



Serie de toolboxes de la REPD

Nº. 15

# Prevención de la victimización de menores en la era digital

## Concienciación y cambio de comportamiento

Parte del proyecto «The further implementation of the MAS of the EUCPN and the Informal Network on the Administrative Approach» - Secretaría de la REPD, septiembre de 2019, Bruselas



Con el apoyo financiero del Fondo de Seguridad Interior-Policía de la Unión Europea

## Aviso legal

El contenido de esta publicación no refleja necesariamente la opinión oficial de ningún Estado miembro de la UE ni de ningún organismo o institución de la Unión Europea o de las Comunidades Europeas.

## Autores/editores

Stijn Aerts, Oficial de Investigación, Secretaría de la REPD.

## Resumen ejecutivo

Esta toolbox se ocupa de la prevención en línea de la victimización de menores. Esto no debe confundirse con la prevención de los delitos en línea contra los niños. Construye Internet como un espacio para la prevención de la delincuencia en lugar de un espacio para la delincuencia.

Desde el surgimiento de Internet, el uso de los medios de comunicación y de las TIC por parte de los menores ha cambiado drásticamente, así como la infraestructura de Internet. La llegada de la web 2.0 alrededor de 2005 marcó un cambio hacia las experiencias en línea centradas en el usuario, el contenido creado por el usuario y el intercambio. Todo esto culminó con los medios sociales y las redes sociales. Además, la llegada de dispositivos portátiles y conexiones móviles asequibles causó una revolución móvil.

Los niños y adolescentes de hoy en día están en línea, durante mucho tiempo y en gran número. La mayoría de los adolescentes europeos tienen acceso diario y disfrutan de conexiones móviles. Las actividades en línea más populares entre los menores son las redes sociales, escuchar música y ver vídeos, así como la mensajería instantánea. Estudios recientes revelan que los niños se conectan a Internet a edades cada vez más tempranas, incluso a los tres años. Los requisitos de edad de los medios sociales no han impedido que su uso por parte de los menores de edad esté muy extendido y siga creciendo.

La victimización es el proceso de convertirse en víctima, entendido aquí como una persona que sufre un daño físico, mental o emocional o una pérdida económica debido a las acciones de otra persona. Estas acciones pueden ser delitos penales o comportamientos perjudiciales no penalizados.

El término «menores» se refiere a todas las personas menores de 18 años, la edad de mayoría de edad. Se puede diferenciar más entre niños (de 0 a 10 años) y adolescentes (de 11 a 17 años). Los niños que carecen de las habilidades motoras necesarias o de la alfabetización básica para estar en línea no se consideran aquí.

Los delitos contra menores incluyen la trata de seres humanos, la explotación sexual infantil y el ciberdelito. Las niñas constituyen más de la mitad de las víctimas menores de la trata de seres humanos, y las edades de 16-17 años forman el grupo más grande, mientras que los grupos de edad más jóvenes son cada vez menos vulnerables. La explotación sexual infantil se refiere tanto al abuso sexual de menores como a la producción y difusión de imágenes de dicho abuso. Esto último ocurre cada vez más a través de Internet, lo que ha dado lugar a fenómenos como la coacción sexual en línea y la extorsión de menores.

Los menores de edad también pueden ser víctimas de comportamientos perjudiciales no delictivos. Internet, en particular, presenta una serie de riesgos de contacto y contenido para los niños que pueden ser perjudiciales. El acoso cibernético es frecuente, pero la lista también incluye el uso indebido de datos personales, la recepción de contenido no deseado (para adultos), etc. Al mismo tiempo, Internet ofrece muchas oportunidades a los menores y cierta exposición a los riesgos es beneficiosa para la resiliencia. Por ello, la prevención de daño debe tener prioridad sobre la evitación de riesgos.

Esta toolbox ofrece una serie de buenas prácticas en materia de prevención de la victimización de menores en el mundo digital. Se inspira en el marketing social, un campo con un impresionante historial de logros, especialmente en la prevención de enfermedades. También se examinan las mejores prácticas en las campañas de medios sociales, incluidas las de los influencers, y los juegos serios. Por último, se examina la forma en que las TIC pueden mejorar el funcionamiento de las líneas telefónicas de ayuda a menores o la accesibilidad de los servicios policiales para los menores.

El marketing social es la aplicación de conceptos y técnicas de marketing para el bien social. Su objetivo principal es el cambio de comportamiento, es decir, un impacto medible. Además, está

fuertemente arraigado en la teoría y las pruebas sobre el comportamiento humano y el cambio de comportamiento. Ambos aspectos son también particularmente pertinentes para la prevención del delito. Otros aspectos clave del marketing social son la segmentación del grupo objetivo, la adaptación de las acciones a los diferentes segmentos y la conceptualización del cambio de comportamiento como un intercambio: la idea de que algo debe ofrecerse a cambio.

Las campañas de medios sociales no son nada nuevo. Si se quiere llegar a los menores, hay que ir a donde están: en línea. La cuestión es cómo hacerlo de manera eficiente. Esto puede requerir apoyo profesional, pero lo más importante es que necesita mucha preparación. La plataforma de redes sociales que se elige, el aspecto de las imágenes o los vídeos, el lenguaje utilizado, las referencias culturales, el uso (o la falta de uso) de opciones de publicidad dirigida y la composición del mensaje determinarán si una campaña de medios sociales da los resultados esperados. Una vez más, la evaluación es importante, ya que permite ajustar las campañas sobre la marcha.

El marketing de los influencers moviliza a personas influyentes más que al mercado objetivo en su conjunto. La idea subyacente es que la mayoría de las personas están influenciadas por un subconjunto mucho más pequeño de personas de las que reciben orientación o inspiración. Esto puede trasladarse a las campañas de prevención del delito: deje que una persona influyente difunda el mensaje al grupo objetivo a través de sus canales. Si se hace bien, se ahorran gastos y el influencer hace el mensaje más convincente. Sin embargo, es importante seleccionar al/a los influencer(s) adecuado(s), ser sensible a las tendencias de la cultura popular, tener en cuenta a los influencers locales (en contraposición a los famosos) e incluir historias personales.

Los juegos serios son juegos diseñados con el propósito principal y «serio» de transmitir un mensaje educativo, informativo o persuasivo o de entrenamiento físico o mental. No deben confundirse con la gamificación, que es la aplicación de elementos de juego en entornos no de juego. Las investigaciones sobre el aprendizaje basado en juegos han demostrado que los juegos serios son eficaces, especialmente entre los niños y los adolescentes, si cumplen con una serie de criterios. El diseño y la narrativa del juego deben ser acertados y acordes con los objetivos de aprendizaje; el contenido de aprendizaje debe integrarse en el juego; y los juegos deben formar parte de intervenciones más amplias, por ejemplo utilizándolos en el contexto escolar y como base para debates de grupo.

Por último, las nuevas TIC pueden utilizarse no sólo para llegar a los niños y adolescentes, sino también para ofrecerles opciones para acceder a información y obtener ayuda. Las líneas de ayuda telefónica ahora se complementan con aplicaciones, chats, recursos en línea y presencia en medios sociales. Sin embargo, lo mejor es vincular orgánicamente las diferentes plataformas entre sí, para asegurarse de que se complementen, mantengan la calidad del servicio y se centren en un contenido positivo más que en advertencias. El éxito de la presencia de los agentes de la ley en Internet depende de la confianza en la policía. Además, los agentes presentes en Internet deben ser conscientes de su doble papel como agentes de policía y confidentes en línea, especialmente cuando se trata de menores.

Una nota crítica es que hay límites a la prevención en línea y digital de la victimización de menores. A pesar de la eficacia de las nuevas TIC para llegar a los niños y adolescentes, puede haber situaciones en las que es mejor abordar a los menores por otros medios. Este es el caso, por ejemplo, de los niños que son demasiado jóvenes para estar en línea o para entender mensajes complejos. Además, el sistema escolar sigue siendo una forma obvia y eficiente de llegar a los menores.

