



UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO
ESCUELA DE PERIODISMO

**ANÁLISIS COMUNICACIONAL DE LA CAMPAÑA MINISTERIAL
#CORTALACADENA EN INSTAGRAM AÑO 2021**

Nombre: María Eliana Leiva C.

Profesora guía: Cecilia Madrazo Cuadra

Tesis para optar al grado de Licenciada en Comunicación Social

Tesis de grado para optar al título de Periodista

Santiago de Chile, diciembre de 2023.

1.	<u>ÍNDICE</u>	
1.	ÍNDICE.....	2
2.	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	3
3.	PREGUNTA GENERAL.....	4
4.	HIPÓTESIS:.....	5
5.	OBJETIVO GENERAL.....	5
6.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
7.	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	5
	a. Pertinencia:	5
	b. Factibilidad:	6
	c. Utilidad:	6
8.	MARCO TEÓRICO.....	7
	a. Redes Sociales: Inserción Obligada en el mundo digital	7
	b. Sobreexposición a la información:	10
	c. Ciberacoso.....	12
9.	METODOLOGÍA.....	15
	A. Método:.....	15
	b. Plan de Trabajo:	16
	c. Estructura:.....	17
	d. Técnica:	17
	e. Muestra:	18
	f. Instrumentos seleccionados:	19
	g. Construcción de instrumentos:.....	20
10.	APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS (Respaldo en anexos en cada caso)	27
11.	ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS.....	27
12.	CONCLUSIONES	28
13.	BIBLIOGRAFÍA.....	30
14.	ANEXOS	31

2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años, la tecnología ha avanzado a pasos agigantados, hasta el punto en que su uso se ha vuelto sumamente común entre jóvenes, adolescentes, adultos e incluso niños. Las Redes Sociales son un claro ejemplo de esto, ya que se utilizan de manera tan habitual que hoy en día son una parte integral de nuestras vidas, costumbres y entorno cotidiano.

La llegada de la pandemia en marzo de 2020 aceleró la digitalización de la educación en Chile, con millones de estudiantes pasando de las aulas tradicionales a las clases en línea. Sin embargo, este cambio abrupto también puso de manifiesto las disparidades en el acceso a la tecnología e internet, exacerbando las brechas sociales. Además, la transición a la educación en línea generó ansiedad y preocupación entre los jóvenes, quienes se vieron obligados a adaptarse rápidamente a un entorno educativo virtual.

Esto ha traído consigo beneficios y complicaciones que amenazan la conexión entre la vida online y offline. Actualmente, observamos las consecuencias que la tecnología tiene en el hogar, en el trabajo y durante el transporte; este fenómeno ha estado ocurriendo desde hace algún tiempo y se ha acentuado aún más durante y después de la pandemia. Todo esto ha llevado a un aumento en la exposición a interacciones en el ciberespacio sin un control necesario y adecuado. Aunque la tecnología, especialmente internet, ofrece numerosas y diversas ventajas para la comunicación, el aprendizaje y el entretenimiento, también conlleva riesgos significativos, como el ciberacoso, la explotación sexual en internet y la propagación de desinformación.

En esta era digital, uno de los riesgos a los que se exponen los jóvenes y adolescentes ante la full conexión es al ciberbullying, que ha surgido como un desafío sociopsicológico crítico, especialmente para los adolescentes y jóvenes. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) el ciberbullying se define como un comportamiento que se repite y que busca atemorizar, enfadar o humillar a otras personas. Por ejemplo: difundir mentiras, publicar fotografías o videos vergonzosos de alguien en las redes sociales. Estos actos, tienen graves consecuencias para la salud mental y emocional de los jóvenes. La creciente interconexión a través de las Redes Sociales ha amplificado el alcance de esta preocupante situación, impulsando la necesidad de intervenciones y de poder abordar este problema de manera efectiva.

A Raíz de todo esto, el Ministerio Secretaría General de Gobierno, tuvo como desafío recoger antecedentes sobre posibles relaciones entre ciberacoso, tendencias depresivas y patrones de uso de Redes Sociales entre adolescentes y jóvenes de 15 a 29 años a lo largo de todo el país por lo que, en diciembre de 2020, se aplicó una encuesta vía digital a una muestra probabilística integrada por 2.370 personas. El error muestral estimado fue aproximadamente de 1,95%, esta encuesta fue en colaboración con StatKnows, la Facultad de Psicología de la UDD y la Fundación Katy Summer. Los resultados fueron alarmantes y revelaron que el 49% de los jóvenes en Chile había experimentado acoso virtual en los últimos tres meses, esto generando un impacto significativo en la salud mental de las víctimas.

Tras conocer los detalles de la encuesta y tomar medidas para reducir el fenómeno y los significativos daños en la salud mental de los jóvenes el Ministerio Secretaría General de Gobierno decidió crear la campaña **#CortaLaCadena** y se comenzó a difundir en marzo de 2021 a través de Instagram y que buscaba hacer un llamado a los jóvenes y adolescentes a no ser cómplices de esta práctica, esta tenía como objetivo principal sensibilizar a los jóvenes sobre su papel como testigos en situaciones de ciberacoso y la importancia de no convertirse en cómplices de esta violencia digital, buscaba motivar a los testigos del ciberacoso a tomar medidas para detenerlo en lugar de perpetuarlo, también tenía como objetivo informar a los padres sobre la realidad del ciberacoso y alentar la empatía hacia sus hijos en el mundo digital, donde la seguridad y la salud mental de los jóvenes son fundamentales donde su público objetivo eran especialmente la juventud chilena como también cualquier persona que estuviera siendo testigo de alguna situación

La campaña contó con la colaboración de jóvenes reconocidos y con alta valoración, como Tomás González, gimnasta olímpico y líder juvenil; Julieta Martínez, activista en temas medioambientales, sociales y feministas; Martina Araneda, estudiante de derecho y activista contra el ciberacoso; y Vicente González, tiktokker.

3. PREGUNTA GENERAL

¿Cómo impactó la campaña comunicacional ministerial #CortaLaCadena en la visibilización del cyberbullying en Chile y sus consecuencias en la salud mental y las dinámicas familiares de jóvenes de 14 a 18 años y sus padres en el año 2021?

4. HIPÓTESIS:

La campaña de comunicación implementada en 2021 para combatir el ciberacoso generó un impacto positivo al aumentar el conocimiento sobre el problema entre la población objetivo. Además, logró posicionar el ciberacoso en la agenda pública, fomentando la concienciación y la visibilización dentro de las comunidades juveniles

5. OBJETIVO GENERAL

Este estudio tiene como objetivo principal analizar la campaña ministerial "#CortaLaCadena en Instagram durante el año 2021 en Chile y determinar cómo impactó en la visibilización de casos de ciberbullying entre jóvenes de 14 a 18 años y sus padres.

6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un análisis detallado del contenido y enfoque comunicacional de la campaña comunicacional #CortaLaCadena en Instagram.
2. Evaluar cómo repercutió en los jóvenes la campaña comunicacional.
3. Estudiar la percepción de los expertos y apoderados entorno a cómo la campaña impactó en el público objetivo.

7. VIABILIDAD DEL PROYECTO

a. Pertinencia:

Es esencial evaluar el impacto de la campaña comunicacional ministerial #CortaLaCadena tanto en la población objetivo como en su entorno. Este análisis nos permitirá medir si la campaña logró cumplir con sus objetivos, que eran concientizar a los jóvenes sobre la sensibilidad del ciberbullying, la relevancia de no ser cómplices ni espectadores de estas situaciones y reconocer el alto impacto que puede generar en el desarrollo y la vida de las personas.

Además, al compartir y difundir los resultados de este análisis, podemos contribuir a la concientización y visibilización para que el tema se posicione y permanezca en la agenda pública. La divulgación de este análisis puede tener un impacto significativo al aumentar el

conocimiento de la población en general y de los actores políticos sobre la situación actual de la juventud chilena en relación al ciberacoso. Esto, a su vez, puede impulsar la creación de políticas públicas más efectivas y la revisión de las leyes existentes para abordar este problema de manera más integral y adecuada, en resumen, el análisis del impacto de la campaña #CortaLaCadena no solo es relevante para evaluar su eficacia, sino que también puede contribuir a la construcción de un conjunto de conocimientos que guíe a las autoridades, actores sociales, políticos y tomadores de decisiones en la toma de medidas concretas para combatir el ciberacoso y proteger la salud mental de los jóvenes en Chile a través de la Comunicación.

b. Factibilidad:

La ejecución de esta investigación muestra prometedores indicios de factibilidad, considerando la relevancia del tema en la sociedad y el interés suscitado entre diversos actores, especialmente en áreas fundamentales como la crianza y la educación. Contamos con acceso a tecnologías de información, comunicación y desarrollo de la campaña, así como con las habilidades técnicas necesarias para crear y gestionar el contenido. La investigación no incurre en gastos excesivos, ya que se dispone de los recursos tanto tecnológicos como financieros para desarrollar y llevar a cabo este trabajo, minimizando los costos financieros.

En cuanto a la planificación, se conoce la metodología para elaborar un plan detallado y ya se ha diseñado y establecido un cronograma de actividades. Además, el tema de investigación es transversal, por lo tanto, esperamos contar con la voluntad y disponibilidad de las personas integradas al trabajo.

c. Utilidad:

En primer lugar, es fundamental reconocer que el ciberacoso es un problema que afecta a una gran parte de la juventud, y esto repercute en su desarrollo, entorno familiar, social y educativo. No discrimina por origen social, nacionalidad, institución educativa o lugar de residencia; tiene una relevancia universal, ya que involucra a adolescentes y jóvenes de todas las esferas de la sociedad, así como a sus círculos cercanos. Por lo tanto, uno de los principales propósitos de este análisis es evaluar el impacto de la campaña

#CortaLaCadena, determinar si logró cumplir sus objetivos y reconocer las fortalezas y debilidades de la campaña. Esto proporciona una perspectiva periodística y un enfoque comunicacional en la evaluación de sus contribuciones.

Al parecer, no se ha realizado una evaluación, o al menos no ha sido pública, de la campaña, lo que hace que este análisis sea especialmente significativo y de gran aporte. Claramente, sus hallazgos podrían ser de interés para políticos, autoridades gubernamentales, así como para profesionales involucrados y relacionados con este campo. Además, puede ser de gran utilidad para estudiantes y profesionales de áreas relacionadas con la juventud, la psicología, la educación, comunicaciones y periodismo. En este mismo sentido, este trabajo podría servir como base para la formulación de nuevas metodologías y enfoques destinados a apoyar el desarrollo y la educación de la juventud en aspectos sociales y psicológicos. Sus resultados y experiencias pueden ser útiles para la revisión y creación de programas educativos, así como para la implementación de medidas de apoyo emocional y psicológico en el entorno del desarrollo escolar y la convivencia.

Se anticipa que este análisis detallado de la campaña #CortaLaCadena proporcionará una comprensión más profunda de su efectividad en la reducción del ciberbullying entre los jóvenes chilenos. Además, se espera identificar los elementos específicos de la campaña que hayan tenido un mayor impacto en la audiencia y hayan contribuido a cambios positivos en las actitudes y comportamientos relacionados con el ciberbullying. Los resultados de esta investigación pretenden aportar a la comprensión de cómo las campañas de concienciación en Redes Sociales pueden influir en la visibilización del ciberbullying, esta comprensión puede ser fundamental para diseñar estrategias futuras más efectivas en la lucha contra el ciberbullying y promover entornos en línea seguros y empáticos.

8. MARCO TEÓRICO

a. [Redes Sociales: Inserción Obligada en el mundo digital](#)

Para contextualizar, quisiéramos dar a conocer del origen de las redes sociales, por lo que, se hace necesario remontarse a los años 70, específicamente al año 1971, cuando surgió el primer antecedente a lo que hoy conocemos como social media. En ese momento, fue cuando se envió el primer correo electrónico, lo que hizo posible la comunicación entre

usuarios a través de internet. Tras esto existió un gran salto evolutivo en cuanto a redes sociales se refiere, que fue dado en el año 1994, con la aparición de GeoCities, donde los usuarios podían alojar sus webs en los “barrios” seleccionados, tras eso aparecen TheGlobe.com, en 1995, AOL Instant Messenger, en 1997, y lo que hoy en día se considera la primera red social de la historia, SixDegrees.

Los expertos en el campo de las Redes Sociales, como Danah Boyd, (2000), investigadora y autora en el ámbito de la tecnología y la juventud, han destacado que las Redes Sociales son espacios donde las personas construyen y mantienen sus identidades en línea, conectándose con otros para compartir experiencias y mantener relaciones sociales. Estos entornos digitales se han convertido en parte integral de la vida diaria de muchas personas, afectando cómo se comunican, se relacionan y se informan, Siendo redes sociales son plataformas digitales que ayudan en la creación, difusión de información e intercambio, contenido multimedia y la interacción entre personas o grupos que comparten gustos, intereses, conexiones personales o actividades en común a través de Internet. Estas plataformas permiten a los usuarios crear perfiles personales, crear vínculos con otros usuarios (amigos, colegas, familiares, etc.), compartir mensajes, fotos, videos y participar en conversaciones públicas o privadas.

A partir de marzo de 2020, millones de estudiantes en todo el mundo se vieron forzados a dejar la escuela tradicional y mutar a la educación en línea debido a la pandemia de COVID-19. Este cambio brusco dividió sus vidas en dos etapas: antes y después de la pandemia. La digitalización de la educación trajo consigo desafíos significativos, exacerbando las disparidades entre estudiantes de diferentes estratos sociales, siendo nuevamente los más perjudicados quienes contaban con menos recursos, porque no solo carecían de internet doméstica sino también de aparatos mediante los cuales pudieran conectarse a las clases. También generó temor e incertidumbre, manifestando algunas dificultades en la puesta en marcha del proceso. En cuanto a lo emocional, el miedo a lo desconocido y a la incertidumbre en cómo se vivió el proceso, a la pérdida de amigos y profesores.

Los alumnos pasaron de estudiar rodeados de amigos y con un profesor al frente del curso, a las clases digitales suministradas mediante internet y a la comunicación en línea. Los libros fueron reemplazados por plataformas educativas y los recreos por el chat y las llamadas online, juegos en línea, WhatsApp e Instagram.

En ese sentido, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) señala que la pandemia agravó las dificultades que enfrentan los niños tanto en línea como en el mundo real. El cierre de escuelas, el distanciamiento físico y la reducción de servicios disponibles afectaron las medidas de protección. La salud física y emocional de los niños se ha vuelto una preocupación creciente, con evidencia que sugiere que pasar más tiempo en Internet puede llevar a menos actividades al aire libre, una disminución en la calidad del sueño, un aumento de los síntomas de ansiedad y hábitos alimenticios poco saludables.

La pandemia de COVID-19 llevó a una mayor inserción de personas al mundo digital, con estudiantes expuestos a una conectividad completa a través de pantallas y, en algunos casos, la realidad virtual. Este cambio tuvo ventajas y desventajas, particularmente para niños y adolescentes, ya que reemplazó las actividades cotidianas por interacciones en línea.

Para algunos no fue un problema ya que ellos se enmarcan en la generación de los nativos digitales, este término "nativos digitales" se refiere a las personas que han crecido en la era digital y tienen fluidez en el uso de tecnologías. Para muchos de ellos, la comunicación en línea es la norma, pero esto ha llevado a lo que algunos expertos, como Marc Prensky (2010), llaman "pseudocomunicación". La comunicación en línea, a menudo mediada por emojis y mensajes breves, puede distorsionar la comunicación humana real y tener un impacto en la construcción de la identidad de los jóvenes.

Para Tamara Madariaga Venegas (2022) Psicóloga de la Universidad de Santiago de Chile y experta en vinculación comunitaria, ésta forma de comunicación que ejecutamos a través de las redes sociales: "De una u otra forma más que conectarnos, nos desconecta de las demás personas". Agregando que: "La educación online ha sido para los niños un aprendizaje muy perjudicial, porque debilita la capacidad de comunicarse socialmente, porque lejos de enseñar a comunicarse entre amigos, básicamente son niños que aprendieron eso, a pseudocomunicarse, y es la única forma de comunicación que muchos conocen".

Por lo tanto, en este nuevo contexto, la comunicación ocurre, pero con una serie de barreras o interferencias, que facilitan una serie de errores de interpretación, que, en el caso de las niñas, niños y adolescentes, pueden, sin lugar a duda, afectar la construcción de su identidad, es decir, se usa el prefijo 'pseudo' porque en el fondo no se da la comunicación humana, porque la comunicación humana necesita de la interacción entre las personas, y

se trataría de una 'casi comunicación'. Es como si nos estuviéramos comunicando, pero no llega a ser una comunicación. En el mundo digital, uno cree que se está comunicando a través de los 'emoticones' a través de un par de palabras, pero no es lo mismo ver y escuchar a una persona a tener una respuesta por escrito o un monitor que te hable a través de un chat digital.

Asimismo, considera que la pseudocomunicación resulta ser bastante paradójica, ya que al hablar con 'otra persona' mediante una red social, es mucho más fácil poder ocultar o disfrazar los mensajes, ya que, por una parte, a través de las redes sociales, en la mayoría de las ocasiones, uno no ve su interlocutor. De modo que no tienes certeza de su identidad, pero por otra parte tampoco tienes la certeza de las reacciones que éste vaya teniendo con el desarrollo de la conversación, dando la oportunidad de que, por ejemplo, pueda disfrazar sus respuestas e intenciones.

El acceso a las redes sociales en niños y jóvenes tiene implicaciones positivas y negativas, como la difuminación de los límites entre lo público y lo privado, distanciamiento afectivo y la pérdida de la capacidad de escucha. Sin embargo, también ofrece oportunidades de aprendizaje, entretenimiento, socialización y desarrollo de habilidades, según lo afirman Arab, E. y Díaz, A. (2015).

b. Sobreexposición a la información:

La sobreexposición, en el contexto de la tecnología digital y de las redes sociales, se refiere al acto de compartir en exceso información única y personal, contenidos o datos de la vida de un individuo en plataformas en línea. Esta práctica puede tener implicaciones negativas en la privacidad, la seguridad y el bienestar de los individuos.

En más específico, podemos definir la sobreexposición en línea como el acto de revelar de manera excesiva y sin restricciones información personal, emocional o privada en plataformas digitales, lo que puede dar como resultado una pérdida de privacidad y un aumento de la vulnerabilidad en línea. Esta tendencia está siendo observada y estudiada por expertos en el campo de la seguridad digital y la psicología en línea, uno de ellos es Richard Stallman, un destacado experto en seguridad informática y defensor de la privacidad en línea, quien destaca la importancia de mantener el control sobre la información personal en el entorno digital, así como también Stallman aboga por la

protección de la privacidad en línea y la minimización de la sobreexposición para salvaguardar la libertad y la seguridad digital de los individuos, por lo tanto es deber de los adultos responsables de los menores de edad tener una supervisión y control de a qué plataformas están accediendo sus hijos, revisar constantemente y estar presente día a día y mantener un estricto control y supervisión de a que acceden sus hijos, los padres o tutores deben inmiscuirse en la vida digital de los hijos, estando atentos a sus conductas y acciones y a su vez, guiarlos para un correcto uso de las plataformas disponibles, para este control existen también herramientas digitales que ayudan de manera más efectiva el control y supervisión de los niños y adolescentes.

Sherry Turkle, (2012), psicóloga y socióloga clínica, ha investigado extensamente la interacción humana en línea y cómo la sobreexposición puede afectar las relaciones personales y la salud mental. Sus estudios han explorado cómo la sobreexposición puede llevar a una disminución de la empatía y la intimidad en las relaciones en línea y fuera de línea.

Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a expresarse libremente, así como también tienen derecho al acceso a la información, en este punto es donde se vincula esta investigación dado a que hoy en día a través de la Red, ellos tienen acceso a poder acceder a este derecho, pero claramente esto tiene que ir de la mano directamente de un adulto responsable que, sea quien supervise con quien los niños, niñas y adolescentes se están vinculando a través de Internet, Redes Sociales y/o juegos online. Es aquí a donde está la responsabilidad de los adultos a que sepan y pueden distinguir en cuales son los accesos, contenidos, horarios, etc., que a los niños les corresponde conforme a su edad y habilidades.

Según la Unicef (s.f.), que está presente en Chile desde 1950 atendiendo las necesidades de la infancia, y desde la década de los noventa trabaja para impulsar una transformación en la sociedad chilena que permita garantizar el pleno respeto de los derechos de niños, niñas y adolescentes, declaró en noviembre de 2021 su directora ejecutiva, Henrietta Fore:

“En el caso de los niños que ya padecen distintos tipos de sufrimiento tanto en internet como en el mundo real, pasar más tiempo delante de las pantallas podría haber agravado su situación. El cierre de las escuelas, el distanciamiento físico, la disminución de los servicios disponibles y la creciente presión que soportan las familias vulnerables han alterado y reducido algunas de las medidas de protección con las que contaban”.

“Al mismo tiempo, la salud física y emocional de los niños es cada vez más preocupante, y existen pruebas que sugieren que pasar más tiempo en internet conlleva realizar menos actividades al aire libre, reduce la calidad del sueño, aumenta los síntomas de ansiedad y fomenta hábitos de alimentación poco saludables”.

También la directora ejecutiva Fore, sugirió algunas medidas y recomendaciones tales como: trabajar con los gobiernos para formar a los trabajadores de la salud, la educación y los servicios sociales, reforzando los servicios de salud mental y protección infantil; velar porque la industria de la tecnología y las redes sociales garanticen que en las plataformas de internet existan medidas de seguridad y protección mejoradas a las que puedan acceder con facilidad los profesores, los progenitores y los niños; trabajar con el sector público y privado a fin de ampliar las inversiones en contenidos y tecnologías seguras que promuevan una educación de calidad y el desarrollo de habilidades, a través de iniciativas como “Re imaginar” la educación; entregar apoyo a los progenitores para que ayuden a sus hijos a entender los riesgos que plantean internet y las tecnologías digitales, y que las escuelas ofrezcan a los niños acceso continuado a los servicios escolares de orientación (también en formato virtual) y la creación de políticas que regulen asuntos relacionados con la salud mental y la protección de la infancia.

c. Ciberacoso

El ciberbullying se refiere al uso de medios digitales, como las redes sociales, mensajes de texto y correo electrónico, con la intención de acosar, amenazar o dañar deliberadamente a otra persona de forma repetitiva y hostil. Implica actos de agresión verbal, difamación, difusión de rumores, exclusión social en línea y el envío de contenido ofensivo con el propósito de causar daño emocional o psicológico. El ciberbullying es un fenómeno serio que puede tener consecuencias graves para la salud mental y el bienestar de las víctimas (Olweus, 1993).

El Dr. Sameer Hinduja y el Dr. Justin W. Patchin, dos expertos en el campo de la ciberseguridad y el ciberbullying, han realizado una extensa investigación sobre el tema y han definido el ciberbullying como "un comportamiento intencional y repetitivo de acoso, hostigamiento, confrontación o manipulación en línea dirigido hacia una persona o grupo de personas a través de la tecnología", en la era digital, el ciberbullying ha emergido como un desafío sociopsicológico crítico, especialmente entre los adolescentes y jóvenes. La creciente interconexión a través de las redes sociales ha amplificado el alcance de esta

preocupante tendencia, lo que destaca la necesidad de intervenciones efectivas. Si bien el mundo digital ofrece innumerables ventajas, como el aprendizaje y la comunicación, también ha dado lugar a conductas negativas como el ciberbullying, el grooming (acoso sexual virtual) y el sexting (envío de mensajes sexuales).

El ciberbullying, definido como el uso de plataformas digitales para hostigar, humillar o difamar a otros, presenta consecuencias graves para la salud mental y emocional de los jóvenes. Según la campaña española "No mires para otro lado, actúa" del año 2021, uno de cada tres estudiantes ha sido intimidado por sus compañeros en la escuela o colegio al menos una vez en el último mes en todo el mundo. Los niños y jóvenes que sufren acoso escolar presentan peores resultados educativos, ansiedad, depresión y baja autoestima, e incluso pueden plantearse el suicidio.

Para los niños y jóvenes de hoy en día existen variadas formas de comunicarse. Por ejemplo, pueden comunicarse cara a cara o a través de las redes sociales. En este contexto, hoy en día, solo el 24% de los jóvenes prefiere hablar cara a cara, ya que el auge de las nuevas tecnologías ha modificado las conductas de comunicación. Los niños y jóvenes están cada vez más inmersos en las redes sociales. Esto se agudizó aún más durante la pandemia, ya que nos vimos obligados a estar en cuarentena, y esta era a veces la única forma de comunicarse. Claramente, esto tiene sus ventajas, pero también sus desventajas, como el ciberbullying. Este no es un juego, sino una agresión que deja huellas para siempre y que a veces puede desencadenar el suicidio.

En Chile, un estudio realizado por la consultora Black & White y liderado por Ripley reveló que el 41% de los padres no sabe si su hijo o hija sufrió ciberacoso. Aunque el 86% de ellos ha conversado con sus hijos sobre el tema, uno de cada tres no sabe o no está seguro de lo que hacen sus hijos en Internet, y un 64% no sabría qué hacer si los niños o adolescentes a su cargo son víctimas. Este estudio y sondeo se enmarca en la campaña "Para, piensa y postea" que fue impulsada por Ripley para la vuelta a clases del año 2023, en alianza con la Fundación Volando en V.

Para Paola Assael, socia de la consultora Black and White, esto significa que no se está hablando del tema, que, si bien se sabe que existe, no se está profundizando en él. Esto es complejo, ya que nos aísla de una realidad tremendamente flagelante para los niños y adolescentes, esto subraya la necesidad de abordar este tema de manera más profunda y efectiva para proteger a los niños y adolescentes de esta realidad flagelante. El acoso

escolar y el ciberacoso destruyen vidas y el futuro de las personas que lo sufren, según lo dio a conocer la campaña española para prevenir el acoso escolar y el ciberacoso: "No mires para otro lado, actúa", del año 2021.

Podemos describir algunos tipos de ciberacoso que existen, como, por ejemplo, enviar mensajes agresivos a alguien, compartir fotos vergonzosas de otras personas, inventar y difundir historias falsas sobre otras personas y decir a otras personas que ignoren a alguien o lo excluyan de las actividades.

El ciberacoso, también conocido como ciberbullying, es un problema grave que puede afectar la vida de las personas y causar daño emocional y psicológico. Sin embargo, existen medidas que se pueden tomar para proteger a los niños, niñas y jóvenes, protegerse a sí mismos o a sus seres queridos en línea y prevenir situaciones de ciberacoso. Aquí se describen algunas formas para evitar el ciberacoso:

- Asegurarse de configurar adecuadamente la privacidad en los perfiles de redes sociales. Limitar quién puede ver las publicaciones y quién puede contactarlo en línea.
- No compartir información personal, como la dirección, número de teléfono o información de contacto en plataformas públicas. No compartir contraseñas, incluso si están siendo presionados. Mantener las cuentas seguras y cambiar las contraseñas regularmente.
- Ser selectivo con las amistades en línea. Aceptar solicitudes de amistad solo de personas conocidas en la vida real o que tengan conexiones mutuas creíbles.
- No responder al ciberacoso. Si se es víctima de ciberacoso, evitar responder a los mensajes o comentarios ofensivos. No se debe alimentar la situación con más interacciones.
- Denunciar siempre el ciberacoso. La mayoría de las plataformas de redes sociales y sitios web tienen opciones para denunciar contenido ofensivo o usuarios abusivos.
- Guardar pruebas, evidenciando mensajes, comentarios o publicaciones ofensivas. Si se es testigo de ciberacoso en línea, no ignorar la situación.

La comunicación abierta y el apoyo mutuo son fundamentales para combatir el ciberacoso y para construir una comunidad en línea más positiva. Por lo tanto, es necesario educar y guiar a la población, tanto a los niños, niñas y adolescentes, como a sus familias y entorno, para lograr la visibilización y posicionamiento del tema en la agenda pública. Así se

contribuirá a evitar la normalización de este tipo de actos, darles la importancia y el lugar que merecen, y contribuir a la disminución de niños, niñas y adolescentes víctimas de ciberacoso en la actualidad y en el futuro. Además, se creará conciencia de que esto daña irreparablemente a las personas y que con voluntad y empatía es posible prevenirlo.

9. **METODOLOGÍA**

A. Método:

Para obtener una comprensión integral de la campaña #CortaLaCadena y su impacto, se empleará una metodología mixta que combina análisis de contenido, entrevistas y análisis estadístico. Este enfoque metodológico se basa en la combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas, lo que permitirá un análisis en profundidad de los fenómenos de ciberbullying en Chile, específicamente su relación con la campaña.

El análisis documental se centrará en la revisión y recopilación de información de diversas fuentes, incluyendo redes sociales, reportajes, leyes y normativa vigente. Esto ayudará a identificar patrones y temas clave relacionados con la campaña y su impacto.

Además, se utilizará la entrevista semiestructurada como una herramienta flexible para obtener testimonios y opiniones de fuentes directas e indirectas. Estas entrevistas permitirán una comunicación más fluida con los entrevistados y la recolección de información concreta y definida para el desarrollo de la investigación. Se entrevistará a representantes de la Fundación Katy Summer, ña así como a jóvenes que participaron en la campaña, como Tomás González, Julieta Martínez, Martina Araneda y Vicente González, entre otros.

En cuanto al análisis de contenido, se limitará a las publicaciones o piezas gráficas en Instagram. Se utilizará una grilla de evaluación para desglosar el análisis de cada pieza, identificar similitudes y diferencias, y registrar información relevante, como el tipo de pieza, palabras clave y tipo de mensaje. Además, se observarán dos aspectos clave: la cantidad de comentarios y el tipo de comentarios. Este análisis se llevará a cabo durante el período en el que la campaña estuvo en línea y durante tres meses después.

Finalmente, se revisarán referencias y planes de comunicación similares, tanto a nivel nacional como internacional, como el caso de la campaña española "No mires para otro lado, actúa".

Esta metodología mixta permitirá una evaluación exhaustiva de la campaña y su impacto en la percepción y la prevención del ciberbullying en Chile, que serán desarrolladas de acuerdo a lo que plantean los autores Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P.

b. Plan de Trabajo:

A continuación, se presenta el plan de trabajo que abarcará desde agosto hasta la primera semana de diciembre de 2023 para llevar a cabo el análisis comunicacional de la campaña #CortaLaCadena El plan se organiza en torno a diversas acciones que se llevarán a cabo en cada mes tal como se especifica en carta Gantt:

Carta Gant Plan de Trabajo Análisis Comunicacional

ACCIÓN	ago-23	sept-23	oct-23	nov-23
Revisión Bibliográfica				
Análisis de Contenidos				
Creación, producción y realización de Entrevistas				
Triángulación de datos				
Redacción del Informe				
Revisión y Edición				
Finalización				

- **Revisión Bibliográfica:** Durante este período, se llevará a cabo una revisión exhaustiva de la literatura y fuentes relevantes para el análisis.
- **Análisis de Contenidos:** Se analizarán las publicaciones, videos y mensajes bajo la etiqueta #CortaLaCadena en Instagram.
- **Creación, producción, realización y transcripción de entrevistas:** Se llevarán a cabo entrevistas con diversas fuentes, incluyendo representantes de la Fundación Katy Summer y jóvenes que participaron en la campaña.
- **Triangulación de datos:** Se contrastarán los datos recopilados a través de diferentes fuentes y métodos para validar los hallazgos.

- **Redacción del Informe:** Se redactará un informe detallado basado en los resultados del análisis.
- **Revisión y Edición:** El informe será revisado y editado para garantizar su calidad y precisión.
- **Finalización:** Se completará la redacción final del informe y se preparará para su presentación.

c. Estructura:

El informe se estructurará en formato escrito, lo que permitirá la inclusión de testimonios de entrevistados, datos estadísticos y descripciones detalladas de los hallazgos. El enfoque será narrativo, presentando la historia en función de los testimonios recopilados y los datos disponibles.

El análisis se centrará en las publicaciones, videos y mensajes compartidos bajo la etiqueta #CortaLaCadena en Instagram. Se evaluarán aspectos visuales, narrativos y emocionales de la campaña para comprender cómo se presenta el mensaje y cómo aborda la problemática del ciberbullying durante el año 2021.

d. Técnica:

Análisis Comunicacional: El enfoque en el análisis comunicacional de la campaña permite examinar en profundidad cómo se desarrolló la estrategia de comunicación en Instagram y qué impacto tuvo en el público objetivo. Esto es esencial para comprender la validación y la eficacia de la campaña en relación con su objetivo.

Investigación Descriptiva: La elección de realizar una investigación descriptiva es apropiada para este estudio, ya que se busca obtener una descripción detallada de la campaña y su influencia en el ciberbullying en Chile. Esto incluye la realización de instrumentos de observación de las acciones y reacciones que generó la campaña, para respaldar las conclusiones y permitirá describir fenómenos sociales, de acuerdo con Sabino (2000), creemos que será lo apropiado por los datos que se deben analizar, Al mencionar que se recopilarán muestras y datos cuantitativos para respaldar las conclusiones, se está destacando la importancia de utilizar métodos objetivos y cuantitativos en la investigación descriptiva.

Método Cuantitativo y Concluyente: El uso de un método cuantitativo significa que se recopilarán datos numéricos y se utilizarán técnicas estadísticas para analizarlos. Esto proporcionará resultados concretos que permitirán llegar a conclusiones sólidas sobre el impacto de la campaña.

Análisis documental:

El análisis documental busca responder.

¿Cómo se emplea el concepto de comunicación estratégica o si fueron apropiadas las acciones comunicacionales llevadas a cabo durante la campaña?

Análisis de Contenidos: El análisis de las publicaciones en Instagram, que incluye la revisión de piezas gráficas, contenidos, mensajes, palabras clave, reacciones e interacciones, es esencial para evaluar la campaña de manera integral. Este enfoque cualitativo y cuantitativo proporcionará una visión completa de la estrategia de comunicación.

Enfoque Mixto: La combinación de técnicas cualitativas y cuantitativas, así como el uso de técnicas documentales y experimentales, enriquecerá la investigación. Esto permitirá abordar diferentes aspectos de la campaña y evaluar su impacto desde múltiples perspectivas.

Grilla de Evaluación: La creación de una grilla para recopilar y evaluar la información de las publicaciones es una estrategia efectiva para organizar y clasificar los datos recopilados. Esto facilitará el análisis y la presentación de resultados, según Babbie, E. (2015).

e. Muestra:

Entrevistas Semiestructuradas:

Selección de Participantes: se seleccionarán entrevistados que hayan sido partícipes de la campaña, así como también se entrevistarán expertos de la psicología, educación, neurología, entre otros, esto servirá para proporcionar una variedad de perspectivas, según Sampieri, (2010).

Guía de Entrevista: se diseñará una entrevista que incluirá preguntas específicas relacionadas con la campaña, su impacto percibido y cualquier cambio en las actitudes y comportamientos de los jóvenes, así como también se incluirán preguntas sobre desafíos y sugerencias para futuras campañas, con una actitud flexible durante las entrevistas así se permitirá que los participantes expresen sus pensamientos y opiniones libremente, según Sampieri, (2010).

Anonimato y Confidencialidad: para que los entrevistados se sientan cómodos y protegidos se ofrecerá la opción de mantener su anonimato si lo desean, así se podrá obtener respuestas honestas y abiertas, según Sampieri, (2010).

Transcripción y Análisis: se desarrollará un proceso claro para transcribir y analizar las entrevistas. Para así poder lograr identificar temas y patrones emergentes.

Triangulación de Datos: se realizará triangulación de datos, esto se logrará comparando los datos estadísticos con las percepciones recopiladas a través de las entrevistas para obtener una comprensión más completa y robusta de los efectos de la campaña.

f. Instrumentos seleccionados:

Se realizarán revisiones, y análisis cuantitativo y cualitativo, investigación descriptiva, serán desarrollados de acuerdo a lo que plantean los autores Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P.:

Se hará la recolección y análisis de los datos cualitativos, se revisarán las publicaciones.

Se realizarán entrevistas, serán entrevistas semiestructuradas.

Obtención de datos provenientes de documentos y registros.

Triangulación de la recolección de datos, haciendo una comparación de las diferentes fuentes o métodos para validar los hallazgos. Como por ejemplo se revisarán las cifras estadísticas con respecto al porcentaje de suicidios en los jóvenes durante la campaña y seis posterior.

Organización de los datos, se organizarán los datos en tablas Excel para poder determinar las similitudes y generar estadísticas, las cuales servirán de insumos para la elaboración de gráficos

Ejemplificación y generación de gráficos de las cifras estadísticas y de algunos efectos de los fenómenos negativos que tiene el full conexión, así podremos presentar y dar a conocer los hallazgos, con esto ayudaremos a nuestros lectores a comprender de manera más visual y ejemplificadora los datos y resultados obtenidos en este análisis comunicacional.

Se realizará una grilla de análisis, para eso se ha diseñado una plantilla de evaluación en la cual se irá traspasando el desglose de cada dato, Se empleará una grilla de evaluación para poder analizar los contenidos de las publicaciones los cuales serán:

Pieza gráfica, fecha, que dice el mensaje, palabras claves; cantidad de reacciones, cantidad de comentarios y tipos de comentarios, con esto podremos encasillar y determinar cuáles fueron las publicaciones que tuvieron mayor visibilización y reacciones.

A su vez se realizarán entrevistas a los que participaron en la campaña como también a profesionales que interactúan con niños y jóvenes, para así poder conocer sus apreciaciones, comentarios, análisis y propuestas.

g. Construcción de instrumentos:

Grilla para Análisis Comunicacional de la Campaña Ministerial #CortaLaCadena en Instagram año 2021								
Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	103168	23 DE MARZO DE 2021	Que no seas complice al compartir o comentar imágenes de bromas pesadas o que afectan a otras personas	redes sociales, complice, ciberbullying, denuncia	0	3450	110	POSITIVOS 94; NEGATIVOS 2 Y OTROS 14

PLAN DE FUENTES:

A continuación, se presenta la estructura del mapa de fuentes, las cuales se encuentran directamente vinculadas con la temática a investigar y contribuyen al desarrollo del plan de trabajo, y consecuentemente a la investigación.

Por medio de sus testimonios, experiencias y reflexiones, los entrevistados nos podrán dar a conocer su mirada y percepción de la campaña.

1) **Fuentes Primaras:** Persona vinculada con la campaña comunicacional ministerial #CortaLaCadena:

Fuente:	<u>MARTINA ARANEDA</u>
Cargo o Responsabilidad	Estudiante de derecho y activista contra el ciberacoso,
Vínculo con la investigación	El relato de esta fuente, será un gran aporte, ya que ella nos contará su experiencia, conocimiento del tema, sus aprensiones, expectativas y desafíos, tanto del tema como también conocer cómo se sintió al ser parte de la campaña y cuál fue la sensación con la que se quedó una vez terminada la campaña, saber cuál fue su sensación post campaña y su evaluación de la misma.
Fuente	<u>RAÚL PACHECO</u>
Cargo o Responsabilidad	Presidente Directorio Fundación KATY SUMMER Consultor y coach organizacional, experto en liderazgo y evolución cultural.
Vínculo con el reportaje	La idea es que aporte dando a conocer los resultados y experiencias de las investigaciones y en especial con su relato por ser el padre de una joven que se quitó la vida a raíz de la violencia recibida a través de las redes sociales

2) **Fuentes Expertas:** personas que trabajan, interactúan y/o estudian e investigan, en torno a los adolescentes y jóvenes

Fuente	CAMILA ANDREA OLIVARES FORTUNATTI
Cargo o Responsabilidad	Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar
Vínculo con el reportaje	Fuente primaria, por ser un/a profesional que relaciona directamente con los niños y jóvenes, la idea es que dé a conocer su experiencia, conocimientos y acciones que en su Institución ha desarrollado
Fuente	DANIEL BUSTAMANTE
Cargo o Responsabilidad	Psicólogo, Magíster en Psicología Educativa, Orientador
Vínculo con el reportaje	Fuente primaria, por ser un/a profesional que relaciona directamente con los niños y jóvenes, la idea es que dé a conocer su experiencia, conocimientos y acciones que en su Institución ha desarrollado
Fuente	TAMARA MADARIAGA

Cargo o Responsabilidad	Psicóloga y profesora.
Vínculo con el reportaje	Fuente primaria, por ser un/a profesional que se relaciona directamente con la docencia e investigación de las los niños y jóvenes, la idea es que dé a conocer su experiencia, conocimientos relacionados con la investigación. y acciones que en su Institución ha desarrollado

2) Fuentes secundarias: apoderados de estudiantes que se vinculan con las redes sociales

Fuente	<u>NN (pidió reserva de identidad)</u>
Cargo o Responsabilidad	APODERADO DE ESTUDIANTE DE SEGUNDO MEDIO
Vínculo con el reportaje	Fuente secundaria, se relaciona por ser padre/madre de un joven de segundo medio, con el fin de que dé a conocer su experiencia y conocimientos del tema y como lo abordan con su hijo
Fuente	<u>VIRGINIA ARRIAGADA</u>
Cargo o Responsabilidad	APODERADO DE ESTUDIANTE DE TERCERO MEDIO
Vínculo con el reportaje	Fuente secundaria, se relaciona por ser padre/madre de un joven de segundo medio, con el fin de que dé a conocer su experiencia y conocimientos del tema y como lo abordan con su hijo
Fuente	<u>CLAUDIA GONZÁLEZ</u>
Cargo o Responsabilidad	APODERADO DE ESTUDIANTE DE CUARTO MEDIO
Vínculo con el reportaje	Fuente secundaria, se relaciona por ser padre/madre de un joven de segundo medio, con el fin de que dé a conocer su experiencia y conocimientos del tema y como lo abordan con su hijo

Pauta de Entrevista N° 1:

Entrevistador: María Eliana Leiva C.

Formato base para la entrevista MARTINA ARANEDA y RAÚL PACHECO

Tipo de Entrevista: semiestructurada, para recolección de datos cualitativos

<u>OBJETIVOS OPERATIVOS</u>	<u>TEMA A TRABAJAR</u>	<u>PREGUNTA</u>
1.Contextualización del entrevistado	Motivación de participación	¿Qué fue lo que la motivó a participar en la campaña?

2.Contextualización del entrevistado	Motivación de participación	¿Cuál es a su juicio el mensaje central de la campaña #CortaLaCadena en Instagram?
3.Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?
4.Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?
5. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cómo considera que la campaña se comunica con el adolescentes y jóvenes?
6. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?
7. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Estrategias utilizadas	¿Qué estrategias de comunicación se emplean en la campaña para transmitir su mensaje? ¿Qué elementos visuales y de contenido utiliza la campaña #CortaLaCadena en Instagram?
8. Análisis de la percepción de los jóvenes sobre la visibilización de la campaña en la reducción del ciberbullying	Visibilización	¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?
9.Análisis de contenido y enfoque comunicacional	Contenido y objetivos	¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la organización o causa que la respalda? ¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

Pauta de Entrevista N° 2:

Entrevistador: María Eliana Leiva C.

Formato base para la entrevista a DANIEL BUSTAMANTE, TAMARA MADARIAGA, MAGALI QUISBERT Y ROCÍO MARTÍNEZ.

Tipo de Entrevista: semiestructurada, para recolección de datos cualitativos

<u>OBJETIVOS OPERATIVOS</u>	<u>TEMA A TRABAJAR</u>	<u>PREGUNTA</u>
1.Contextualización del entrevistado	Motivación de participación	¿Conoce Usted la Campaña #CortaLaCadena" en Instagram?
2.Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?

3. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?
4. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?
5. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?
6. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Estrategias utilizadas	¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?
7. Análisis de la percepción de los jóvenes sobre la visibilización de la campaña en la reducción del ciberbullying	Visibilización	¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?
9. Análisis de contenido y enfoque comunicacional	Contenido y objetivos	¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece? ¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

Pauta de Entrevista N° 3:

Entrevistador: María Eliana Leiva C.

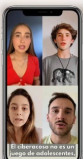
Formato base para la entrevista APODERADOS/AS

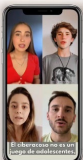
Tipo de Entrevista: semiestructurada, para recolección de datos cualitativos


<u>OBJETIVOS OPERATIVOS</u>	<u>TEMA A TRABAJAR</u>	<u>PREGUNTA</u>
1. Contextualización del entrevistado	Motivación de participación	¿Conoce Usted la Campaña #CortaLaCadena en Instagram?
2. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?
3. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?
4. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?
5. Análisis del contenido y enfoque comunicacional	Contenido de la campaña	¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

- profesora y experta en temas de diseño y curricular, que actualmente se desempeña en el Ministerio de Educación.
- Un académico experto en diseño curricular y académico por horas de clases USACH
- Académico, experto en temas de gestión y educación, actualmente director del Programa de Magíster en Educación Mención y Liderazgo Educacional
- Psicóloga Clínica y estudiante del programa de Magíster en Psicología Educacional
- Psicóloga Infanto Juvenil, se entrevistó, pero no conoció la campaña

Grillas:

Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	103168	23 DE MARZO DE 2021	Que no seas cómplice al compartir o comentar imágenes de bromas pesadas o que afectan a otras personas	redes sociales, cómplice, cyberbullying, denuncia	0	3450	110	POSITIVOS 94; NEGATIVOS 2 Y OTROS 14

Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	352111	23 DE MARZO DE 2021	Que no seas cómplice al compartir o comentar imágenes de bromas pesadas o que afectan a otras personas	redes sociales, cómplice, cyberbullying, denuncia, coincidencia	0	4241	125	Positivos 94 Negativos 10 sin categorizar 5

Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	-	23 DE MAYO DE 2023	Que se corte la cadena del ciberacoso y entrega de recursos de denuncia y de apoyo	ciber acoso, denuncia, apoyo y violencia digital	0	38	0	

10. APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS

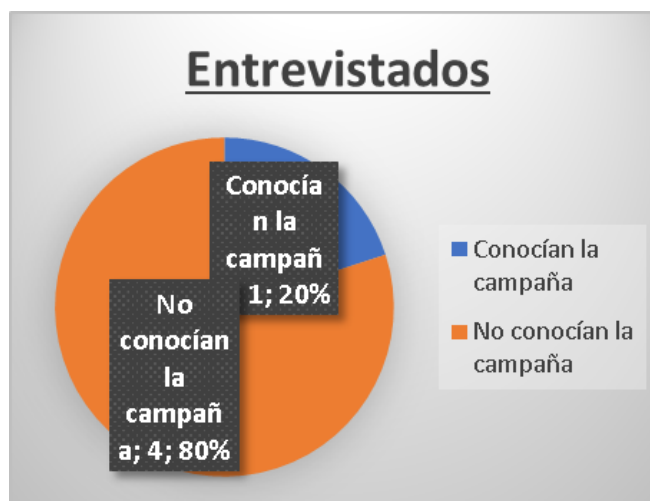
En esta fase, se llevó a cabo la aplicación de entrevistas como principal instrumento de recolección de datos. Las respuestas obtenidas fueron meticulosamente registradas en una planilla Excel, permitiendo un desglose detallado de las opiniones, sensaciones y sugerencias expresadas por los participantes. Este proceso allanó el camino para la realización de un análisis exhaustivo, abordando tanto aspectos cualitativos como cuantitativos.

11. ANÁLISIS DE INSTRUMENTOS

Las entrevistas, al ser traspasadas a la mencionada planilla Excel, fueron sometidas a un análisis cualitativo en el que se identificaron patrones, tendencias y matices en las respuestas. Además, se llevó a cabo un análisis cuantitativo de determinados parámetros, datos y conceptos clave. Este enfoque mixto permitió una comprensión integral de las percepciones de los participantes.

Adicionalmente, se inició el análisis de algunas publicaciones relacionadas con el tema, complementando así la información recabada de las entrevistas y enriqueciendo el marco de referencia para la investigación.

Se determinó que sólo un 20% de las personas entrevistadas conocían la campaña:



Así mismo, aportar que, el objetivo general de este trabajo se cumple sólo en parte dado a que en el transcurso de la investigación se evidencia que hay aristas que no pudieron ser analizadas por que no se cumple lo esperado, no un plan de publicaciones en el tiempo, la campaña no tuvo la efectividad ni visibilización que se creía que había tenido, por lo tanto, se hace dificultoso hacer un análisis comunicacional, solo algunas áreas pudieron ser segmentadas y analizadas.

Con respecto a los objetivos específicos de esta investigación, se puede concluir que los tres objetivos propuestos, se lograron realizar y obtener, independientemente de que los resultados, estratégica y comunicacionalmente no fueron los esperados con respecto a la efectividad y visibilización de la campaña comunicacional #CortaLaCadena.

12. CONCLUSIONES

En el desarrollo y ejecución de la presente campaña comunicacional, se llevaron a cabo acciones de difusión y sociabilización de manera limitada, no se evidencia un plan de medios ni de publicaciones constante y permanente, fueron sólo algunas publicaciones las que se realizaron. Lo mismo, ocurre en el caso de las publicaciones en prensa, dado a que sólo se pudo evidenciar publicaciones cuando fue el lanzamiento de la campaña.

Con respecto a las publicaciones, tuvieron muy poco impacto, las reacciones fueron muy escasas si las comparamos con cualquier otra publicación de algún/a influencer del target al que apunta la campaña, no se puede precisar a qué se debió tan poca difusión ni permanencia de la campaña en los medios.

En el mismo contexto, se debe mencionar además que este análisis en un principio estaba orientado a las personas que conocían, habían visto y/o interactuado con la campaña, pero lamentablemente eso fue algo que no se logró alcanzar, fue complejo y sin resultados positivos ya que se consultó a muchos padres y/o cuidadores, y casi nadie la conocía y/o visto, igualmente con respecto a sus hijos/as y en el caso, de los expertos que se contactaron también fue dificultoso por lo mismo, por lo que se optó por dar otro enfoque a las entrevistas y convocar a expertos y si no conocían la campaña se les invitó a revisarla antes de responder nuestras interrogantes, de todos los entrevistados muy pocos fueron los que conocían la campaña.

A todos los entrevistados les pareció interesante la campaña, dos de ellos mencionan que les parece incompleto y sugieren nuevos temas y forma, casi todos coinciden en que la campaña les parece un tanto apropiada, sólo a uno le parece efectivo el medio, la mayoría desconoce el impacto y sugiere que se siga difundiendo en otras plataformas, que se conecta bien con el público objetivo, encuentran que es un mensaje directo, que se comunica bien y que es entregado por jóvenes, cosa que lo hace más cercano y empático.

A unos les llama la atención el contenido, a otros que sea lo mismo de otras campañas por lo que, cree que deja de tener impacto esperado, les llama la atención las diversas edades de los protagonistas y por último la elocuencia y pertinencia del mensaje, coinciden en que el contenido de la campaña es valioso, apropiado y relevante, así como también coinciden en que desconocen su impacto ya que cuatro de ellos no la conocían, piensan que los jóvenes resultaron indiferentes, otro y que la estadística no se ha modificado que los casos de bullying se mantienen en las mismas cifras y/o peores. Se releva que, es de suma importancia concientizar y visibilizar esta problemática que incluso puede llevar a los jóvenes al suicidio, no obstante, piensan que los esfuerzos no han sido suficientes y el problema se mantiene, si bien las instituciones se han organizado para desbaratar estos grupos, ha faltado hacer partícipe a una institución fundamental que es la familia, se sugiere que el tema sea abordado en distintos medios ya que el ciberbullying es efectuado no solo entre los adolescentes que también existen adultos que lo realizan

Por todo esto, podemos mencionar que los resultados obtenidos revelan una realidad desafiante: la campaña no logró generar el impacto anticipado.

Del mismo modo se hace necesario resaltar que imperativo reconocer la complejidad inherente al abordar el ciberbullying, un fenómeno arraigado en dinámicas sociales y virtuales multifacéticas. A pesar de la falta de cambios significativos medibles, este proceso no ha sido en vano. Las lecciones aprendidas, tanto en las estrategias exitosas como en las que resultaron menos efectivas, proporcionan una valiosa perspectiva para futuras iniciativas.

Esta experiencia subraya la necesidad de una continua búsqueda, adaptación y refinamiento en las estrategias de comunicación, así como la importancia de la comprensión profunda de la audiencia y del fenómeno que se aborda. Aunque los resultados de esta campaña fueron nulos en términos de cambios observables, constituye un punto de partida para reflexionar sobre la naturaleza dinámica y desafiante del ciberbullying.

En el camino hacia la prevención y mitigación de este fenómeno, esta investigación refuerza la idea de que la constancia y la innovación son esenciales. Los resultados nulos no deben considerarse como un punto final, sino como un llamado a la acción para evaluar y ajustar las estrategias en futuros esfuerzos contra el ciberbullying.

13. BIBLIOGRAFÍA

-Castells, Manuel, Artículo El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global.

-Eco, Umberto (2001). Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de investigación estudio y escritura. Barcelona: Gedisa. -Hensen, Klaus y Clark, Lynn (2014).

-Hernández Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (1998). Metodología de la investigación. Bogotá: McGraw Hill.

-L. Elías Arab Dr. a b, G. Alejandra Díaz Ps., (2015) Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos.

Publicaciones ligadas a la investigación:

Chile:

2021:

-Campaña comunicacional ministerial #cortalacadena:
<https://www.instagram.com/explore/tags/cortalacadena/>

-Noticia acerca de la campaña comunicacional #cortalacadena:
<https://msgg.gob.cl/wp/2021/03/23/gobierno-lanza-campana-cortalacadena-contr-el-ciberacoso/>

-Noticia acerca de la campaña comunicacional:
<https://www.elperiodista.cl/2021/03/gobierno-lanza-campana-cortalacadena-contr-ciberacoso/>

2020:

-Encuesta nacional sobre ciber acoso:
<https://www.statknows.com/fundacionkatysummerpublico>

2019:

-Noticia <https://enlinea.santotomas.cl/blog-expertos/dia-del-cyberbullying-conozcamos-mas-acerca-la-legislacion/>

2018:

-Video extracto de capítulo programa de tv: video de reflexión Bullying:
https://www.youtube.com/watch?v=BT1FDkJQs_0

España:

-2021: Campaña para prevenir el acoso escolar y el ciberacoso: "No mires para otro lado, actúa": <https://www.youtube.com/watch?v=NALSmeYGZ1w>

2020:

[-Corto sobre Bullying y acoso en las aulas: "No Juegues Conmigo" - YouTube](#)

14. ANEXOS

- Entrevistas, audios y grilla.

Entrevista N° 1

Apoderada Virginia Arriagada, tía de estudiante de 3 medio

1 Conoce Usted la Campaña "#Corta la Cadena" en Instagram?

- No, pero la quise conocer cuando me contactaron y me comentaron sobre la entrevista.

2 ¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?

- Encuentro que es acorde a una situación que se vive actualmente en la adolescencia ya que ahí empiezan a percibir el mundo de otra manera y es donde más se ve reflejado el acoso por parte de compañeros o inclusive amigos sumándole las herramientas tecnológicas que fomentan estas actitudes

3 ¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?

El mensaje se transmite de una manera muy rápida y dinámica, siendo un mensaje fácil de entender

4 ¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?

- Las redes sociales son una herramienta práctica que tiene acceso la mayor parte de la población, por lo que es una buena manera de transmitir el mensaje

5 ¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

- Que se diera ejemplo y decir no a distintas acciones que engloba el acoso.

6 ¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña?

- Se espera ser de ayuda

7 ¿Conoce otra campaña similar?

- No ninguna, y si hay, mientras más mejor.

8 ¿Cómo considera Usted que reaccionó su hijo/a al ver la campaña?

- Indiferente ya que el daño ya está, pero siente que ayudará de alguna forma

9 ¿Cómo se alinea la campaña con los valores y crianza que usted entrega a su hijo/a?

- es parte de los valores entregados, ya que no toleramos el acoso, Bullying ni maltratos de ninguna parte

10 ¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

Es una buena oportunidad de transmitir un mensaje muy claro sobre no al acoso ni maltrato, sobre todo ahora que las redes sociales son una herramienta ya instaurada en nuestro día a día.

Entrevista N° 2

Apoderada Claudia González, madre de estudiante de 4 Medio

1 ¿Conoce Usted la Campaña #Corta la Cadena" en Instagram?

Si, lamentablemente conozco de cerca el tema.

2 ¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?

Creo que el contenido se expresa de manera clara y fácil de entender, es sumamente importante mostrar las consecuencias reales y que los adolescentes comprendan la gravedad del problema.

3 ¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?

Excelente iniciativa ya que los jóvenes de hoy no pueden vivir sin redes sociales y esta campaña llega de manera rápida y a un gran número de personas.

4 ¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?

Campaña clara donde los adolescentes pueden captar su atención de inmediato, de esta manera es más fácil que se involucren y piensen dos veces antes de decir o hacer algo que pueda dañar a los demás.

5 ¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

Si bien es cierto está campaña viene desde mucho antes, los testimonios de personas reales que han sufrido Bullying y sus consecuencias hacen que los jóvenes puedan empatizar y comprender el dolor que pueden llegar a sentir los adolescentes.

6 ¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña?

Poco, falta más difusión.

7 ¿Conoce otra campaña similar? Si, de algunos colegios #noseascomplice #cortalacadenadeviolencia

8 ¿Cómo considera Usted que reaccionó su hijo/a al ver la campaña?

Con pena ya que fue revivir situaciones que vivió

9. ¿Cómo se alinea la campaña con los valores y crianza que usted entrega a su hijo/a?

Refuerza los valores de empatía, respeto y solidaridad que he tratado de inculcar a mi hijo

10. ¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

Es fundamental que los padres, educadores y la sociedad en general trabajemos juntos para crear un ambiente donde los niños y adolescentes se sientan seguros.

Entrevista N° 03

Apoderado estudiante 4 Medio, Colegio Pedro de Valdivia, Agustinas Santiago, pidió mantener su nombre en reserva

Pregunta

1 ¿conoce usted la campaña "#corta la cadena" en Instagram? Sí

2 ¿cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram? Pobre sin emotividad que es lo que debiera ser para provocar algún sentimiento y con ello el cambio de actitud

3 ¿cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram? Si la efectividad se midiera al menos por los comentarios o boca a boca, creo que no mucho pq no recuerdo que se hiciera tan conocido el término "corta la cadena" (no recuerdo que haya sido viral)

4 ¿cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes? Creo que le faltó involucramiento. Mencionar hechos y terminar con una persona diciendo lo que todos sabemos, no me parece que haya sido lo más recomendable para los jóvenes. Los jóvenes le creen y empatizan más con naya fácil contando el bullying que sufrió que con jóvenes "nn" que probablemente son actores/extras pagados

5 ¿qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención? El slogan

6 ¿considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? No creo

7 ¿conoce otra campaña similar? He visto en RRSS campañas extranjeras muy potentes (una francesa en donde la mamá es citada por el colegio ya que su hija había agredido a una compañera, pero al final la mamá la apoya porque se defendió)

8 ¿cómo considera usted que reaccionó su hijo/a al ver la campaña? no le impactó ya que lo comentamos y me dijo que eso era obvio (no se debe hacer bullying)

9 ¿cómo se alinea la campaña con los valores y crianza que usted entrega a su hijo/a? Mi hija sufrió bullying de sus propias amigas (no golpes, pero sí indiferencia y mirar en menos sus logros).

10 ¿desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista? Este tipo de campañas debe abarcar a todos los involucrados y no debe enfocarse sólo en la burla evidente o el golpe físico. El menoscabo "silencioso" también debió ser considerado. Me refiero, por ej la "ley del hielo", el invalidar la opinión del otro, el confabular con otros para ignorar a alguien.

Usen influencers contando sus historias de bullying tanto las que sufrieron como las que hicieron (muchas veces sin querer)

Entrevistado 1 Daniel Bustamante // Psicólogo, Magíster en Psicología Educacional, Orientador

¿Conoce Usted la Campaña #Corta la Cadena" en Instagram?

Sí

¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?

interesante pero incompleto

¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?

Instagram cada vez es más utilizado me parece un buen canal de difusión

¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?

pienso que se conecta bien

¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

me llama la atención de la campaña que todo es relativo, podríamos ser víctimas o victimarios sin darnos cuenta

¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?

la verdad no estoy seguro del impacto, pienso que es de bajo impacto, no conozco o recuerdo otras campañas, si instituciones que se dedican a ponerle freno al ciberacoso como la fundación Summer y stop Bullying

¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?

pienso yo que indiferentes

¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece? en mi caso personal, que trabajo en convivencia escolar, es de suma importancia concientizar y visibilizar esta problemática que incluso puede llevar a los jóvenes al suicidio, no obstante, pienso que los esfuerzos no han sido suficientes y el problema se mantiene, yo pienso que si bien las instituciones se han organizado para desbaratar estos grupos, ha faltado hacer participe a una institución fundamental que es la familia, no alcanzando la adherencia de esta en las convocatorias sobre ciber acoso, debemos generar nuevas y novedosas estrategias que nos permitan incorporar a la familia, debido que es aquí donde se deben instaurar valores fundamentales como el respeto y la inclusión.

¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

La falta de estos valores en la sociedad nos evidencia que las familias se encuentran en crisis y adolecen de estos conceptos.

Entrevistado 2 // Camila Andrea Olivares Fortunatti / Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar

¿Conoce Usted la Campaña "#Corta la Cadena" en Instagram?

No lo conocía

¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?

Mi opinión es que encuentro muy buena iniciativa para que los y las estudiantes conozcan donde pueden denunciar un cyber acoso.

¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?

Mi percepción es que se difunda el video.

¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?

Considero que se comunica bien ya que deja en claro que no es divertido molestar.

¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

Todos me llamaron la atención ya que son todos los tipos de cyberbullyng que hacen los jóvenes

¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?

Si es de mucha ayuda la campaña, No conozco otra campaña

¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?

¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece?

¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

Tengo una observación al final del video no aparecen las letras

Entrevistada 3. Magali Quisbert, Psicóloga Educacional, nacionalidad Boliviana, en Chile desde marzo de 2023.

¿Conoce Usted la Campaña "#Corta la Cadena" en Instagram? No conocía la campaña

¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram? Me parece interesante, pero no es claro lo que si es y no es cyber acoso.

¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?

Me parece que ya han habido otras campañas similares, pero desconozco el impacto.

¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?

Al ser jóvenes quienes aparecen en la campaña, es probable que el objetivo haya sido la identificación de la población objetivo.

¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

Nada en particular, reitero que me parece una campaña cuyo contenido se parece a otras, y por tanto deja de tener impacto.

¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?

Campañas en mi país u otras en redes sociales que he visto de paso, son similares

¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?

Desconozco cómo ha reaccionado la gente joven a la campaña

¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece?

¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?

Entrevistada 4. Rocío Martínez Martínez, Socióloga Independiente

Preguntas:

¿Conoce Usted la Campaña "#Corta la Cadena" en Instagram?
No la conocía, es primera vez que veo algo relacionado al hashtag

¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?
Pienso que es muy necesario y favorecedor, sobretodo si se considera que la edad de las personas es variada dentro de la propaganda de la campaña, permite sentir que es un tema que se hace presente no solo en la población adolescente o infantil. Concientizar a la gente desde personas cercanas o rostros conocidos me parece importante.

¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?
No considero que hacer la campaña desde Instagram para evitar el bullying en redes sociales sea muy efectivo, pues se trata el problema desde la base de la causa negativa. Considero que podría ser mejor partir desde los medios tradicionales.

¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?
El mensaje es conciso, creo que es una buena forma de comunicar el fin de la campaña.

¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?
Me llamó la atención que la campaña tiene personas de diversas edades, haciendo entender que el bullying por rrss no solo es en población joven.

¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?
Totalmente relevante, las rrss hoy son medio de mucho impacto, y es importante propagar la idea de que sea un espacio seguro.

¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?
Considerandome audiencia joven, de forma positiva

¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece?
Mi primera institución, y por consiguiente la más cercana, es mi familia, y si se alinea con mis valores sobre el respeto y los límites en mis comentarios, sin dejar de clarificar lo que siento pero desde el respeto.

¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?
Quizás sería importante entender a esta campaña con el público propio de las rrss y no solo desde el aspecto de mejorar por población joven. Hay adultos que utilizan las redes sociales para agredir de formas similares o iguales a las que sin tristemente comunes. El hostigamiento y acoso no debería quedar fuera de estudio o campaña.

Entrevistada 5. Tamara Madariaga, Psicóloga y profesora

¿Conoce Usted la Campaña "#Corta la Cadena" en Instagram?

No la conocía.

¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?

me parecen muy buenas las intervenciones de los jóvenes, porque además de la pertinencia del contenido, el mensaje es más cercano para sus pares

¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?

No tengo claro cuál habrá sido la efectividad de la campaña, porque hasta hoy no la conocía.

¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?

Tal como lo dije antes, me parece que el hecho de que los mensajes sean dichos elocuentemente por adolescentes y jóvenes, lo hace más cercano y empático.

¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?

La elocuencia y pertinencia del mensaje

¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?

No sé cómo funcionó en su momento.

¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?

Me parece que la estadística no se ha modificado mucho desde el momento en que se utilizó la campaña hasta la fecha

¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece? Se alinea con los valores y objetivos misionales de la USACH, toda vez que promueve el respeto a los derechos de las personas y al mismo tiempo promueve la no discriminación.


¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?


no


Carta Gant Plan de Trabajo Análisis Comunicacional

ACCIÓN	ago-23	sept-23	oct-23	nov-23	dic-23
Revisión Bibliográfica					
Análisis de Contenidos					
Creación, producción y realización de Entrevistas					
Triángulación de datos					
Redacción del Informe					
Revisión y Edición					
Finalización					

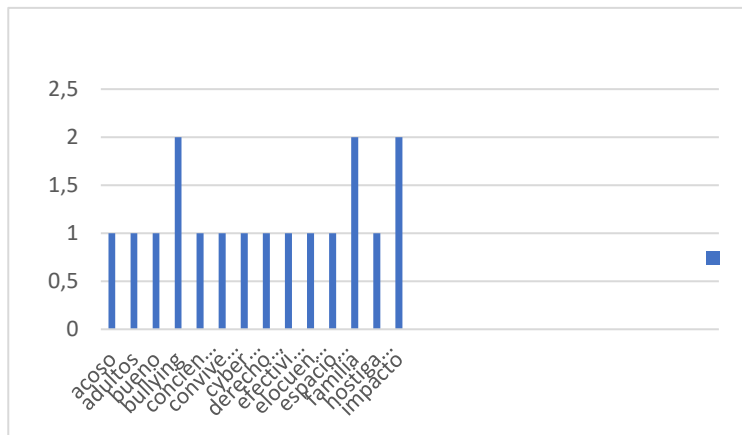
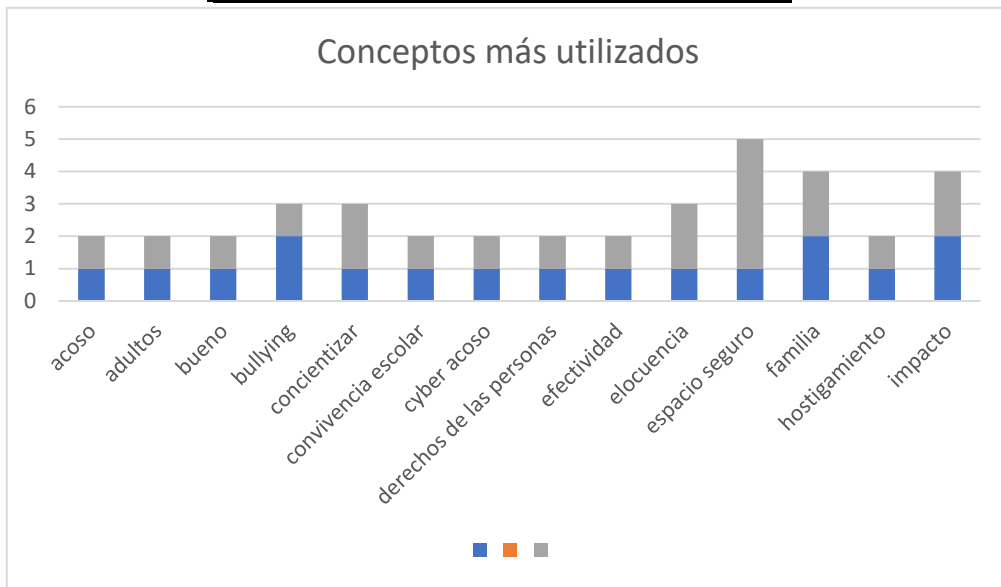
**Grilla para Análisis Comunicacional de la Campaña Ministerial
#CortaLaCadena en Instagram año 2021**

Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	103168	23 DE MARZO DE 2021	Que no seas complice al compartir o comentar imágenes de bromas pesadas o que afectan a otras personas	redes sociales, complice, ciberbullying, denuncia	0	3450	110	POSITIVOS 94; NEGATIVOS 2 Y OTROS 14

Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	352111	23 DE MARZO DE 2021	Que no seas complice al compartir o comentar imágenes de bromas pesadas o que afectan a otras personas	redes sociales, complice, ciberbullying, denuncia, coincencia	0	4241	125	Positivos 94 Negativos 10 sin categorizar 5

Pieza Gráfica	Reproducciones	fecha	que dice el mensaje	palabras claves	Reiteración de palabras	Cantidad de reacciones	Cantidad de Comentarios	Tipos de Comentario
	-	23 DE MAYO DE 2023	Que se corte la cadena del ciber acoso y entrega de recursos de denuncia y de apoyo	ciber acoso, denuncia, apoyo y violencia digital	0	38	0	-

CONCEPTOS MÁS UTILIZADOS			
acoso	1	indiferencia	1
adultos	1	Instagram	1
bueno	1	interesante	1
bullying	2	intervenciones	1
concientizar	1	jóvenes	2
convivencia escolar	1	límites	1
cyber acoso	1	mensaje	1
derechos de las personas	1	percepción	1
efectividad	1	personas	1
elocuencia	1	pertinencia	2
espacio seguro	1	redes sociales	4
familia	2	respeto	2
hostigamiento	1	sociedad	1
impacto	2	valores	2



ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A APODERADOS

PREGUNTAS	Entrevistado 1 Virginia Arriagada	Entrevistado 2 Claudia González	Entrevistado 3 NN	CONCLUSIONES	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
Pregunta 1									
Conoce Usted la Campaña "#CortaLaCadena" en Instagram?	No, pero la quise conocer cuando me contactaron y me comentaron sobre la entrevista.	Si, lamentablemente conozco de cerca el tema.	Si	en esta pregunta podemos concluir que dos padres conocen la campaña	Este estudio tiene como objetivo principal analizar la campaña ministerial "#CortaLaCadena" en Instagram durante el año 2021 en Chile y	se cumple o apunta hacia el objetivo			
Pregunta 2									
¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?	Encuentro que es acorde a una situación que se vive actualmente en la adolescencia ya que ahí empiezan a percibir el mundo de otra manera y es donde más se ve reflejado el acoso por parte de compañeros o inclusive amigos sumándole las herramientas tecnológicas que fomentan estas actitudes	Creo que el contenido se expresa de manera clara y fácil de entender, es sumamente importante mostrar las consecuencias reales y que los adolescentes comprendan la gravedad del problema.	Pobre sin emotividad que es lo que debiera ser para provocar algún sentimiento y con ello el cambio de actitud	la mayoría coincide que es un aporte en cambio uno indica que es pobre y sin emotividad	se cumple o apunta hacia el objetivo	<table border="1"> <tr> <td>1. Realizar un análisis detallado del contenido y enfoque comunicacional de la campaña #CortaLaCadena en Instagram.</td> <td>2. Evaluar cómo repercutió en los jóvenes la campaña comunicacional.</td> <td>3. Estudiar la percepción de los expertos y apoderados entorno a cómo la campaña impactó en el público objetivo.</td> </tr> </table>	1. Realizar un análisis detallado del contenido y enfoque comunicacional de la campaña #CortaLaCadena en Instagram.	2. Evaluar cómo repercutió en los jóvenes la campaña comunicacional.	3. Estudiar la percepción de los expertos y apoderados entorno a cómo la campaña impactó en el público objetivo.
1. Realizar un análisis detallado del contenido y enfoque comunicacional de la campaña #CortaLaCadena en Instagram.	2. Evaluar cómo repercutió en los jóvenes la campaña comunicacional.	3. Estudiar la percepción de los expertos y apoderados entorno a cómo la campaña impactó en el público objetivo.							
Pregunta 3									

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A APODERADOS

PREGUNTAS	Entrevistado 1 Virginia Arriagada	Entrevistado 2 Claudia González	Entrevistado 3 NN	CONCLUSIONES	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?	El mensaje se transmite de una manera muy rápida y dinámica, siendo un mensaje fácil de entender	Excelente iniciativa ya que los jóvenes de hoy no pueden vivir sin redes sociales y esta campaña llega de manera rápida y a un gran número de personas.	Si la efectividad se midiera al menos por los comentarios o boca a boca, creo que no mucho pq no recuerdo que se hiciera tan conocido el término "corta la cadena" (no recuerdo que haya sido viral)	la mayoría tiene una percepción positiva	se cumple o apunta hacia el objetivo	
Pregunta 4						
¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?	Las redes sociales son una herramienta práctica que tiene acceso la mayor parte de la población, por lo que es una buena manera de transmitir el mensaje	Campaña clara donde los adolescentes pueden captar su atención de inmediato, de esta manera es más fácil que se involucren y piensen dos veces antes de decir o hacer algo que pueda dañar a los demás.	Creo que le faltó involucramiento. Mencionar hechos y terminar con una persona diciendo lo que todos sabemos, no me parece que haya sido lo más recomendable para los jóvenes. Los jóvenes le creen y empatizan más con naya fácil contando el bullying que sufrió que con jóvenes "nn" que probablemente son actores/extras pagados	La mayoría de los padres entrevistados les parece que el mensaje es apropiado y que se logra comunicar el objetivo de la campaña.	se cumple o apunta hacia el objetivo	
Pregunta 5						

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A APODERADOS

PREGUNTAS	Entrevistado 1 Virginia Arriagada	Entrevistado 2 Claudia González	Entrevistado 3 NN	CONCLUSIONES	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?	Que se diera ejemplo y decir no a distintas acciones que engloba el acoso.	Si bien es cierto está campaña viene desde mucho antes, los testimonios de personas reales que han sufrido Bullying y sus consecuencias hacen que los jóvenes puedan empatizar y comprender el dolor que pueden llegar a sentir los adolescentes.	El slogan	En este item no hay coincidencia, les llamó la atención las acciones, los testimonios, las consecuencias y el slogan	se cumple o apunta hacia el objetivo	
Pregunta 6						
¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña?	Se espera ser de ayuda	Poco, falta más dif	No creo	La mayoría considera que no fue relevante ni de ayuda, ya que piensan que faltó difusión.	no se cumple	
Pregunta 7						
¿Conoce otra campaña similar?	- No ninguna, y si hay, mientras más mejor.	Si, de algunos colegios #noseascomplice #cortalacadenade violencia	He visto en RRSS campañas extranjeras muy potentes (una francesa en donde la mamá es citada por el colegio ya que su hija había agredido a una compañera, pero al final la mamá la apoya porque se defendió)	La mayoría menciona que conocía otras campañas	no aplica	
Pregunta 8						

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A APODERADOS

PREGUNTAS	Entrevistado 1 Virginia Arriagada	Entrevistado 2 Claudia González	Entrevistado 3 NN	CONCLUSIONES
¿Cómo considera Usted que reaccionó su hijo/a al ver la campaña?	Indiferente ya que el daño ya está, pero siente que ayudará de alguna forma	Con pena ya que fue revivir situaciones que vivió	no le impactó ya que lo comentamos y me dijo que eso era obvio (no se debe hacer bullying)	No hay coincidencias en las reacciones para uno fue indiferente, a otro le dio pena, porque evocó a sus recuerdos y la tercera cero impactó porque indicó que le pareció obvio y nada nuevo que no se sepa ya
Pregunta 9				
¿Cómo se alinea la campaña con los valores y crianza que usted entrega a su hijo/a?	es parte de los valores entregados, ya que no toleramos el acoso, Bullying ni maltratos de ninguna parte	Refuerza los valores de empatía, respeto y solidaridad que he tratado de inculcar a mi hijo	Mi hija sufrió bullying de sus propias amigas (no golpes, pero sí indiferencia y mirar en menos sus logros).	A todos les hace sentido la campaña por que se alinea con los valores y crianza entregado a sus hijos
Pregunta 10				

OBJETIVO GENERAL
se cumple medianamente

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

se cumple o apunta hacia el objetivo

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A APODERADOS

PREGUNTAS	Entrevistado 1 Virginia Arriagada	Entrevistado 2 Claudia González	Entrevistado 3 NN	CONCLUSIONES	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>10 ¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?</p>	<p>Es una buena oportunidad de transmitir un mensaje muy claro sobre no al acoso ni maltrato, sobre todo ahora que las redes sociales son una herramienta ya instaurada en nuestro día a día.</p>	<p>Es fundamental que los padres, educadores y la sociedad en general trabajemos juntos para crear un ambiente donde los niños y adolescentes se sientan seguros.</p>	<p>Este tipo de campañas debe abarcar a todos los involucrados y no debe enfocarse sólo en la burla evidente o el golpe físico. El "silencioso" también debió ser considerado. Me refiero, por ej la "ley del hielo", el invalidar la opinión del otro, el confabular con otros para ignorar a alguien. Usen influencers contando sus historias de bullying tanto las que sufrieron como las que hicieron (muchas veces sin querer)</p>	<p>Hay coincidencias que es una buena oportunidad de transmitir mensajes a los adolescentes, pero además hacen un llamado a que los padres y/o cuidadores, educadores y sociedad se involucren y que trabajen en conjunto para crear ambientes mejores para los niños/as y adolescentes de hoy.</p>	<p>se cumple o apunta hacia el objetivo</p>	

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Preguntas:	Entrevistado 1 Daniel Bustamante // Psicólogo, Magíster en Psicología Educativa, Orientador	Entrevistado 2 // Camila Andrea Olivares Fortunatti / Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar	Entrevistada 3. Magali Quisbert, Psicóloga Educativa, Boliviana	Entrevistada 4. Rocío Martínez Martínez, Socióloga Independiente	Entrevistada 5. Tamara Madariaga, Psicóloga y profesora	CONCLUSIONES	CONCEPTOS
¿Conoce Usted la Campaña "#Corta la Cadena" en Instagram?	Sí	No lo conocía	No conocía la campaña	No la conocía, es primera vez que veo algo relacionado al hashtag	No la conocía.	La mayoría no la conocía de 5 entrevistados 1 conocía la campaña	no aplica
¿Cuál es su opinión sobre el contenido publicado en la campaña en Instagram?	Interesante pero incompleto	Mi opinión es que encuentro muy buena iniciativa para que los y las estudiantes conozcan donde pueden denunciar un cyber acoso.	Me parece interesante, pero no es claro lo que sí es y no es cyber acoso.	Pienso que es muy necesario y favorecedor, sobretodo si se considera que la edad de las personas es variada dentro de la propaganda de la campaña, permite sentir que es un tema que se hace presente no solo en la población adolescente o infantil. Concientizar a la gente desde personas cercanas o rostros conocidos me parece importante.	me parecen muy buenas las intervenciones de los jóvenes, porque además de la pertinencia del contenido, el mensaje es más cercano para sus pares.	A todos los entrevistados les pareció interesante la campaña, dos de ellos mencionan que les parece incompleto y sugieren nuevos temas y forma	interesante, bueno, cyber acoso, concientizar, pertinencia, intervenciones
¿Cuál es su percepción sobre la efectividad de la campaña en Instagram?	Instagram cada vez es más utilizado me parece un buen canal de difusión	Mi percepción es que se difunda el video.	Me parece que ya han habido otras campañas similares, pero desconozco el impacto.	No considero que hacer la campaña desde Instagram para evitar el bullying en redes sociales sea muy efectivo, pues se trata el problema desde la base de la causa negativa. Considero que podría ser mejor partir desde los medios tradicionales.	No tengo claro cuál habrá sido la efectividad de la campaña, porque hasta hoy no la conocía.	casi todos coinciden en que la campaña les parece un tanto apropiada, de los 5 entrevistados sólo a uno le parece efectivo el medio, la mayoría desconoce el impacto y sugiere que se siga difundiendo en otras plataformas.	instagram, bullying, efectividad, redes sociales y percepción

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Preguntas:	Entrevistado 1 Daniel Bustamante // Psicólogo, Magíster en Psicología Educacional, Orientador	Entrevistado 2 // Camila Andrea Olivares Fortunatti / Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar	Entrevistada 3. Magali Quisbert, Psicóloga Educacional, Boliviana	Entrevistada 4. Rocío Martínez Martínez, Socióloga Independiente	Entrevistada 5. Tamara Madariaga, Psicóloga y profesora	CONCLUSIONES	CONCEPTOS
¿Cómo considera que la campaña se comunica con los adolescentes y jóvenes?	Pienso que se conecta bien	Considero que se comunica bien ya que deja en claro que no es divertido molestar.	Al ser jóvenes quienes aparecen en la campaña, es probable que el objetivo haya sido la identificación de la población objetivo.	El mensaje es conciso, creo que es una buena forma de comunicar el fin de la campaña.	Tal como lo dije antes, me parece que el hecho de que los mensajes sean dichos elocuentemente por adolescentes y jóvenes, lo hace más cercano y empático.	A todos los entrevistados les parece que la campaña se conecta bien con el público objetivo, encuentran que es un mensaje directo, que se comunica bien y que es entregado por jóvenes, cosa que lo hace más cercano y empático.	
¿Qué elementos o mensajes de la campaña le llamaron más la atención?	me llama la atención de la campaña que todo es relativo, podríamos ser víctimas o victimarios sin darnos cuenta	Todos me llamaron la atención ya que son todos los tipos de cyberbullying que hacen los jóvenes	Nada en particular, reitero que me parece una campaña cuyo contenido se parece a otras, y por tanto deja de tener impacto.	Me llamó la atención que la campaña tiene personas de diversas edades, haciendo entender que el bullying por rrrs no solo es en población joven.	La elocuencia y pertinencia del mensaje	en este tema no tenemos coincidencia de opiniones, unos les llama la atención el contenido, a otros que sea lo mismo de otras campañas por lo que, cree que deja de tener impacto; las diversas edades de los protagonistas y por último la elocuencia y pertinencia del mensaje	personas, bullying, redes sociales, impacto, jóvenes, elocuencia, pertinencia y mensaje
¿Considera que fue relevante y de ayuda esta campaña? ¿Conoce otra campaña similar?	la verdad no estoy seguro del impacto, pienso que es de bajo impacto, no conozco o recuerdo otras campañas, si instituciones que se dedican a ponerle freno al ciberacoso como la fundación Summer y stop Bullying	Si es de mucha ayuda la campaña, No conozco otra campaña	Campañas en mi país u otras en redes sociales que he visto de paso, son similares	Totalmente relevante, las rrrs hoy son medio de mucho impacto, y es importante propagar la idea de que sea un espacio seguro.	No sé cómo funcionó en su momento.	Los entrevistados coinciden en que el contenido de la campaña es valioso, apropiado y relevante, así como también coinciden en que desconocen su impacto ya que cuatro de ellos no la conocían.	redes sociales, impacto y espacio seguro

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Preguntas:	Entrevistado 1 Daniel Bustamante // Psicólogo, Magíster en Psicología Educativa, Orientador	Entrevistado 2 // Camila Andrea Olivares Fortunatti / Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar	Entrevistada 3. Magali Quisbert, Psicóloga Educativa, Boliviana	Entrevistada 4. Rocío Martínez Martínez, Socióloga Independiente	Entrevistada 5. Tamara Madariaga, Psicóloga y profesora	CONCLUSIONES	CONCEPTOS
¿Cómo ha reaccionado la audiencia joven a la campaña?	pienso yo que indiferentes		Desconozco cómo ha reaccionado la gente joven a la campaña	Considerandome audiencia joven, de forma positiva	Me parece que la estadística no se ha modificado mucho desde el momento en que se utilizó la campaña hasta la fecha.	Con respecto a esta pregunta, no hay coincidencia en las respuestas ya que piensan que los jóvenes resultaron indiferentes, otro desconoce la reacción, que la estadística no se ha modificado que los casos de bullying se mantienen en las mismas cifras y por último uno indica que la considera apropiada.	indiferencia, jóvenes y Bullying

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Preguntas:	Entrevistado 1 Daniel Bustamante // Psicólogo, Magíster en Psicología Educacional, Orientador	Entrevistado 2 // Camila Andrea Olivares Fortunatti / Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar	Entrevistada 3. Magali Quisbert, Psicóloga Educacional, Boliviana	Entrevistada 4. Rocío Martínez Martínez, Socióloga Independiente	Entrevistada 5. Tamara Madariaga, Psicóloga y profesora	CONCLUSIONES	CONCEPTOS
<p>¿Cómo se alinea la campaña con los valores y objetivos de la Institución a la cual Usted pertenece? ¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?</p>	<p>en mi caso personal, que trabajo en convivencia escolar, es de suma importancia concientizar y visibilizar esta problemática que incluso puede llevar a los jóvenes al suicidio, no obstante, pienso que los esfuerzos no han sido suficientes y el problema se mantiene, yo pienso que si bien las instituciones se han organizado para desbaratar estos grupos, ha faltado hacer participe a una institución fundamental que es la familia, no alcanzando la adherencia de esta en las convocatorias sobre ciber acoso, debemos generar nuevas y novedosas estrategias que nos permitan incorporar a la familia, debido que es aquí donde se deben instaurar valores fundamentales como el respeto y la inclusión.</p>			<p>Mi primera institución, y por consiguiente la más cercana, es mi familia, y si se alinea con mis valores sobre el respeto y los límites en mis comentarios, sin dejar de clarificar lo que siento pero desde el respeto.</p>	<p>Se alinea con los valores y objetivos misionales de la USACH, toda vez que promueve el respeto a los derechos de las personas y al mismo tiempo promueve la no discriminación.</p>	<p>Los respuestas coinciden en que es de suma importancia concientizar y visibilizar esta problemática que incluso puede llevar a los jóvenes al suicidio, no obstante, pienso que los esfuerzos no han sido suficientes y el problema se mantiene, yo pienso que si bien las instituciones se han organizado para desbaratar estos grupos, ha faltado hacer participe a una institución fundamental que es la familia</p>	<p>límites, respeto, valores convivencia escolar, familia, respeto y derechos de las personas</p>

ANÁLISIS DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Preguntas:	Entrevistado 1 Daniel Bustamante // Psicólogo, Magíster en Psicología Educacional, Orientador	Entrevistado 2 // Camila Andrea Olivares Fortunatti / Trabajadora Social, Liceo Centro educativo República Mexicana, Trabajadora social de convivencia escolar	Entrevistada 3. Magali Quisbert, Psicóloga Educacional, Boliviana	Entrevistada 4. Rocío Martínez, Socióloga Independiente	Entrevistada 5. Tamara Madariaga, Psicóloga y profesora	CONCLUSIONES	CONCEPTOS
¿Desea aportar algo más como cierre o resumen de nuestra entrevista?	La falta de estos valores en la sociedad nos evidencian que las familias se encuentran en crisis y adolecen de estos conceptos.	Tengo una observación al final del video no aparecen las letras		Quizás sería importante entender a esta campaña con el público propio de las rrss y no solo desde el aspecto de mejorar por población joven. Hay adultos que utilizan las redes sociales para agredir de formas similares o iguales a las que sin tristemente comunes. El hostigamiento y acoso no debería quedar fuera de estudio o campaña.	no	las respuestas son diversas unos apuntan al rol de la familia, otro a un detalle de edición del video y la última sugiere que el tema sea abordado en distintos medios ya que el ciberbullying es efectuado no solo entre los	valores, redes sociales, adultos, hostigamiento, acoso, familia, sociedad y crisis.

Pregunta N° 1

Entrevistados	%
Conocían la campaña	20 %
No conocían la campaña	80 %
Total	100 %

Entrevistados	Cantidad
Conocían la campaña	1
No conocían la campaña	4
Total	5

