

Percepción del riesgo y su incidencia en el comportamiento digital entre estudiantes universitarios

Risk perception and its impact on digital behavior among university students

Recibido: 30-09-2022 Aceptado: 30-11-2022 Publicado: 23-02-2023

Francisco Javier Maza-Ávila 

Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias, Colombia
Autor de correspondencia: fmazaa@unicartagena.edu.co

Melissa Andrea Torres-Fernández 

Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias, Colombia

Vanessa Paola Romero-Solano 

Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias, Colombia

Resumen

Objetivo: Analizar la percepción de riesgo que tienen los estudiantes universitarios frente al uso de medios digitales, así como la incidencia en su comportamiento digital. **Métodos:** Los datos fueron obtenidos de un cuestionario estructurado aplicado, mediante la técnica de encuesta, a una muestra de 329 estudiantes de programas presenciales de grado de una institución pública ubicada en la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, asumiendo un nivel de confianza del 95% y un error muestral del 5%. **Resultados:** La mayoría de los jóvenes universitarios considera tener una alta exposición a riesgos al desarrollar sus actividades en los medios digitales; asimismo, señalan que los riesgos inciden, de forma notable, en su comportamiento digital. Por ello, las estrategias más adoptadas para su protección ante riesgos son el actuar con prudencia al recibir mensajes de desconocidos, bloquear páginas sospechosas y solo conectarse desde un dispositivo que se considere seguro. **Conclusiones:** Los jóvenes universitarios son conscientes de la existencia de riesgos en el entorno digital, así como de su incidencia en su comportamiento digital; sin embargo, siguen accediendo a dicho entorno con gran frecuencia, aunque adoptando estrategias para su seguridad, puesto que se ha convertido en parte de su cotidianidad.

Palabras clave: Percepción de riesgo, incidencia, comportamiento digital, jóvenes universitarios.

Como citar este artículo (APA): Maza-Avila, F. J., Torres-Fernández, M. A., & Romero-Solano, V. P. (2023). Percepción del riesgo y su incidencia en el comportamiento digital entre estudiantes universitarios. *Educación y Humanismo*, 25(44):146-173. <https://doi.org/10.17081/eduhum.25.44.5190>



Abstract

Objective: To analyse the perception of risk that university students have regarding the use of digital media, as well as the impact on their digital behavior. **Methods:** The data were obtained from a structured questionnaire applied, using the survey technique, to a sample of 329 students in on-campus degree programmes at a public institution located in the city of Cartagena de Indias, Colombia, assuming a confidence level of 95% and a sampling error of 5%. **Results:** Most university students consider that they are highly exposed to risks when developing their activities in digital media; Similarly, he noted that risks have a noticeable impact on their digital behavior. For this reason, the best strategies adopted for your protection against risks are: act with caution when receiving messages from unknown people, block suspicious pages and connect only from a device that you consider safe. **Conclusions:** Young university students are aware of the existence of risks in the digital environment, as well as their impact on their digital behavior; however, they continue to access these with great frequency, although adopting strategies for their safety, as they have become part of their daily lives.

Keywords: Perception of risk, incidence, digital behavior, young university students.

Introducción

El desarrollo tecnológico se considera un factor decisivo en las dinámicas sociales; por esta razón, su evaluación tanto interna –asociada a aspectos como la eficiencia – como externa –referente a la importancia de la tecnología para la humanidad – se constituye en uno de los principales focos de las preocupaciones de la sociedad. Primero, dado que las tecnologías hoy en día influyen en múltiples aspectos, en especial, en las oportunidades de progreso económico, social y cultural. Segundo, porque la innovación tecnológica avanza de forma rápida y se ha convertido en una necesidad pronosticar las implicaciones que traería consigo la implementación de una tecnología futura. Por último, porque el desarrollo tecnológico resulta de disposiciones humanas y puede, por tanto, ser dirigido en distintas orientaciones, bien sea conforme a dichas disposiciones, o bien contra ellas (Quintanilla, 2017). Partiendo de lo anterior, se debe considerar que el desarrollo tecnológico no es independiente del ser humano. Dicho de otro modo, la forma como progresa la tecnología y se incrementa la facultad de autoridad del hombre sobre la realidad, está directamente asociada al valor que la sociedad atribuye a las distintas finalidades de la tecnología, condicionadas por sus demandas, necesidades y deseos (Quintanilla, 2017).

Durante los últimos años se ha podido evidenciar la forma en que los aparatos tecnológicos y la digitalización han cobrado un papel importante para la sociedad. Por su parte, el desarrollo del ser humano ha generado, a su vez, avances en la tecnología, los cuales influyen significativamente en el estilo de vida, al punto de transformarse en una herramienta fundamental al momento de ejecutar las actividades cotidianas que se desarrollan (Carrillo Ramírez & Muñoz Orjuela, 2018). Así pues, el desarrollo tecnológico se constituye como un proceso en constante evolución, que día a día se produce de forma más rápida, sistemática y consciente (Ordóñez Díaz, 2007). En particular, uno de los principales avances tecnológicos acontecidos a lo largo de la historia ha sido el internet, el cual se ha transformado en una tecnología universal capaz de generar grandes cambios e

impactar todos los sectores de la sociedad (Sánchez, 2018). En principio, para los años 70, su propósito era vincular en red los computadores de centros académicos y de investigación y el Departamento de Defensa de Estados Unidos. Posteriormente, para la década de 1990, el gobierno estadounidense dispuso su utilización para fines comerciales. Fue entonces cuando se incorporaron sencillas herramientas y nuevas interconexiones para difundir información a escala mundial, convirtiéndose en un escenario de cooperación e interrelación entre sujetos y tecnologías, sin importar su ubicación (Ávila, 2013).

En la actualidad, la permeabilidad del internet permite que este impacte aspectos como la educación, las relaciones interpersonales, los escenarios laborales, el comercio, entre otros, facilitando el funcionamiento de un mundo globalizado, en el que cada día se procura una mayor cobertura de esta red (Carrillo Ramírez & Muñoz Orjuela, 2018). Además, su constante penetración permite que sus funcionalidades lleguen a una mayor cantidad de personas. Por solo mencionar algunas cifras, para julio de 2020 existían alrededor de 4.570 millones de internautas, lo que corresponde al 60% de penetración de la población mundial, así como un aumento aproximado del 8% (346 millones de usuarios) en relación a enero de 2019. Asimismo, hoy en día más de la mitad de personas en el mundo usa redes sociales y, para enero de 2020, la cantidad de usuarios en redes sociales incrementó en un 9,2%, lo que representa alrededor de 321 millones de usuarios más. Respecto al número de usuarios que utilizan dispositivos móviles, se evidencia un aumento de 2,4%, equivalentes a 124 millones de consumidores más en comparación con el año pasado (Kemp, 2020).

En el caso de Latinoamérica y el Caribe, si bien presenta un índice de crecimiento anual inferior a otras regiones, cuenta con un indicador de desarrollo digital de 49,92, en una escala de 0 a 100. Lo anterior posiciona a esta parte del mundo en un nivel intermedio en relación con otras zonas del mundo en materia de infraestructura digital. Dicho de otra manera, esta región hace parte del conjunto de países emergentes del mundo que registran una tasa anual moderada de crecimiento en materia de digitalización (Katz *et al.*, 2020). Respecto al uso del internet en América Latina, en general, es empleado como medio de comunicación y articulación social. Para el año 2018 la penetración de las redes sociales —tales como Facebook— en la población fue del 61,29%, siendo la población juvenil la que aporta la mayor tasa de crecimiento frente a otros grupos poblacionales (Katz *et al.*, 2020). Los usuarios en redes, en especial los jóvenes, presentan inclinaciones hacia temáticas relacionadas con el ocio y el entretenimiento, así como con las relaciones interpersonales; además, la utilización de plataformas como Google y YouTube muestran el interés por realizar consultas y visualizar videos como prácticas realizadas de manera frecuente (Domínguez Pozos, 2018).

Los medios digitales han aumentado su penetración de manera progresiva. En particular, para el caso de los jóvenes, esta transformación ha ocurrido más notoriamente, puesto que componen la población donde el internet se utiliza con mayor intensidad y tiene una mayor cobertura. Lo anterior obedece a que los jóvenes han sido capaces de adoptar con facilidad las aplicaciones digitales como un comportamiento natural, puesto que su utilización se caracteriza por ser sencilla, sin requerir habilidades complejas; a su vez, su uso se ha visto motivado por la necesidad de comunicarse, entretenerse y buscar información

(De-Frutos-Torres & Vázquez-Barrio, 2012). Sin embargo, y más allá de los aspectos positivos que pueden destacarse de las tecnologías y el desarrollo constante de los medios digitales para satisfacer algún tipo de necesidad, es pertinente traer a consideración los riesgos que implica su incorrecta utilización; por ejemplo, la propagación de material inoportuno e, incluso, dañino (Carrillo Ramírez & Muñoz Orjuela, 2018), así como el riesgo inherente al realizar compras en plataformas o aplicaciones digitales, donde la cobertura de aseguramiento del producto puede variar; asimismo, se ha evidenciado la falta de veracidad de algunos sitios que divulgan información o noticias falsas, lo cual genera desconfianza al leer una noticia o comprar algún producto en internet (Ramos-Soler *et al.*, 2018).

Los jóvenes son más vulnerables ante los riesgos presentes en los medios digitales (Durán & Martínez, 2015), principalmente a las ciberagresiones o cibervictimización (Corcoran *et al.*, 2015). Así pues, entre los peligros existentes el ciberacoso es mayormente estudiado; dentro de este las agresiones verbales y la exclusión se constituyen como los comportamientos más frecuentes (Castillejos, Torres & Lagunes, 2016). Asimismo, investigaciones afirman que los ciberagresores disponen de un respaldo social significativo (Romera *et al.*, 2016). Del mismo modo, se encuentra en juego la privacidad de cada usuario al momento de registrar sus datos personales en los diferentes sitios de internet o de las redes sociales para poder acceder a estas aplicaciones, o a algún sitio en específico, concediendo a través del marco de sus políticas permiso para el aprovechamiento de sus datos y el manejo consentido de los mismos (Castillejos, Torres & Lagunes, 2016). Así pues, teniendo en cuenta diversos estudios realizados sobre los jóvenes y su vínculo con los medios digitales, es importante señalar con especial atención el caso de los estudiantes universitarios, pues debido a las dinámicas de la actualidad y los pronunciamientos oficiales de entes a nivel internacional, son propiamente los jóvenes universitarios y las instituciones de estudios superiores quienes desempeñan un importante rol en esta época, debido a que las universidades son representadas por su grupo estudiantil, el cual es conformado por diferentes tipos de jóvenes, lo que hace importante y necesario conocer cómo son y cómo responden ante la interacción con el medio digital (Domínguez Pozos, 2018).

Así mismo, la Unesco (2015) plantea la importancia de desarrollar competencias digitales en los estudiantes de educación superior, pues esto permite aumentar la mejora en el rendimiento académico y profesional, y en su desarrollo personal. De esta forma, el objeto de estudio en esta investigación está determinado por los jóvenes universitarios, los cuales, según lo planteado anteriormente, son un grupo activo en el medio digital y, a su vez, deben depender de ciertas competencias digitales para su uso correcto. A esto, se suma la importancia de conocer cómo actúan estos jóvenes ante la presencia o exposición a los riesgos presentes en el entorno digital, lo cual es fundamental para comparar el comportamiento digital de la población de estudio.

Considerando lo planteado previamente en esta investigación, se analizará la percepción del riesgo que tienen los estudiantes al utilizar los medios digitales y cómo esto influye en su comportamiento digital. Para ello, se ha seleccionado una muestra de estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, una institución de educación superior de carácter oficial, ubicada en Colombia. Para el logro de lo anterior, el

estudio busca caracterizar las actividades que realizan en el ámbito digital, con especial atención a los tipos de actividades, frecuencia de acceso, tiempo consumido, plataformas visitadas, dispositivos empleados, entre otros; luego se valorará la percepción del riesgo al desarrollar sus actividades en el medio digital y determinar la influencia de las percepciones de riesgo en su comportamiento digital. Lo anterior permite aportar a la promoción de una conducta preventiva en cuanto al comportamiento digital, considerando los riesgos a los cuales se encuentran expuestos los estudiantes universitarios. Así mismo, la información obtenida del presente estudio representa un aporte relevante y útil para la comunidad científica y el desarrollo de estudios posteriores.

Aproximación teórica

Riesgo percibido

Dentro de las disciplinas enfocadas en el estudio de la percepción, se ubica la Psicología, donde se define a la percepción como un proceso de la consciencia que reconoce, interpreta y genera significado para la creación de juicios derivados de las impresiones alcanzadas por el entorno físico y social, en donde actúan otros aspectos cognitivos, tales como la simbolización, el aprendizaje y la memoria. Por otro lado, se relacionan bases denominadas biológicas donde predomina la capacidad de los sentidos, la elección y la preparación de los datos del entorno; de lo latentemente observado se selecciona lo que es relevante o importante dentro de los contextos biológicos, históricos y culturales (Vargas Melgarejo, 1994).

Desde un punto de vista filosófico, la percepción se asume como un juicio parcial, ya que el espectador no distingue los eventos de forma integral, puesto que los escenarios y apreciaciones en las cuales se generan las sensaciones son versátiles, y lo que se alcanza es solo un atributo de las situaciones en un momento específico. Por lo anterior, se comprende a la percepción como la creación de significados en el tiempo y espacio, sin añadirle peso a las experiencias pasadas (Merleau-Ponty, 1975). Desde una perspectiva antropológica, la percepción se interpreta como la conducta que relaciona el proceso de elección y creación figurada de la experiencia sensitiva. Mediante la experiencia, la percepción imputa propiedades cualitativas a los escenarios del medio, a través de referidos que se obtienen desde procedimientos asociados a la cultura e ideologías fundados y reformados por los grupos sociales, lo que permite crear evidencias realistas del entorno. Por lo tanto, la percepción es concebida como relativa en el contexto histórico-social, puesto que dependiendo de las condiciones cambiantes y de las experiencias novedosas que son adquiridas, se van incorporando diferentes elementos a las situaciones previas, transformándolas y ajustándolas a las condiciones actuales (Vargas Melgarejo, 1994).

Con el pasar del tiempo, se ha venido construyendo concepciones y/o supuestos sobre lo que es percepción y todo lo que le rodea al concepto. En primer lugar, se puede mencionar la teoría de Gestalt, que señala que la actividad mental es diferente a lo que se percibe en el entorno actual. Así, la percepción permite generar un juicio donde se extrae y se selecciona la información y los datos más distinguidos que permitan aclarar con mayor

lucidez y conciencia el desempeño generado dentro de un pensamiento racional y coherente de un entorno próximo. La producción numerosa de datos que son arrojados por la práctica sensorial, los denominados sujetos perceptuales adquieren solamente la información dispuesta para organizar en la mente una perspectiva consciente de la realidad. La teoría de Gestalt resalta que la percepción no está sostenida en información derivada de los lineamientos sensoriales, sino que, por el contrario, es la delegada para regular y afinar la sensorialidad. Esta corriente define la percepción como una tendencia al orden mental. Primeramente, se tiene en cuenta que la percepción establece el ingreso de datos y en segundo lugar, responde hacia los datos que fueron tomados del entorno, permitiendo la construcción de juicios, conceptos, categorías, entre otros (Leonardo Oviedo, 2004).

La teoría Constructivista, por su parte, se basa en la idea de que la percepción humana estaba determinada a partir de la convergencia de tantos factores externos como internos que posee el ser humano; es decir, una persona es capaz de obtener cierta percepción de algo en el momento en que se lleva a cabo una interacción entre aspectos internos, como la parte cognitiva, neurológica, entre otras, y aspectos externos como los sociales y culturales, debido a que esto delimita el concepto que una persona tenga sobre alguna situación, persona o cosa. Se plantean tres pilares fundamentales a la hora de abarcar la percepción como lo son los esquemas de anticipación, la indagación activa del entorno y la estimulación ambiental (Maza Ávila *et al.*, 2019). En teoría, el conocimiento es una construcción y formación del ser humano, a través de los principales fundamentos que los individuos poseen, y sus conocimientos y saberes previos; a partir de esto, se le permite construir una idea y relación clara del medio que habita y los diferentes contextos implicados en esto (Arias Castilla, 2006).

Por otro lado, el concepto de riesgo ha sido estudiado desde el inicio del siglo XX. Knight (1921), en su libro titulado *Riesgo, incertidumbre y beneficio*, hace una relación entre riesgo e incertidumbre, donde define el riesgo como la incertidumbre medible. Beck (2002) denominó el concepto de época actual como «sociedad del riesgo»; intercedió por la creación de un ámbito reflexivo, estableciendo cómo se quiere vivir en relación con sus consecuencias y peligros. En efecto, la palabra riesgo se remonta a los inicios de la existencia humana. Con esta se precisa, desde el sentido común, la probabilidad de perder algo u obtener un resultado negativo, peligroso o no deseado (Tocabens, 2011). El término de riesgo comprende la presencia de una característica o factor que aumenta la probabilidad de consecuencias desfavorables. De esta forma, el riesgo establece una medida de probabilidad de que en un futuro ocurra un acontecimiento por lo general no deseado (Tsui, 1988). Mellado Olate & Maldonado (2017) plantean que el riesgo es constituido como una construcción social, la cual depende parcialmente de las creencias, valores y estatus dentro de la sociedad. Así pues, teniendo en cuenta que cada sujeto es diferente, al analizar el riesgo se observa que cada persona lo percibe de forma distinta, y que puede ser influenciado por variables personales, como la manera de vivir, el lugar donde reside, el nivel de ingresos, la edad, el sexo, la personalidad o la condición emocional (Garzón, Fiestas & Cuéllar, 2015).

El concepto de riesgo percibido, según Garzón, Fiestas & Cuéllar (2015), surge de la necesidad de identificar qué motivos llevan a la exposición de un riesgo o a la aceptación

del mismo. El riesgo percibido ha sido estudiado desde 1960, esencialmente por su influencia en la conducta del consumidor al enfrentarse ante la toma de decisiones de compra (Pérez Cabañero, 2008). El auge de los estudios sobre percepción del riesgo parte en los años 70, gracias a la distinción generada entre riesgo objetivo (racional o real) y riesgo subjetivo (irracional o percibido), provocando polémicas entre los investigadores en campos de gestión, evaluación y percepción de riesgo (Puy-Rodríguez, 2001). De esta forma, Slovic (1992) parte de la premisa de que el riesgo es subjetivo, comprendiendo que el riesgo percibido se lleva a cabo mediante una valoración cuantitativa de varias cualidades cualitativas del riesgo y de su parámetro global.

Para el análisis del riesgo percibido surge la teoría cultural, constituida principalmente por Mary Douglas y Aaron Wildavsky, quienes pretenden exponer cómo la sociedad percibe el entorno y cómo procede según esta percepción, indicando que el riesgo percibido es influenciado por las condiciones sociales y guiado por la conexión a una cultura determinada (García Acosta, 2005). Autores como Fischhoff *et al.* (1978) describen el riesgo percibido como una construcción de varias dimensiones de compleja definición, puesto que estiman que el riesgo debe ser determinado desde diferentes características.

Incidencia del riesgo percibido en el comportamiento digital

La relación entre el riesgo de los ambientes digitales y comportamiento es un tema emergente. Según Stephen (2016), el comportamiento se ve afectado en gran medida por ambientes integrales (entornos digitales que afectan las acciones de los usuarios en esos medios) o ambientales (entornos digitales que inciden en el comportamiento de los usuarios en entornos diferentes a los digitales). En consecuencia, los comportamientos en el medio digital son influenciados por distintas variables; por ejemplo, en los llamados e-consumer, sus decisiones son impulsadas por variables sociodemográficas o actitudinales y motivos de compra; no obstante, su comportamiento es guiado por percepciones, motivaciones, emociones, culturas y géneros. Es así como las características informativas y sociales de los medios digitales, así como la opinión de otros consumidores o el accionar de los amigos en medios digitales, afectan los comportamientos posteriores (García Ortiz, 2017).

Por otro lado, la percepción de riesgo es un fenómeno individual y social cuyo discernimiento involucra diferenciar, en primer lugar, que lo generado no es el riesgo, sino la percepción que el entorno social construye de él. En ocasiones, dicha percepción de riesgo individual o social de cara a un peligro o amenaza determina las relaciones que se crean con los entornos, las cuales influyen en el conocimiento y el comportamiento de las personas (Baquerin de Riccitelli & Scaricabarozzi, 2013). Sin duda, las tecnologías digitales han generado un gran impacto en la sociedad del siglo XXI, con especial atención en los jóvenes, los cuales se relacionan constantemente en entornos virtuales, estableciendo así, la comunicación y colaboración en red para facilitar el desarrollo de una sociedad digital (Losada Iglesias *et al.*, 2018). En el medio digital se generan diferentes percepciones en cuanto a los riesgos y las oportunidades presentes en este entorno; por ende, la percepción del riesgo se define como el proceso cognitivo que permite hallar, distinguir y comportarse frente a escenarios inseguros al hacer uso de los medios digitales (Ramos-Soler, López-Sánchez & Torrecillas-Lacave, 2018). Entendiendo el comportamiento digital

como el uso de las herramientas de las tecnologías de la información y las comunicaciones de manera prudente, responsable, respetuosa y legal, de forma que se fomente una utilización sana, segura y constructiva de las mismas. Lo anterior, partiendo de la comprensión y la ejecución de los derechos y deberes como ciudadanos digitales, su práctica y acatamiento en todas las áreas de la vida.

La percepción de riesgo puede considerarse como una construcción de un juicio de valor resultante del conocimiento que una persona adquiere acerca de situaciones específicas que determinan o condicionan su comportamiento (García, 2012). Lo anterior constituye un elemento clave en la adopción y la conservación de conductas referentes a la ciberseguridad, esencialmente como mecanismo de protección frente a los riesgos presentes en los medios digitales (Catalina-García *et al.*, 2014). Por ello, existe una elevada preocupación por el manejo de la internet por parte de adolescentes y jóvenes, ya que esto genera impactos psicológicos e influencias conductuales, y promueve en los jóvenes conductas asociadas al riesgo, tales como empleo inadecuado de las redes, problemas familiares y dificultades en el ámbito escolar, por mencionar algunas (Rial *et al.*, 2015).

Así pues, la percepción en términos generales determina que la nueva vida social de los jóvenes está basada en las tecnologías digitales (Masanet & Establés, 2018). Sin embargo, se han generado preocupaciones sociales con base en el alto consumo del medio digital y el alto nivel de riesgo que existe en este contexto (De-Frutos-Torres & Marcos-Santos, 2017). A su vez, la insuficiente pedagogía tecnológica en la población juvenil beneficia la carente existencia de comportamientos éticos de uso, promoviendo el aumento de la exposición a los riesgos al desconocer u omitir las consecuencias de sus comportamientos (Mellado Olate & Maldonado, 2017).

Con relación a lo anterior, el riesgo percibido desempeña un papel fundamental en la toma de decisiones en cuanto a protección frente a los peligros existentes en el medio. Investigaciones en el campo de la Psicología en materia de apropiación de comportamientos de prevención o inseguros determinan que la forma de actuar y las ideologías son elementos influyentes a la hora de adoptar un comportamiento; así, percibir de forma acertada los riesgos promueve la apropiación de un comportamiento seguro (Kouabenan *et al.*, 2007). Por ejemplo, al realizar una compra online se puede evidenciar la teoría del riesgo percibido, basada en el supuesto de que un consumidor accederá o no a un producto, teniendo en cuenta el riesgo que represente para él; es decir, si la compra del producto trae consigo grandes riesgos, existe la posibilidad de que el consumidor no lo adquiera o que tome más tiempo su adquisición, contrario al comportamiento del consumidor que considera que el producto que desea comprar no representa ningún riesgo. Lo anterior es el resultado del análisis de diferentes tipos de riesgos: por ejemplo, la privacidad, relacionada con los datos personales y el riesgo que puede acarrear suministrarlos a terceros; el rendimiento, el cual tiene que ver con la funcionalidad del producto o la satisfacción del consumidor con el mismo; y el riesgo económico, que hace referencia a la pérdida del mismo si el producto no cumple con las expectativas deseadas (Ramírez Hernández & Jiménez-Leal, 2013).

Por lo anterior, es importante promover la formación de ciudadanos conscientes, capaces de percibir los riesgos y ser responsables de su comportamiento en los escenarios digitales (González-Ramírez & López-Gracia, 2018), considerando que la percepción no es como una respuesta automática, puesto que el comportamiento de un individuo frente a un estímulo siempre es distinto, de modo que una misma situación observada y percibida por diferentes personas traerá como resultado distintas respuestas o comportamientos (Vilatuña et al., 2015).

Antecedentes

A nivel mundial, en la última década han aumentado las investigaciones que han centrado su atención en el riesgo percibido y su incidencia en el comportamiento digital. Por ejemplo, se puede señalar el estudio de Carrillo Ramírez & Muñoz Orjuela (2018), que tuvo como objetivo conocer la percepción de las personas según los cambios del ser humano a partir de las nuevas tecnologías, generando como resultado que el 60% de las personas entrevistadas ve el cambio tecnológico de forma negativa, mientras que el 40% cree que esto ha facilitado aspectos de su vida cotidiana así como su vida profesional. En materia de la percepción del riesgo, se evidencia que el incremento en la edad es directamente proporcional a la percepción de la problemática que se atribuye a la utilización excesiva de la tecnología, así como sus potenciales implicaciones desfavorables (Livingstone, 2019). En este sentido, Romero *et al.* (2016) plantean que los dispositivos móviles se han convertido en parte integral de la vida, Sin embargo, se genera la duda sobre si la sociedad está preparada o no para ello. Los resultados muestran un perfil encaminado hacia las habilidades técnicas, apartando el consumo razonado del contenido publicado en los medios digitales, lo que lleva a un incremento exponencial de la infoxicación prosumidora, facilitando incurrir en los riesgos presentes de este medio, puesto que realizan un consumo inconsciente de la información disponible en los medios digitales.

Por otra parte, Ramos-Soler, López-Sánchez & Torrecillas-Lacave (2018) señalan la necesidad de investigar sobre la percepción de riesgo online en jóvenes y su efecto en el comportamiento digital, debido a la amplia concentración de los estudios pertenecientes a las ciber agresiones y la falta de conocimiento científico sobre la percepción de riesgo y el impacto de los jóvenes en la red. De lo anterior, considera necesario identificar según la percepción, los hábitos de consumo digital, los flujos de comunicación y la forma de protecciones en hogares e instituciones educativas; así mismo, clasificar indicadores tales como la intervención educativa, el tiempo de navegación en internet, la dependencia de los dispositivos tecnológicos, y el tipo de comportamiento digital. Los resultados del presente estudio muestran que hay una correlación representativa entre la percepción de riesgo y otras variables de comportamiento.

En efecto, gran parte del tiempo invertido en la Web por los jóvenes es en redes sociales. El estudio de Sánchez Torres & Arroyo Cañada (2016) se enfoca en el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de las redes sociales virtuales como Facebook, Twitter y Instagram, de cara a la percepción de uso por los usuarios. Se desarrolló un análisis empírico a usuarios de redes sociales en Iberoamérica considerando como cualidades a medir: Personalización, Interactividad, Multimedialidad, Privacidad y Normatividad. Sus resultados arrojaron que los usuarios buscan en las redes sociales la que les conceda poseer altos niveles de Personalización, Interactividad, Multimedialidad, Privacidad y

bajos niveles de Normatividad; del mismo modo, no se hallaron discrepancias en las percepciones asociadas al género ni la edad; la red social que obtuvo la mejor estimación fue Twitter.

En el caso de Colombia, país caracterizado por su importante crecimiento en el desarrollo del comercio electrónico, los jóvenes han representado un rol activo en el comercio actual; por lo tanto, el estudio de [Quevedo et al. \(2018\)](#) parte de la importancia de determinar el comportamiento de compra a través de las plataformas digitales, basado en los factores decisivos para la actividad de compra. Sus resultados arrojan que el 95% de los encuestados han realizado compras por medio de plataformas digitales; sin embargo, en cuanto a la preferencia de compra, el 58% de los encuestados prefieren realizar compras en establecimientos físicos; además, como factores decisivos de la compra virtual se destaca la confianza generada en el sitio de compra y la calidad del producto: esto, incluso, influye más que el precio o el servicio al cliente.

Desde el ámbito académico, las instituciones educativas son conscientes de la necesidad de educar en la correcta utilización de redes y la búsqueda de información, con el fin de desarrollar una competencia digital en las prácticas principalmente educativas; de allí que algunas instituciones se preocupan por brindar una atención mediante la orientación correcta del uso e implementación de las herramientas tecnológicas y su adecuación en el medio digital. Por ejemplo, el estudio de [García-Ruiz & Pérez Escoda \(2019\)](#) pretende distinguir los intereses y necesidades tanto de docentes, como de estudiantes, vinculados a Educación Secundaria, así como sus proposiciones de transformación en el currículo para alcanzar la potenciación de los ciudadanos prosumidores. Sus resultados indican que los jóvenes emplean especialmente Instagram, YouTube y WhatsApp, y para educarse utilizan Drive, Office y YouTube, exigiendo formación en edición de fotos y vídeos. Así pues, los maestros consideran que es oportuno formar en valores en el correcto uso de las Redes y en la búsqueda de información en los medios digitales, concluyendo que deberían crear contenidos esenciales para el desarrollo de la capacidad digital en el ámbito educativo.

Varios estudios han centrado su atención en la percepción de riesgo en las redes sociales —por ser uno de los medios digitales más utilizados por los jóvenes—, las experiencias —positivas o negativas— que han vivido y su incidencia en su comportamiento futuro. Por ejemplo, el estudio realizado por [Yuste \(2015\)](#), donde se analizan las nuevas conductas de consumo de información por parte de los jóvenes a través de la tecnología, muestra cómo la experiencia en redes sociales no ha sido suficiente para que se tome conciencia de los peligros y, asimismo, las experiencias provechosas derivadas de las redes sociales no generan una baja del riesgo percibido, por lo que no interviene en su comportamiento. En otras palabras, a pesar de que los jóvenes reconocen que hay riesgos existentes en el medio digital, en términos generales, se sienten en confianza al navegar en las redes, ya que se ha convertido en su contexto habitual. Por el contrario, una investigación desarrollada por [Crosslin & Crosslin \(2014\)](#) con el fin de examinar la percepción de jóvenes universitarios y sus experiencias con las ciber agresiones evidencia que las personas que habían sido ciber víctimas presentaron afectaciones en varios aspectos de su vida, desde el ámbito social, al evitar crear nuevos vínculos de amistad,

hasta el ámbito personal, al tener pensamientos suicidas. Así mismo, Rivituso (2014) realizó una investigación de carácter cualitativo con el propósito de analizar las implicaciones del cyberbullying en jóvenes. Del estudio se concluyó que aquellos jóvenes universitarios que fueron ciber víctimas se sintieron vulnerables y con temor, experimentaron desconfianza con las personas y los medios digitales, y presentaron frustración, vergüenza, estrés y depresión. En la tabla 1 se resumen las investigaciones identificadas.

Tabla 1

Antecedentes sobre la percepción de riesgo y comportamiento digital en jóvenes universitarios.

Año	Autores	Objetivo
2019	(Livingstone, 2019)	Examinar cómo los temores a la credulidad, la ignorancia y la explotación de la audiencia impiden la respuesta de los estudios de medios a los desafíos urgentes que plantea el creciente poder de las plataformas de redes sociales y sus prácticas innovadoras de dataficación.
2019	(García-Ruiz & Pérez Escoda, 2019)	Este artículo tiene como objetivo instruir a la ciudadanía en la adecuada utilización de los medios digitales y propiciar la competitividad mediática en la comunidad educativa.
2018	(Ramos-Soler <i>et al.</i> , 2018)	El objetivo de esta investigación es construir una clasificación de los jóvenes en función de su percepción de riesgo, factores de protección familiar y/o educativa, hábitos de consumo digital, y el flujo de la comunicación.
2018	(Carrillo Ramírez & Muñoz Orjuela, 2018)	Dar a conocer las percepciones de las personas según los cambios en el ser humano a partir de las nuevas tecnologías en los últimos 20 años a través de una crónica radial.
2018	(Quevedo <i>et al.</i> , 2018)	Esta investigación busca analizar la conducta de compra reflejada como factores determinantes en la decisión de compra a través de plataformas digitales.
2017	(De-Frutos-Torres & Marcos-Santos, 2017)	Explorar la relación entre la percepción de riesgo en las redes sociales y las experiencias vividas en este entorno.
2016	(Castillejos <i>et al.</i> , 2016)	Valorar la percepción del estudiante universitario en materia de seguridad en la Red.
2016	(Sánchez Torres & Arroyo Cañada, 2016)	Distinguir el nivel de satisfacción de los usuarios de Facebook, Twitter e Instagram en comparación con un concepto óptimo de «Red social virtual» frente a la percepción de uso por los usuarios a partir de la evaluación subjetiva de cinco características: personalización, interactividad, multimedialidad, privacidad y normatividad.
2015	(Yuste, 2015)	Estudiar el cambio que han sufrido las prácticas de consumo de información de los jóvenes debido a la adopción de la tecnología y al uso incrementado de las redes sociales.
2014	(Crosslin & Crosslin, 2014)	Identificar la prevalencia de las conductas de victimización y acoso, así como examinar las percepciones y experiencias de los estudiantes de pregrado con el acoso cibernético.
2014	(Rivituso, 2014)	Explorar las experiencias vividas y el impacto psicológico de la victimización por ciberacoso entre estudiantes universitarios.

Fuente: Elaboración propia.

Método

Este artículo resulta de una investigación de carácter descriptivo, basada en un enfoque cuantitativo, de corte transversal, cuyo objetivo es identificar la percepción de riesgo del uso de medios digitales, así como su incidencia en el comportamiento digital. Para ello, se ha tomado como referencia una muestra de estudiantes de programas presenciales del área de las ciencias económicas y administrativas de una institución de educación superior oficial de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. Partiendo de los datos obtenidos como resultado de la aplicación de un cuestionario estructurado y con el objetivo de medir la incidencia de la percepción de riesgo en el comportamiento digital de los estudiantes, se desarrolló un análisis descriptivo que permitiera organizar y resumir la información a través de tablas y gráficos propios de este tipo de investigaciones, lo que facilitó la interpretación de las respuestas suministradas por parte de los encuestados. También se aplicó la prueba no paramétrica Chi-cuadrado para determinar la relación entre variables categóricas. Se empleó, además, la prueba Exacta de Fischer, en los casos que fue requerido.

Datos

Los datos empleados en este artículo se obtuvieron como resultado de la aplicación de un cuestionario, mediante la técnica de encuesta por herramientas virtuales (Google Forms), a una muestra de 329 estudiantes matriculados, durante el segundo semestre del año 2020, en programas presenciales del área de las ciencias económicas y administrativas de una institución de educación superior oficial de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, asumiendo un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%. La muestra siguió un muestreo aleatorio simple, considerando las recomendaciones sugeridas por [Newman et al. \(2020\)](#) para los cuestionarios aplicados de forma telemática. El proceso de selección de participantes por cada uno de los programas se realizó aleatoriamente, otorgando la oportunidad a cada uno de los elementos observacionales a participar en la muestra.

Diseño del instrumento

Para la recopilación de los datos, se diseñó y validó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas tipo Escala Likert de 5 puntos, siendo 1 la menor puntuación y 5 la mayor puntuación. Para su elaboración se formularon preguntas propias y se adaptaron preguntas de estudios previos ([Lemus et al., 2020](#); [Ponce & Calderón, 2016](#); [Ramos-Soler et al., 2018](#); [Rodríguez García & Magdalena Benedito, 2016](#)). El cuestionario estuvo dividido en cuatro apartados: el primero estuvo dedicado a los aspectos sociodemográficos de los estudiantes, donde se indagó su sexo, edad, programa académico y semestre cursado, entre otros. El segundo apartado centró su atención en el uso de los medios digitales, indagando las plataformas más utilizadas, los dispositivos empleados, la frecuencia de uso y las actividades realizadas. El tercer apartado indagó en los riesgos percibidos en el medio digital y cómo dicho riesgo ha influido en su comportamiento digital. El último apartado se centró en las estrategias implementadas por los estudiantes para protegerse de los riesgos percibidos. Para el análisis estadístico de los datos se empleó el *software* estadístico SPSS, en su versión 22.

Resultados

Aspectos sociodemográficos

La evaluación de los resultados obtenidos a partir del cuestionario aplicado a los jóvenes universitarios arrojó una mayor participación por parte del sexo femenino (59,88%). Además, la mayoría de los jóvenes encuestados se encuentran solteros (96,35%). Para la identificación de las edades de los participantes, se establecieron tres rangos de edad, donde predominaron los jóvenes entre 17 y 20 años (50,15%), seguidos de la participación de los jóvenes entre 21 y 24 años de edad (40,12%), y por último, los jóvenes entre 25 y 28 años (9,73%). Asimismo, los resultados muestran que más de la mitad de los encuestados pertenecen a los estratos 1 y 2, los cuales representan un 31,61% y 48,63%, respectivamente (gráfico 1).

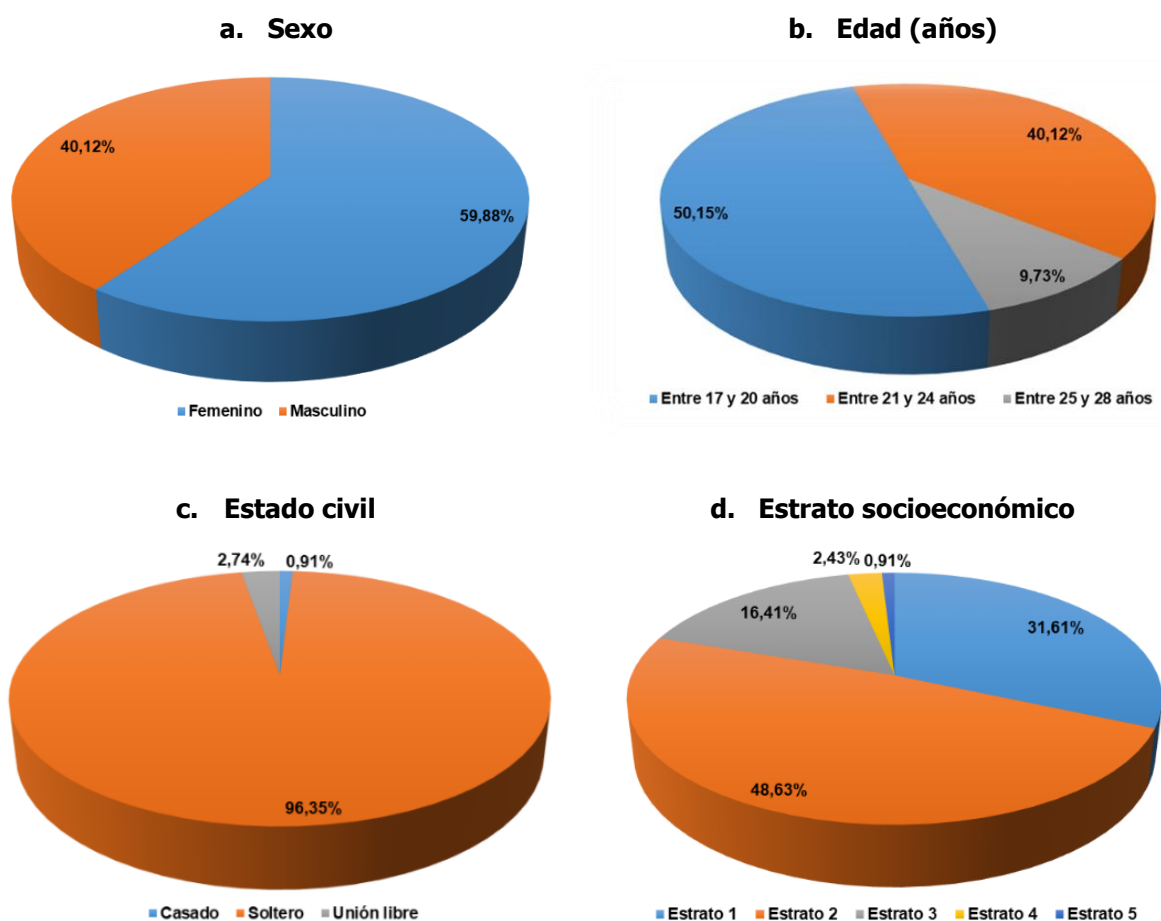


Gráfico 1.

Características sociodemográficas de jóvenes universitarios. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes.

Uso de medios digitales

Respecto a la frecuencia de acceso a los medios digitales, más de la mitad de los jóvenes encuestados reflejan una alta tasa de uso (55,93%). En contraste, se observa un bajo porcentaje de jóvenes que los frecuentan poco (0,91%), algunas veces (2,13%) u

ocasionalmente (11,46%). Lo anterior permite afirmar que prevalece un uso activo de los medios digitales entre los jóvenes universitarios (gráfico 2). Sin embargo, no existe una asociación entre el sexo y la frecuencia de acceso a los mismos (Prueba χ^2 , con nivel de significancia del 5% y $g-l= 4$; P-valor=0,143; P-valor Prueba Fischer=0,126). Lo anterior significa que el hecho de ser hombre o mujer no incide en la frecuencia de acceso al medio digital.

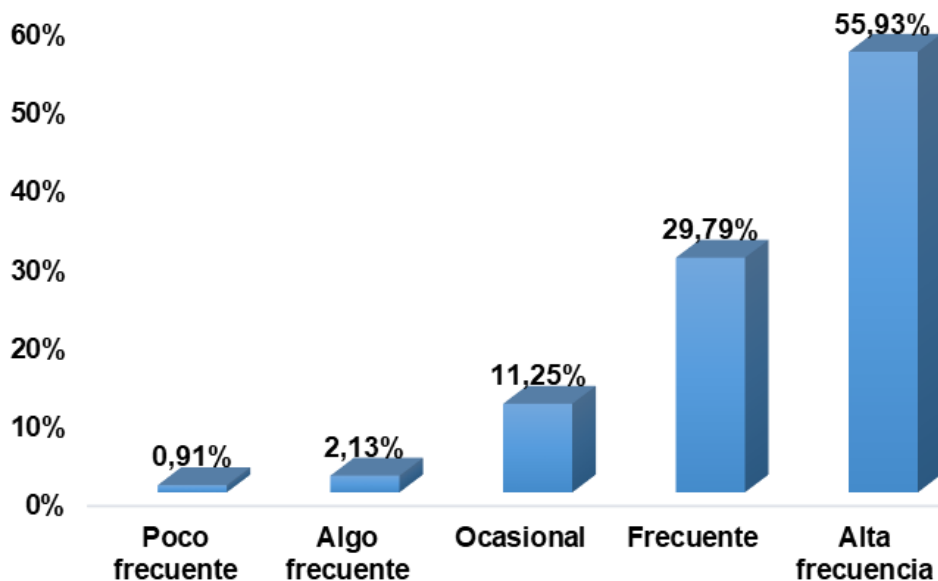


Gráfico 2.
Frecuencia de acceso a medios digitales por parte de jóvenes universitarios.
 Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes

Por otra parte, los resultados de este estudio muestran que los jóvenes universitarios dedican más tiempo de conexión a medios digitales con la finalidad de estudiar (56,53%), entretenerse (46,20%), relacionarse con otras personas (33,43%) e informarse acerca de noticias (23,10%) (gráfico 3). Puede entenderse entonces que, en este caso, al ser una población de jóvenes universitarios, es de esperarse que gran parte del tiempo dedicado a los medios digitales se concentre en actividades relacionadas con su rol de universitario. Esto concuerda con el estudio de [De-Frutos-Torres & Vázquez-Barrio \(2012\)](#), donde se señala que los jóvenes y adolescentes utilizan principalmente internet para comunicarse, entretenerse y buscar información.

En cuanto al uso de plataformas digitales, los resultados del presente estudio muestran que principalmente los jóvenes utilizan los buscadores (56,23%). La razón de ello puede estar asociada a la gran capacidad de los buscadores para la exploración de información, ingreso a sitios web, entre otros. Otras de las plataformas digitales que tuvieron una gran representación son las de videoconferencia como Meet, Zoom, Microsoft Teams, entre otras (48,33%). Cabe destacar que, en el marco de la contingencia del COVID-19 y las consecuentes medidas de aislamiento y distanciamiento social obligatorio, se ha exigido a las instituciones de educación superior el implementar la formación asistida por medios digitales, para así dar continuidad al año académico; de allí que el aumento en el

uso de dichas plataformas puede estar determinado por dicho cambio de modalidad (Canales-Reyes & Silva-Quiroz, 2020). Por otro lado, también se obtuvo una valoración alta en el uso de plataformas de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, entre otras (45,29%) y las plataformas de música y video (43,16%) (gráfico 6).

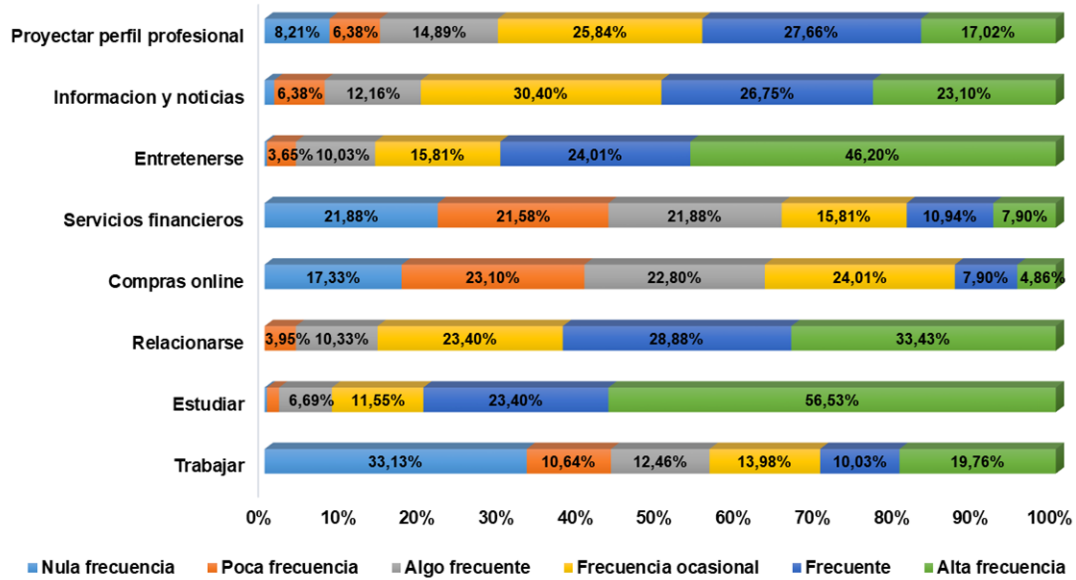


Gráfico 3.
Frecuencia de acceso a medios digitales según tipo de actividad por parte de jóvenes universitarios. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes

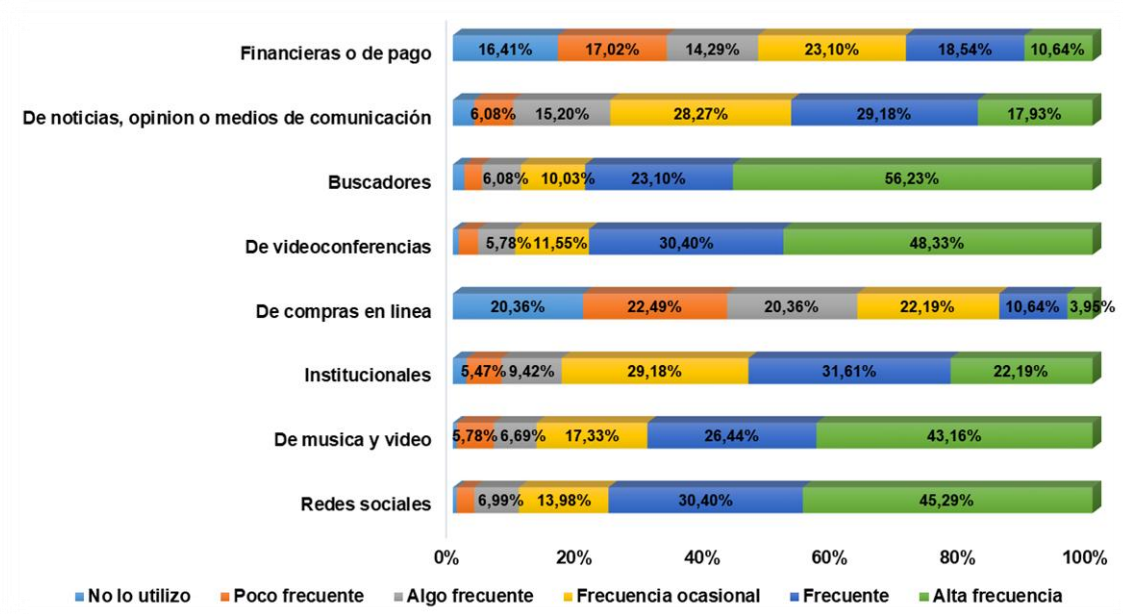


Gráfico 4.
Frecuencia de uso en plataformas digitales por jóvenes universitarios. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes

En general, la mayoría de los jóvenes encuestados dedican entre 7 y 9 horas al día al uso de los medios digitales (31,91%), seguidos de aquellos que invierten entre 4 y 6 horas (31,61%) (gráfico 5). No existe una asociación significativa entre el sexo y las horas destinadas al uso de los medios digitales (Prueba x², con nivel de significancia del 5% y g-l= 5; P-valor=0,395; P-valor Prueba Fischer=0,349).

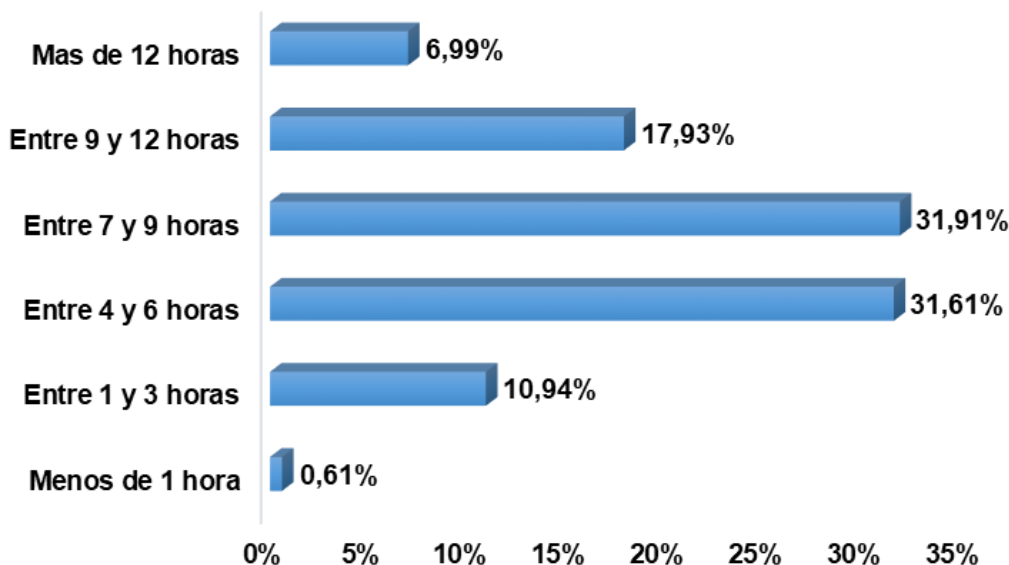


Gráfico 5.
Horas promedio destinadas al uso de medios digitales. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes

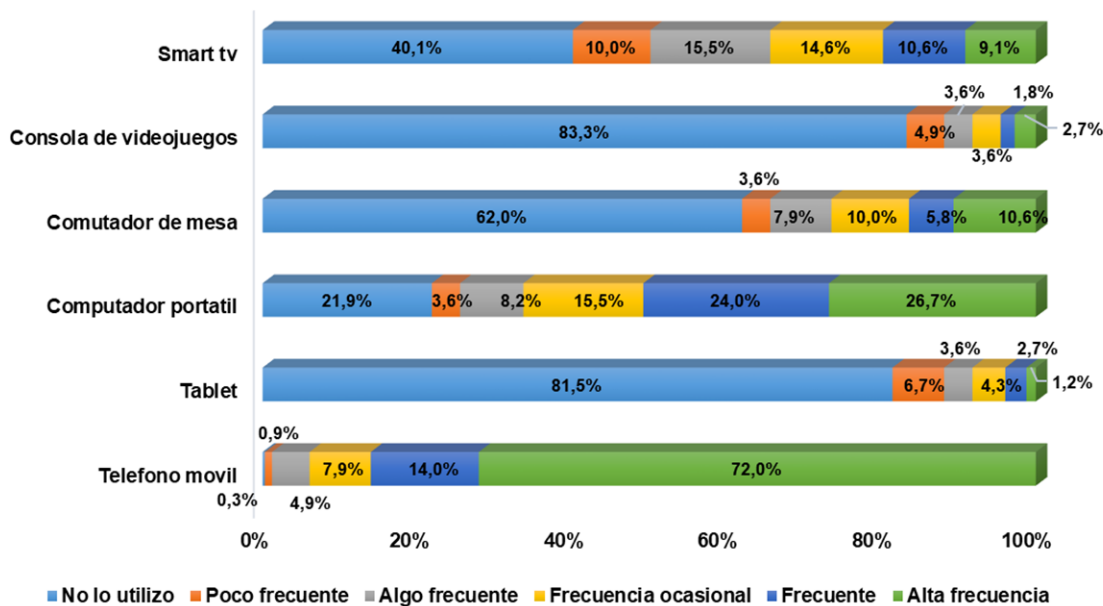


Gráfico 6.
Dispositivos empleados para acceder a los medios digitales. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes

Otro aspecto relevante está relacionado con el tipo de dispositivo utilizado para el acceso a los medios digitales. Se observa que uno de los dispositivos más utilizados por la población de estudio es el teléfono móvil (72,0%), seguido por el computador portátil (26,7%), computador de mesa (10,6%) y Smart TV (9,1%); asimismo, se evidencia que dentro de los dispositivos que fueron muy pocos relevantes en su uso se encuentran la consola de videojuegos y la *tablet* (gráfico 6). Los resultados anteriores concuerdan con el trabajo de Lemus-Pool, Bárcenas-Curtis & Gómez-Issasi (2020), donde se señala que es una tendencia general la conexión múltiple a partir de dispositivos propios, donde los más relevantes son el celular, la televisión y la computadora, y los menos relevantes las consolas de videojuegos, la *tablet* y la radio.

Percepciones e incidencia del riesgo

En materia de riesgos asociados al uso de los medios digitales, los resultados arrojan que la mayoría de los jóvenes encuestados están entre de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre su exposición a riesgos al desarrollar sus actividades en los medios digitales (50,15%). De hecho, un 26,44% de ellos han sido víctimas de malas experiencias en más de una ocasión (gráfico 7), tales como la recepción de contenido inadecuado u ofensivo (20,3%), noticias falsas o *fake news* (19,8%), pérdida de privacidad (15%) y ciberagresiones (8,2%), entre otras (gráfico 8).

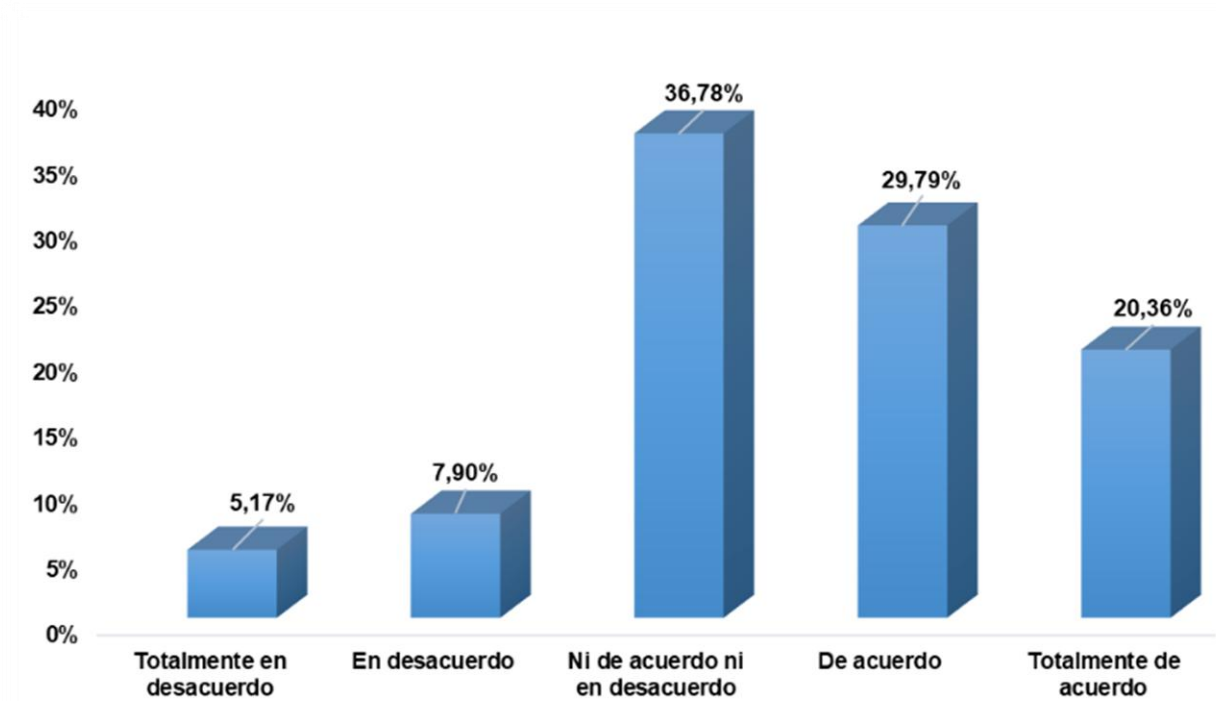
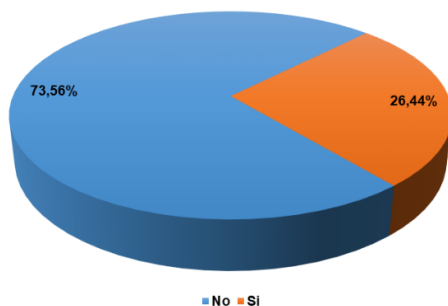


Gráfico 7.

Percepción sobre la exposición a riesgos en los medios digitales. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado a estudiantes

a) Víctimas de malas experiencias en los medios digitales



b) Tipología de las malas experiencias en los medios digitales



Gráfico 8.
Experiencias negativas en los medios digitales. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado

En general, en el entorno digital confluyen diferentes riesgos, sobre todo en el uso de las redes sociales, tales como acoso, chantaje, suplantación, pérdida de la intimidad, acceso a contenido poco fiable (sexual, violento, ofensivo), entre otros (Ramos-Soler, López-Sánchez, & Torrecillas-Lacave, 2018). De hecho, los jóvenes universitarios consideran tener un alto nivel de exposición a los riesgos presentes en los medios digitales, en especial, información y/o noticias falsas (38,0%), contenido inadecuado u ofensivo (32,5%), en línea con los hallazgos de Torres, Mosquera & Maza (2021). Asimismo, se consideran expuestos a sufrir robo de información y datos personales (32,2%), pérdida de la privacidad (31,6%), vigilancia masiva y fraude o estafa al realizar una compra (26,1%), suplantación de identidad (25,2%), ciberagresión (24,9%) y chantaje (14,3%). Los anteriores resultados permiten señalar que la mayoría de los jóvenes perciben una exposición a los riesgos, siendo conscientes de la existencia de los mismos (gráfico 9).

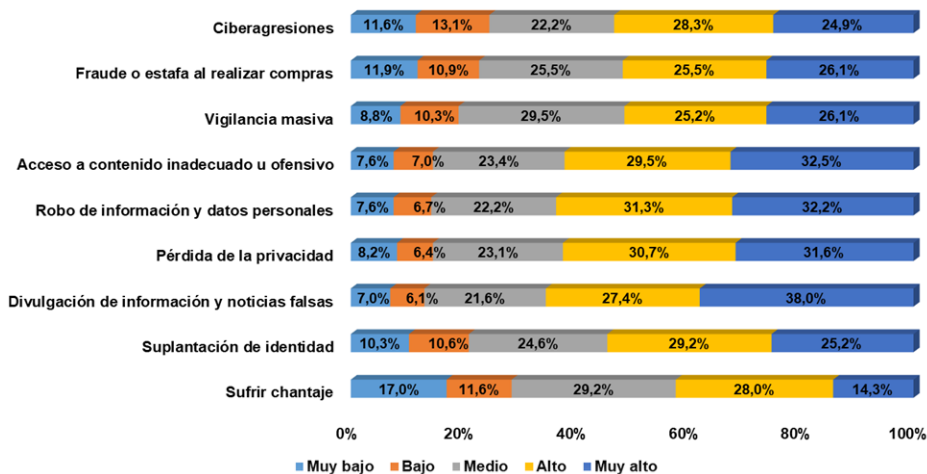


Gráfico 9.
Percepción sobre el nivel de exposición a riesgos en los medios digitales. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado

Por otra parte, el estudio evidenció que existe una relación significativa entre la frecuencia de acceso a los medios digitales y ser víctima de algún riesgo (Prueba χ^2 , con nivel de significancia del 5% y $g-l= 4$; P-valor=0,003; P-valor Prueba Fischer=0,003) (gráfico 12). De hecho, se observa que las personas con poca frecuencia de uso de medios digitales no han experimentado ningún tipo de mala experiencia; mientras que el resultado es contrario en aquellas con uso algo frecuente (57,14%) o con frecuencia ocasional (45,65%). El resultado de malas experiencias disminuye de forma importante en aquellos con uso frecuente (17,35%) o con alta frecuencia (26,63%). Lo anterior puede obedecer a que cuentan con mayor experiencia; de allí que puedan detectar, con mayor rapidez, las amenazas presentes y, por tanto, evitarlas.

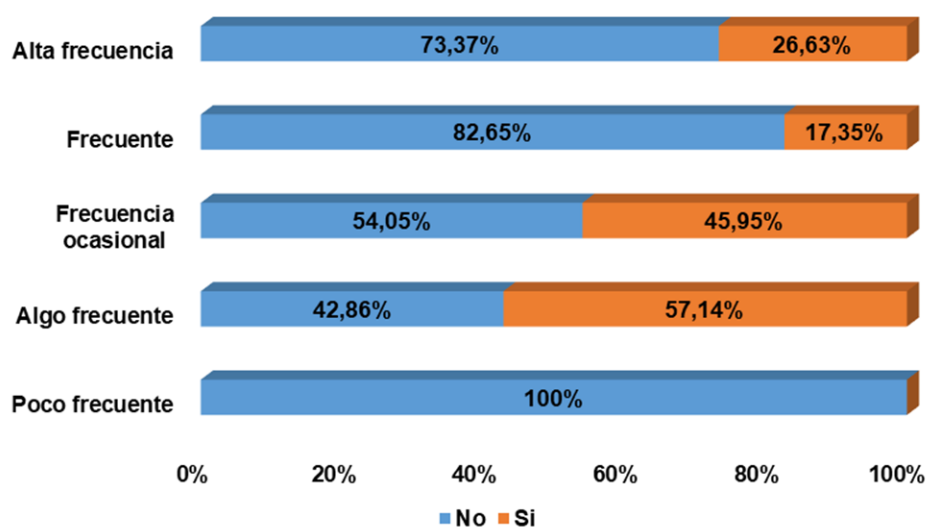


Gráfico 10.

Jóvenes con malas experiencias con los medios digitales, según frecuencia de uso. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado

En general, los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de los jóvenes universitarios reconocen que los riesgos percibidos en los medios digitales tienen una incidencia entre alta y muy alta en su comportamiento digital (47,72%) (gráfico 11). Adicionalmente, se encontró una relación significativa entre el grado de incidencia de los riesgos percibidos y la frecuencia de acceso a los medios digitales (Prueba χ^2 , con nivel de significancia del 5% y $g-l= 16$; P-valor=0,001) (gráfico 15). Sin embargo, no se evidencia una asociación entre el nivel de riesgo percibido y la forma de actuar frente al medio digital (Prueba χ^2 , con nivel de significancia del 5% y $g-l= 120$; P-valor=0,117). Lo anterior, considerando la tendencia de los jóvenes encuestados a utilizar los medios digitales habitualmente aun siendo conscientes de los riesgos presentes en los mismos. En otras palabras, a pesar de que la mayoría de los jóvenes contempla un grado de incidencia entre medio y muy alto de los riesgos percibidos sobre su comportamiento digital, en general, acceden a los medios digitales con gran frecuencia, ya que estos se han convertido en parte de su cotidianidad.

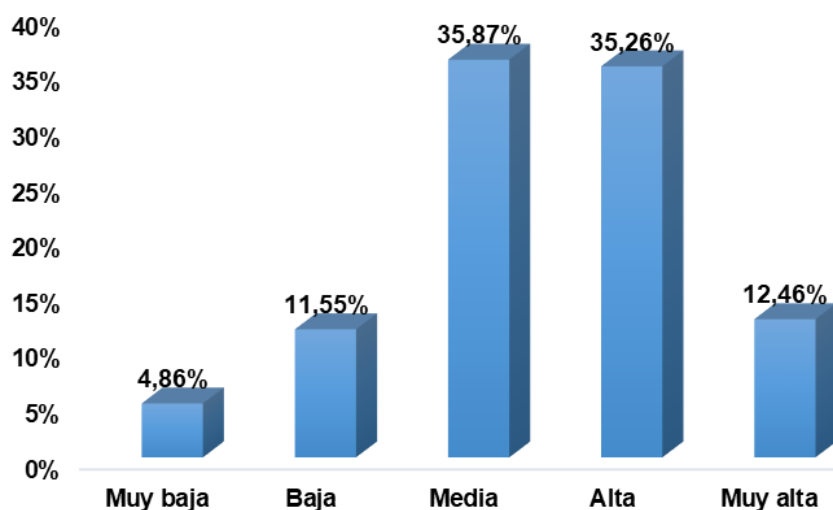


Gráfico 10.
Grado de incidencia de los riesgos percibidos en los medios digitales sobre el comportamiento digital. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado

Sin embargo, se evidencia que algunas personas que logran percibir un nivel de exposición a los riesgos se sienten motivadas a actuar con mayor precaución al interactuar en los medios digitales y adoptar estrategias para un empleo seguro de los medios digitales (44,98 %); existen aquellos que experimentan una sensación de inseguridad frente a los medios (33,74%), mientras que otros presentan un aumento en la desconfianza ante los medios digitales (14,59%), y una pequeña parte se inclina por disminuir el uso de los mismos (4,86%).

Estrategias para afrontar riesgos

Como se mencionó en el apartado anterior, la mayoría de los jóvenes universitarios reconocen que los riesgos percibidos en los medios digitales inciden en su comportamiento digital. Por ello se indagaron las estrategias que implementan para aumentar su seguridad en el manejo de los medios digitales. Entre las estrategias identificadas, las que presentaron una muy alta frecuencia de adopción fueron actuar con prudencia al recibir mensajes cuyo remitente, contenido o archivo adjunto es desconocido (57,75%), bloqueo de páginas sospechosas (53,19%), solo conectarse de un dispositivo que se considere seguro (52,58%), solo conectarse de un dispositivo que se encuentra en el hogar o empresa (52,28%), asegurarse de realizar transacciones por internet a través de una conexión segura (49,85%), no compartir información privada (48,63%) e interactuar únicamente con amigos y personas conocidas (48,33%) (gráfico 12).

Adicionalmente, aunque presentan una menor frecuencia de adopción, otras estrategias implementadas por los jóvenes son la instalación de un antivirus en los dispositivos, la utilización de diferentes contraseñas para acceder a los dispositivos y servicios digitales, cambiar periódicamente las contraseñas, administrar la configuración y

los sistemas de seguridad de los dispositivos y aplicaciones, no guardar las contraseñas en los sitios web, escanear los dispositivos externos para evitar contaminar los equipos propios, configurar las opciones de visualización del contenido publicado, configurar las opciones de privacidad disponibles en las aplicaciones y no compartir información privada.

Vale anotar que existe una relación entre la percepción de riesgo y la adopción de medidas de seguridad como actuar con prudencia al recibir mensajes cuyo remitente, contenido o archivo adjunto son desconocidos, contar con antivirus en los dispositivos, administrar la configuración y los sistemas de seguridad de los dispositivos y aplicaciones, no compartir información privada, no dejar guardadas las contraseñas en los sitios web, solo conectarse de dispositivos en casa o empresa, utilizar diferentes contraseñas para acceder a los dispositivos, solo conectarse desde un dispositivo que se considera seguro (Prueba χ^2 , con nivel de significancia del 5% y $g-l=5$; P-valor $_{prudencia}=0,000$; P-valor $_{antivirus}=0,004$; P-valor $_{seguridad}=0,005$; P-valor $_{información}=0,001$; P-valor $_{guardar\ contraseña, dispositivos}=0,016$; P-valor $_{diferentes\ contraseñas}=0,017$; P-valor $_{dispositivo\ seguro}=0,014$).



Gráfico 11.

Medidas de seguridad altamente adoptadas. Fuente: Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado

Discusión y conclusiones

Este artículo tuvo como objetivo analizar la percepción del riesgo entre los estudiantes universitarios al utilizar los medios digitales, así como la incidencia que tiene en su comportamiento digital. Para ello, se aplicó un cuestionario estructurado a una muestra de estudiantes de programas presenciales del área de las ciencias económicas y administrativas de una institución de educación superior oficial de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia. Dicho cuestionario, construido por el equipo de investigadores, tomó como referencia estudios previos y estuvo dividido en cuatro apartados: 1) aspectos sociodemográficos de los estudiantes; 2) uso de los medios digitales; 3) riesgos percibidos e incidencia en su comportamiento digital y 4) estrategias implementadas por los estudiantes para protegerse de los riesgos percibidos.

Los resultados exponen que la mayoría de los jóvenes encuestados acceden de forma frecuente a los medios digitales para el desarrollo de actividades académicas, de

entretenimiento, para relacionarse, y la búsqueda de información o noticias, dedicando para tal fin entre 7 y 9 horas diarias. Los resultados anteriores concuerdan con los hallazgos de los trabajos de [Domínguez Pozos \(2018\)](#) y de Castillejos, [Torres & Lagunes \(2016\)](#), ambos realizados entre estudiantes de universidades mexicanas ubicadas en la ciudad de Veracruz y el estado de Oaxaca, respectivamente. En la misma línea se encuentra el trabajo de [González-Ramírez & López-Gracia \(2018\)](#), el cual también arrojó la fuerte presencia de la tecnología entre los jóvenes, principalmente en sus actividades de ocio, comunicación y relaciones entre sus pares. Se destaca también el trabajo de [De-Frutos-Torres & Vázquez-Barrio \(2012\)](#), que tomó una muestra de estudiantes de bachillerato y de primer curso universitario de centros educativos ubicados en Madrid y Segovia (España). Dicho estudio mostró no solo la progresiva penetración del internet dentro de las actividades de ocio de los adolescentes y jóvenes sino, además, el rol que estaba jugando el internet en la redefinición de sus formas de entretenimiento y de relacionarse con su entorno.

Por otra parte, la mayoría de los estudiantes perciben una alta exposición a riesgos al momento de desempeñar actividades en el medio digital. De hecho, una buena parte de ellos han experimentado malas experiencias o han presenciado una situación no deseada. De forma adicional, se percibió una mayor exposición a los riesgos asociados a la divulgación de información y noticias falsas y al acceso a contenido inadecuado u ofensivo. Lo anterior concuerda con los hallazgos de [De-Frutos-Torres & Marcos-Santos \(2017\)](#) entre estudiantes de escuelas secundarias en Segovia (España), que señalan que 3 de cada 4 adolescentes habían sufrido algún tipo de experiencia negativa en redes sociales. En esa misma línea versa el estudio de [Catalina-García, López de Ayala & García Jiménez \(2014\)](#), que tomó como muestra a 2077 adolescentes de España. Los resultados señalaron una alta exposición a riesgos de los jóvenes en internet, resaltándose los asociados a contenido inapropiado, el contacto con extraños, la pérdida de privacidad y el ciberacoso, entre otros. Se destaca que los trabajos de [Sánchez-Martínez y Otero-Puime \(2010\)](#), [Garmendia-Larrañaga et al. \(2011\)](#) y [Livingstone et al. \(2011\)](#) ya señalaban la variedad de riesgos que enfrentaban los jóvenes en edad estudiantil.

Un hecho a destacar es que, pese a las experiencias negativas de los jóvenes universitarios, no se observó una relación entre el nivel de riesgo percibido y su comportamiento digital. Lo anterior, según los hallazgos de [Catalina-García, López de Ayala & García Jiménez \(2014\)](#), puede explicarse por la normalización que hacen los jóvenes de algunas tipologías de riesgos –por ejemplo el ciberacoso– y, de manera paralela, a la alta confianza que depositan en internet, aun cuando se hayan visto expuestos a algún tipo de riesgo. No obstante, una parte de los jóvenes que perciben un mayor nivel de exposición a los riesgos muestra inseguridad frente a los mismos, y optan por alternativas para su protección, tales como disminuir su uso, tomar medidas de precaución o adoptar estrategias para un manejo seguro en los medios digitales; por ejemplo, actuar prudentemente al recibir mensajes o contenido desconocido y conectarse desde dispositivos confiables o seguros. Vale señalar que el incremento en la adopción de las estrategias de manejo seguro aumenta entre los jóvenes universitarios, en la medida que su percepción sobre el riesgo sea mayor, sin que esto implique variar, de forma significativa, su dedicación diaria.

En conclusión, se alcanza a evidenciar que los jóvenes universitarios son conscientes de la existencia de riesgos en el entorno digital; sin embargo, no tienden a disminuir la frecuencia de su uso. En otras palabras, a pesar de que la mayoría de los jóvenes contempla un grado de incidencia entre medio y muy alto de los riesgos percibidos sobre su comportamiento digital, en general, siguen accediendo a los medios digitales con gran frecuencia, puesto que estos se han convertido en parte de su cotidianidad. No obstante, los jóvenes sí tienden a implementar estrategias para reducir sus riesgos, tales como el actuar con prudencia al recibir mensajes de desconocidos, el bloqueo de páginas sospechosas y el conectarse desde su hogar o empresa, entre otras.

Este artículo de investigación ha permitido contribuir, mediante un ejercicio investigativo entre estudiantes de una universidad pública de Cartagena de Indias, Colombia, la percepción de riesgo de uso de los medios digitales y su incidencia de la percepción del riesgo. Una de las limitaciones de la investigación consistió en la aplicación de los cuestionarios vía Google Forms, ya que coincidió con la vigencia de las medidas de aislamiento decretadas en el marco de la emergencia por COVID-19. No obstante, se siguieron las recomendaciones de Newman *et al.* (2020) para los cuestionarios aplicados de forma telemática, para así disminuir dichas limitaciones. Como líneas futuras de investigación, se recomienda seguir la revisión de nuevos estudios que enfatizan en la percepción de riesgo frente a los comportamientos digitales entre estudiantes de universidades privadas, así como en diferentes niveles de formación (por ejemplo, secundaria, técnica, y tecnológica), además de indagar en las medidas usualmente aplicadas por los jóvenes que han sido efectivas, según su percepción, para minimizar el nivel de exposición a los riesgos en los escenarios digitales.

Referencias

- Arias Castilla, C. A. (2006). Enfoques Teóricos sobre la percepción que tienen las personas. *Horizontes Pedagógicos*, 8(1), 9-22. <https://horizontespedagogicos.iber.edu.co/article/view/08101>
- Ávila, W. (2013). Hacia una reflexión histórica de las TIC. *Hallazgos*, 10(19), 213-233. <https://doi.org/10.15332/s1794-3841.2013.0019.13>
- Baquerin de Riccitelli, M. T., & Scaricabarozzi, R. (2013). Una aproximación al concepto de la percepción de riesgo. La participación de los medios de comunicación. *Ecos de La Comunicación*, 6(6), 51-75. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/6879>
- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global* (1.^a ed.). Siglo Veintiuno de España Editores. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Beck-Ulrich-La-Sociedad-Del-Riesgo-Global-copia.pdf>
- Canales-Reyes, R., & Silva-Quiróz, J. (2020). De lo presencial a lo virtual, un modelo para el uso de la formación en línea en tiempos de Covid-19. *Educar Em Revista*, 36, 1-20. <https://doi.org/10.1590/0104-4060.76140>

- Carrillo Ramírez, H., & Muñoz Orjuela, D. (2018). *La percepción en las personas del cambio del ser humano a partir del avance de la tecnología durante los últimos 20 años* [Corporación Universitaria Minuto de Dios]. <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10330>
- Castillejos, B., Torres, C., & Lagunes, A. (2016). La seguridad en las competencias digitales de los millennials. *Apertura: Revista de Innovación Educativa*, 8(2), 54-69. <https://doi.org/10.32870/Ap.v8n2>
- Catalina-García, B., López de Ayala López, M. C., & García Jiménez, A. (2014). Los riesgos de los adolescentes en Internet: Los menores como actores y víctimas de los peligros de Internet. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 462-485. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1020>
- Corcoran, L., Guckin, C., & Prentice, G. (2015). Cyberbullying or Cyber Aggression?: A Review of Existing Definitions of Cyber-Based Peer-to-Peer Aggression. *Societies*, 5(2), 245-255. <https://doi.org/10.3390/soc5020245>
- Crosslin, K., & Crosslin, M. (2014). Cyberbullying at a Texas University - A Mixed Methods Approach to Examining Online Aggression. *Texas Public Health Journal*, 66(3), 26-31. <https://mattcrosslin.com/archives/phd/papers/Crosslin-Crosslin-Cyberbullying.pdf>
- De-Frutos-Torres, B., & Marcos-Santos, M. (2017). Negative experiences and risk perception disconnection on the networking sites by teenagers. *Profesional de la Información*, 26(1), 88-96. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.09>
- De-Frutos-Torres, B., & Vázquez-Barrio, T. (2012). Adolescentes y jóvenes en el entorno digital: análisis de su discurso sobre usos, percepción de riesgo y mecanismos de protección. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales*, 15, 57-79. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n15a3>
- Domínguez Pozos, F. de J. (2018). *Significado y tipos de interacción social en las redes sociales digitales de jóvenes estudiantes de la Universidad Veracruzana* [Universidad Veracruzana]. <http://cdigital.uv.mx/handle/1944/49680>
- Durán, M., & Martínez, R. (2015). Cyberbullying through mobile phone and the internet in dating relationships among youth people. *Comunicar*, 22(44), 159-167. <https://doi.org/10.3916/C44-2015-17>
- Fischhoff, B., Slovic, P., Lichtenstein, S., Read, S., & Combs, B. (1978). How safe is safe enough? A psychometric study of attitudes towards technological risks and benefits. *Policy Sciences*, 9(2), 127-152. <https://doi.org/10.1007/BF00143739>
- García-Ruiz, R., & Pérez Escoda, A. (2019). Empoderar a la ciudadanía mediante la educación en medios digitales. *Hamut'ay*, 2019, 6(2), 7-23. <https://doi.org/10.21503/hamu.v6i2.1771>
- García, A. (2012). Concepto de Percepción de Riesgo y su Repercusión en las Adicciones. *Salud y Drogas*, 12(2), 133-151. <https://www.redalyc.org/pdf/839/83924965001.pdf>

- García Acosta, V. (2005). El riesgo como construcción social y la construcción social de riesgos. *Desacatos*, 19, 11-24. <https://doi.org/10.29340/19.1042>
- García Ortiz, P. A. (2017). Análisis del comportamiento del e-consumer: revisiones prácticas e implicaciones en los esfuerzos de marketing digital. *Ediciones Unibaqué*, 6, 65-83. <http://repositorio.unibague.edu.co:80/jspui/handle/20.500.12313/190>
- Garmendia-Larrañaga, M., Garitaonandia-Garnacho, C., Martínez-Fernández, G., Casado-Del-Río, M. Á. (2011). Riesgos y seguridad en internet. Los menores españoles en el contexto europeo. Bilbao: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, EU Kids Online. https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/3155_d_Informe_EU_Kids_Online_Espa%C3%B1a_completo_red.pdf
- Garzón, R., Fiestas, M., & Cuéllar, L. (2015). El riesgo percibido y la gestión de la seguridad. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 47(1), 23-32. <https://www.redalyc.org/pdf/3438/343839277004.pdf>
- Giannini, S. (2020). COVID-19 y educación superior : De los efectos inmediatos al día después. *Revista Latinoamericana de Educación Comparada –RELEC –*, 11(17), 1-57. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7502929>
- González-Ramírez, T., & López-Gracia, A. (2018). La identidad digital de los adolescentes: usos y riesgos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 17(2), 73-86. <https://doi.org/10.17398/1695-288X.17.2.73>
- Katz, R., Jung, J., & Callorda, F. (2020). *El estado de la digitalización de América Latina frente a la pandemia del COVID-19*. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1540>
- Kemp, S. (2020). *Digital 2020: July Global Statshot*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-july-global-statshot>
- Knight, F. (1921). Risk, Uncertainty, and Profit. In Beardbooks (Ed.), *Houghton Mifflin Company*. Retrieved July (Vol. 20). <https://oll.libertyfund.org/title/knight-risk-uncertainty-and-profit>
- Kouabenan, D. R., Cadet, B., Hermand, D., & Muñoz, M. T. (2007). Introduction: Psychologie du risque ou pourquoi étudier la perception et l'évaluation du risque? In De Boeck Supérieur (Ed.), *Psychologie du risque* (1st ed., pp. 7-15). <https://doi.org/10.3917/dbu.kouab.2007.01>
- Lemus, M., Bárcenas, C., & Gómez, J. (2020). Jóvenes y tecnologías digitales. Diagnóstico del uso y apropiación de plataformas digitales en la zona conurbada del sur de Tamaulipas. *CienciaUAT*, 14(2), 87-103. <https://doi.org/10.29059/cienciauat.v14i2.1359>
- Leonardo Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 18(1), 89-96. <https://doi.org/10.7440/res18.2004.08>

- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson K. (2011). Technical report and user guide: The 2010 EU kids online survey. EU Kids Online, London School of Economics and Political Science, London. [http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/Survey/Technical%20report.pdf](http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/Survey/Technical%20report.pdf)
- Livingstone, S. (2019). Audiences in an Age of Datafication: Critical Questions for Media Research. *London School of Economics and Political Science*, 20(2), 170-183. <https://doi.org/10.1177/1527476418811118>
- Losada Iglesias, D., Fernández Olaskoaga, L., & Correa Gorospe, J. M. (2018). *La competencia y Ciudadanía Digital para la Transformación Social. XXVI Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa. San Sebastián 27, 28 y 29 de junio de 2018* (1.^a ed.). Universidad del País Vasco. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=776619>
- Masanet, M. J., & Establés, M. J. (2018). Competencias en la prevención de riesgos, ideología y ética. En C. A. Scolari (Ed.), *Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el aula* (pp. 74-82). Universitat Pompeu Fabra. <https://digital.fundacionceibal.edu.uy/jspui/handle/123456789/247>
- Maza Ávila, F. J., Fals Galezo, M. P., Espinosa Flórez, L. C., Safar Cano, C. F., & Licona Dáger, D. (2019). Percepciones del riesgo asociado a la práctica del mototaxismo en Cartagena, Colombia. *Economía & Región*, 13(2), 57-81. <https://doi.org/10.32397/er.vol13.n2.2>
- Mellado Olate, E., & Maldonado, J. R. (2017). Percepción de riesgo y vulnerabilidad en jóvenes del sistema escolar frente a peligros por uso de tecnologías. *Educación y Tecnología*, 1(10), 14-33. <http://revistas.umce.cl/index.php/edytec/article/view/1126>
- Merleau-Ponty, M. (1975). *Fenomenología de la Percepción* (Ediciones Península). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005205>
- Newman, A., Bavik, Y. L., Mount, M., & Shao, B. (2020). Data Collection via Online Platforms: Challenges and Recommendations for Future Research. *Applied Psychology*, 0(0). <https://doi.org/10.1111/apps.12302>
- Ordóñez Díaz, L. (2007). El desarrollo tecnológico en la historia. *Areté: Revista de Filosofía*, 19(2), 187-209. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1016-913X2007000200001&lng=es&tlng=es
- Pérez Cabañero, C. (2008). El riesgo percibido ante la compra de bienes y servicios. *Esic Market*, 129, 183-218. <https://revistasinvestigacion.esic.edu/esicmarket/index.php/esicm/article/view/77/168>

- Ponce, M. L., & Calderón, C. A. (2016). Adopción y uso de medios sociales por jóvenes de la Costa Caribe de Colombia. *Investigación & Desarrollo*, 24(2), 285-306. <https://doi.org/10.14482/indes.24.2.8906>
- Puy-Rodríguez, A. (2001). *Percepción social del riesgo. Dimensiones de evaluación y predicción* [Universidad Complutense de Madrid]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/3002/>
- Quevedo, M., Chaparro, A., Puentes, N., Rojas, Lady, & Pérez, R. (2018). Factores determinantes para la decisión de compra por plataformas digitales para los Millennials ubicados en Bogotá D. C. *Researchgate.Net*, 3(November), 63. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23176.47367>
- Quintanilla, M. A. (2017). *Tecnología: un enfoque filosófico y otros ensayos de filosofía de la tecnología* (2.ª ed.). Fondo de Cultura Económica, México. <https://books.google.com.pe/books?id=OdVSDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Ramírez Hernández, D. C., & Jiménez-Leal, W. (2013). Percepción de riesgo y compras por internet: Su relación con la personalidad y el tipo de producto. *Suma Psicológica*, 20(2), 147-161. <https://doi.org/10.14349/sumapsi2013.1409>
- Ramos-Soler, I., López-Sánchez, C., & Torrecillas-Lacave, T. (2018). Online risk perception in young people and its effects on digital behaviour. *Comunicar*, 26(56), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-07>
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T., & Varela, J. (2015). Attitudes, perceptions and Internet and social networks use among Galician (Spain) teens. *Anales de Psicología*, 30(2), 642-655. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.2.159111>
- Rivituso, J. (2014). Cyberbullying victimization among college students: An interpretive phenomenological analysis. *Journal of Information Systems Education*, 25(1), 71-75. <https://jise.org/Volume25/n1/JISEv25n1p71.pdf>
- Rodríguez García, L., & Magdalena Benedito, J. R. (2016). Perspectiva de los jóvenes sobre seguridad y privacidad en las redes sociales. *Revista ICONO14 Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 14(1), 24-49. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.885>
- Romera, E. M., Cano, J. J., García-Fernández, C. M., & Ortega-Ruiz, R. (2016). Cyberbullying: Social competence, motivation and peer relationships. *Comunicar*, 24(48), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-07>
- Romero, L. M., Torres, Á., Perez, M. A., & Aguaded, I. (2016). Analfanautas y la cuarta pantalla: ausencia de infodietas y de competencias mediáticas e informaciones en jóvenes universitarios latinoamericanos. *Fonseca, Journal of Communication*, 12(12), 11-25. <https://doi.org/10.14201/fjc2016121125>
- Sánchez-Martínez, M., Otero-Puime, Á. (2010). Usos de internet y factores asociados en adolescentes de la Comunidad de Madrid. *Atención primaria*, 42(2), 79-85. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2009.05.004>

- Sánchez, M. (2018). Origen y evolución de internet y su desarrollo como entorno de interacción social a través de los medios sociales digitales. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 1(2018-03). <https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/03/medios-sociales-digitales.html>
- Sánchez Torres, J., & Arroyo Cañada, F. (2016). La percepción de satisfacción de la Red Social Virtual, un análisis comparativo. *Esic Market*, 47(153), 131-158. <https://doi.org/10.7200/esicm.153.0471.4e>
- Slovic, P. (1992). Perception of Risk: Reflections on the Psychometric Paradigm. In S. Krimsky & D. Golding (Eds.), *Social Theories of Risk* (1st ed., pp. 117-152). Praeger. <https://philpapers.org/rec/SLOPOR>
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10, 17-21. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.016>
- Tocabens, B. E. (2011). Definiciones acerca del riesgo y sus implicaciones. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 49(3), 470-481. <http://www.revepidemiologia.sld.cu/index.php/hie/article/view/505>
- Torres Pineda, A. J., Mosquera Castillo, A. V., & Maza Avila, F. J. (2021). Veracidad y consumo de las fake news entre estudiantes de una universidad pública de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista Doxa Digital*, 11(21). <https://doi.org/10.52191/rdojs.2021.239>
- Tsui, C. C. (1988). Correspondence comments on parallel procedure for the design of observers in highorder multivariable systems. *International Journal of Control*, 48(4), 1753-1754. <https://doi.org/10.1080/00207178808906281>
- Unesco. (2015). Educación 2030: Declaración de Incheon y Marco de Acción para la realización del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos. En *Unesdoc*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245656_spa
- Vargas Melgarejo, L. M. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711353004>
- Vilatuña, F., Guajala, D., Pulmarín, J., & Ortiz, W. (2015). Sensación y percepción en la construcción del conocimiento. *Sophia, Colección de Filosofía de La Educación*, 13(13), 123-149. <https://doi.org/10.17163/soph.n13.2012.05>
- Yuste, B. (2015). Las nuevas formas de consumir información de los jóvenes. *Revista de Estudios de Juventud*, 108, 179-191. http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_14-nuevas-formas-consumir-informacion.pdf

Agradecimientos

Artículo derivado del Seminario de Investigación como Opción de Grado del programa de Administración Industrial de la Universidad de Cartagena, y resultado del Plan de fortalecimiento del Grupo de Estudios para el Desarrollo Regional —GIDER— de la Universidad de Cartagena (Acta de Compromiso nro. 028-2021).