

MEDIOS DE COMUNICACION

Dr. Diego Jesus Salazar Rojas, PhD

publicidad

- Vivimos en una época inmersa en el consumismo, donde la publicidad y el marketing bombardean todas las esferas sociales, ofreciendo una cantidad de productos, servicios, prototipos de vida, de belleza, de felicidad, de éxito, de reconocimiento, moda, y a la vez singularidad, e identidad dentro de tanta multiplicidad.

¿si?

- ni la televisión ni los medios de comunicación en general –menos el internet- están diseñados para educar a la población. Las decisiones de cómo se piensa y actúa frente a la sociedad viene dada desde los hogares, desde los valores y patrones de comportamiento enseñados por los padres y los colegios a los niños.





Julio 2010

- Adolescentes que visitan al menos dos veces por semana tiendas donde hay anuncios publicitarios de cigarros son mas vulnerables a convertirse en fumadores, según un estudio realizado por investigadores de la Academia Americana de Pediatría. [*Notimex*]
- La investigación, a cargo de Lisa Henriksen, de la Facultad de Medicina de la Universidad Stanford, California, asegura que la publicidad que promueve el tabaco en sitios de venta al menudeo aumenta el numero de fumadores, en mayor medida entre adolescentes.

- "Existen evidencias de que la publicidad extensa para los cigarros anima a los adolescentes a fumar, pero no se ha divulgado ningun estudio sobre la exposición a la publicidad en sitios de venta al menudeo.
- Los autores del estudio se centraron en cuantas veces los adolescentes visitaban este tipo de tiendas cercanas a las escuelas y en la cantidad de anuncios de cigarros y paquetes que se exhiben en las mismas.

- Nuestra investigación determina frecuencia de las exposiciones de adolescentes que visitan tiendas cercanas a sus escuelas con este tipo de publicidad", explico Henriksen.
- El estudio "La exposicion a los anuncios de cigarros de venta al publico y la iniciación como fumadores", que se publica en agosto en la revista Pediatrics, se baso en un seguimiento de mil 681 adolescentes de entre 11 y 14 años, quienes nunca habían fumado.
- Después de un año del estudio el 18 por ciento de los participantes en la muestra comenzó a fumar, pero la incidencia final fue de 29 por ciento entre los adolescentes que visitaron por lo menos dos veces por semana las tiendas con mayor cantidad de publicidad de cigarros y se iniciaron como fumadores.





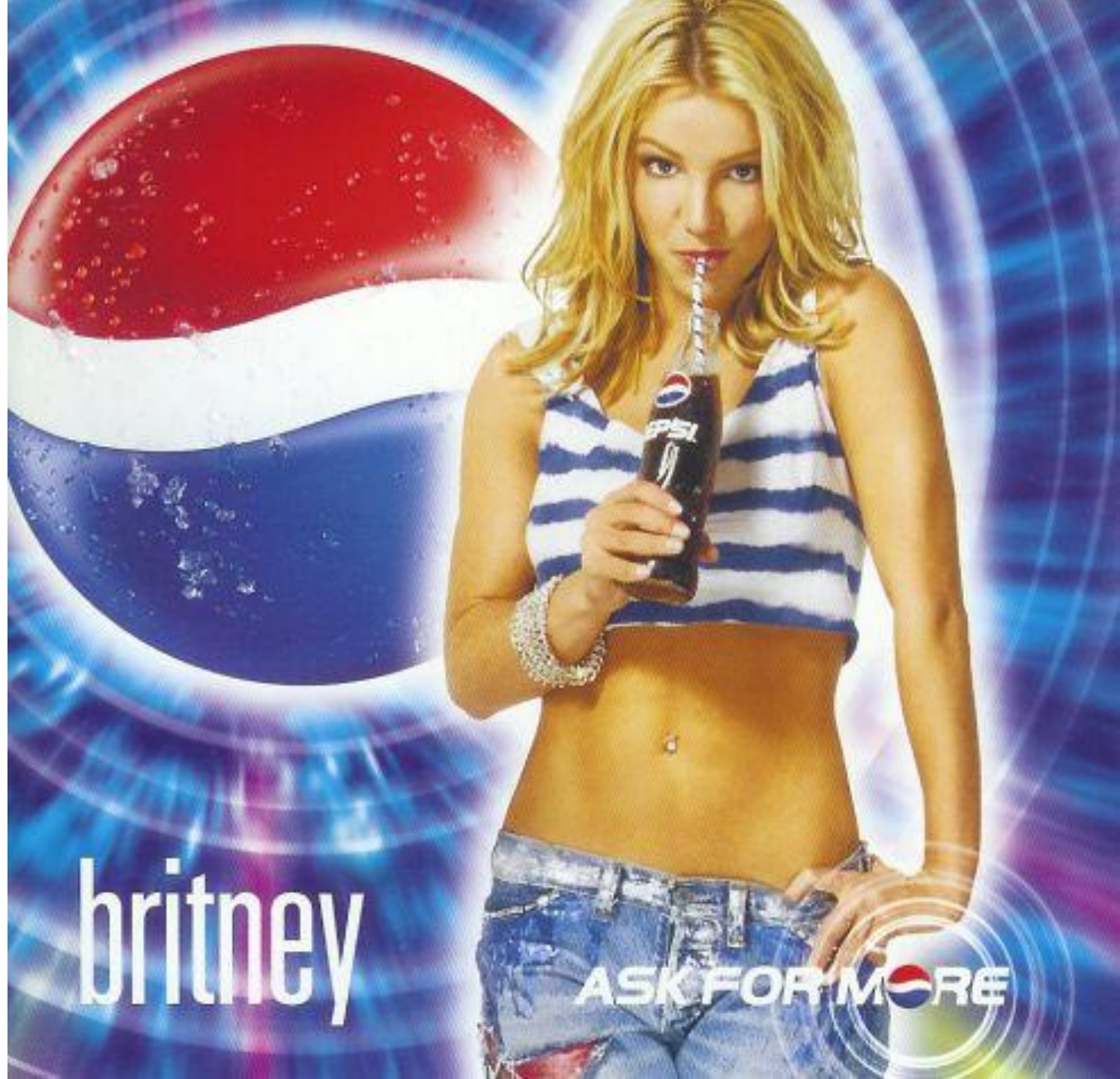
© 2005 Calvin Klein

Anorexia

Calvin Klein
parfum

MANIPULACION DEL DESEO

EL MUNDO PAGANO



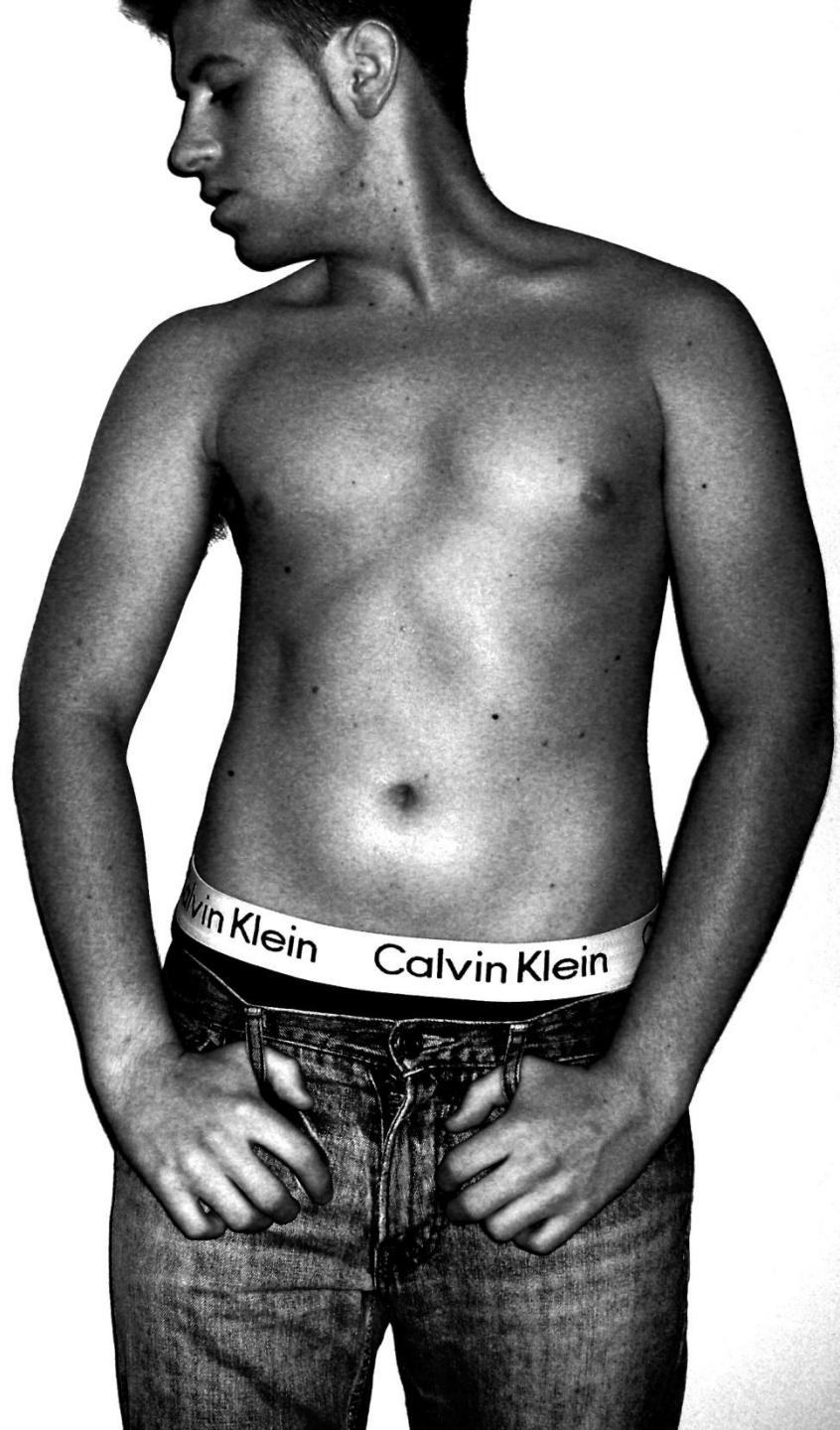
britney

ASK FOR MORE

Deséalo, complácete

Empresa cultural del deseo





Calvin Klein Calvin Klein



Calvin Klein





Calvin Klein
underwear









D&G

DOLCE & GABBANA



DOLCE &

GABBANA



DOLCE & GABBANA



DOLCE & GABBANA



DOLCE &

GABBANA
verymom.com



DOLCE & GABBANA



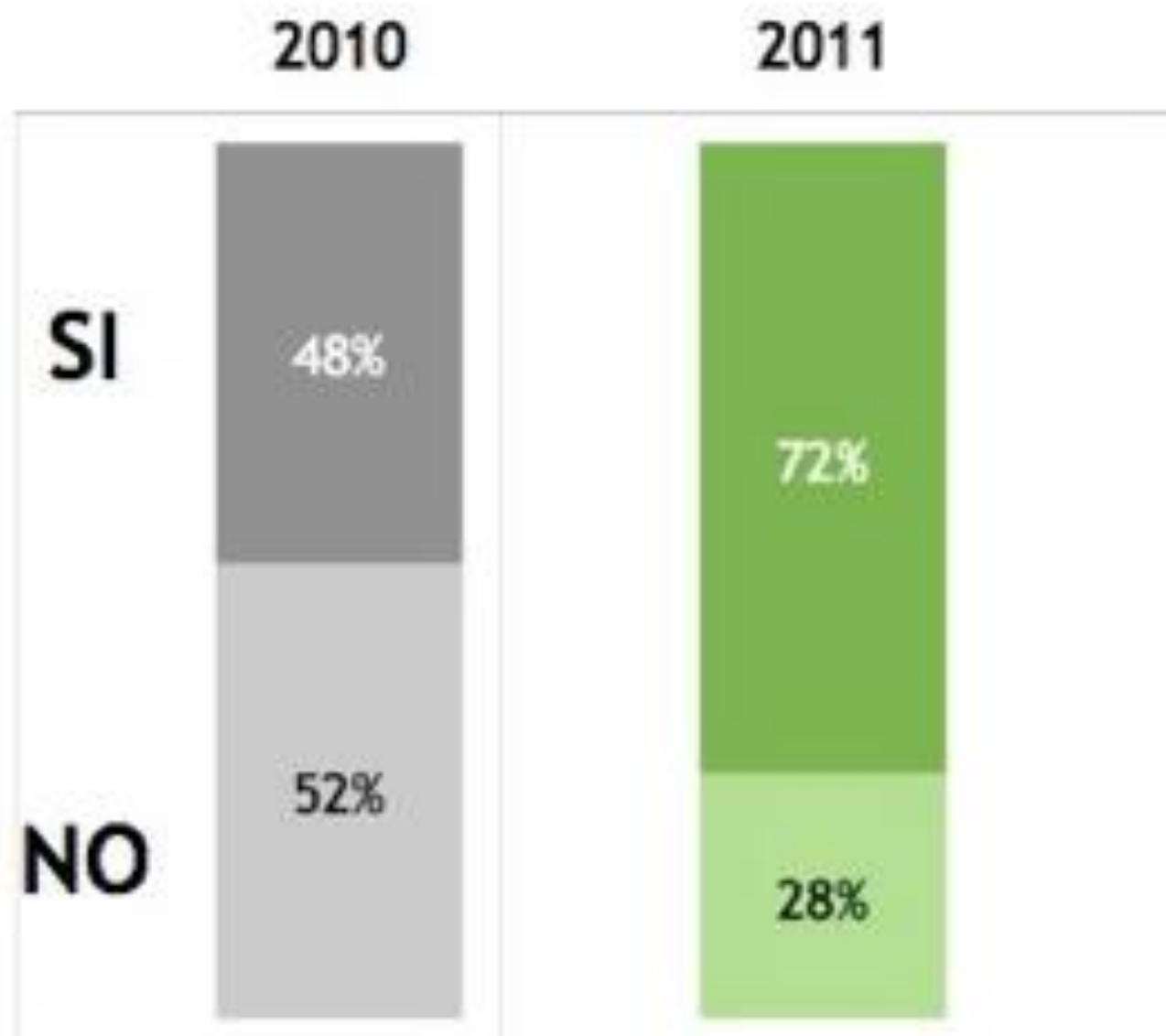
DOLCE & GABBANA
the one



PERVERSIONES DE LA COMUNICACION

**Los jóvenes se informan
mediante las redes sociales**

% DE TEENS QUE BUSCAN INFORMACIÓN DE UNA MARCA/PRODUCTO/SERVICIO



MEXICO: MAYO 2012

- El 76% de los adolescentes mexicanos busca interactuar con las marcas a través de las redes sociales, según IAB
- Los adolescentes son el segmento de internautas más grande en México, representan el 30% del total de usuarios de Internet en el país. Para ellos, Internet es el medio ideal para satisfacer sus necesidades de comunicación e información, y sobre todo, de entretenimiento. Según el reporte especial de IAB México y Millward Brown, estos jóvenes de 12 a 18 años visitaron más los sitios para descargar música y películas, ver videos, jugar y usar las redes sociales, durante 2011.

- **Cómo y dónde se conectan**
- - Los adolescentes internautas pasaron en Internet 3 horas 56 minutos en el 2011. Cada año es más común que tengan smartphones (aumentó de 10% en 2010, a 21% en 2011), sin embargo aún se conectan más a través de laptops y computadoras de escritorio.
- - Las consolas de videojuegos son un dispositivo característico de este segmento. Uno de cada 5 adolescentes, de aquellos que usan Internet más de cinco horas al día, posee uno de estos aparatos.
- - El lugar donde se conectan más sigue siendo el hogar, sin embargo también se conectan en la escuela, la casa de otros y/o cafés Internet.

- **Qué hacen online**
- - El entretenimiento es la principal actividad de los adolescentes en Internet, ya que es el segmento que más juega en línea, descarga música y ve videos.
- - Los adolescentes incrementaron sus visitas a sitios de descarga de películas (45%), videos cortos (67%), videos musicales (68%) y series (34%). Ven más videos y series en Internet que en la televisión.
- - YouTube es más usado por los adolescentes (49%) que por los demás segmentos para subir videos.
- - La cantidad de compras online que realizaron se duplicó de 2010 con un 14%, a un 28% en 2011.
- - La mayor parte de la información que obtienen online es en enciclopedias en línea, redes sociales y buscadores.
- - Mientras usan Internet, también realizan otras actividades como ver la televisión, hablar por celular, escuchar música, trabajar, estar con su familia, enviar mensajes de texto y escuchar el radio.

- **Redes Sociales**
- - En 2010, las páginas de correo electrónico fueron las más visitadas por los adolescentes (62%), en 2011 las sustituyen las redes sociales con el mismo porcentaje.
- - Las redes sociales son parte de la vida de los adolescentes. Cada vez pasan más tiempo en este tipo de sitios, sobre todo en Facebook, donde el 95% está registrado, y en Twitter, donde el 46% tiene una cuenta.
- - Los adolescentes internautas tienen una mayor interacción en las redes sociales, ya que realizan más actividades: envían mensajes instantáneos (70%), publican mensajes personales (58%), buscan personas (46%), suben videos (20%) y participan en juegos (29%).

- **Relación con las marcas**
- - Actualmente hay más adolescentes que son seguidores de alguna marca en las redes sociales (de 28% en 2010 a 51% en 2011). La disposición para ver publicidad en Internet también aumentó, en 2010 era del 58% y en 2011 del 75%. La interacción entre este segmento y las marcas es una oportunidad clave para la publicidad online.
- - Los adolescentes que usan Internet más de 5 horas se acercan cada vez más con las marcas en las redes sociales y buscan información de ellas, en 2010 lo hacía el 48% y en 2011 el 76%.

MEDIOS INFORMATICOS

PERÚ: OCTUBRE 2007

- Perú.- Las nuevas tecnologías de la información y las telecomunicaciones como la Internet, las cámaras digitales, los celulares digitales con cámaras, los Ipod, las conexiones inalámbricas, los programas freeshare, entre otros, han dado pie al nacimiento de nuevos delitos informáticos contra menores de edad, los cuales ponen en grave riesgo a millones de niños, niñas y adolescentes usuarios de estas herramientas tecnológicas en todo el mundo. Muchos de estos riesgos no son conocidos por el común de las personas, principalmente por los padres de familia, al ser relativamente nuevos.
- .

- Este boom de nuevos portales, más interactivos y dinámicos, tiene su máxima expresión en aquellos en los cuales se puede cargar o descargar archivos de video y con ello, convertirse uno en el productor de su propio video clip. Aquí el rey de este tipo de portales es YOUTUBE, espacio donde se publican cientos de miles de videos hechos por adolescentes en sus propias casas, grabados muchos de estos en sus habitaciones mediante sus cámaras web. Estos videos son casi siempre los más visitados por los más de 3 millones de visitantes que tiene diariamente esta página. En este portal no está permitida la pornografía, sin embargo, los videos que pueden apreciarse desde ese espacio son altamente "suggerentes".

- Otro portal, aún más riesgoso, en especial para los latinoamericanos, es el de TuTV, de procedencia hispana, donde se publican, casi de forma instantánea, videos de procedencia dudosa y de alto grado de "erotismo". En este portal si es permitida la pornografía y la única barrera que ponen al menor para ingresar a ver libremente este tipo de videos es una "advertencia" en la que graciosamente le preguntan: ¿eres mayor de edad?, y luego de responder afirmativamente, haciendo un "click" en la sílaba "SI", ingresa a un número de más de 2 mil videos de pornografía, con la complicidad de la empresa que administra dicho portal y de los auspiciadores de la misma.
- .

- Similar a lo visto en el portal de videos de Youtube, pero en formato de fotos, se encuentran aquellos que ofrecen crear perfiles en los que rápidamente uno puede cargar todo tipo de fotografías, indicar las aficiones y gustos más íntimos y ponerse en "la vitrina mundial", para que cualquier visitante pueda establecer contacto. Aquí sin temor a equivocarnos, páginas como Hi5, MySpace o Facebook destacan como los más utilizados por los jóvenes y adolescentes de todo el mundo.
- .

- El 14, 5% de los menores ha concertado una cita por la Internet con un desconocido.
- El 10% fue sólo al encuentro.
- El 7%, además, no avisó a nadie antes de ir.
- Un 44% de los menores que navegan por la Internet se ha sentido acosado/a sexualmente en alguna ocasión.
- Un 30% ha facilitado su número de teléfono y el 17% afirma haberlo hecho en más de una ocasión.
- El 16% ha facilitado su dirección física en una ocasión y el 9% en más de una.



Juego en línea llamado "Rune Scape", muy famoso entre los jóvenes. Contiene una sala de "chat" que viene siendo usada por pedófilos para contactarse con menores de edad. Los padres deben estar alertas. RCPI - Perú

PERÚ: GROOMING

- Los expertos señalan que el *grooming* informático es una seducción progresiva. Empieza en los espacios personales y en los *chats* a los que acuden niños y adolescentes. "Los *pedófilos* y *pederastas* utilizan la Internet como una herramienta para realizar su execrable crimen. Ya en la Internet ingresan, por ejemplo, a páginas de dibujos manga, videojuegos en línea o se dedican a hurgar entre los perfiles de miles de niños, cargados en páginas tales como: Mi Espacio, Facebook o Hi5, en busca de conseguir la mayor cantidad de datos de su futura víctima", explica el licenciado Dimitri Senmache Artola, representante de la Red Peruana contra la Pornografía Infantil, especialista en temas de lucha contra la Pornografía infantil y Trata de Personas. "Una vez que la probable víctima es escogida, el pederasta toma contacto con ella, iniciando una comunicación personal por mensajería privada (enviándole un mail personal) o, en el caso del chat o messenger, invitándolo a ingresar a una "charla privada" (salón interno). Tras obtener la confianza del menor, llega el flirteo, las conversaciones sexuales, el envío de material pornográfico y, por último, el encuentro cara a cara", indicó el representante de la Red.

CYBERBULLYING

!

Cyberbullying': la amenaza constante de la generación 'hiperconectada'

Los agresores usan tecnologías como redes sociales, chats, correo electrónico, videos y mensajes por celular para humillar a sus víctimas

Por Melissa Rodríguez

Viernes, 05 de agosto de 2011

MEXICO: AGOSTO 2011

- En México el 40% de los usuarios de internet son menores de 19 años (Getty Images).
- El 40% de los estudiantes de primarias y secundarias sufren 'bullying'
- El acoso escolar mediante internet se manifiesta con insultos, fotografías, videos y amenazas
- Los agresores disfrutan del anonimato que les brinda la tecnología

- **El 'bullying' en México afecta a 3 de cada 10 niños**
- **El 'bullying' puede provocar estrés posttraumático**

El domingo 7 de agosto de 2011, el programa México Opina de CNN en Español trató el tema 'Bullying'.

- (CNNMéxico) — Insultos constantes en redes sociales, intimidaciones por correo electrónico y amenazas anónimas mediante mensajes de celular se convirtieron en una parte constante en la vida de Alejandra, una estudiante de tercer grado de secundaria.
- Para Alejandra, internet se convirtió en un medio que le provocaba angustia y vergüenza, pues en su perfil de Facebook y correo "ponían insultos a cualquier hora y desde muchas cuentas". Al principio los comentarios se caracterizaban por burlas sobre su físico pero poco a poco fueron cambiando hasta convertirse en amenazas de golpes e incluso en algunos correos aseguraban tener fotos de su cuerpo que mandarían a sus compañeros.

- “Internet es el instrumento para hacer del bullying algo más evidente, más visible y más reprobable y que causa una humillación extrema. Algunas personas que han sido objeto de la burla, del acoso de determinados compañeros se exponen al imaginario mundial. Es salir de la pequeña aldea o el pueblillo representado por tu escuela o salón de clases para que cualquier persona en internet se dé cuenta del tipo de agresiones de las que fuiste objeto” afirma Octavio Islas, sociólogo e investigador del Tecnológico de Monterrey.
- Otra de las características que hacen del bullying online un problema difícil de resolver es que la mayoría de las veces los agresores disfrutan de un anonimato total, además al ser la web un espacio libre es difícil de regular y castigar.
-
- “Muchas veces los padres, los maestros o cualquier autoridad no realizan ninguna supervisión o no pueden acceder a internet por lo que los agresores se sienten libres para hacerlo”, afirma Maite Sainz, psicóloga y miembro de la Sociedad Psicoanalítica de México.