las consecuencias. Con esto la fuente exhibe conocimiento y manejo del tema.

Para finalizar con este punto se afirma que esta pieza no cumple con elementos en su estructura que indiquen que sea necesario rechazar su argumento. Es decir, la aceptación del argumento no obligaría al auditorio a aceptar una ideología, no se apoya de

premisas falsas, el garante (G) es compartido socio culturalmente por el auditorio, la fuente cuenta con aceptación (Ethos) y no se fundamenta en razonamientos viciados. Por lo cual podemos concluir que desde la perspectiva de la estructura del argumento planteada por Díaz (2002) esta pieza cuenta con elementos que la acercan a la persuasión de su auditorio.

Veamos otras piezas:

## **Pieza # 5: “Ciberbullying: los espectadores también tienen la culpa”.**

Riesgo: Cibermatoneo

Tomada de: <http://www.enticconfio.gov.co/ciberbullying-los-espectadores-tambien-tienen-la-culpa>

Transcripción del contenido de la pieza:

***El ciberbullying o matoneo virtual es una acción grupal: quien realiza sus acciones busca una audiencia que lo respalde. Si no la encuentra, cambiará su actitud.***

**Ciberbullying: los espectadores también tienen la culpa**

17 - Febrero - 16

compartir



El ciberbullying o matoneo virtual es una acción grupal: quien realiza sus acciones busca una audiencia que lo respalde. Si no la encuentra, cambiará su actitud.

Ciberbullying: los espectadores también tienen la culpa

Si usted no hace nada cuando descubre que alguien utiliza internet o las redes sociales para amenazar a otros, para burlarse de su condición sexual, su religión o su raza, o para compartir fotos comprometedoras de sus conocidos le tenemos una mala noticia: usted es igual de culpable por esas acciones.

Según la **Alianza Antibullying**, aunque no participen directamente, los espectadores terminan por alentar a los abusadores, quienes sienten que sus acciones son respaldadas y justificadas cuando no encuentran ningún tipo de sanción social por sus actos.

“Los espectadores son esas personas que reducen la velocidad para ver un accidente de tránsito, pero que no ofrecen su ayuda. Son quienes miran a otras personas pelear en la calle. Ellos son la audiencia que disfruta el espectáculo y mira como se desarrolla el drama”, dice la organización, que se especializa en casos de matoneo.

Para Cristina Salmivalli, investigadora de la Universidad de Turku (Finlandia), el matoneo se considera un fenómeno grupal en el cual hay jugadores que cumplen roles específicos, para presionar e influenciar las conductas, incluso sin tener intención de hacerlo. Esto sucede también en internet.

“Los espectadores que están en las mismas condiciones del abusador y la víctima son poderosos moderadores del comportamiento y ese poder grupal de los pares puede utilizarse de forma positiva en los salones de clase para poner fin al matoneo”, comenta Salmivalli en su estudio **“Bullying as a Group. Process: Participant Roles and Their Relations to Social Status within the group”**.

Los investigadores concuerdan en señalar que en la medida en que las personas que ven actos de matoneo muestran su inoportunidad frente a ellos, quienes los realiza comenzarán a cambiar su actitud. “Un abusador rara vez continúa con sus acciones si no cuenta con audiencia o con gente que lo apoye”, dice la Alianza.

Diga NO a los actos de matoneo que vea en redes sociales o Internet. Entre todos podemos acabar con este riesgo:

- Nunca comparta los mensajes de un abusador: esto solo alienta al abusador y lastima aún más a la víctima.
- Guarde evidencia del maltrato. Capture imágenes con el abuso o guarde los cruces de mensajes que evidencien el maltrato.
- Si conoce al abusador, dígame que desaprobaba su conducta, escuche sus razones e ínstelo a detener sus ataques.
- Si conoce a la víctima, apóyela públicamente y nunca comparta los mensajes con los ataques. No se deje intimidar ni responda a las posibles agresiones del abusador.
- Si los ataques incluyen algún tipo de amenaza directa o muestra signos de violencia sexual, puede utilizar los canales de denuncia en línea como Te Protejo y el CA1 virtual de la Policía Nacional.

*Si usted no hace nada cuando descubre que alguien utiliza internet o las redes sociales para amenazar a otros, para burlarse de su condición sexual, su religión o su raza, o para compartir fotos comprometedoras de sus conocidos le tenemos una mala noticia: usted es igual de culpable por esas acciones.*

*Según la Alianza Antibullying, aunque no participen directamente, los espectadores terminan por alentar a los abusadores, quienes sienten que sus acciones son respaldadas y justificadas cuando no encuentran ningún tipo de sanción social por sus actos.*

*“Los espectadores son esas personas que reducen la velocidad para ver un accidente de tránsito, pero que no ofrecen su ayuda.*

*Son quienes miran a otras personas pelear en la calle. Ellos son la audiencia que disfruta el espectáculo y mira como se desarrolla el drama”, dice la organización, que se especializa en casos de matoneo.*

*Para Cristina Salmivalli, investigadora de la Universidad de Turku (Finlandia), el matoneo se considera un fenómeno grupal en el cual hay jugadores que cumplen roles específicos, para presionar e influenciar las conductas, incluso sin tener intención de hacerlo. Esto sucede también en internet.*

*“Los espectadores que están en las mismas condiciones del abusador y la víctima son poderosos moderadores del comportamiento y ese poder grupal de los pares puede utilizarse de forma positiva en los salones de clase para poner fin al matoneo”, comenta Salmivalli en su estudio “Bullying as a Group. Process: Participant Roles and Their Relations to Social Status within the group”.*

*Los investigadores concuerdan en señalar que en la medida en que las personas que ven actos de matoneo muestren su inconformidad contra ellos, quien los realiza comenzará a cambiar su actitud. “Un abusador rara vez continúa con sus acciones si no cuenta con audiencia o con gente que lo apoye”, dice la Alianza.*

*Diga NO a los actos de matoneo que vea en redes sociales o Internet. Entre todos podemos acabar con este riesgo:*

- *Nunca comparta los mensajes de un abusador: esto solo alienta al abusador y lastima aún más a la víctima.*
- *Guarde evidencia del maltrato. Capture imágenes con el abuso o guarde los cruces de mensajes que evidencien el maltrato.*
- *Si conoce al abusador, dígame que desapruueba su conducta, escuche sus razones e ínstelo a detener sus ataques.*
- *Si conoce a la víctima, apóyela públicamente y nunca comparta los mensajes con los ataques. No se deje intimidar ni responda a las posibles agresiones del abusador.*
- *Si los ataques incluyen algún tipo de amenaza directa o muestra signos de violencia sexual, puede utilizar los canales de denuncia en línea como Te Protejo y el CAI virtual de la Policía Nacional.*

**Orador:** En esta pieza el orador cumple una función de consejero, ya que invita al auditorio a estar más atento de lo que publica en Internet, de pensar antes de enviar mensajes en redes sociales. Pero también demuestra tener buenas fuentes de información, trae a la discusión datos oficiales de la Alianza Antibullying y de una investigadora

reconocida sobre el tema. Trata de “tú” al auditorio, esto se toma como un tono serio que puede ser interpretado como enojo, distancia o respeto. Según mensaje que hay en el discurso se puede entender que el tono está más ligado hacia la firmeza de un llamado de atención. Este orador culpa al auditorio por sus actos y se ubica en una relación de superioridad moral sobre su auditorio. Además, el orador habla desde la representación de otras ya personas, “*si usted no hace nada cuando (...) le tenemos una mala noticia*”. Hay otras voces allí que son traídas por el orador principal. Una pertenece a una experta en el tema ,que hace parte de la situación de comunicación y aporta su punto de vista. Con esto apoya, con información confiable y válida, la tesis argumentada por el orador. La otra voz es de una entidad, que reafirma los postulados del orador y coincide con las premisas del la experta. Con esto el orador evita poner en duda su *Ethos* y a la vez validez sus tesis.

**Auditorio:** Es un auditorio particular del que hacen parte un grupo de personas que usan Internet, posiblemente jóvenes y adultos, acá se descartan niños porque el lenguaje es un poco seco y contiene información más elaborada que requiere que el auditorio maneje un lenguaje más amplio. Son personas con un nivel académico medio - alto, para los que tiene validez la opinión de un experto. El orador recurre al pathos del auditorio por medio de frases que pretenden suscitar temor: “*usted es igual de culpable por esas acciones*”

**Discurso:** En este discurso el orador apela a las emociones tanto como a la razón, interpelando al auditorio para que se pregunte “*¿usted qué hace cuando ve un caso de Ciberacoso?*” De esta manera el auditorio se ve en la tarea de reflexionar, de usar su raciocinio, insertándolo, de ese modo, en el género deliberativo, donde el auditorio, así sea por medio de preguntas retóricas, hace parte del discurso. En el discurso se usa un lenguaje

cortés, que desde el inicio es agresivo, con postulados reflexivos: “*Si usted no hace nada cuando descubre que alguien utiliza internet (...) para amenazar a otros, (...) usted es igual de culpable*”. Ese tono juzgador que toma el discurso hace que el auditorio se tome una postura de reflexión. Luego, para consolidar sus tesis, se apoya en datos relevantes de fuentes confiables, para que el auditorio no tenga otra opción que aceptar los argumentos. Y finaliza con una actitud conciliatoria. Invita a su auditorio a adoptar ciertas medidas para prevenir que el Ciberacoso se siga dando.

**Contexto:** Se desarrolla en un contexto colombiano, ya que invita a denunciar a través del CAI de la policía nacional. Como su público son jóvenes y adultos, esto lo ubica en un colegio con padres de familia o en una universidad con estudiantes.

**Dimensión del argumento:** El argumento es de carácter racional porque invita al auditorio a no callar cuando vea un acto de matoneo en Internet, a demostrar su rechazo e inconformidad como a ser razonable. Igualmente es un argumento emocional porque recurre al sentimiento de culpa que pueda surgir en el auditorio en caso de no denunciar el cibermatoneo.

**Tipo de argumento:** Recurre a argumentos basados en la estructura de lo real. Debido a que usa nexos de sucesión que unen fenómenos de la misma naturaleza, en un nexo causal que indica que si usted, miembro del auditorio, no hace nada cuando descubre que alguien utiliza Internet para amenazar a otros, usted también es el causante de que estos actos sigan sucediendo. También acude a argumentos con nexos de coexistencia, que une elementos de diferente nivel como el de argumento de autoridad, también conocido como “*argumentum ad vericumdiam*” porque compila los puntos de vista de dos fuentes líderes

en el tema que concuerda en afirmar que *“en la medida en que las personas que ven actos de matoneo muestren su inconformidad contra ellos, quien los realiza comenzará a cambiar su actitud”*, y usa este argumento para indicar que: si autoridades de prestigio lo dicen, así debe ser. Es muy importante para el orador en esta pieza señalar la fuente en que basa sus argumentos, y la competencia que dicha autoridad tiene sobre el tema: *“dice la organización [alianza antibullying] que se especializa en casos de matoneo”*; *“Para Cristina Salmivalli, investigadora de la Universidad de Turku (Finlandia)”*; *“comenta Salmivalli en su estudio (...)”*. Las personas que conforman es auditorio, aunque no todos conozcan a las figuras de autoridad, reconocen en estas, como sujeto discursivo, un conocimiento superior frente al tema y un respeto y validez a sus argumentos.

**Falacias:** Cuando se habla de falacias, se habla de argumentos defectuosos, con alguna anomalía. Precisamente uno de sus argumentos más recurrentes, el de autoridad, podría caer en una leve falacia que consiste en que una parte de su auditorio, que no reconoce la validez de las fuentes utilizadas, simplemente por desconocer de quiénes se trata, es decir no son fuentes válidas ni Cristina Salmivalli, ni la alianza antibullying.

También se recurre al falso dilema, en este tipo de falacia, el orador busca dar a entender a su auditorio que por falta de una acción de rechazo frente al acosador, al ser testigo de Ciberacoso, esta siendo cómplice de la agresión. El orador da por sentado que esto hace al auditorio también culpable. Cuando el auditorio puede pensar que su silencio es una manera de ignorar y de restarle importancia al actuar del acosador y a su vez una forma del obligarlo al olvido y no verse obligado a una discusión. De esta manera el orador esta dejando vacía otra actitud posible, que puede ser tomada por el auditorio para evitar el conflicto.



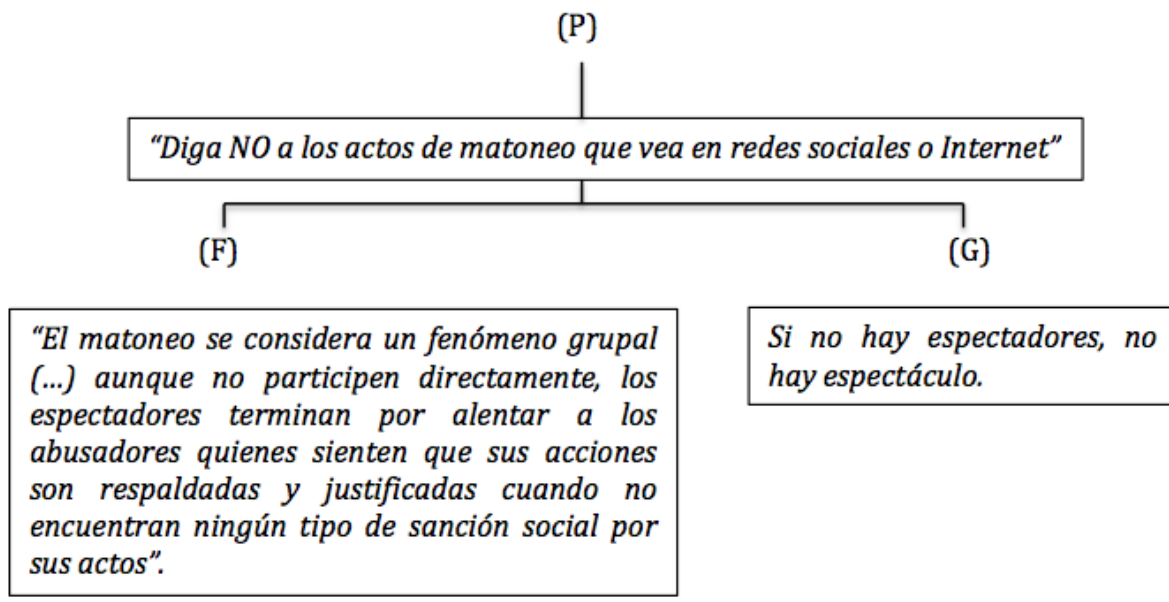
**Figuras retóricas:** Se recurre al eufemismo con la expresión: “fotos comprometedoras” para atenuar la situación sustituyendo una expresión que podría chocar con la audiencia por una más compatible con las convenciones sociales.

### Estructura del Argumento

Punto de vista (P): “Diga NO a los actos de matoneo que vea en redes sociales o Internet”

Fundamentación (F): El matoneo se considera un fenómeno grupal (...) aunque no participen directamente, los espectadores terminan por alentar a los abusadores quienes sienten que sus acciones son respaldadas y justificadas cuando no encuentran ningún tipo de sanción social por sus actos.

Garante (G): Si no hay espectadores, no hay espectáculo.



## Pieza # 6: “¿Qué es el Sexting?”

Riesgo: Sexting

Tomado de: <http://www.enticconfio.gov.co/que-es-el-sexting>

### El Sexting

Con el acceso a los dispositivos móviles y a las continuas innovaciones tecnológicas es cada vez más común tomarse fotografías a sí mismo o a algunos amigos y subirlas a las redes sociales para compartirlas con quien deseemos. Pero, ¿Qué tipo de fotos nos tomamos? ¿A quién se las entregamos? Aunque parezcan dos preguntas básicas es importante considerar sus respuestas porque así como avanzan las TIC, también aparecen nuevas formas inadecuadas de usarlas, una de ellas *el sexting*.

#### ¿En qué consiste el sexting?

Es una práctica que consiste en que una persona se toma fotos de carácter erótico o sexual con el fin de enviarla, mediante un mensaje de texto desde su teléfono celular, a un amigo(a), al novio(a) o a cualquier persona conocida; lamentablemente, una vez la información es enviada desde el dispositivo móvil, pierde el carácter de privado y puede suceder que el receptor de la imagen la haga circular a través de los correos electrónicos, la suba a las redes sociales o la reenvíe por mensaje de texto, situación que expone al protagonista de la fotografía a una serie de consecuencias indeseables.

Cuidado, si te tomas la fotografía pero no la envías también estás en riesgo porque cualquier persona que explore la galería de tu celular podrá verla o transferirla vía bluetooth, o incluso, en caso de robo, definitivamente será imposible saber el destino de la imagen.

No son exageraciones, es una realidad que cada vez es más frecuente entre los jóvenes que usan celular en Colombia y en el mundo. Esta es una alerta para el manejo adecuado de la información, para que seas un canal de protección para los jóvenes y niños, y denuncies si conoces algún delito que se relacione, porque recuerda que en los entornos virtuales la información no es privada.

**Orador:** Se muestra como un sujeto preocupado por una problemática social que busca alertar al auditorio a través de situaciones hipotéticas, donde se vean involucrados en delitos informáticos. Además, demuestra que cuenta con conocimientos sobre el tema al explicar en qué consiste el término “*sexting*”. Este orador es quien conoce los riesgos y cumple la función de alertar a su auditorio. El orador “tutea” a su auditorio en busca de una relación de cercanía, de confianza. Trata de persuadir al auditorio sobre una situación antiética: el “sexting”, que pone en riesgo su privacidad. Se muestra como un sujeto con una moral superior.

**Auditorio:** es un auditorio particular, está compuesto por sujetos que usan dispositivos para capturas de fotos, pueden ser cámaras o celulares que tengan cámaras, se

toman fotos y las comparten por Internet y/o conocen otras personas que lo hacen. Tienen capacidad adquisitiva, es decir que se excluye a personas de estratos socioeconómicos muy bajos. Se dirige a padres de familia y jóvenes con acceso a dispositivos móviles, maestros de colegios. Asume el orador que su auditorio comparte ciertos conocimientos básicos del uso de Internet. No se refiere a un género específico.

**Discurso:** El orador por medio del discurso acude a elementos racionales para hacer entender a su auditorio sobre un riesgo latente: el “sexting”. Recurre a recursos racionales invitando a pensar al auditorio en las imágenes que envía por Internet y del carácter global y la imposibilidad de control del material que se sube en la red. A través de preguntas retóricas, que evidentemente no espera que el auditorio le responda; “¿Qué tipo de fotos nos tomamos? ¿A quién se las entregamos? Usar el “tú” en un enunciado genera una sensación de cercanía y confianza con su interlocutor. Organiza los argumentos de manera que contextualiza al auditorio, luego los cuestiona y le entrega soluciones al problema. Utiliza casos hipotéticos para elaborar una imagen de lo que podría pasar cuando se comparten fotos íntimas por Internet.

**Contexto:** Se puede percibir un escenario educativo, un maestro explicándole a sus alumnos o simplemente un sujeto que aconseja e indica los riesgos que existen con el uso de las TIC. En un lugar aparentemente urbano. En un estrato socioeconómico medio-alto.

**Dimensión del argumento:** este argumento acude a elementos racionales. Porque apela a situaciones que el auditorio conoce, experiencias que el orador sabe que el auditorio ha tenido, toda vez que es usuario de redes sociales, que se inserta en la moda de

tomarse fotos y subirlas a Internet. Es decir, a fenómenos contemporáneos que el auditorio debe tener claros, ya que el orador no se toma el trabajo de explicarlos, sino que él ya da por sentados. Se debe reconocer que entre orador y auditorio existe un contrato de comunicación que indica que el auditorio debe saber los conceptos básicos de informática y tener acceso a dispositivos de fotografía, de no ser así no podrán hacer parte del acto comunicativo. La parte emocional del argumento se nota en la forma de “tutear” al auditorio.

**Tipo de argumento:** Es un nexo causal que en este caso se puede entender como la situación a la que el orador busca llevar a su auditorio, indicándole que si se toma fotos íntimas y las comparte en entornos virtuales dejarán de ser privadas y podrá ser víctima de sexting. Aunque también se busca una persuasión por medio de argumentos de autoridad, no queda claro en la pieza qué autoridad lo dice, es decir no hay una figura reconocida detrás del argumento. Simplemente se cuenta con la credibilidad, que desde el Ethos del orador, se haya establecido en el auditorio.

**Falacias:** En esta pieza se recurre al sofisma del consecuente, al afirmar que si el auditorio comparte fotos por medios electrónicos, entonces será víctima de sexting. Esta falacia ocurre por la generalización de un caso como si siempre sucediera así. El hecho de que a alguien le haya ocurrido, no significa que a todos les vaya a suceder. Esta situación falaz es muy leve, por lo tanto no afectará el argumento, pero sí es importante reconocer acá que la falta de una fuente de información legítima puede afectar la persuasión de un grupo del auditorio.

**Figuras retóricas:** En esta pieza se recurre a eufemismos con frases como: “*de carácter erótico*”, “*condiciones indeseables*”, para atenuar expresiones indeseables para el auditorio.

### **Estructura del Argumento**

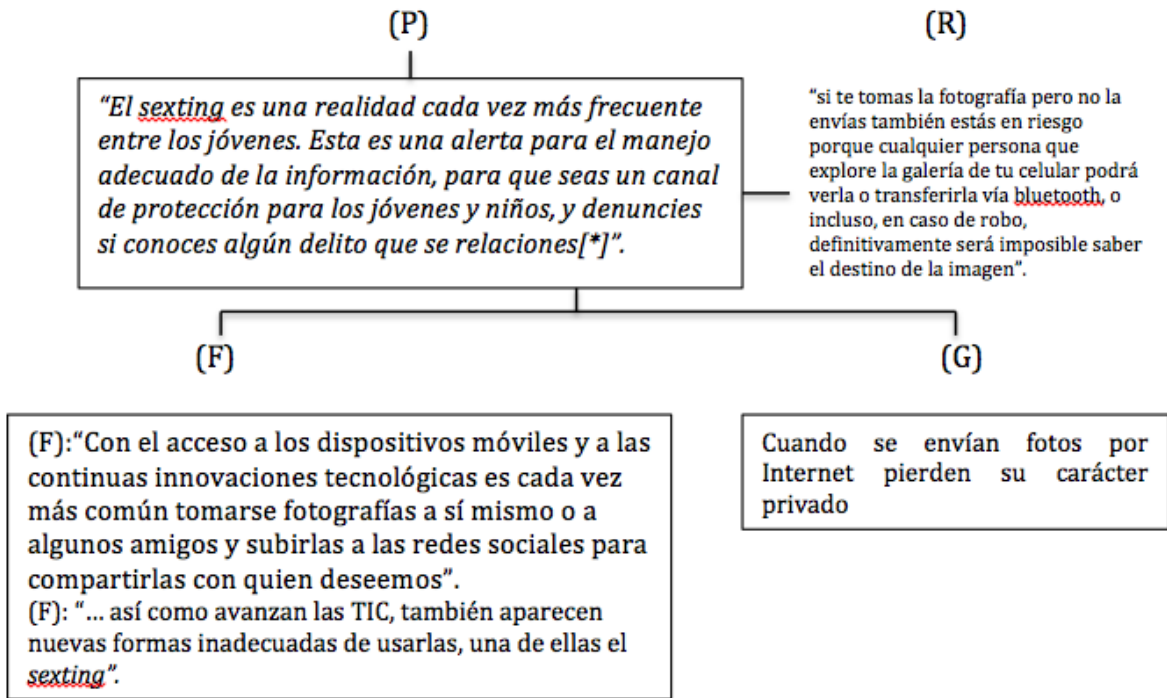
Punto de vista (P): “*El sexting es una realidad cada vez más frecuente entre los jóvenes. Esta es una alerta para el manejo adecuado de la información, para que seas un canal de protección para los jóvenes y niños, y denuncies si conoces algún delito que se relacione [\*]*”.

Fundamentación (F): “*Con el acceso a los dispositivos móviles y a las continuas innovaciones tecnológicas es cada vez más común tomarse fotografías a sí mismo o a algunos amigos y subirlas a las redes sociales para compartirlas con quien deseemos*”.

(F): “*... así como avanzan las TIC, también aparecen nuevas formas inadecuadas de usarlas, una de ellas el sexting*”.

Garante (G): Cuando se envían fotos por Internet pierden su carácter privado.

Refutación (R): “*si te tomas la fotografía pero no la envías también estás en riesgo porque cualquier persona que explore la galería de tu celular podrá verla o transferirla vía bluetooth, o incluso, en caso de robo, definitivamente será imposible saber el destino de la imagen*”.



## Pieza # 7: "Phishing: ten Ciber cuidado y denuncialo"

### Phishing: ten Ciber cuidado y denuncialo

12 - Sep - 15

compartir

Phishing: ten Ciber cuidado y denuncialo



Si eres una víctima, denuncia y contribuye con un ambiente virtual más seguro.

Con un simple correo electrónico, como uno de los muchos que recibimos diariamente, es posible que alguien robe nuestros datos personales, acceda a nuestras contraseñas y robe nuestro dinero. Con cada día que pasa, el phishing se hace más frecuente, encuentra nuevas maneras de actuar y le cuesta mucho dinero a los colombianos.

Entre las características principales de este delito informático está que se puede cometer desde cualquier lugar del mundo, difícilmente se identifica al delincuente en flagrancia, y normalmente se efectúa por medio de redes delincuenciales, en las que cada persona tiene una tarea específica para lograr el robo de la información y del dinero. Según Asobancaria, estas redes o cadenas de fraude reparten el 90% del dinero robado entre los distintos miembros de la red, quedando sólo un 10% como ganancia por sus acciones delictivas.

Para fortalecer la seguridad de sus clientes y evitar que el número de víctimas de phishing aumente, los bancos han diseñado distintos mecanismos de verificación, que van desde nombres de usuarios, claves y preguntas personales, hasta el uso de tokens que crean claves numéricas cada determinados segundos y, la posibilidad de inscripción de IP's fijas, desde las cuales se hagan todas las transacciones de manera segura. Aunque éstos mecanismos hacen que una transacción o revisión de la banca virtual se tarde unos minutos más de los esperados, son necesarios para que nuestra información y nuestro dinero esté seguro.

En caso de que éstos mecanismos no hayan sido suficientes y te hayas convertido en una víctima de phishing, es importante que tomes cartas en el asunto, que hagas tu reporte en el banco y tu denuncia ante las autoridades.

En esta problemática, los culpables no son los bancos porque alguien usó su imagen con otros intereses, o los ciudadanos por caer en estos engaños. Los únicos culpables son los delincuentes. Por ello es nuestro deber como ciudadanos denunciar y hacer seguimiento a éstas denuncias, aunque signifique hacer más de una llamada, esperar y sobre todo, tener paciencia.

El CAI más cercano a tu casa u oficina es un lugar donde puedes poner tu denuncia, y en caso de recibir correos en los que sospeches de phishing, puedes hacer tu denuncia a través del Centro Cibernético Policial y también en

Riesgo: Fraude electrónico

Tomado de:

<http://www.enticconfio.gov.co/phishing-ten-ciber cuidado-y-denuncialo>.

Transcripción de la pieza:

### Phishing: ten Ciber cuidado y denuncialo

Si eres una víctima, denuncia y contribuye con un ambiente virtual más seguro.

Con un simple correo electrónico, como uno de los muchos que recibimos diariamente, es posible que alguien robe

nuestros datos personales, acceda a nuestras contraseñas y robe nuestro dinero. Con cada día que pasa, el **phishing** se hace más frecuente, encuentra nuevas maneras de actuar y le cuesta mucho dinero a los colombianos.

Entre las características principales de este delito informático está que se puede cometer desde cualquier lugar del mundo, difícilmente se identifica al delincuente en flagrancia, y normalmente se efectúa por medio de redes delincuenciales, en las que cada persona tiene una tarea específica para lograr el robo de la información y del dinero. Según Asobancaria, estas redes o cadenas de fraude reparten el 90% del dinero robado entre los distintos miembros de la red, quedando sólo un 10% como ganancia por sus acciones delictivas.

Para fortalecer la seguridad de sus clientes y evitar que el número de víctimas de **phishing** aumente, los bancos han diseñado distintos mecanismos de verificación, que van desde nombres de usuarios, claves y preguntas personales, hasta el uso de **tokens** que crean claves numéricas cada determinados segundos y, la posibilidad de inscripción de IPs fijas, desde las cuales se hagan todas las transacciones de manera segura. Aunque éstos mecanismos hacen que una transacción o revisión de la banca virtual se tarde unos minutos más de los esperados, son necesarios para que nuestra información y nuestro dinero estén seguros.

En caso de que estos mecanismos no hayan sido suficientes y te hayas convertido en una víctima de **phishing**, es importante que tomes cartas en el asunto, que hagas tu reporte en el banco y tu denuncia ante las autoridades.

En esta problemática, los culpables no son los bancos porque alguien usó su imagen con otros intereses, o los ciudadanos por caer en estos engaños. Los únicos culpables son los delincuentes. Por ello es nuestro deber como ciudadanos denunciar y hacer seguimiento a éstas denuncias, aunque signifique hacer más de una llamada, esperar y sobre todo, tener paciencia.

El CAI más cercano a tu casa u oficina es un lugar donde puedes poner tu denuncia, y en caso de recibir correos en los que sospeches de **phishing**, puedes hacer tu denuncia a través del Centro Cibernético Policial y también en el @Caivirtual en Twitter.

**Orador:** En esta pieza el orador cumple una función de consejero, ya que invita al auditorio a estar más cuidadoso frente a los intentos de fraude a través de Internet y a ser solidario con las demás personas al poner en evidencia cualquier intento de fraude que haya identificado por medio de una denuncia. También tiene buenas fuentes de información, trae a la discusión datos oficiales de Asobancaria y se apoya de las autoridades al recomendar

acudir a ellas en caso de ser afectado. Con esto el orador evita poner en duda su *Ethos* y a la vez valida sus tesis. Trata de “tú” al auditorio, esto le da un tono familiar al discurso y lo hace más cercana y calorosa. Este orador no culpa al auditorio por caer en las trampas de los delincuentes, ni se ubica en una relación de superioridad moral sobre su auditorio, al contrario, es solidario y consciente de que el único culpable es el delincuente. El orador también habla por otras personas, unos terceros que podrían ser víctimas del fraude si este auditorio no comprende la importancia de denunciar. *“Por ello es nuestro deber como ciudadanos denunciar y hacer seguimiento a éstas denuncias, aunque signifique hacer más de una llamada, esperar y sobre todo, tener paciencia”*.

**Auditorio:** Es un auditorio particular del que hacen parte un grupo de personas que usan Internet especialmente adultos, acá se descartan niños porque se está hablando de fraudes económicos. Son personas con un nivel académico medio - alto, para los que tiene validez la opinión de un experto. El orador recurre al pathos del auditorio por medio de frases que pretenden suscitar solidaridad: *“En caso de que éstos mecanismos no hayan sido suficientes y te hayas convertido en una víctima de phishing, es importante que tomes cartas en el asunto, que hagas tu reporte en el banco y tu denuncia ante las autoridades”*

**Discurso:** En este discurso el orador apela a las emociones tanto como a la razón. De esta manera el auditorio se ve en la tarea de reflexionar, de usar su raciocinio, insertándolo, de ese modo, en el género deliberativo, donde el auditorio, así sea por medio de preguntas retóricas, hace parte del discurso. En el discurso se usa un lenguaje amable, que desde el inicio es afectuoso, aunque con postulados reflexivos. Luego, para consolidar sus tesis, se apoya en datos relevantes de fuentes confiables, para que el auditorio no tenga otra opción que aceptar los argumentos. Y finaliza con una actitud conciliatoria. Invita a su



auditorio a adoptar ciertas medidas para prevenir que el fraude electrónico se siga dando y romper la cadena consecutiva de delitos.

**Contexto:** Se desarrolla en un contexto colombiano, ya que invita a denunciar a través del CAI de la policía nacional. Como su público son adultos, esto lo ubica en una oficina con personas laboralmente activas y que manejan dinero a través de internet.

**Dimensión del argumento:** El argumento es de carácter racional porque invita al auditorio a no callar cuando sea víctima de fraude electrónico, a denunciar, que aunque en ocasiones es imposible capturar al delincuente, puede evitar que otros sean víctimas. Igualmente es un argumento emocional por que recurre al sentimiento de culpa que pueda surgir en el auditorio al no denunciar y que otros puedan ser víctimas.

**Tipo de argumento:** Recurre a argumentos basados en la estructura de lo real. Debido a que usa nexos de sucesión que unen fenómenos de la misma naturaleza, en un nexo causal que indica que si usted, miembro del auditorio, no denuncia cuando es víctima de fraude, usted sería el causante de que estos actos sigan sucediendo. También acude a argumentos con nexos de coexistencia, que une elementos de diferente nivel como el de argumento de autoridad, también conocido como “*argumentum ad vericundiam*” porque compila datos de fuentes confiables en el tema que concuerda con la tesis y usa este argumento para indicar que si autoridades de prestigio lo dicen, así debe ser. Las personas que conforman es auditorio, aunque no todos conozcan a las figuras de autoridad, reconocen en estas, como sujeto discursivo, un conocimiento superior frente al tema y un respeto y validez a sus argumentos.

**Falacias:** Cuando se habla de falacias, se habla de argumentos defectuosos, con alguna anomalía. Precisamente uno de sus argumentos más recurrentes, el de autoridad, podría caer en una leve falacia que consiste en que una parte de su auditorio, que no reconoce la validez de las fuentes utilizadas, simplemente por desconocer de quiénes se trata o simplemente no tiene credibilidad por que nunca ha sido víctima de fraude o no conoce a nadie cercano que lo haya sido.

También se recurre al falso dilema, en este tipo de falacia, el orador busca dar a entender a su auditorio que por falta de su denuncia, otra persona pueda ser víctima. El orador da por sentado que esto hace al auditorio también culpable. Cuando el auditorio puede pensar que denunciar es bastante tedioso y le quitaría gran tiempo inútilmente ya que al delincuente no lo van a atrapar y su dinero no lo va a recuperar. De esta manera el orador esta dejando vacía otra actitud posible, que puede ser tomada por el auditorio para evitar el conflicto.

**Figuras retóricas:** Se recurre al eufemismo con la expresión: “tomes cartas en el asunto” para referirse a una actitud de apropiación del tema, de apersonarse de algo sustituyéndola por una que podría acercarlo más con la audiencia al usar una mucho más popular.

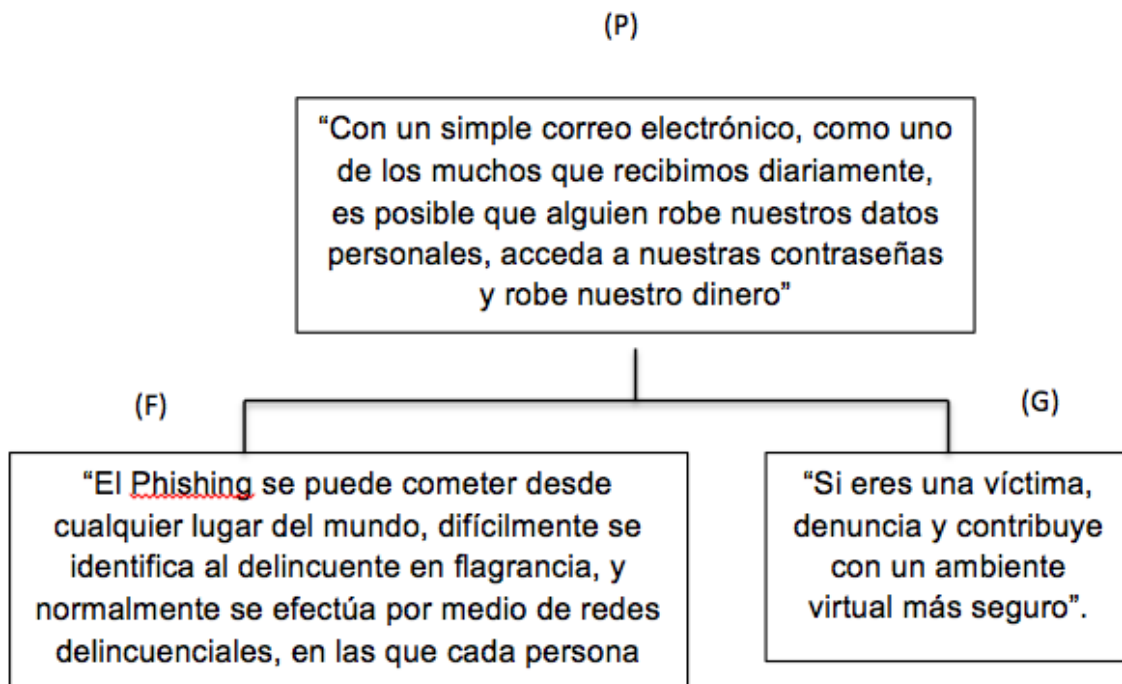
### **Estructura del Argumento:**

Punto de vista (P): “Con un simple correo electrónico, como uno de los muchos que recibimos diariamente, es posible que alguien robe nuestros datos personales, acceda a nuestras contraseñas y robe nuestro dinero”.

Fundamentación (F): “El Phishing se puede cometer desde cualquier lugar del mundo, difícilmente se identifica al delincuente en flagrancia, y normalmente se efectúa por

medio de redes delincuenciales, en las que cada persona tiene una tarea específica para lograr el robo de la información y del dinero”.

Garante (G): “Si eres una víctima, denuncia y contribuye con un ambiente virtual más seguro”.



### El carácter persuasivo:

Para analizar el carácter persuasivo de las piezas seleccionadas, es necesario recordar que cuando se habla de persuasión se refiere a un acto discursivo intencional encaminado a lograr una acción en un auditorio -que haga o no haga algo-, ya sea una persona o un grupo, apelando a todo lo relacionado al mundo de los afectos (*Pathos*) y no a su raciocinio (*Ratio*). En este punto es importante recordarle al lector, este trabajo no se trata sobre los efectos sobre los auditorios, es decir, no es su intención analizar si un sujeto “hace o no hace” lo que las piezas indican, sino las características de la argumentación, a

quiénes se dirigen, cómo está constituido el auditorio, etc. El análisis del impacto de la estrategia es tema para otro tipo de investigación.

La persuasión está ligada a la argumentación pero no es precisamente su fin. Perelman (1997) ya lo sugería al plantear la argumentación como “la adhesión de los espíritus” y esto involucra la razón como elemento principal. “Quien busca el resultado, privilegia la persuasión sobre la convicción, siendo esta solo el primer paso que conduce a la acción (...) quien busca la adhesión racional prioriza la convicción” (Monsalve, 1992, pag. 62). La argumentación por ejemplo no puede recurrir a estrategias coercitivas como lo hace la persuasión. Por eso Díaz (2002) sostiene que es mucho más difícil argumentar que persuadir cuando se intenta convencer a un auditorio difícil.

Sin embargo, no quiere decir que persuadir sea inválido, solo que para argumentar no es suficiente con persuadir.

“Por tanto, para elegir con fundamento, motivo y razón entre dos interpretaciones que se nos ofrecen en forma de dicho y contradicho, es esencial saber distinguir los argumentos buenos de los malos. Pero “bueno” significa tanto *válido* (noción lógica) como *persuasivo* (noción más psicológica.) Cuatro son las posibles combinaciones de validez y capacidad de persuasión: válido y persuasivo, válido y no persuasivo, no válido y persuasivo, no válido y no persuasivo. Lo ideal sería que un razonamiento válido resultara también persuasivo.”(Cattani, 2003, p. 9)

Las estrategias persuasivas en su mayoría recurren a conseguir su objetivo con el uso la manipulación afectiva.

En la pieza de análisis, el orador apela a las emociones del auditorio. Se induce al auditorio a un complejo de culpa ya que durante el argumento se le hace entender que él es el que, bajo su ignorancia o descuido, ha podido infringir algún tipo de agresión psicológica sobre algún otro sujeto sin conocer las consecuencias tan graves que en algunos casos se ha ocasionado por ese tipo de actos. Aunque el orador recurre al extremo de las

consecuencias que podría rayar con lo paranoico, parece considerar necesario mostrar el mayor de los efectos negativos, la hipotética pérdida de una vida, para lograr tocar la emocionalidad del auditorio. De cómo reciba el auditorio interpelación depende de lo reflejado que se vea en el asunto planteado.

Es decir, el orador en este caso recurre a una estrategia de persuasión que es válida pero no precisamente suficiente para persuadir.

Para finalizar, compartimos las conclusiones generales del trabajo y algunas recomendaciones fundadas en las mejoras que deberían ser tenidas en cuenta por *En TIC Confío* para conseguir adherir los espíritus de sus auditorios.

## 8. CONCLUSIONES

Estas son las conclusiones generales a las que se llegó después de llevar a cabo el trabajo investigativo, también hemos recogido algunas recomendaciones frente a las falencias encontradas que compartiremos para ayudar al mejoramiento, desde la perspectiva de la argumentación, de la estrategia de uso responsable de Internet *En TIC Confío*.

- Desde el punto de vista del orador vale la pena resaltar que en las piezas se nota que éste varía, en algunas ocasiones se muestra como un sujeto que busca aconsejar a su auditorio, en otras como simplemente un observador que narra lo que ve y no toma partido, es decir que por cada pieza el orador se construye a través de su discurso como un sujeto diferente, que nunca es el mismo, en palabras de Perelman y Olbrechts – Tyteca (1989) el orador debe adaptar el discurso al auditorio si quiere conseguir su adhesión.
- El auditorio, por su parte, también varía, algunas veces son adultos, otras veces jóvenes y niños. Esto demuestra que no todas las piezas están dirigidas a todas las personas y que difícilmente se construirá un auditorio universal. En este sentido podríamos decir que la estrategia le apunta al concepto aristotélico de *politropía*, poli (varios), tropos (formas), es decir, que adapta su discurso dependiendo del tipo de auditorio al que se refiere cada caso.
- Analizando el tipo de enunciatarios de las piezas, podemos concluir que existen reiteraciones en la estructura en que son expuestos los argumentos, es decir que casi todas las piezas analizadas cuentan con el mismo orden de presentar los enunciados.

- Frente a los tipos de argumentos, se encontró que la estrategia recurre constantemente al argumento de autoridad, porque construye la imagen de un orador que está en situación de superioridad respecto de su auditorio e intenta imponerle su punto de vista. También es frecuente el uso del argumento de nexo causal, desde la perspectiva de causa y efecto, donde el orador le argumenta a su auditorio que dependiendo de las actitudes que adopte en Internet y la forma de interactuar en algunos casos irresponsablemente, puede acarrearle consecuencias, a sí mismo, o a otros usuarios de la Red.
- Es evidente que para la estrategia digital, o por lo menos en las piezas seleccionadas, no es importante el orador como sujeto empírico, sino los actos discursivos que éste actualice. Sin embargo, en el corpus inicial el lector puede encontrar otras piezas en las que se acude a personas que tengan reconocimiento por alguna parte de la sociedad. Es el caso de algunas figuras públicas, especialmente de televisión, a las que acuden para realizar una invitación a tener en cuenta ciertos riesgos de Internet.
- Es de destacar también, y este punto se considera de gran importancia, que la estrategia construye constantemente un auditorio ingenuo, un auditorio que se siente atraído por las posibilidades de Internet y las redes sociales, pero que desconoce los riesgos. Es decir, es muy reiterativa la figura de orador conocedor de los riesgos y que construye discursivamente a un auditorio simplemente esta deslumbrado por las ventajas y posibilidades de Internet pero ajeno a los peligros.
- La estrategia utiliza muchos recursos infantiles, como ilustraciones, caricaturas y reiterativamente colores vivos, sin embargo, su auditorio recurrente son padres de familia y profesores a los que discursivamente busca persuadir.

- El papel de las imágenes es bastante importante para la estrategia, más en esta generación que está menos adaptada al texto y más a la imagen. Las piezas analizadas en este trabajo carecen, en su mayoría, de sentido sin el mensaje textual. En este orden de ideas, se recomienda la implementación de imágenes que por sí solas puedan brindar al auditorio elementos de juicio que lo lleven a un cambio real de actitud. Las infografías podrían, en gran parte reemplazar los textos extensos y animar a una lectura ágil y didáctica del mensaje.
- Se recurre a estrategias de persuasión validas, que invitan al auditorio a crear un cambio en su conducta, pero no se consideran suficientes porque a su vez se recurre a sutiles falacias que son válidas para lograr la persuasión pero no para la adhesión consciente.
- Es evidente y comprensible que una estrategia, que busca sensibilizar sobre los riesgos de Internet, acuda al argumento de nexo causal. Se recomienda recurrir también a otros tipos de argumentos como el de superación que permita impulsar determinadas conductas en el auditorio. Con esto se reforzaría y se invitaría a adoptar actitudes socialmente aceptadas.
- Acudiendo a lo que Perelman y Olbrechts – Tyteca (1989) plantean cuando dicen que en un buen argumento debe primar lo racional sobre lo emocional, invitamos a que se adopte esta recomendación en la implementación de piezas discursivas para la estrategia *En TIC Confío*, ya que, como vemos en las piezas analizadas, los argumentos que acuden a la emoción priman sobre los que se refieren a la razón.



## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Agustina, J. (2010). ¿Menores infractores o víctimas de pornografía infantil? Respuestas legales e hipótesis criminológicas ante el Sexting. *Revista Electrónica de ciencia penal y criminología*, 12-11, 11:1 - 11:44.
- ASOSEC. (2013). *Asociación colombiana de seguridad*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de El Phishing en Colombia: <http://asosec.co/2013/03/el-phishing-en-colombia/>
- Barthes, R. (2009). *Gramscimania*. (O. Montilla, Ed.) Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Retórica de la imagen: [http://www.gramscimania.info.ve/2009\\_08\\_24\\_archive.html](http://www.gramscimania.info.ve/2009_08_24_archive.html)
- Belsey, B. (S.f). *Cyberbullying*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Always on? Always aware!: [www.cyberbullying.ca](http://www.cyberbullying.ca)
- Bringué, X., Sádaba, C., & Tolsá, J. (2010). *La generación interactiva en Iberoamérica - niños y adolescentes entre las pantallas*. Madrid: Colección Generaciones Interactivas.
- Canales, R., & Marqués, P. (2007). Factores de buenas prácticas educativas con apoyo en las TIC. *Educar* (39), 115 - 133.
- Castells, M. (2001). *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janes Editores.
- Castells, M., & Himanen, P. (2002). *El estado del bienestar y la sociedad de la información. El modelo filandés*. Madrid: Alianza.
- Cattani, A. (2003). *Los usos de la retórica*. Madrid: Alianza Editorial.
- CEPAL. (2008). *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe: Desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo*. Acta, Comisión Económica para América y el Caribe, Santiago.
- Charaudeau, P. (2006). El contrato de comunicación en un perspectiva lingüística: normas psicosociales y normas discursivas. *Centro de análisis del discurso*.
- Congreso de la República. (2009). *Portal del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Recuperado el 20 de 05 de 2016, de [www.mintic.gov.co](http://www.mintic.gov.co): [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf)
- Cortina, A. (1998). *Ética de la empresa*. Madrid, España: Trotta.
- Cruz, H. (2009). La net-ética desde la perspectiva de una secuencia de investigaciones sociales. *Signo y pensamiento*, XXVIII (55), 133 - 151.

- DANE. (2013). *DANE*. Recuperado el 20 de 5 de 2016, de Encuesta nacional del uso del tiempo - ENUT-:  
[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ENUT/Bol\\_ENUT\\_2012\\_2013.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ENUT/Bol_ENUT_2012_2013.pdf)
- Díaz, Á. (2002). *La argumentación escrita*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Florez Villacrés, E. J., Asanza Molina, M. I., & Berrones, B. M. (2014). *Contribuciones a las ciencias sociales*. Recuperado el 20 de 05 de 2016, de El ciberbullying y sus consecuencias:  
<http://www.eumed.net/rev/cccss/29/ciberbullying.html>
- Fundesco – Fundación para el Desarrollo de la Función Social de las Comunicaciones. (1986). *Formación de técnicos e investigadores en tecnologías de la información. Análisis de la oferta y la demanda de estos profesionales en España*. Madrid: Los libros de Fundesco.
- Garaigordobil, M. (2011). Prevalencia y consecuencias del cyberbullying: una revisión. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 233 - 254.
- Leiner, B., Cerf, V., Lynch, D., Clark, D., Kleinrock, L., Kahn, R., y otros. (1995). *Internet Society*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Breve historia de Internet:  
<http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet>
- Lenhart, A. (2009). *Pew Internet & American Life Project*. Recuperado el 20 de 5 de 2016, de Teens and Sexting: How and why minor teens are sending sexually suggestive nude or nearly nude images via text messaging.:  
[http://www.ncdsv.org/images/pewinternet\\_teensandsexting\\_12-2009.pdf](http://www.ncdsv.org/images/pewinternet_teensandsexting_12-2009.pdf)
- Llinares, C., & Lloret, M. (2008). Ciberadicción: los riesgos de Internet. *Revista de análisis transaccional y psicología humanista*, 59, 267 - 296.
- MINTIC. (2012). <http://mintic.gov.co/>. Recuperado el 10 de 04 de 2014, de <http://mintic.gov.co/portal/604/w3-article-1236.html>
- MINTIC. (2014). *Página web del Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones*. Recuperado el 22 de 05 de 2015, de [www.mintic.gov.co](http://www.mintic.gov.co):  
<http://micrositios.mintic.gov.co/vivedigital/logros-plan/logro.php?lg=24>
- MINTIC. (2015). *Portal Mintic*. Recuperado el 20 de 05 de 2016, de [www.mintic.gov.co](http://www.mintic.gov.co):  
<http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-6106.html>
- MINTIC. (2016). *En TIC confío*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Grooming 2016:  
<http://www.enticconfio.gov.co/descargas>
- MINTIC. (2016). *En TIC confío*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Pornografía Infantil 2016:  
<http://www.enticconfio.gov.co/descargas>

- MINTIC. (2016). *En TIC confío*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Delitos informáticos: <http://www.enticconfio.gov.co/descargas>
- MINTIC. (2016). *Portal del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Recuperado el 20 de 05 de 2016, de [www.mintic.gov.co](http://www.mintic.gov.co): <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-6077.html>
- MINTIC. (2016). *Portal del Ministerio TIC*. Recuperado el 20 de mayo de 2016, de Pacto nacional por la cero tolerancia con la pornografía infantil en Internet y otras plataformas TIC en Colombia: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-14513.html>
- Monsalve, A. (1992). *La teoría de la argumentación. Un trabajo sobre el pensamiento de Chaïm Perelman y Lucie Olbrechts-Tyteca*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Mortara Garavelli, B. (1991). *Manual de retórica*. Madrid: Catedra S.A.
- ONU. (2005). *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información*. Tunes: ONU.
- Perelman, C. (1997). *El imperio retórico. Retórica y argumentación* (1ª edición en castellano ed.). (A. L. Gómez Giraldo, Trad.) Bogotá, Colombia: Norma.
- Perelman, C. (2012). Analogía y metáfora en ciencia, poesía y filosofía. *Revista de estudios sociales* (44), 198 - 205.
- Perelman, C., & Olbrechts - Tyteca, L. (1989). *Tratado de la Argumentación, La nueva Retórica*. (J. S. Muñoz, Trad.) Madrid: Gredos.
- Pinto, M. (2014). La construcción de la referencia en torno al concepto de brecha digital en España. *Signo y pensamiento* 64 , XXXIII, 96 - 112.
- Reig, D., & Vílchez, L. (2013). *Los jóvenes de la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Fundación Telefónica, Fundación Encuentro. Madrid: Fundación Telefónica.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa S.A.
- Serres, M. (2014). *Pulgarcita*. Madrid: Gedisa.
- Solis, M. C. (2007). La orientación social de la argumentación en el discurso. *Parlamentos: teoría de la argumentación y debate parlamentario* , 197-214.
- Suissa, J. (2015). Cyberaddictions : toward a psychosocial perspective. *Addictive Behaviors* , 43, 28 - 32.
- UNICEF. (2001). *CINU Centro de información de las Naciones Unidas*. Recuperado el 20 de 05 de 2016, de [http://www.cinu.org.mx/temas/desarrollo/dessocial/ninos/ares54\\_263.pdf](http://www.cinu.org.mx/temas/desarrollo/dessocial/ninos/ares54_263.pdf)

Virilio, P. (1997). *El Ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid: Ediciones cátedra.

Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C.-K. (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*. Paris: UNESCO.