

INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES



**LAS AUDIENCIAS INFANTILES
Y EL CONSUMO DE CONTENIDOS
EN PLATAFORMAS *OVER THE TOP***

JUNIO DE 2021



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
METODOLOGÍA	8
OBJETIVO.	8
LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS FUERON LOS SIGUIENTES.	8
POBLACIÓN PARTICIPANTE.....	9
TÓPICOS INCLUIDOS.	11
TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.	14
CONSIDERACIONES GENERALES	19
DESARROLLO COGNITIVO	26
LA SITUACION FAMILIAR EN LOS HOGARES	29
CONDICIONES HOMOGÉNEAS / TENDENCIA GLOBAL.	30
HÁBITOS DE CONSUMO DE PLATAFORMAS OTT.	34
HÁBITOS Y COSTUMBRES POR EDAD.	36
CONSUMO DE CONTENIDOS POR DÍA DE LA SEMANA.	38
COMPARACIÓN GENERACIONAL.....	41
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA	50
TELEVISIÓN INTELIGENTE.....	54
CELULAR.....	56
TABLETA ELECTRÓNICA.	59
COMPUTADORA.	61
CONSOLA DE VIDEO JUEGOS.....	63
INTERNET.....	64
IMPACTO DE LOS DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS EN EL HOGAR.....	65
OPCIONES DE CONTENIDO	68



DIFERENCIAS ENTRE SUSCRIPTORES Y NO SUSCRIPTORES.....	70
NO SUSCRIPTORES.	72
OTT'S CON MAYOR PENETRACIÓN.....	74
NETFLIX:.....	74
BLIM.	75
DISNEY+.	76
CLARO VIDEO.....	77
YOUTUBE PREMIUM.....	78
REDES SOCIALES.	78
YOUTUBE.....	79
TIK TOK.....	80
FACEBOOK.	83
INSTAGRAM.	85
OTRAS REDES SOCIALES.....	85
IMPACTO.	86
USO MÚLTIPLE.	88
CONSECUENCIAS EN LA SALUD.	89
PREFERENCIAS DEL VISIONADO.....	94
PERCEPCIÓN POR PLATAFORMAS.....	95
YOUTUBE.....	95
NETFLIX.....	100
AMAZON PRIME VIDEO / DISNEY+ / BLIM.	100
TIPOS DE CONTENIDOS.	101
PELÍCULAS.....	101
SERIES.	103
CONTENIDOS OTT: UNA VISIÓN CRÍTICA.	104



PRÁCTICAS DE CONSUMO	107
IMPACTO DE LAS OTT EN LOS NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES. ...	108
IMPACTO ECONÓMICO: GENERACIÓN DE DESEOS.	111
RIESGOS EN EL CONSUMO DE CONTENIDOS OTT.	112
CONTROL PARENTAL	116
CONTROL PARENTAL EN EL DISCURSO.	120
DISTINCIONES EN FUNCIÓN DE LA EDAD.	121
PADRES URGENTES DE AUXILIO.	122
EXPOSICIÓN A MEDIOS DURANTE LA PANDEMIA	129
CONCLUSIONES	134
ENTORNO SOCIAL RESPECTO DEL CONSUMO DE OTT.....	134
BENEFICIOS PERCIBIDOS GRACIAS A LA TECNOLOGÍA.	135
ELEMENTOS DE MAYOR IMPACTO EN EL NEURODESARROLLO.....	137
IMPACTO EN LA FAMILIA.	139
IMPACTO EN LA ESCUELA.	142
CONTROL PARENTAL.....	143
REFERENCIAS	145
ANEXOS	149
INVESTIGACIÓN EN EL CONTEXTO DEL CONFINAMIENTO.....	149
<i>CONSIDERACIONES DE CAPACIDAD / TIEMPO DE ENTREVISTA CARA A CARA</i>	151



INTRODUCCIÓN

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT o Instituto), es un órgano autónomo encargado del desarrollo eficiente de la Radiodifusión y las Telecomunicaciones en México; para lograrlo regula, promueve y supervisa el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes, así como la prestación de los servicios públicos de radiodifusión y telecomunicaciones; asimismo, una de sus tareas fundamentales es contribuir a la libertad de expresión y el acceso universal a la información, mediante los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión. De igual forma, dentro de sus atribuciones se encuentra la realización de estudios e investigaciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

En este sentido, desde el 2014 el IFT ha puesto a disposición de la ciudadanía en su página de internet, diversos estudios e informes con los resultados de proyectos de investigación realizados, entre los que destacan:

- Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida, versiones 2015 y 2017.
- Estudio cualitativo sobre la inclusión y representación de género en los medios y contenidos audiovisuales.
- Estudio diagnóstico de la relación de las audiencias indígenas con la radio y la televisión.
- Estudio Cualitativo de apropiación de contenidos de radio y televisión en audiencias infantiles.
- Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida.



- Estudio cualitativo sobre la inclusión y representación de las audiencias masculinas en los medios y contenidos audiovisuales.
- Estudio Cualitativo sobre el consumo de contenidos de radio y televisión por adolescentes.
- Inclusión y representación de género en medios y contenidos audiovisuales desde la perspectiva de niñas y niños.
- Estudio Cualitativo sobre apropiación de contenidos informativos y de opinión, versiones 2018 y 2019.
- Hábitos de consumo de medios de comunicación por jóvenes.
- Estudio de roles de género en medios de comunicación.

Desde finales de 2016, el Instituto ha publicado diversos Reportes Trimestrales Estadísticos de Audiencias de Radio y Televisión con Perspectiva de Género, los cuales refieren un análisis integrado de los niveles de audiencia de radio y televisión observados desde un enfoque de género, donde se identifican convergencias y divergencias que existen entre los hábitos de exposición y consumo de las audiencias femeninas y masculinas.

En esta ocasión, el objetivo del proyecto de investigación fue conocer y entender los hábitos de exposición a medios de comunicación y, las preferencias sobre contenidos audiovisuales transmitidos a través de internet en plataformas OTT¹ (*over the top*, por sus siglas en inglés). La información fue recabada a partir de la aplicación de distintas técnicas de investigación cualitativas, las cuales contaron con la participación de diversos perfiles de la población, audiencias pertenecientes a ocho ciudades del país.

¹ OTT (Over-The-Top) se refiere a la distribución de contenido audiovisual a través de Internet sin la participación de un proveedor de servicios de Internet (PSI) en el control del contenido. El PSI no es responsable ni puede controlar las capacidades de visualización, los derechos de autor u otra redistribución del contenido, el cual llega de un tercero y se entrega al dispositivo de un usuario final. En <http://www.entmerch.org/digitalema/white-papers/defining-digital-distributi.pdf>. Consultado el 16 de julio de 2020.



Es importante destacar que todas las fotos e imágenes del presente reporte fueron compartidas por las familias participantes en los diarios de consumo y, se evitó utilizar fotos que mostraran los rostros de niñas, niños y adolescentes, con la finalidad de salvaguardar su integridad y respetar su derecho a la intimidad.



METODOLOGÍA

Objetivo.

El objetivo del Estudio fue comprender los hábitos de exposición y las preferencias sobre contenidos audiovisuales transmitidos a través de internet, por parte de niñas, niños y adolescentes en México; con el análisis de las variables de información, respecto al género, la edad, nivel socioeconómico y lugar de residencia; asociadas al acceso a plataformas OTT.

Para lograr lo anterior se pusieron en práctica diversas técnicas de investigación, principalmente cualitativas, las cuales integraron la participación de audiencias infantiles de diferentes ciudades y realidades socioeconómicas del país, lo cual permitió registrar una visión extensa y detallada de la materia de estudio y los contextos que la conforman.

Los objetivos específicos fueron los siguientes.

- Identificación y descripción de la etapa cognitiva de las niñas, niños y adolescentes participantes en el estudio.
- Comprensión de la infraestructura tecnológica disponible en el hogar para consumo de contenidos; aquella que se reconoce para uso común y, en el caso de personas menores de catorce años, la personal.
- Conocimiento de los contenidos audiovisuales que las niñas, niños y adolescentes reconocen como opciones preferidas para su consumo regular.
- Registro de las preferencias de visionado del público infantil en las diversas modalidades, es decir, ya sean producciones tradicionales, no tradicionales y emergentes.



- Reconocimiento de las prácticas de consumo, es decir, apropiación, replicación o reinterpretación de contenidos a los cuales están mayormente expuestos; así como los tiempos de permanencia.
- Identificación de los mecanismos de control parental a propósito de la exposición, vinculado el análisis a lo que respecta la calidad atribuida a los contenidos, a partir de la propia voz de madres y padres de familia, así como de niñas, niños y adolescentes.

Población Participante.

La consideración inicial para la selección de las personas participantes en el estudio fue su ubicación geográfica, la cual se detallada más adelante. Madres, padres de familia, niñas, niños y adolescentes, debieron cumplir el requisito de tener disponible un acceso a internet dentro del hogar; lo anterior con el propósito de llevar a cabo exitosamente cada una de las técnicas de recopilación de información, las cuales fueron planeadas sucedieran en línea y, principalmente, asegurar que consumieran contenidos audiovisuales en plataformas *over the top*.

Adicionalmente, las personas habitantes de cada ubicación geográfica y con un acceso a internet dentro del hogar, se les clasificó en dos grupos: los que poseen una cuenta activa, por lo menos, a un servicio de OTT de paga y, los que carecen de ella pero que consumen contenidos a través de servicios de OTT gratuitos, como *YouTube, Pluto TV, Facebook Live, Twitch*, entre otros.

Los participantes en el estudio pertenecen a los niveles socioeconómicos C+ y D+, los cuáles se determinaron a partir de la aplicación previa del cuestionario de Niveles Socioeconómicos (NSE) desarrollado por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública, A.C. (AMAI). Dicha



selección obedece a la condición de contar con una conexión a internet dentro del hogar, lo que los niveles socioeconómicos propuestos posibilitaron garantizarlo; según datos de la AMAI, los referidos niveles socioeconómicos tienen una penetración de 93% en el nivel C+ y, 22% en el nivel D+. Aunado a lo anterior, será posible contrastar la información obtenida de dos grupos de personas mexicanas con realidades distintas, lo cual enriquecerá los hallazgos derivados de la ejecución del presente estudio.

En tanto que el objetivo principal del estudio es la relación establecida entre las audiencias infantiles y su consumo de contenidos a partir de plataformas *over the top*, las personas participantes deberán contar con las siguientes características, ser:

1. Madres y padres de familia de niñas, niños y adolescentes, entre los dos y catorce años;
2. Niñas, niños y adolescentes, cuya edad oscile entre los dos y los catorce años;
3. Profesionales expertos en desarrollo infantil.

A continuación, se detallan cada uno de los perfiles de los participantes en el estudio:

PERFILES	SERVICIO DE OTT DE PAGO	NIVEL SOCIOECONÓMICO D+	NIVEL SOCIOECONÓMICO C+
Hogares, habitados por al menos dos niñas, niños o adolescentes, con acceso a internet	Con acceso	HCD+	HCC+
	Sin acceso	HSD+	HSC+



Madres o padres de familia de niñas, niños o adolescentes	Con acceso	MPCD+	MPCC+
	Sin acceso	MPSD+	MPSC+

Tópicos incluidos.

A continuación, se enlistan algunos de los tópicos abordados a través de las diferentes técnicas de recopilación de la información.

Infraestructura tecnológica

- Cantidad y tipo de televisores disponibles en el hogar para consumo de contenidos, ya sea de señales radiodifundidas (televisión abierta) o a través de servicios de telecomunicaciones (televisión restringida e internet).
- Existencia de aparatos periféricos (videojuegos -ya sean consolas o portátiles-, receptores digitales multimedia, reproductores de audio o video) para consumo de contenidos audiovisuales.
- Presencia de dispositivos exclusivos para uso de niñas, niños y adolescentes vs disponibles para todos los habitantes del hogar.
- Características del servicio de internet con las que cuenta el hogar, como velocidad contratada vs velocidad real).
- Registro de cuentas activas de servicios de contenidos OTT, así como sus características.



Opciones de contenido

- Identificación de las diversas opciones de contenidos audiovisuales a las que tienen acceso niñas, niños y adolescentes, ya sea de señales radiodifundidas, así como de los servicios de telecomunicaciones; es decir, televisión restringida e internet.
- Paralelismos y diferencias entre los contenidos identificados como producciones tradicionales como, series, películas y caricaturas; no tradicionales como, *Youtubers*, tutoriales, videos recopilatorios; así como emergentes, por ejemplo, *stories* de *Instagram*, *Facebook* o *Whatsapp* y videos de corta duración en *TikTok*, *Snapchat*, *Lasso*.
- Reconocimiento de los contenidos a partir de su función: entretenimiento vs informativos vs aprendizaje.

Preferencias de visionado

- Dispositivo que prefieren para consumo de contenidos audiovisuales, así como sus razones.
- Historial de navegación declarado, en contraste con el registro de los dispositivos.
- Valoración de programas derivado del tipo de señal a través del cual se consumen.
- Determinación de los contenidos que más gustan, dependiendo del tipo de producción (tradicionales, no tradicionales y emergentes).
- Identificación de contenidos que no les gustan y los motivos del desagrado por parte de niñas, niños y adolescentes.
- Traslado de gustos y apropiaciones de contenidos a la vida diaria.



Prácticas de consumo

- Detalle de experiencias de integración (apropiación) de contenidos en la vida diaria de niñas, niños y adolescentes, ya sea a partir de su interés en temas particulares, sus formas de expresión (en su vocabulario, vestimenta).
- Función e importancia del consumo de contenidos como mecanismo de inclusión / exclusión de grupos de pares.
- Identificación de prácticas de replicación (imitación y/o reinterpretación) de contenidos en la vida diaria, así como su finalidad.
- Descubrir los conductores, personajes y *Youtubers* con los cuales se identifican principalmente.

Control Parental

- Conocimiento asumido de niñas, niños y adolescentes, en comparación con la opinión de los padres de familia, al respecto de los contenidos a los que están expuestos sus hijos.
- Valoración del control parental: perspectiva de niñas, niños y adolescentes, padres y expertos en desarrollo infantil.
- Conocimiento de las herramientas disponibles en los dispositivos para ejercer control parental; en comparación con el uso y aplicación de estas.
- Establecimiento de mecanismos de supervisión externos: existencia de rutinas, límites (espaciales o temporales), visionado conjunto.
- Comunicación entre adultos (padres de familia) con niñas, niños y adolescentes respecto, la interpretación y explicación de contenidos.
- Identificación de la práctica de autorregulación de niñas, niños y adolescentes, respecto de los contenidos a los que se exponen.



Exposición a medios en el contexto de aislamiento social, por salud pública por emergencia sanitaria por COVID-19

- Posesión, valoración, uso y apropiación de medios de comunicación, particularmente de servicios OTT enfocados al entretenimiento, antes, durante y después de la emergencia sanitaria por COVID-19².
- Modificación y reafirmación de hábitos de visionado audiovisual derivados de las limitaciones a la movilidad social³; tanto de niñas, niños y adolescentes como de los demás integrantes de la familia.
- Flexibilidad de restricciones de acceso, respecto la duración, horarios, espacios, dispositivos, contenidos, en los que se exponen a la oferta audiovisual.
- Posesión, valoración, uso y apropiación de medios de comunicación, particularmente de servicios OTT, enfocado al aprendizaje definido en sus planes educativos, durante la emergencia sanitaria⁴.

Técnicas de recopilación de la información.

Derivado de la necesidad de obtener información del fenómeno de estudio desde diferentes ángulos, a continuación, se detallan las técnicas de recopilación de información utilizadas para cumplir con los objetivos del estudio.

² Emergencia sanitaria derivada de la pandemia descrita en el "Comunicado Técnico Diario Nuevo Coronavirus en el Mundo (COVID-19)" que emite el Gobierno Federal a través de la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud, dependiente de la Secretaría de Salud, así como de la publicación en el Diario Oficial de la Federación del "Acuerdo por el que el Consejo de Salubridad General reconoce la epidemia de enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), en México como una enfermedad grave de atención prioritaria.

³ ACUERDO por el que se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19). En http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590339&fecha=24/03/2020

⁴ ibid



Etno-entrevistas.

Aplicación, a través de internet, de un cuestionario flexible que permitió al equipo de investigación partir de información base y, posteriormente profundizar sobre algunos otros tópicos de manera particular, en función de las respuestas del entrevistado. Aunado a lo anterior, se le solicitó al informante compartir imágenes, videos, audios, los espacios y dispositivos del hogar asignados a la exposición a medios, así como las prácticas cotidianas alrededor del consumo de contenidos. Dicha técnica se aplicó principalmente a madres y padres de familia de niñas, niños y adolescentes entre los dos y catorce años de edad; sin embargo, se procuró, cuando las condiciones así lo permitieron, obtener respuestas directamente de la voz de niñas, niños y adolescentes del hogar, así como lo que otros miembros decidieron compartir.

Diario de consumo.

Conjunto de actividades diarias realizadas por madres y padres de familia en una plataforma de internet destinada exclusivamente para ello y, gestionada por el equipo de investigación. Durante una semana tipo (siete días, contando de lunes a domingo) los informantes plasmaron sus actividades realizadas durante el día, con énfasis en su exposición y consumo de medios; así como en el de sus hijas e hijos, de entre los dos y catorce años. Lo anterior tuvo como finalidad contrastar y complementar los datos obtenidos a través de las entrevistas familiares.



Entrevistas semiestructuradas.

Aplicación, a través de internet, de un cuestionario flexible que permitió al equipo de investigación partir de información base y, posteriormente profundizar sobre algún tópico en particular en función de las respuestas del entrevistado. Dicha técnica se aplicó tanto a profesionales expertos en el desarrollo infantil, como a profesionales expertos en la generación de contenidos para niñas, niños y adolescentes.

Es así que se llevaron a cabo **etno-entrevistas**, a madres y padres de familia de niñas, niños y adolescentes entre los dos y catorce años de edad, a través de internet, por medio de plataformas de videollamadas como *Google Meet* y *Zoom*. En cada entrevista se procuró, siempre que fue posible, obtener respuestas directamente de la voz de niñas, niños y adolescentes del hogar.

Ciudades del Estudio.

Las audiencias participantes en el estudio fueron habitantes de las siguientes ciudades:

- Ciudad de México.
- Chetumal, Quintana Roo.
- Guadalajara, Jalisco.
- Hermosillo, Sonora.
- Monterrey, Nuevo León.
- Tapachula, Chiapas.
- Torreón, Coahuila.
- Veracruz, Veracruz.



A continuación, se presenta la forma en la que se distribuyeron las técnicas de recopilación de información:

TÉCNICA	PERFIL	NSE	POR PLAZA	CANTIDAD
Etno-entrevistas	Hogares con acceso a internet y, mínimo una cuenta activa de servicios OTT de paga	C+	3	24
		D+	3	24
	Hogares con acceso a internet y, sin una cuenta activa de servicios OTT de paga	C+	3	24
		D+	3	24
TOTAL			12	96

Tabla 1. Distribución de la muestra de entrevistas familiares

Con la finalidad de contrastar la información recabada durante las etno-entrevistas, se realizó el registro de los **diarios de consumo**.

En ellos, tanto madres como padres de familia detallaron las actividades realizadas durante una semana, en las cuales plasmaron lo acontecido a lo largo del día, poniendo especial énfasis en la exposición y consumo de medios familiar y, en el de niñas, niños y adolescentes.

TÉCNICA	PERFIL	NSE	POR PLAZA	CANTIDAD
Diarios de consumo	Hogares con acceso a internet y, mínimo una cuenta activa de servicios OTT de paga	C+	5	40
		D+	5	40
		C+	5	40



	Hogares con acceso a internet y, sin una cuenta activa de servicios OTT de paga	D+	5	40
TOTAL		20	160	

Tabla 2. Distribución de la muestra de los diarios de consumo

Asimismo, se llevaron a cabo once entrevistas semiestructuradas con profesionales expertos en el desarrollo infantil y, expertos en la generación de contenidos para niñas, niños y adolescentes. A continuación, se presenta la forma en la que se distribuyeron dichas entrevistas:

TÉCNICA	PERFIL	CANTIDAD
Entrevistas semiestructuradas	Expertos en desarrollo infantil	10

Tabla 3. Distribución de la muestra de entrevistas con expertos



CONSIDERACIONES GENERALES

La Convención sobre los Derechos de los Niños (CDN) elaborada por el Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), entiende por niña o niño⁵, a todo ser humano menor de dieciocho años, salvo que, por alguna ley aplicable haya alcanzado antes la mayoría de edad⁶. La CDN reconoce a las niñas y niños como sujetos con pleno derecho a tener desarrollo físico, mental y social, y con libertad para expresar sus deseos y opiniones.

Indicadores poblacionales.

Respecto a la población infantil en México, la información demográfica que proporciona la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2018 (ENADID 2018)⁷, menciona que la población total es de 124,994,566 personas, de las cuales 51.1% son mujeres y 48.9% son hombres. De acuerdo con dicha encuesta, 38.5 millones son niñas, niños y adolescentes entre 0 y 17 años, lo que representa el 30.8% del total de la población; de los cuales 19.6 millones son hombres y 18.9 millones son mujeres.

Respecto a los grupos de edad, se identificó que, 9.2 millones tienen entre cero y cuatro años, 10.8 millones entre cinco y nueve años, 11.5 millones de diez y catorce años, y, 7 millones entre quince y diecisiete años. Según la ENADID 2018 en los últimos años, la población de personas mayores de 60

⁵ UNICEF. *Convención sobre los derechos del niño*. Consultado en: <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>, el 10 de diciembre del 2020.

⁶ Mayoría de edad: Edad a partir de la cual se es capaz de realizar actos de la vida civil (RAE_2020).

⁷ INEGI. *Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2018*. Consultado en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enadid/2018/doc/resultados_enadid18.pdf, el 11 de diciembre del 2020.



años va en aumento, mientras la población infantil y adolescente ha disminuido. Sin embargo, para la Organización de las Naciones Unidas (ONU), México aún se clasifica como un país con población joven.

La estimación de población por región socioeconómica según el Censo de Población y Vivienda 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)⁸ es:

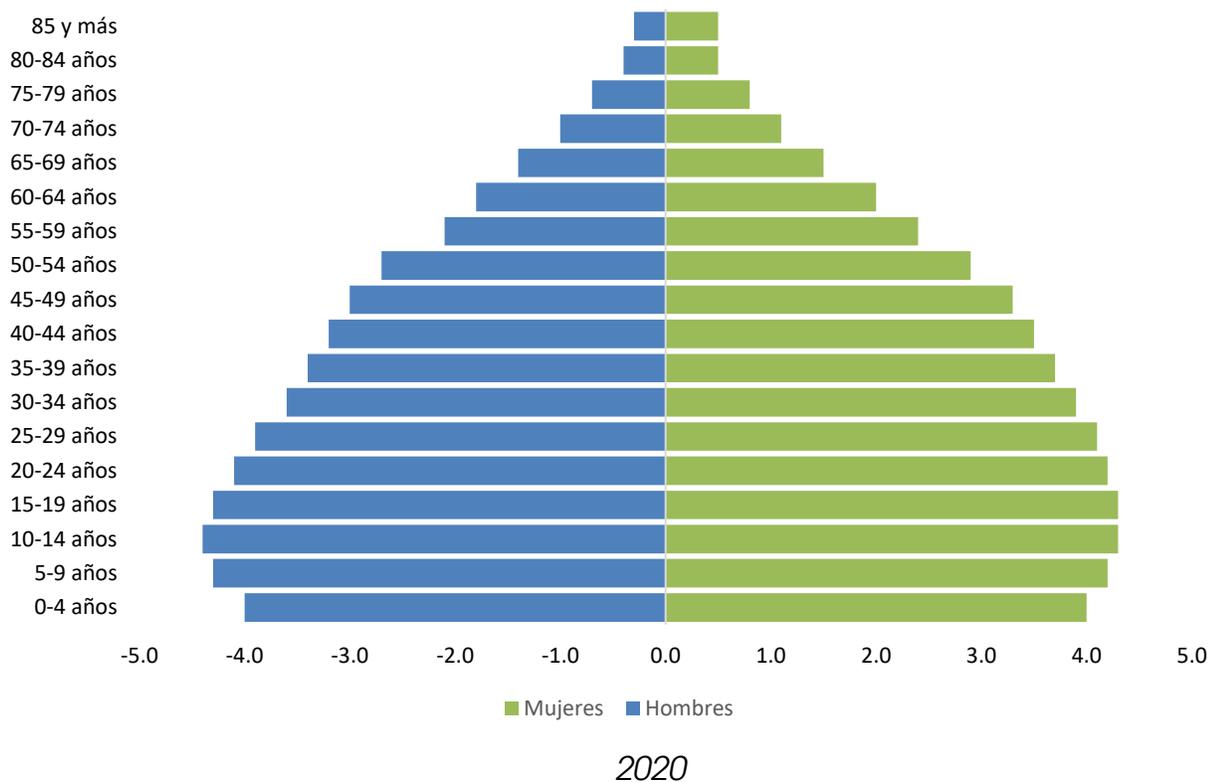
Tabla 2. Población por región socioeconómica en México

REGIÓN	POBLACIÓN
Norte	13,165,683
Noroeste	11,774,706
Noreste	9,312,177
Centro occidente	21,420,929
Centro este	41,551,445
Este	10,465,177
Sur	13,216,661
Península	5,107,246

⁸ INEGI. *Censo de Población y Vivienda 2020*. Consultado en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/> el 08 de abril de 2021..



Gráfico 1. Pirámide Poblacional en México a partir de los datos del Censo



El Censo de Población y Vivienda 2020 informa que, a nivel nacional, la población menor a 15 años representa el 25 del total de la población, el grupo entre 15 y 64 años constituye el 66.4 y los mayores de 65 sólo el 8.2.

Respecto a los indicadores laborales en el país, la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), en su informe del tercer trimestre del 2020 indica que el 55.5% de la población de 15 o más años son personas económicamente activas (PEA)⁹ y el 44.5% no son personas económicas activas. En México, a pesar de que la Ley Federal del Trabajo en el artículo 22 Bis, prohíbe el trabajo en menores de 15 años, según INEGI hay 3.6 millones

⁹ El INEGI define PEA como: "Personas que durante el periodo de referencia realizaron o tuvieron una actividad económica (población ocupada) o buscaron activamente realizar una en algún momento del mes anterior al día de la entrevista".



de niños y niñas menores de 17 años que trabajan, de los cuales 1.1 millones tienen menos de 14 años. La UNICEF, ubica a nuestro país en el sitio 49 en tasa de trabajo infantil en niñas y niños de entre cinco y catorce años.

Referente a la educación promedio en menores de 15 años en México, el Censo de Población y Vivienda 2020 registra que 93.8% de las niñas y niños, entre 6 y 14 años asisten a la escuela, observándose que, por entidad federativa, varía la matrícula escolar. El CENSO indica también que, el 63.3% de niñas y niños de 3 a 5 años asiste a preescolar, el 95.5% entre 6 y 11 años asiste a la primaria y, el 90.5% entre 12 y 14 años cursa la secundaria.

Penetración de internet.

Según datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019 (ENDUTIH)¹⁰, en México hay 80.6 millones de usuarios de internet, lo cual representa a más del 70% de la población mayor a 6 años.

En estimaciones de la misma encuesta, 20.1 millones de hogares disponen una conexión fija o móvil de internet. En las zonas urbanas la penetración del servicio es 76.6 %, mientras en zonas rurales es de 47.7%.

Entre las principales actividades que se realizan al usar internet se encuentra el entretenimiento con un 91.5%, la búsqueda y obtención de información con 90.7%, y como medio para comunicarse con 90.6%. Ahora bien, la computadora de escritorio, computadora portátil, tabletas electrónicas, *smart TV* y el *Smartphone*, son los medios utilizados para conectarse.

¹⁰ INEGI. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, Consultado en: <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/#Tabulados>, el 13 de diciembre del 2020



Referente al uso del servicio por rango de edad, el grupo de 18 a 24 años se ubica con la mayor participación, es decir, con 91.2%, seguido por adolescentes entre 12 y 17 años con 87.8% y adultos jóvenes de 25 a 34 años con 86.9%. El grupo de 55 años en adelante son los que menos utilizan el servicio, con un porcentaje del 34.7%.

Regiones y Niveles socioeconómicos del Estudio.

La realización del presente estudio busca identificar y comprender los motivadores, las dinámicas y habilidades de una parte de población joven (niñas, niños y adolescentes) en México, relacionados con el consumo de contenidos audiovisuales transmitido por internet, a través de plataformas *Over The Top*. Derivado de lo anterior, se tiene considerado audiencias con diferentes características sociodemográficas que permitieron ofrecer una visión extensa y detallada de la materia de investigación y los contextos que la conforman.

El estudio contempla una participación semi-nacional, cuya finalidad será incluir una diversidad de realidades que se manifiestan a lo largo del territorio mexicano. A partir de lo anterior, los informantes pertenecerán a una entidad federativa de cada región socioeconómica de México, establecidas en el libro *El desarrollo regional en México. Teoría y práctica*¹¹, publicado por el Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y coordinado por el Dr. Ángel Bassols Batalla.

¹¹ BASSOLS Batalla, Ángel. Et. al. *El desarrollo regional en México. Teoría y práctica. Libros de la Revista Problemas del Desarrollo*. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, México, 1992.



Tabla 1. Regionalización en México

ZONA	REGIÓN	ESTADOS
I	Norte	Chihuahua, Coahuila, Durango, San Luis Potosí, Zacatecas
II	Noroeste	Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa, Nayarit
III	Noreste	Nuevo León, Tamaulipas
IV	Centro occidente	Jalisco, Aguascalientes, Colima, Michoacán, Guanajuato
V	Centro este	Querétaro, CDMX, Estado de México, Morelos, Hidalgo, Tlaxcala, Puebla
VI	Este	Veracruz, Tabasco
VII	Sur	Guerrero, Oaxaca, Chiapas
VII	Península	Yucatán, Campeche, Quintana Roo

Asimismo, el Nivel Socioeconómico (NSE)¹² que deberán tener los participantes de este estudio, es C+ y D+, lo cual será determinado a partir de la aplicación previa del cuestionario NSE desarrollado por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública, A.C. (AMAI).

¹² Según la AMAI, el Nivel Socioeconómico (NSE) es "la regla que se basa en un modelo estadístico y que permite agrupar y clasificar los hogares mexicanos en 7 niveles de acuerdo a la capacidad que tengan para satisfacer las necesidades de sus integrantes. El desarrollo del modelo considera 6 dimensiones del bienestar dentro del hogar: capital humano, infraestructura práctica, conectividad y entretenimiento, infraestructura sanitaria, planeación y futuro e infraestructura básica y espacio. La satisfacción de estas dimensiones determina la calidad de vida y bienestar de los integrantes del hogar".



Las principales características de los NSE C+ y D+ y, que ayuda a su definición son las siguientes:

- **El nivel C+:** Clase media alta, el 87% de los hogares en este nivel cuentan con al menos un vehículo de transporte y el 93% tiene acceso a internet fijo en la vivienda. En relación con el gasto, poco menos de la tercera parte (32%) lo dedica a la compra de alimentos y un 28% a transporte y comunicación.
- **El nivel D+:** Clase media baja, en poco más de 6 de cada 10 hogares de este nivel (62%), el jefe del hogar tiene estudios mayores a primaria. Solamente el 22% de los hogares cuenta con conexión fija a internet en la vivienda. El gasto en alimentación se incrementa a 42% y el gasto en educación es del 7%.

Dadas estas características, la selección de estos dos diferentes NSE le aportará al estudio consensos y disensos respecto a las dinámicas que se establecen en relación tanto a la exposición a contenidos audiovisuales en las distintas plataformas OTT (de paga o gratuitas), como a las que son propias de los dispositivos y sus dinámicas como el número de dispositivos en el hogar, apropiamiento y uso.



DESARROLLO COGNITIVO

El desarrollo cognitivo es el conjunto de transformaciones que suceden en el transcurso de la vida y con el cual se aumentan las habilidades para percibir, pensar y comprender¹³. Desde la perspectiva del psicólogo Jean Piaget, los niños comienzan a construir activamente su conocimiento a través de acciones sensoriales y motrices en interacción con el medio; posteriormente el desarrollo cognoscitivo se divide en etapas que le permiten mejorar la capacidad de construir, organizar y diferenciar esquemas complejos, dando lugar a niveles de estadio evolutivo.

Las cuatro fases y características de los estadios según Piaget son:

- Estadio sensoriomotor: (del periodo lactante a 2 años) la inteligencia es práctica y se le relaciona con la resolución de problemas a nivel de la acción. Es anterior al desarrollo del lenguaje.
- Estadio de inteligencia intuitiva: (2 a 7 años) nace el pensamiento preoperatorio y la inteligencia es simbólica, sin embargo, sus operaciones carecen de estructura lógica.

¹³ Rafael, A. (2009). Desarrollo Cognitivo: Las Teorías de Piaget y de Vygotsky. Barcelona: Universidad Atonomat de Barcelona. Recuperado el 13 de diciembre de 2020 de https://www.academia.edu/23094319/MASTER_EN_PAIDOPSIQUIATRIA_Desarrollo_Cognitivo_Las_Teor%C3%ADas_de_Piaget_y_de_Vygotsky?email_work_card=view-paper,%20el%2013%20de%20diciembre%20del%202020. Master en Paidopsiquiatría. Desarrollo Cognitivo: Las Teorías de Piaget y de Vygotsky. Consultado en https://www.academia.edu/23094319/MASTER_EN_PAIDOPSIQUIATRIA_Desarrollo_Cognitivo_Las_Teor%C3%ADas_de_Piaget_y_de_Vygotsky?email_work_card=view-paper, el 13 de diciembre del 2020.



- Estadio de las sensaciones concretas: (7 a 12 años) el pensamiento ya es un proceso lógico, a condición de que se aplique a situaciones de experimentación y manipulación concretas. Ya existen los sentimientos sociales y morales de cooperación.
- Estadio de operaciones formales: (desde la adolescencia) aparece la lógica formal y la capacidad para trascender la realidad manejando y verificando hipótesis de manera exhaustiva y sistemática. Se forma la personalidad y la inserción afectiva e intelectual en la sociedad adulta.

Piaget descarta la maduración biológica o la influencia ambiental como los únicos condicionantes del desarrollo intelectual en las niñas y niños. Su teoría resulta coherente con el crecimiento neurobiológico y las experiencias diarias en la vida social y cultural.

En la teoría de Piaget los conceptos de esquema, adaptación y organización son fundamentales durante la adquisición de conocimientos; es decir las nuevas experiencias recibidas obligan a la adaptación de esquemas de conocimientos previos, dicha adaptación se nutre de la asimilación de información y del acomodo de esquemas o estructuras previamente obtenidos y que desembocan en el aprendizaje. Finalmente, la organización en el proceso de sistematización de los conocimientos es un proceso constante. Las críticas más significativas a la teoría de Piaget son, el no distinguir competencia en el desempeño cuando se tiene un fallo, y la minimización en las influencias sociales y culturales.

Para el psicólogo Lev Vygotsky, el conocimiento no se construye de modo individual, sino con la interacción social entre las personas. El papel de las



funciones socializadoras del juego fomenta las normas culturales, roles sociales o habilidades interpersonales. Los procesos mentales elementales como la percepción, atención y la memoria se tienen desde el nacimiento, y mediante la interacción con otros niños e incluso los adultos, estos procesos se transforman en funciones mentales superiores, habiendo interiorizado las estructuras conductuales y cognoscitivas que la actividad exija.

Vygotsky plantea cinco conceptos fundamentales en el desarrollo cognoscitivo¹⁴:

- Las funciones mentales.
- Las habilidades psicológicas.
- La zona de desarrollo próximo.
- Las herramientas del pensamiento.
- La mediación.

Las teorías de Vygotsky y Piaget presentan similitudes. Ambos autores piensan que, con el tiempo, el desarrollo cognitivo disminuye. También creen que el desarrollo cognitivo se inicia con un conflicto. Por ejemplo, en el caso de Piaget, cuando el niño se da cuenta de que una nueva idea no encaja con un el conocimiento previo, y entonces es necesario que éste busque una nueva respuesta para que permita el equilibrio. Además, tanto Piaget como Vygotsky comparten la idea de la importancia del juego en el aspecto psicológico, pedagógico y social del ser humano. Por último, ambos piensan que el lenguaje es importante para el desarrollo cognitivo.

¹⁴ Ibid



LA SITUACION FAMILIAR EN LOS HOGARES

El presente capítulo presenta en primer lugar, verbalizaciones obtenidas de las entrevistas realizadas, con la finalidad de ilustrar cada uno de los tópicos analizados.

“Entre semana, mi esposo sale a trabajar de 8 a 17 hrs. Mi hijo de 13 años se despierta a las 9:00 y mi hija de 11 años a las 9:30. Desayunamos y prendemos la tele vemos un rato noticias y, después si vemos otro programa interesante, lo vemos un rato. Mientras se ve la tele, mi hijo de 13 años anda en Facebook en su celular y, el pequeño ve la TV y elige alguna caricatura”

(CDMX, D+, No suscriptor).

“De 14:00 a 19:00hrs mis hijos están en clases y hacen tarea (en línea)... acabando la escuela y tareas, vemos la tele juntos, generalmente algún programa de comedia. Antes de dormir mis hijos ven Bob Esponja y ya cuando termina el programa juegan un rato con su celular y a dormir”.

(CDMX, D+, No suscriptor).

“Por la mañana mientras tomamos el café revisamos nuestras redes sociales en nuestros celulares ...Alexander, Jimena y Nahim tomara sus clases en línea, conectados a Classroom y google Meet . Alexander y Jimena con sus celulares y Nahim con el mío. Terminando sus clases en línea Alexander se puso a realizar unas tareas pendientes, mientras que Jimena y Nahim vieron en la tv Jorge el curioso”.

(GDL, D+, Suscriptor).



“Terminando sus labores escolares, se les permite relajarse en lo que a ellos les guste,

la mayor parte de las veces ven caricaturas en la TV, pero otras veces mi hija mayor escucha música de Spotify en su celular; por su parte mis hijos ven algo en su cel, tipo TikTok o en YouTube y, en ocasiones se ponen a jugar con sus juguetes”.

(Monterrey, D+, No Suscriptor).

“Es una época muy difícil para ser niños ... hay muchos diagnósticos, fácilmente se patologiza su conducta y se recurre a la farmacoterapia”

Neurólogo

Condiciones homogéneas / tendencia global.

“Para los consorcios que generan contenidos para niñas, niños y adolescentes, éstos son vistos como consumidores para vender sus productos, es una manipulación también indirecta para los padres”

Sociólogo

A la luz del análisis de la información recabada, resalta que, en términos de comportamientos al interior del hogar, no hay diferencias significativas en función de:

- Nivel Socioeconómico (NSE):

El impacto de las OTT se percibe como un fenómeno global; no se limita ante la capacidad adquisitiva de los segmentos explorados, es decir, que independientemente de la capacidad de la satisfacción de las necesidades básicas familiares, los dispositivos electrónicos y el servicio de



internet se perciben como prioritarios en el hogar, ya que cubren requerimientos de:

- Comunicación (cotidiana y urgente).
- Socialización.
- Diversión / esparcimiento / uso del tiempo libre.
- Conexión con la comunidad / estudio / trabajo (gran impulso por la pandemia)

Además, en el imaginario social implican “modernidad” y se les deposita un gran valor como vehículos para lograr un sentido de pertenencia, aceptación y estatus. Por ello, están presentes de manera significativa en todos los contextos explorados.

Dispositivos a los que se tienen acceso / uso de servicios de internet:

El mercado de dispositivos electrónicos, (teléfonos celulares), está sumamente pulverizado, es decir, los niñas, niños y adolescentes pueden conseguirlos “heredados” de los mayores, regalados; comprarlos a precio bajo en el “mercado negro” o en abonos en diferentes puntos de venta. Todas estas variantes facilitan enormemente el acceso de los niñas, niños y adolescentes a los dispositivos electrónicos.

De manera concomitante, la gran competencia mercantil por la penetración y expansión de servicios de conexión digital potencian el consumo de OTT’s, ya que múltiples compañías (de telefonía, de televisión de paga o de internet) ofrecen planes competitivos para hacer muy accesible este servicio en el hogar y/o en el teléfono celular. Las modalidades pre - pago hacen extensivo este servicio a NSE bajos.



Esta situación revela que la expansión mercantil de las empresas que desarrollan contenidos OTT's y dispositivos electrónicos, principalmente celulares, hacen sinergia para coadyuvar la globalización cultural, la cual no se detiene ante diferencias socioeconómicas, lo que por supuesto incluye a los niñas, niños y adolescentes como importantes consumidores de los productos y servicios que ofertan.

Se observa que las diferencias socioeconómicas se reducen a la cantidad y calidad de las pantallas (TV's inteligentes, tablets, lap tops, consolas de video juegos) a las que se pueden tener acceso; los NSE más altos pueden acceder con más facilidad a los gadgets más modernos y poseer más modalidades.

Respecto de las plataformas OTT's a las que están suscritos / preferencias: este marco de accesibilidad tecnológica, sustentada en la viabilidad económica, coadyuva que, independientemente del NSE, compartir universos digitales, sea una tendencia generacional global, en la que están inmersos los niñas, niños y adolescentes mexicanos analizados en el presente estudio.

Las preferencias de consumo de OTT's en todas las plazas exploradas son ampliamente uniformes y consistentes porque comparten:

- Estilo de vida:

Otro factor de homogeneidad entre los segmentos explorados, son las condiciones que enfrentan cotidianamente, fuertemente impelidas por condiciones de vida tensas y apresuradas, ya sea por la lucha / dificultad para la adquisición de satisfactores económicos para la subsistencia



familiar o por la exigencia y alta competitividad laboral que enfrentan; los horarios de trabajo que se vuelven más críticos por los tiempos y distancias de traslado a los centros laborales, y el retorno al hogar.

- Estructuras / roles familiares: Aunado a lo anterior, se percibe el desarrollo de una gran diversidad de estructuras familiares (biparental, monoparental, reconstruida, nuclear, extensa, etc.) que generan un factor crítico en la crianza, observado en todos los escenarios explorados, y que se refleja en la dificultad y poca oportunidad de regular y acompañar a los niñas, niños y adolescentes en su consumo de OTT's.

El ritmo de trabajo y las nuevas modalidades de estructuración familiar trastocan los roles que tradicionalmente han organizado el funcionamiento familiar. En este sentido, tal como se demuestra en el estudio, en ocasiones son los familiares (como abuelas o tías) quienes se encargan de la crianza la mayor parte del tiempo (sin una autoridad respetada por adolescentes); madres que tienen que cumplir con la función tanto de proveedoras económicas como de responsables únicas de la crianza; madres y padres desbordados por las necesidades económicas, así como por responsabilidades laborales; así como niñas, niños y adolescentes que pasan mucho tiempo solos en casa.

Adicionalmente, en muchos casos, los padres participan inadvertidamente del mismo patrón impulsivo de consumo de plataformas OTT; y fungen como modelos a seguir para sus hijos, a la vez que ven normal que niñas, niños y adolescentes adopten los mismos patrones de consumo sin límites. En ambos, ante la mirada de los niñas, niños y adolescentes, carecen de autoridad para controlarlos. Adicionalmente, las OTT's se emplean como



distractores o recursos para mantener a niñas, niños y adolescentes entretenidos y ocupados, sin que se midan las consecuencias de ello.

Hábitos de consumo de plataformas OTT.

En cuanto a los hábitos de consumo de contenidos en plataformas OTT's por parte de los niñas, niños y adolescentes, destaca como factor crítico la gran dificultad para ejercer un control parental adecuado a las necesidades de supervisión y acompañamiento de los niñas, niños y adolescentes, así como la carencia de un enfoque pedagógico acorde a las características de las nuevas generaciones de niñas, niños y adolescentes, circunscritas a un marco más amplio de consideraciones y derechos ciudadanos, y sobre todo, con la expectativa de ser libres de violencia y rigidez autoritaria.

En general se observan enfrentamientos familiares por el intento de la modificación y control de los hábitos de consumo de niñas, niños y adolescentes y un incremento de posiciones de rebeldía, ya sea por exceso de rigidez (quitar el acceso a OTT's de súbito) o de flexibilidad (padres que consideran que ser "buen padre" es ser muy permisivo) porque el control intenta efectuarse cuando ya estalló una crisis, primordialmente escolar (denunciadas por los maestros), de bajo rendimiento académico, dificultades de concentración de la atención y socialización o insomnio.

El análisis de los datos obtenidos revela que los padres no cuentan con herramientas para constituirse como figuras de autoridad creíbles y cercanas, aunado a que el control parental trata de ejercerse cuando los hábitos de consumo excesivo de OTT ya están muy arraigados porque se fomentan desde los 2-3 años y se han vuelto conductas adictivas, lo cual constituye otro factor sumamente crítico, sobre todo en niñas, niños y



adolescentes de 10 - 14 años que ya nos son tan dúctiles como niñas y niños de edades menores.

Es posible observar que la dispersión de la atención en la crianza de los padres, asociada fundamentalmente al estilo de vida o la falta de uno de los éstos (principalmente el padre), provoca que, quien está a cargo, tenga un doble rol dentro del hogar: como proveedor económico y como responsable de la crianza y educación de los hijos.

Esta situación afecta la cantidad y calidad de tiempo dedicado a la crianza acompañada de los niñas, niños y adolescentes. Esta situación es más crítica cuando es más de un niñas, niños y adolescentes al que se tiene que cuidar, atender y educar. En algunas familias que cuentan sólo con una figura parental, se implementa el rol de una persona de apoyo, que suele ser un familiar como la abuela, la hermana o la tía. En el modelo donde están presentes ambos padres, una de las cabezas suele asumir el rol de proveedor y la otra se dedica a la crianza y educación de los hijos.

Las circunstancias económicas por las que atraviesa el país orillan a que en muchos casos también se lleven a cabo labores económicas adicionales para satisfacer óptima o mínimamente las necesidades familiares. Dichas actividades suelen ser ventas por catálogo o alimentos desde el hogar o trabajos de medio tiempo, como dar clases, ventas o asistentes de oficina.

En todas las plazas, es consistente que la educación tanto en casa como en la escuela es fundamental para tener hijos seguros de sí mismos, con la expectativa de que los niñas, niños y adolescentes sean independientes y exitosos en lo que se deseen desempeñar. La responsabilidad de los padres,



independientemente de la estructura familiar, es una constante que se observa en la comunicación y dinámicas familiares.

Sin embargo, el análisis revela dos aspectos primordiales que se contraponen paradójicamente: por una parte, la búsqueda amorosa de la unidad y bienestar familiar, en la que los niñas, niños y adolescentes son un eje fundamental; y por otra un peligroso descuido del acompañamiento para supervisar lo que los niñas, niños y adolescentes consumen en OTT's y el ejercicio del control parental para instaurar medidas correctivas. En otras palabras, en el estilo de crianza observado, se perciben las dificultades ya descritas de los padres para ejercer control parental, asociado a un estilo de vida apresurado y tenso por lograr la supervivencia familiar.

Hábitos y costumbres por edad.

Respecto de rutinas, hábitos y costumbres en los hogares explorados, fue posible observar que estas se modifican de acuerdo con las edades de hijas e hijos. Es así que, derivado del análisis de la información recopilada, es posible destacar cuatro momentos del ciclo de vida de las familias:

Familias con NN entre 2 y 4 años:

Siendo aún pequeños, difícilmente se apegan a rutinas. La madre está más pendiente de su supervisión, dejándolos más jugar con juguetes (incluido el celular), o ver y escuchar canciones en *YouTube* en diferentes dispositivos electrónicos. Los especialistas consultados son tajantes en que durante esta etapa los niños no deben tener acceso a medios digitales porque afecta su neurodesarrollo, ya que el juego vivencial estimula su desarrollo motriz y cognoscitivo, sin embargo, prevalece fuertemente la percepción de que



es “gracioso” e importante que los NN desarrollen desde pequeños algunas habilidades tecnológicas. Igualmente, los expertos coinciden en que es la etapa ideal para ejercer un control parental sin tensiones porque los niños son más dúctiles, lo que facilita que en etapas posteriores sea más fácil que respeten límites.

Familia con NN entre 5 y 8 años:

Se les percibe más acostumbrados a rutinas y horarios, este rango de edad tiene una agenda del día más definida: levantarse, desayunar y sentarse a tomar clases (3 horas al día), entre semana. Algunos participan en los deberes propios del hogar (limpiar, recoger, etc.). Se observa que, cuando tienen hermanos, comparten aficiones, gustos y por supuesto, contenidos de las OTT’s. Es muy común que, por falta de conocimiento de los padres, a esta edad los NN ya hayan desarrollado conductas adictivas en el consumo de contenidos de las OTT’s porque desde etapas previas se les dio acceso ilimitado a medios digitales.

Familia con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 11 años:

Este rango de edad tiene un mayor número de horas de escuela al día (aunque varía mucho por el tipo de escuela). Por la tarde, le dedican hasta 2 horas en promedio a realizar trabajos pendientes, y entregarlos. Participan en algunos deberes del hogar, generalmente en su propio espacio (habitación NSE C+). También es común que compartan aficiones y contenidos OTT’s con sus hermanos. En esta etapa, los especialistas ya perciben afectaciones críticas en los patrones de sueño (que derivan en ansiedad e hiperactividad) y en la capacidad de concentración.



Las afectaciones en el neurodesarrollo pueden ser críticas porque la habituación impulsiva derivada de la inmediatez del consumo de contenidos OTT afecta la capacidad de demora para satisfacer necesidades y desarrollar capacidades analíticas en el aprendizaje. Es común que los maestros / maestras hagan evidentes a los padres estas problemáticas y se comience un peregrinar con diferentes especialistas que con diagnósticos imprecisos comiencen a medicar a los niñas, niños y adolescentes, sin atender la raíz del problema, que tiene que ver con la adicción al consumo de contenidos OTT's.

Familia con NN entre 12 y 14 años:

Este rango de edad es el más diverso en horarios de escuela por día, que van desde las 2 horas por día hasta 4 o 5 horas que se agendan en cualquier horario de la tarde o de la mañana. Tienden a participar menos en los deberes del hogar porque como adolescentes ya definen sus intereses particulares y se rebelan a cooperar. Es común que, en esta etapa, el ejercicio del control sea altamente crítico porque hay una fuerte conducta adictiva que se cruza con los cambios relacionados con la adolescencia, etapa en la que las necesidades de individuación y mayores demandas de independencia los contraponen contra los padres y maestros.

Consumo de contenidos por día de la semana.

Lunes a viernes.

Por las mañanas, y dependiendo del programa escolar de cada escuela, las dinámicas se enfocan a la educación y las tareas, con poca restricción de contenidos en OTT's o redes sociales; supeditados (en un plano



predominantemente ideal, desde la perspectiva de los padres) al término de los deberes y responsabilidades. Los días entre semana en los que no se tienen clases hay mayor libertad para escuchar música, ver alguna serie o película en diversas plataformas OTT.

Los especialistas perciben que el uso de la tecnología genera barreras confusas entre los espacios y momentos educativos y recreativos, y en muchos casos, se percibe que estas esferas se mezclan, lo que afecta a la construcción firme de hábitos de estudio deslindados de la distracción que causan los dispositivos electrónicos.

*“Estuvo toda la mañana en la computadora él “solo”,
pero yo estuve todo el tiempo escuchando las clases y al pendiente de
que el niño pusiera atención e hiciera caso a las indicaciones de sus
guías.”*

(Torreón, C+, Suscriptora).

Por las tardes, hay mayor libertad para niñas, niños y adolescentes de ver contenidos en OTT's después de la comida y de completar las tareas asignadas en la mañana. Si no hubo clases, la exposición a dichos contenidos es más prolongada. Asimismo, se encontró que durante el tiempo libre de niñas y niños los dispositivos electrónicos también tienen una presencia importante, ya que a través de ellos se entretienen y distraen.

Finalmente, durante las noches el consentimiento para el consumo de contenidos en plataformas OTT está supeditado al cumplimiento de los deberes del día; se observa que es común que los contenidos en OTT's sean vistos antes o durante la cena e incluso en muchos casos se usan antes de dormir (con o sin permiso de los padres). Los especialistas consultados



consideran que la noche es el momento más crítico para el consumo de contenidos OTT, ya que esta actividad puede prolongarse hasta altas horas de la noche, lo cual altera los patrones de sueño y la capacidad de concentración, lo cual afecta, entre otras cosas, el rendimiento escolar.

Fines de semana.

El grado de exposición a OTT's varía. En algunos casos salen a visitar familiares, o los reciben (lo que implica salir de casa y socializar), pero también se percibe un ambiente más relajado que durante la semana, y el control del consumo también se relaja. En las noches, antes de dormir, se da la posibilidad de convivir, al compartir algún contenido en familia (normalmente películas).

La predominancia del uso de dispositivos electrónicos ha sustituido el juego corporal - presencial y/o los juegos de mesa, que, además de fomentar la convivencia familiar, coadyuvan el desarrollo de habilidades creativas y psicomotoras.

*"Realmente no cambia mucho (exposición a contenidos OTT),
ya que aprovechamos para salir al parque o a alguna actividad al aire
libre y,
mi hijo mayor tiene clases de piano los sábados por la mañana.
En estos días quizá si aprovechamos de vez en cuando a ver una película
en familia, pero no siempre."
(Torreón, C+, No suscriptora.)*

Es posible observar que, a mayor rango de edad de los niñas, niños y adolescentes, existe más independencia en sus actividades y menor



conocimiento por parte de los padres respecto a lo que realizan con precisión a lo largo del día, y sobre todo a lo que consumen en la red.

Por ejemplo, conocen poco acerca de sus actividades escolares, en qué temas van de la escuela, qué están estudiando o cuáles son sus materias favoritas; los mismo que en los temas de esparcimiento, en donde desconocen con precisión aquello que les encanta a sus hijos.

El foco de atención de los padres está centrado en que las rutinas se cumplan, les es muy relevante seguir consolidando el núcleo familiar, pero descuidan el monitoreo de las situaciones reales que sus hijos enfrentan tanto en el ámbito académico, como en los contenidos que consumen en las plataformas OTT.

Comparación generacional.

Era pre-digital.

Se percibe que había límites claros entre la escuela y el hogar; las horas de estudio, juego, sueño y vigilia. Sólo había radio, periódicos, cines y televisión.

Cada medio tenía bien delimitado su estilo y momento de consumo. Existía la posibilidad de elegir y descartar contenidos. Respecto a la TV, muchas veces se contaba con una para toda la familia; se repartían claramente los horarios de uso, estructurados por edad y disponibilidad para usarlos. En el entretenimiento televisivo, la programación imponía emisiones espaciadas semanalmente en horas específicas. Lo que obligaba la necesidad de espera para disfrutarlos, en muchos casos, en familia.



Era más seguro jugar en la calle, lo que favorecía la socialización y la actividad física, que propiciaba la convivencia grupal y el desarrollo motriz. Estas condiciones facilitaban el uso de la imaginación en el juego, lo que contribuía a la concentración y el ensayo de estrategias para la solución de problemas.

Si bien los padres provenían de una visión que legitimaba el castigo físico como corrector, también tenían más autoridad, con la desventaja de que era vertical, rígida e impositiva, pero se cultivaban vínculos presenciales profundos y sólidos.

Era digital.

Existe un consenso en torno a que el carácter infantil es el mismo en todas las épocas; se piensa que la esencia de niñas y niños es siempre inquieta, juguetona, curiosa, así como demandante de afecto y atención.

Los distintivos de la época actual se relacionan con el estilo de vida acelerado y la gran apertura e inmediatez de la información que impacta, incluso sin demanda, a través de múltiples dispositivos electrónicos.

Este bombardeo continuo ha hecho que la capacidad de esperar se haya visto mermada a partir de que la tecnología ha posibilitado respuestas inmediatas. Por ejemplo, en plataformas OTT como *Netflix* o *YouTube*, pueden ver la temporada en un día y sin comerciales. Antes, para ver cualquier programa de televisión, había que esperar un horario, a veces semanal, y además ver los comerciales.



La era digital también tiene un impacto en la socialización escolar y, por lo tanto, hay un riesgo de ser rechazado, de no pertenecer, si los padres prohíben los videojuegos o conectarse a redes sociales. Ser *youtuber* se ha vuelto una aspiración, porque se sobre valora la popularidad y saben que se generan recursos económicos con los patrocinios que se logran con la cantidad de seguidores. Han cambiado los modelos de identificación de los niñas, niños y adolescentes, ya no son los padres o los hermanos mayores, ahora son los *youtubers* porque ilustran su vida cotidiana y les imponen modelos de referencia.



Los límites son muy difusos entre la escuela, el hogar, la hora de juego, sueño y vigilia, porque se usan redes sociales para conectar a maestros, alumnos y padres, sin horarios claros, que afectan los horarios de concentración, convivencia y descanso.

A la TV se suman los dispositivos digitales con una amplia oferta de contenidos a través de una gran variedad de canales, redes sociales, videojuegos; en dispositivos individuales que fomentan el aislamiento familiar. Estos contenidos pueden consumirse en cualquier momento; las series se pueden ver en un periodo inmediato y rápido.



Los espacios abiertos para el juego y la convivencia son más limitados por la inseguridad, lo que afecta la socialización y el desarrollo de actividades físicas.

Los estilos de crianza se han transformado. Se observa una tendencia a “ser amigo de los hijos”. Los niños confunden el exceso de empatía y flexibilidad de reglas con falta de autoridad para obedecer lineamientos que perciben impositivos. Si bien los padres provenían de una visión que legitimaba el castigo físico como corrector, también tenían más autoridad, con la desventaja de que era vertical, rígida e impositiva.

El desarrollo y divulgación de los derechos de los niños, si bien es un logro social, en este marco de reconocimiento de falta de equilibrio en las relaciones de los padres y madres con niñas, niños y adolescentes, ocasiona niños empedrados - rebeldes y padres confundidos para adoptar posiciones de autoridad.

La construcción de vínculos presenciales profundos y sólidos es sustituida por vínculos virtuales, en los que la suma de seguidores genera ideas de amistad superficiales, basadas en las apariencias que los mismos medios cibernéticos fomentan, y en función de la aceptación social, bajo parámetros impuestos por rasgos físicos, muchas veces ajenos a la comunidad en la que los niñas, niños y adolescentes habitan. Los niños de la era digital se pierden la oportunidad de socializar por estar entretenidos con sus dispositivos electrónicos, lo que les ocasiona soledad.

Retos que enfrentan niñas, niños y adolescentes.

Administración del tiempo:



Se percibe tensión entre el tiempo destinado para el estudio, el juego, la socialización y el descanso, porque las fronteras entre esas esferas no son claras y se confunden con el uso de dispositivos electrónicos e internet en su vida cotidiana, por parte de la escuela, como instrumentos de investigación, relación con sus amigos, así como por su uso recreativo, que invade incluso sus tiempos de descanso. La falta de fronteras claras entre estas esferas provoca trastornos en la conducta de los niñas, niños y adolescentes, como, por ejemplo: baja capacidad de atención, mucha inquietud (ansiedad), por lo que se ven como niños problemáticos porque se comportan de forma agresiva o retraída.

No pueden salir a la calle, por la inseguridad. En medio del encierro y aislamiento, se percibe que niñas, niños y adolescentes enfrentan sentimientos de soledad, miedo, incertidumbre. Esta situación acarrea el reto de ofrecerles mejores condiciones sociales para no privarlos de los beneficios de la convivencia social extra - muros.

Retos que enfrentan madres y padres de familia.

"Nos toca salir a trabajar a los dos, ahora él se queda en casa y yo salgo a vender al tianguis, de alguna forma tenemos que salir adelante.

Los dos hacemos de todo, hasta a los niños les ha tocado aprender a limpiar, lavar trastes y cocinar".

(Veracruz, D+, No Suscriptor).

La crianza: en medio de su saturación laboral y tensiones por la supervivencia familiar, los niñas, niños y adolescentes pasan a un segundo término y los dispositivos electrónicos se usan para distraerlos y, que ocupen su tiempo libre para que no "les den lata".



Es preciso replantear la manera en que las maternidades y paternidades se ejercen, ya que se continúa educando a niñas, niños y adolescentes basados en las experiencias propias y modelos familiares de antaño. Es así que frente a los patrones aprendidos en generaciones anteriores han surgido nuevos paradigmas en torno a estructuras familiares y modelos educativos.

Otro gran reto para los padres es darse cuenta y tomar responsabilidad de la problemática que rodea a sus niñas, niños y adolescentes con los dispositivos electrónicos e internet, y hacerse de herramientas pedagógicas para aprender a poner límites de manera eficaz y respetuosa. Los papás se dan cuenta de cómo está impactando el uso de las redes, cuando, por ejemplo, el niñas, niños y adolescentes ya está teniendo pesadillas o cuando están perdiendo el interés en la escuela. Se están enterando demasiado tarde porque no entienden la dinámica de las redes.





Retos que enfrentan maestras y maestros.

El desafío fundamental es acogerse al marco legal que regula sus derechos y obligaciones, porque se les exige que resuelvan problemas que tienen su raíz en el estilo de crianza y se les enfrenta a las secuelas que causa la sobreexposición a medios digitales que repercuten en el rendimiento escolar.

Los padres esperan que maestros se conviertan en padres, sin que sea su responsabilidad ni tengan condiciones para ello; y contradictoriamente también les reclaman lo que perciben como excesos de autoridad cuando los reprenden. Los maestros se encuentran en una difícil encrucijada:

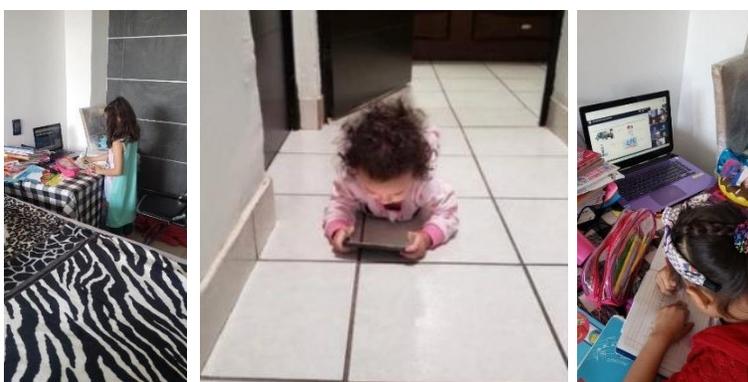
- En el hogar nadie ayuda a los maestros a consolidar el conocimiento: los niñas, niños y adolescentes pueden entender bien en el aula los temas estudiados, pero en casa los padres no se involucran y los niñas, niños y adolescentes no consolidan el aprendizaje.
- A la vez, los niñas, niños y adolescentes muchas veces prefieren tutoriales en *YouTube* para prender los temas escolares, lo que representa un serio reto para los maestros, más si las escuelas no cuentan con apoyo tecnológico para la enseñanza.

En este sentido, los maestros están orillados a actualizarse constantemente sobre el desarrollo de la tecnología para tratar de adecuar sus estrategias pedagógicas a niños que ya les aburre la enseñanza tradicional.



“Tengo 40 años y actualmente hago home office para un despacho contable por las mañanas. Mi familia la conforman mi esposo, mis 2 hijos y yo (9 y 5 años). Ahora en confinamiento, disfrutamos estar juntos y jugar juntos. Lo que menos disfrutamos es el stress por las tareas escolares. Pero bueno mi esposo y yo nos repartimos las labores del hogar, ahora sí que mi esposo se tuvo que meter a la cocina y a trabajar ambos en tareas y cosas de la escuela”.

(CDMX, D+, Suscriptora).



Cuadro 1. A continuación, se presentan las principales diferencias por plaza:

Cuadro 1. Diferencias de actividades y rutinas por plaza

	CDMX	GDL	MTY	HER	TORREÓN	VERACRUZ	TAP	CHETUMAL
Contexto general	La familia es el centro de sus vidas, en torno a ella giran sus necesidades, preocupaciones y búsqueda; la idea de bienestar en una constante y el pensamiento de unidad familiar es lo que rige sus hábitos, rutinas y costumbres. Todas las plazas comparten valores, creencias, filosofías y muchas de las realidades rutinarias.							
La religión	Marca algunos procesos educativos distintos							
La religión no es tan relevante	X							



La religión ya sea católica o cristiana se vincula a la educación de los hijos.		X	X			X		
La religión es sólo un contexto para los NSE C+ aunque para D+ si está vinculada a la educación.				X	X		X	X
Hijos de entre 2 y 4 años	Las actividades y rutinas de la familia giran en torno al cuidado de los hijos. Hasta este momento los padres tienen el completo control de las actividades de los hijos.							
Hijos de entre 5 y 8 años	Las actividades y rutinas de la familia giran en torno a las actividades tanto de los padres como de los hijos. Aquí los hijos ya tienen más independencia y en consecuencia menos control de los padres.							
Hijos de entre 9 y 11 años y entre 12 y 14 años	Las actividades y rutinas siguen procurando la unidad familiar, aunque cada vez son más independientes. El control se rige únicamente por la comunicación que pueda existir entre padres e hijos.							
La ocupación de los padres	Ambos padres trabajan	Sólo uno de los jefes de familia trabaja.	Ambos padres trabajan					



INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

*"A veces yo pongo la radio cuando me pongo a hacer la comida. Ellas si ven mucho, sobre todo el IPad y el celular, la más grande."
(Hermosillo, C+, Suscriptora).*

"Al terminar sus clases prendieron la Smart TV y vieron videos de los polinesios" (Torreón, D+, No suscriptora).

"Sí tienen tableta por que la necesitan para tareas, clases y diversión, es tableta Samsung. Igual el Nintendo es de los 2 niños, aunque lo usa más el niño mayor". Monterrey, C+, Suscriptor.

*"Todos tenemos celular porque es necesario para comunicarnos entre nosotros,
además, a los niños les tuvimos que comprar uno ahora que entraron a clases, porque luego utilizaban el mío, pero yo no tenía donde trabajar, entonces les compramos uno sólo para ellos".
(Veracruz, D+, Suscriptor).*

*"Todo el día están en el celular, pero no les digo realmente ya nada como antes,
porque entiendo que ahora no hay muchas otras opciones.
Entonces con que hagan la escuela y su tarea está bien, luego ya que hagan lo que quieran; yo veo que solo están jugando y viendo videos todo el día.*



*A veces si ya les digo, apaguen eso y veamos una película juntos y es cuando prendemos Netflix.
(CDMX, D+, Suscriptora).*

"Están sobre-saturados y sobre-estimulados. Se puede decir que envenados con tanta información. Están presentando depresión porque se sienten abrumados"

Antropóloga

"Hay mucho retraso madurativo de neurodesarrollo, es frecuente en hijos de padres profesionales ocupados en su carrera que les dedican poco tiempo"

Neurólogo

"La sobreestimación sensorial de pantallas electrónicas, después de las 18:00 hrs altera en la cantidad y calidad de sueño"

Psicóloga

La información cualitativa recabada en todas las plazas exploradas permite señalar que los segmentos considerados en el estudio tienen acceso a los siguientes dispositivos electrónicos dentro del hogar.

1. Televisión inteligente:

Se observa que fomenta una alta conexión familiar al interior del hogar. Su uso tiende a ser grupal. Es accesible a todos los NSE. Se percibe como el principal dispositivo para ver contenidos audiovisuales, tanto de manera grupal como individual.



2. Teléfono celular:

Es por excelencia de uso individual. Se le percibe gran importancia para la comunicación familiar y además coadyuva una amplia construcción de vínculos al exterior del hogar (redes sociales), a esto último se le deposita su mayor valor. Es accesible a todos los NSE. Su portabilidad lo hace un medio altamente personal y privado.

3. Tableta:

Su uso tiende a ser individual. Se utiliza tanto de manera lúdica como académica. Al igual que el celular, posibilita una amplia conexión al exterior del hogar (redes sociales). Tiende a ser más privativa del NSE C+. Se vuelve obsoleta conforme los niñas, niños y adolescentes crecen. No se considera indispensable. Es fácilmente sustituible por el celular, la televisión inteligente (conectada a internet) y las PC / laptops.

4. Computadora portátil o de escritorio:

La pandemia incrementó su relevancia. En los hogares visitados se circunscribe más al ámbito escolar - laboral, que al esparcimiento. Suele ser de uso compartido por toda la familia y poco cómodo para el esparcimiento por sus dificultades de traslado y acomodo. La utilización multifamiliar de este recurso coadyuva la relevancia del celular, del que se valora su uso inmediato, personal y privado.

5. Consola de video juegos:

Se le percibe menor penetración que a los otros aparatos. La adquisición gratuita de video juegos a través de internet elimina la necesidad de adquirir consolas, percibidas como costosas, y abre la



posibilidad al NSE D+, para consumir video juegos. Funciona como conector familiar por la afición que comparten padres e hijos, así como conector remoto / virtual entre niñas, niños y adolescentes.

La televisión inteligente y el celular son los medios fundamentales que garantizan el consumo de contenidos digitales de los niñas, niños y adolescentes. El resto de los dispositivos se perciben como herramientas secundarias y sustituibles entre ellas.

Equipo	Perfil	NSE	CDMX	CHETUMAL	GUADALAJARA	HERMOSILLO	MONTERREY	TAPACHULA	TORREON	VERACRUZ
La televisión inteligente	Suscriptor	C+	13	10	13	8	5	10	8	7
		D+	13	9	13	7	7	10	8	5
	No suscriptor	C+	12	10	12	7	8	10	8	3
		D+	13	7	11	8	7	8	7	7
Subtotal			51	36	49	30	27	38	31	22
El celular	Suscriptor	C+	19	10	16	8	8	12	8	8
		D+	5	10	19	8	8	10	8	8
	No suscriptor	C+	20	10	13	8	8	10	7	8
		D+	15	10	17	8	8	10	8	8
Subtotal			59	40	65	32	32	42	31	32
La tableta	Suscriptor	C+	5	2	7	7	7	6	1	6
		D+	3	3	4	2	2	3	2	3
	No suscriptor	C+	6	4	7	3	5	2	5	2
		D+	3	1	2	1	1	1	2	2
Subtotal			17	10	20	13	15	12	10	13
Computadora portátil o de escritorio	Suscriptor	C+	8	7	7	8	7	7	6	5
		D+	6	4	2	3	4	3	7	4
	No suscriptor	C+	8	3	8	6	8	2	3	7
		D+	5	4	3	4	5	1	4	4
Subtotal			27	18	20	21	24	13	20	20
Consola	Suscriptor	C+	7	0	7	6	6	1	3	2
		D+	2	1	1	2	1	0	1	1
	No suscriptor	C+	1	1	2	2	2	1	2	3
		D+	3	0	1	0	2	0	0	0
Subtotal			13	2	11	10	11	2	6	6
GRAN TOTAL			167	106	165	106	109	107	98	93

Tabla 4. Infraestructura tecnológica por plaza



Televisión inteligente.

*“Durante el desayuno, ve la televisión en el comedor,
en compañía de su hermano y mía”.*

(Tapachula C+, Suscriptor).

*“Nosotros si vemos la tele, por ejemplo, la Máscara y luego Exatlón
en la televisión normal”.*

(Tapachula D+, No Suscriptor).

En todos los NSE (C+ y D+), tanto Suscriptores como No Suscriptores y, en familias con niñas, niños y adolescentes de todos los rangos de edad (2 - 4, 5 - 8, 9 -11 y 12 - 14 años), cuentan con una televisión inteligente. Este aparato continúa siendo el medio de conexión grupal más importante en la familia.

Las familias le depositan un alto valor afectivo porque consideran que fortalece la unión grupal. Incluso el diseño del espacio tiene un papel importante en su ubicación dentro de los hogares. Comúnmente la TV se coloca en espacios que facilitan la socialización, como pueden ser la sala, la cocina e incluso la recámara principal, que usualmente es la de los padres de familia. Hasta antes de la pandemia, su papel se circunscribía meramente al entretenimiento y a la recepción de noticias, pero con el confinamiento amplió significativamente sus funciones como medio de instrucción académica.



Beneficios emocionales:

Coadyuva la convivencia familiar, más durante los fines de semana. Se eligen y consumen contenidos consensuados grupalmente.

Beneficios funcionales:

Se percibe una alta predilección por pantallas grandes (en torno a 40`´), porque posibilita que varios miembros tengan una visión amplia que garantice el gozo de la experiencia. La posesión del gran formato coloca a este dispositivo en el ámbito de la auto - indulgencia en la privacidad el hogar (todos los NSE).

Diferencias por NSE.

NSE C+.

En este nivel, los aparatos tienden a ser de última generación, generalmente con acceso a internet, TV restringida, consolas y otras plataformas; además de ser las más grandes.

Las familias de NSE más elevados cuentan con 3 televisiones o más, las cuales también suelen estar ubicadas en las recámaras de los niños (éstas pueden o no ser inteligentes), pero, sin embargo, se busca la forma de que sintonicen TV restringida o internet.

NSE D+.

Cuenta en promedio con 1 - 2 televisiones con acceso a internet, TV restringida, consolas y otras plataformas, sin que necesariamente sea el equipo con mayor número de pulgadas. El NSE D+, a diferencia del NSE C+, suelen adquirir su equipo tecnológico bajo esquemas de endeudamiento de largo plazo. De tal forma que un D+ puede llegar a tener el mismo dispositivo que un C+. Estas opciones de financiamiento los unifica con



relación al acceso a la tecnología. Lo que los diferencia puede ser el número de dispositivos o la calidad de los mismos.

“Tenemos dos televisiones, una aquí en la sala y otra en el cuarto, esta es para que todos veamos la tele y la otra para que nosotros la veamos en la noche. A mi marido le gusta ver sus programas antes de dormirse”.

(Tapachula C+, Suscriptor).

Celular.

“Mi hijo de 3 años, se mete con mi celular a veces a YoutubeKids, para ver Jorge el curioso”.

(Torreón, D+, No suscriptora).

Respecto del consumo audiovisual en celulares.

“Se presentan alteraciones en el control inhibitorio...es una función cerebral

que implica la auto regulación de lo que pienso, siento y hago”

(Neurólogo).

En todos los NSE (C+ y D+), tanto Suscriptores como No Suscriptores y, en familias con niñas, niños y adolescentes de todos los rangos de edad (2 - 4, 5 - 8, 9 -11 y 12 - 14 años), cuentan con al menos un celular inteligente en casa. Este dispositivo se ha convertido en el medio más importante de comunicación, pero más que la comunicación, se le deposita un valor adicional porque a través de éste se accede a la gran variedad de contenidos de las plataformas OTT.



- **Beneficios emocionales:**

Proporciona seguridad por la posibilidad inmediata de mantener comunicada a la familia. Altamente valorado para resolver emergencias y estrechar lazos afectivos a través de redes sociales (fotos, video, emojis, gifs, memes, etc).

- **Beneficios funcionales:**

Ocupar el tiempo libre “matar el tiempo” / “mantener entretenidos a los niñas, niños y adolescentes”. Se ha convertido en una de las herramientas principales para realizar tareas escolares, comunicarse con compañeros de clase, maestros, grupos de padres de familia, etc.

El celular puede ser propiedad de los padres, pero frente a la petición de los hijos el dispositivo se les presta. En el análisis se percibe un uso diferenciado respecto a las edades de los hijos:

En familias con niñas y niños entre 2 y 4 años (“asombro” y júbilo por el juguete tecnológico):

El celular se utiliza para entretener a los hijos, mientras los padres realizan otra actividad. Suele verse con satisfacción y alegría que desde estas edades desarrollen fácilmente habilidades en el manejo de la tecnología.

En familias con niñas y niños, entre 5 y 8 años (apropiación de un poder de negociación): Este dispositivo se usa como elemento de ínter - cambio o condicionante para motivar u obligar a los NN a realizar labores, sin construir hábitos o reconocimiento de obligaciones, “*si tú haces esto, yo te lo presto*”, con lo que da inicio las deficiencias educativas para que los hijos asuman y



respeten obligaciones y, en consecuencia, actuar por conveniencia. En este sentido, el celular se vuelve, para ambas partes, un valioso medio de transacción. Desde estas edades tan tempranas, el celular comienza a tener un gran valor para las niñas, niños y adolescentes. Socialmente se ha estipulado la necesidad de que cuenten con uno, argumentando motivos de seguridad. En este contexto, comienzan a utilizarlo de manera individual y a elegir lo que ellos quieren consumir.

En familias con niñas, niños y adolescentes de entre 9 y 11 años (la construcción de un mundo aparte):

A partir de estas edades, niñas, niños y adolescentes ya cuentan con un celular propio, el cual suele ser una herencia de los padres, quienes cambiaron de equipo y decidieron regalarles el anterior. Para ellos, más que la comunicación, de inmediato cobra un alto valor afectivo para descargar juegos, plataformas para consumir contenidos OTT's y, para los padres contar con la posibilidad inmediata y eficaz de estar comunicados cuando los hijos están separados de ellos.

En familias con niñas, niños y adolescentes entre 12 y 14 años (la consolidación de un mundo propio impenetrable):

El celular ya es una propiedad exclusiva de niñas, niños y adolescentes. Han construido un intenso vínculo afectivo que lo hace primordial e irremplazable. Ya son expertos en su manejo (dominio de app`s) y toman sus propias decisiones respecto al consumo de contenidos OTT. Por lo general los padres no se cuestionan sobre los contenidos que los hijos elijen ver. Se genera una situación de conflicto que se centra en la duración del tiempo que lo utilizan, y el establecimiento de límites ya es muy complicado y tenso porque hay una conducta adictiva y en su visión adolescente los niñas, niños y adolescentes han introyectado que el manejo del celular es su derecho,



aunado a que se percibe como una insustituible forma de conexión generacional a través de las redes sociales.

“Utiliza mi celular por las mañanas, siempre lo hace estando en la sala o en el cuarto, pero en realidad, está haciéndolo solo, sin supervisión”

(Tapachula C+, Suscriptor).

Tableta electrónica.

“La tableta es de fácil manejo; la que tenemos es de buen procesador y hace que entre más rápido al contenido. Los niños de ahora no

esperan como antes, quieren

todo de manera inmediata” .

(Tapachula C+, Suscriptor).

Sólo en los NSE C+ se considera como un *gadget* necesario; en los NSE D+ se considera “un lujo” al que no siempre se tiene acceso. Se percibe como un instrumento útil, pero no indispensable; el cual se tiene regularmente porque ha sido comprado para el uso de los hijos o bien como herencia de algún familiar o amigo que se los ha regalado o prestado.

Por su funcionalidad en el ámbito escolar, tiende a ser visto como un dispositivo vinculado con los hijos. Cumple el rol de “juguete”, ya que regularmente está cargado de aplicaciones relacionados con juegos para niños y niñas; al ser visto como un juguete, se le tienen menos cuidados que al celular o que a la televisión.

En las etno entrevistas realizadas, se observa que muchos de estos equipos no están en un estado óptimo, sino que tienen fracturas, presentan fallas o desperfectos que los hacen menos atractivos de uso para los adultos. La tableta es valorada por su portabilidad, pero no es tan práctica como el



celular, ya que, por su tamaño, resulta incómoda en ciertas situaciones, para sostener o visualizar; por ello su uso se remite a lugares donde se pueda recargar: mesas, pisos, sillones y camas.

- En familias con hijos entre 2 y 4 años. Se vuelve un sustituto de la convivencia paternal: Es la etapa en la que la tableta se considera más necesaria, pues funciona como elemento de entretenimiento para cuando los padres no pueden atender a los hijos.
- En familias con niñas y niños entre 5 y 8 años. Sucede que, se diluyen los límites entre lo académico y, lo lúdico: Se convierte en una herramienta tanto de entretenimiento como de estudio, pues es a partir de ella que se conectan o buscan información para la escuela, para satisfacer sus dudas y divertirse.
- En familias con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 11 años. Es desplazada por el celular, debido a su portabilidad y uso individual - privado: La tableta empieza ser reemplazada por el celular y pierde relevancia, ya sólo se utiliza para casos específicos cuando se requiere una pantalla más grande que la de un celular.
- En familias con niñas, niños y adolescentes entre 12 y 14 años. Su importancia se reduce a ser un sustituto / refacción: La tableta adquiere un carácter secundario, cuando no se tiene otra alternativa individual.

*"Si tienen tableta, pero mi hija la mayor cuando quiere ver Netflix usa la Smart tv, cada quien tiene celular propio."
(Torreón, C+, Suscriptora).*



Computadora.

Después de iniciadas las clases en línea adquieren una relevancia que no tenían. Se les percibe más aptos para cuestiones escolares por su menor portabilidad (su instalación suele ser fija en mesas / escritorios).

*“La computadora es de mi esposo, él la tiene para trabajar y hacer sus cosas,
yo luego la uso para ayudarlo con cosas del negocio;
pero ahora también la usan los niños para lo de la escuela”
(Tapachula C+, Suscriptor).*

En ambos NSE C+ y D+ se ha convertido en un instrumento altamente necesario debido la pandemia, básicamente por la instrumentación de clases en línea. Debido a esta situación, se generó de súbito, una necesidad tecnológica para los NSE D+ que antes no era apremiante. Antes de la pandemia, estos dispositivos eran menos relevantes entre los segmentos estudiados.

Actualmente su uso es fundamental en el ámbito escolar y/ o trabajo en casa; anteriormente no solían ser muy utilizados para ver contenidos OTT, ya que resultan más funcionales y cuentan con mayor predilección los celulares, las tabletas o incluso las televisiones con conexión a Internet.

En general, los equipos de los hogares no son última generación; los equipos suelen haber llegado al hogar, o bien por requerimientos laborales de los padres o porque algún hermano mayor la requiere para estudios superiores, pero también, porque los padres tomaron la decisión de tener una



computadora en casa con el fin de apoyar a sus niñas, niños y adolescentes en el desarrollo de habilidades tecnológicas, con vistas a que potencian su competitividad futura (NSE C+).

Para las audiencias infantiles no resulta cómodo ver contenidos audiovisuales en dichos equipos, ya que en los espacios en donde se encuentran en el hogar suelen ser escritorios o mesas de trabajo, que no ofrecen la misma comodidad que un sillón o la cama. Otro rasgo distintivo de estos dispositivos es que suelen ser compartidos por varios miembros de la familia (hermanos / padres), lo cual implica la estructuración de principios de orden (regulación) para que cada quien las use cuando las necesita.

En familias con hijos entre 2 y 5 años, es un medio de entretenimiento fácil de regular:

La computadora portátil o de escritorio no son tan relevantes entre estas edades; sólo las usan los padres; esporádicamente es usada para que niñas y niños vean videos infantiles en *YouTube*.

En familias con niñas, niños y adolescentes entre 6 y 11 años comienza a resaltar su importancia para el desarrollo académico “moderno / actual”: Estos aparatos comienzan a cobrar mayor relevancia debido a su utilidad para la realización de tareas escolares. Antes de la pandemia, si se requería, los niñas, niños y adolescentes de NSE D+ acudían al café internet.

En familias con niñas, niños y adolescentes entre 12 y 14 años, se percibe como un insumo indispensable para sintonizarse con la competitividad global inviable sin habilidades tecnológicas:

Las computadoras (Pc / lap top) se consolidan como un insumo necesario para el desarrollo académico, incluso el avance de la educación básica a la media básica o media superior ya puede implicar el que a los niñas, niños



y adolescentes se les compre un aparato de este tipo para su uso exclusivo. Además de percibirse como algo necesario, los padres lo consideran un signo de modernidad indispensable para que sus niñas, niños y adolescentes adquieran competitividad en su futuro laboral.

Consola de video juegos.

*“Se la pasan jugando y juegan con sus video juegos,
ya son unos expertos”
(Hermosillo, C+, Suscriptora).*

Ninguno de los NSE explorados reconoce a estos aparatos como una necesidad prioritaria o indispensable.

Sin embargo, en los hogares que cuentan con una, se percibe un valor muy importante como insumo del esparcimiento y convivencia familiar (ya que suele ser una afición que comparten padres e hijos) y una vía de conexión remota a través de internet con otros niñas, niños y adolescentes, que también suele colindar con la adicción.

Este dispositivo es el menos frecuente de todos, sólo entre los NSE más altos se contaba con este tipo de equipos, los cuales fueron adquiridos por el padre de familia, como forma de entretenimiento. Se usa sólo para jugar video juegos, aisladamente se mencionó que se podían ver contenidos en ellos, pero no se percibe como el medio ideal.

Se observa una tendencia a que las consolas ya comiencen a considerarse obsoletas, porque se perciben como costosas, circunscritas a un mercado de constante actualización, pero sobre todo porque en internet hay una gran oferta gratuita para descargar video juegos. Esta circunstancia facilita



el acceso del NSE D+ a los video juegos, sin la necesidad de adquirir una consola.

Internet.

*"Ahora sin internet, no vives, ya que es necesario para enterarte, para trabajar, para la escuela, hasta para conseguir medicinas; es un gasto más, pero ni hablar, es muy necesario".
(Veracruz, D+, Suscriptor).*

Ambos NSE (C+ y D+) lo perciben como una necesidad primordial en el hogar. Su relevancia se acrecentó con la pandemia. En la mayoría de los casos, se conocen el internet que se tiene contratado y la empresa que suministra el servicio. Los participantes cuentan con conocimientos básicos sobre sus derechos en la contratación y la velocidad de internet con el que cuentan.

Aunque se percibe una actitud pasiva y conforme, no suelen revisar la velocidad frecuentemente, pues mientras les dé el servicio esperado, lo aceptan. Incluso, si les llega a fallar la velocidad o las descargas, lo atribuyen a un problema general de la red y no a un problema puntual de su servicio; y en algunos casos, cuando la velocidad no es la adecuada suelen considerar que sus dispositivos son los que están fallando. La mayoría de los entrevistados reconocen que tienen un plan que parte de los 10 megas hasta los 40 megas en promedio, el cual suponen que les es suficiente para tareas escolares, entretenimiento y trabajo. Coinciden en que en sus hogares no requieren un alto desempeño por parte de la red.

Existe una variedad de empresas con las que se tiene contratado este servicio, que van desde Megacable, Total Play hasta Infinitum de Telmex;



aunque en Chetumal se encontró que son proveedores locales satelitales los que proveen ese servicio y resulta ser más barato, aunque no muy eficiente. La contratación se da por promociones, alcance o por la practicidad de ya tener contratado otro servicio con el mismo proveedor.

*"No estoy muy segura de cuanto es mi internet,
pero yo sé que es el más barato, yo creo ha de ser de 10 megas".
(Tapachula D+, No Suscriptor).*

Impacto de los dispositivos electrónicos en el hogar.

En este marco, la presencia de los dispositivos electrónicos en el hogar tiene un beneficio fundamental en el ámbito educativo. Pero, frente a éste, las facilidades que crean para el consumo desmedido de contenidos OTT, tienen un cúmulo de peligrosas implicaciones que pasan inadvertidas en las familias, como lo veremos a continuación:

- A niñas, niños y adolescentes se les complica diferenciar o separar qué si y, qué no es adecuado para ellos, porque están abrumados y sobresaturados de estímulos. No tienen aún un criterio por su edad, su inmadurez y su inexperiencia.
- Consumen información y contenidos que muchas veces no son los adecuados para su edad. Reciben estímulos complicados de aprender (sexualidad, violencia). Se exponen a información no filtrada y sin acompañamiento de sus padres.
- Están sobresaturados y sobre estimulados con tanta información. Están presentando depresión porque se sienten abrumados y solos; esto ocasiona que la toma de decisiones autónoma también se vea afectada porque la inmediatez de grandes cantidades de



información que no pueden asimilar afecta el desarrollo de su pensamiento crítico. Éste no está siendo estimulado ni en casa ni en escuela.

- La inmediatez y fugacidad de los estímulos puede trabajar en contra del pensamiento crítico porque para lograr el pensamiento crítico se requiere de un espacio de reflexión, y la reflexión requiere de tiempo. La exposición a los medios digitales va más rápido y no deja un espacio a un momento de reflexión.

Del análisis de la información recabada, se desprende que en los hogares hay una fascinación por la posesión de los dispositivos electrónicos y se deja de lado el impacto pedagógico que implica su uso desmedido.

Semiología de la imagen:

En todos los hogares, los niñas, niños y adolescentes tienen acceso a diferentes dispositivos electrónicos, y en común, todos les implican el mismo estilo de consumo: pasivo, prolongado y generalmente en solitario.





	CDMX	GDL	MTY	HER	Torreón	Veracruz	TAP	Chetumal
Acerca de su uso	Sin importar el nivel socioeconómico todos tienen acceso a televisión y celular inteligente, la diferencia sólo radica en la cantidad de aparatos que se poseen, lo innovador del equipo y en la forma en que fue comprado.							
Televisión inteligente	Poseen entre 2 y 3 televisiones, ubicadas principalmente en la sala, recámara principal y recámara de los hijos.					Los NSE D+ poseen regularmente 1 sola televisión, los C+ hasta 2.		
Celular	Todos los adultos de la familia poseen un celular. En NSE C+ los hijos mayores de 12 ya poseen uno, mientras que los menores en ambos NSE suelen utilizar el de los padres para ver contenidos.							
Tableta	Regularmente poseen tabletas (1 o 2) según el número de hijos, sin importar NSE.					Pueden prescindir de ellas, considerándolas un valor agregado cuando se tienen, para el entretenimiento de los hijos.		
Laptop o PC	Un alto número de los entrevistados posee una, regularmente llegó debido a la ocupación de los padres. Sólo en NSE C+ se adquirió pensando en la educación de los hijos.							
Consola de video juegos	Suelen tener una consola que es más del uso del padre de familia, aunque la comparte con los hijos.			Algunos llegan a tener consola, y lo consideran un capricho del padre de familia.		No suelen tener consola, aisladamente mencionaron haber tenido alguna, sin encontrar un valor agregado importante.		

Cuadro 2. Distribución del uso de dispositivos por plaza.



OPCIONES DE CONTENIDO

"Vio en la tablet Disney+, le gusta ver películas, como lo descargamos y estamos viendo que es lo que tiene lo dejamos que la utilice sin problemas"

(Tapachula C+, Suscriptor).

"Incorporamos Disney. Aunque aún no la hemos visto por falta de tiempo, muchas tareas de las escuelas de los niños absorben mucho tiempo y, para los fines de semana también dejan tareas, entonces ha sido difícil disfrutarlo; además yo estudio y trabajo, así que Disney está en pausa por ahora"

(Veracruz C+, Suscriptor).

"Por lo general pasa 3 horas en los aparatos electrónicos y ese contenido lo conoció por sus amigos y por la publicidad que le dan en redes sociales, tanto en Netflix como YouTube; le gustan porque se divierte y relaja"

(Guadalajara, D+, Suscriptora).

"Mis hijas ven TV por cable, pero luego me he dado cuenta de que lo que ven ahí, lo vuelven a ver en YouTube en el celular de mi esposo; cuando usan la tablet siguen viendo esos programas, creo que uno es de un caballo y otros son de unas muchachas que suben videos de belleza y maquillaje y, diversas cosas de esas. Entonces lo que más ven, ya no es tele, yo digo que es YouTube".

(CDMX; D+, Suscriptora).



“Ya es una constante que pequeños, de 1º, 2º y 3º de primaria, presenten una evidente falta de movimiento; tienen retrasos motrices y de lenguaje; se les observa en ámbitos de mucha pasividad; lo que trae como consecuencia obesidad”

Psicóloga

A continuación, se muestran un par de tablas en la que realiza un recuento de las plataformas de contenido a las que tuvieron acceso las familias al momento del levantamiento de la información. Asimismo, los datos se muestran diferenciados por ciudad de los hogares participantes en el estudio.

			CDMX		CHETUMAL		GUADALAJARA		HERMOSILLO		MONTERREY		TAPACHULA		VERACRUZ		TORREON	
OTTs Gratuitas	Perfil	NSE	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
			OTTs Gratuitas															
Youtube	Suscriptor	C+	8	11%	8	11%	8	14%	8	13%	7	13%	8	12%	8	11%	8	15%
		D+	8	11%	7	10%	8	14%	8	13%	6	11%	6	9%	8	11%	8	15%
	No suscriptor	C+	7	9%	8	11%	8	14%	8	13%	8	15%	8	12%	8	11%	8	15%
		D+	8	11%	6	9%	8	14%	8	13%	7	13%	8	12%	8	11%	8	15%
Facebook	Suscriptor	C+	7	9%	4	6%	4	7%	4	6%	3	6%	3	4%	4	5%	0	0%
		D+	5	7%	7	10%	6	11%	2	3%	2	4%	7	10%	7	10%	2	4%
	No suscriptor	C+	2	3%	4	6%	4	7%	6	9%	5	9%	4	6%	4	5%	3	6%
		D+	8	11%	5	7%	3	5%	5	8%	2	4%	4	6%	5	7%	3	6%
TikTok	Suscriptor	C+	7	9%	7	10%	3	5%	5	8%	4	7%	7	10%	7	10%	2	4%
		D+	5	7%	4	6%	1	2%	3	5%	4	7%	4	6%	4	5%	2	4%
	No suscriptor	C+	1	1%	5	7%	3	5%	3	5%	3	6%	5	7%	5	7%	2	4%
		D+	8	11%	5	7%	1	2%	4	6%	3	6%	5	7%	5	7%	6	12%
Total			74	100%	70	100%	57	100%	64	100%	54	100%	69	100%	73	100%	52	100%

Tabla 5. Distribución de plataformas OTT's gratuitas por plaza



OTTs De Paga	Perfil	NSE	CDMX		CHETUMAL		GUADALAJARA		HERMOSILLO		MONTERREY		TAPACHULA		VERACRUZ		TORREON	
			#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
OTTs De paga																		
Netflix	Suscriptor	C+	6	23%	8	32%	9	36%	8	31%	8	38%	7	35%	8	40%	7	33%
		D+	11	42%	9	36%	5	20%	7	27%	8	38%	6	30%	8	40%	8	38%
	No suscriptor	C+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%
Amazon Prime	Suscriptor	C+	3	12%	3	12%	2	8%	0	0%	4	19%	0	0%	1	5%	2	10%
		D+	0	0%	1	4%	1	4%	1	4%	0	0%	2	10%	2	10%	1	5%
	No suscriptor	C+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Disney Plus	Suscriptor	C+	0	0%	1	4%	0	0%	2	8%	0	0%	1	5%	0	0%	2	10%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%
	No suscriptor	C+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Claro Video	Suscriptor	C+	2	8%	1	4%	3	12%	1	4%	0	0%	1	5%	1	5%	1	5%
		D+	3	12%	1	4%	5	20%	2	8%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%
	No suscriptor	C+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Blim	Suscriptor	C+	1	4%	1	4%	0	0%	1	4%	0	0%	1	5%	0	0%	0	0%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	No suscriptor	C+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
		D+	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
		Total	26	100%	25	100%	25	100%	26	100%	21	100%	20	100%	20	100%	21	100%

Tabla 6. Distribución de plataformas OTT's de paga por ciudad

Diferencias entre suscriptores y no suscriptores.

“Es evidente y cada vez más claro que, la televisión, el Internet, Facebook y las demás redes sociales, tienen más influencia que los padres y maestros que están educando al actualmente a los niños”

Sociólogo

No se perciben diferencias contundentes por NSE o por el rango de edades de los hijos. Los resultados presentados a continuación son consistentes en todas las plazas.



La principal motivación para suscribirse a una plataforma OTT, es la diversión. Los niñas, niños y adolescentes son los principales impulsores de la contratación de estas. Al profundizar en las razones, es posible identificar que se debe, en gran medida, a la influencia de sus pares, ya que para los niñas, niños y adolescentes de esta generación el acceso a OTT es un importante factor de pertenencia y convivencia social.

El proceso de toma de decisión de la contratación de la OTT comienza con la evaluación de las múltiples posibilidades que hay en el mercado. Después hay un lapso de auscultación con amigos o familiares respecto a las experiencias previas que se han tenido y los requerimientos para la contratación.

Durante este proceso, se analiza fundamentalmente el costo. Tiende a ser elegida aquella opción que se ajusta al presupuesto y cuyo funcionamiento sea intuitivo y amigable. Igualmente se evalúa que el trámite no sea complicado y se da gran valor la posibilidad de no comprometerse con un contrato forzoso.

Respecto de los criterios de decisión para suscribirse a un servicio de contenidos OTT, resulta atractiva la posibilidad de contratar la plataforma junto con otro familiar, para compartir gastos. Esta tendencia es visible sobre todo en usuarios de Netflix y del NSE D+.

Dentro de los de beneficios esperados con la contratación de plataformas OTT's, resaltan:

- Tener acceso a gran variedad de contenidos (para toda la familia).
- Que la OTT a se pueda usar en distintos dispositivos.



- Estar en sintonía con las modas temáticas que imponen los contenidos OTT.

A los subscriptores les es muy importante que toda la familia tenga acceso a los contenidos OTT. Desde la contratación del servicio, los NAA están considerados por los propios padres como consumidores potenciales. Afectivamente, estas plataformas tienen un gran significado. Se vuelven un insumo de primera necesidad, indispensables en el hogar.

*“Como tiene mucho tiempo, juega sus juguetes mientras escucha canciones infantiles en YouTube y así se entretiene”
(Tapachula C+, Suscriptor)*

No subscriptores.

Se identificaron dos perfiles:

“Abandonadores”, es decir, aquellos quienes tuvieron una plataforma OTT y dejaron de pagarla. Regularmente este segmento dejó de pagar una plataforma por un tema económico; perdieron sus empleos y se vieron en la necesidad de recortar gastos, y las plataformas de paga fueron elegidas como parte de ese recorte. Si bien, las consideraban necesarias para el entretenimiento familiar, también reconocían otras necesidades más básicas que había que sostener. Esta situación se agudiza con la pandemia. La razón del abandono de la categoría es fundamentalmente económica, no se reportan elementos negativos (disgustos). Prevalece la intención de recontractarlas en cuanto las condiciones financieras lo permitan.



“Debutantes”, o quienes nunca han pagado por una plataforma OTT. La principal razón de no contratar un servicio OTT, es porque pueden acceder gratuitamente a los contenidos deseados, en la mayoría de los casos, a través de YouTube (accesible con el servicio de Internet, y disponible en diversos dispositivos electrónicos (TV, celular, etc.).

Se perciben las siguientes barreras fundamentales:

- Regularmente este perfil está constituido por familias con hijos pequeños, que no impulsan la decisión de contratación.
- No les es primordial sintonizarse con las modas temáticas que imponen las OTT’s.
- No se consideran consumidores asiduos a los contenidos ofertados por las OTT’s.
- No se ha producido un contenido audiovisual que motive la contratación.

Sin embargo, este perfil de consumidor es transitorio, ya que el crecimiento de los hijos determina la contratación de servicios OTT, por la presión que los niñas, niños y adolescentes ejercen como impulsores de la decisión para adquirirlos.

*“No importa esperar un poco.... tarde o temprano serán gratuitos”
(CDMX; D+, No Suscriptora).*

Como se puede ver, la actitud de los dos perfiles de No subscriptores es circunstancial. No se perciben barreras categóricas, y su regreso o incursión al mercado de las OTT, depende, para unos, de su recuperación económica; y para otros, del crecimiento de los niñas, niños y adolescentes.



OTT's con mayor penetración.

No se perciben diferencias contundentes por NSE o por el rango de edades de los hijos, por lo que, el contenido que a continuación se muestra es consistente para todas las plazas. Las plataformas de paga más mencionadas son:

- *Netflix.*
- *Blim.*
- *Amazon Prime.*
- *Claro Video.*

Netflix:

Se percibe como una plataforma familiar. La posibilidad de crear perfiles individuales de consumo posibilita a las familias personalizar el uso del servicio. Sin embargo, los mismos padres y madres reconocen que los niñas, niños y adolescentes no siempre respetan el uso de los perfiles establecidos por ellos. Así, se destaca la generación de una falsa sensación de control parental ejercido mediante la personalización de los perfiles.

Por otro lado, el manejo de esta plataforma se percibe amigable para todos los miembros de la familia; además de intuitiva y sencilla, tanto en su instalación, contratación y funcionamiento. El punto crítico al que generalmente se apunta es la exploración de todos los contenidos: la cantidad de oferta se percibe inabarcable.



El valor de la plataforma se percibe en las series y películas internacionales y nacionales, para cualquier edad, ya que en ella encuentran una variedad muy grande, donde siempre hay algo nuevo que ver, tanto para ellos como para los niñas, niños y adolescentes, en el momento que ellos quieran.

La posibilidad de descargar dicha plataforma en cualquier dispositivo es también un valor agregado, ya que les da la posibilidad de verla en cualquier circunstancia, tanto en lo individual como en lo grupal, y eso hace que todos los integrantes del hogar la prefieran, pues no los limita a un sólo espacio para su proyección.

Como rasgo diferenciador, se percibe que *Netflix* es una plataforma idónea para cuando se tienen tiempos prolongados para exposición a contenidos audiovisuales, por lo que su uso es principalmente por las tardes y noches.

En el caso de los niñas, niños y adolescentes, regularmente su uso es en la televisión inteligente, ya que no suelen tenerla descargada en sus celulares o tabletas, únicamente el padre de familia suele tenerla en sus dispositivos personales, como el celular.

“Mi esposo creo que sí tiene Amazon en su celular, pero supongo que el solo lo ve, porque aquí en la casa sólo tenemos el Netflix”. (Tapachula C+, Suscriptor).

Blim.

Cualitativamente se le percibe una menor penetración en el mercado y bajo conocimiento de la marca, ya que tiende a ser reconocida sólo por los consumidores que han tenido acceso a esta plataforma. Como rasgo



diferenciador se percibe que es una plataforma que difunde contenidos nacionales, como películas, series o telenovelas, actuales o no, pero que también tiene producciones internacionales, no tantas ni tan variadas como en *Netflix*.

Afectivamente no logra un reconocimiento contundente; influye la percepción de su carácter meramente nacional y estar limitada en cuanto a variedad. Estos factores determinan el abandono de la marca y el cambio a otras. Incluso, si el motivo de elección es la expectativa de acceder a contenidos nacionales exclusivos, no se le percibe un valor agregado frente a la televisión de paga o abierta.

No es percibida como una plataforma infantil, se le posiciona en un perfil adulto, por lo tanto, tiende descartarse para satisfacer las demandas de entretenimiento familiar, con opciones atractivas para los niñas, niños y adolescentes.

Disney+.

Las personas que tuvieron acceso a dicha plataforma se encontraban dentro del período de prueba; por el nombre, la concebían principalmente para los niños más pequeños de entre 3 y 6 años. Por ello, este target en específico podía reconocer su gran diversidad de contenido infantil, denominándola “*el Netflix para niños pequeños*”. También reconocen que ha sido muy fácil y rápida la descarga para adquirir el mes gratis de prueba o la contratación de la misma.

Al ser asociada al público infantil, proyecta seguridad y tranquilidad para confiar en la libertad de niñas y niños para consumir solos los contenidos que



este servicio ofrece. Su posicionamiento infantil aleja a los adolescentes, quienes ya no se consideran infantes. Los adultos mayores la perciben afectivamente como “una ventana para la nostalgia”, por las películas “clásicas” que se pueden encontrar y para los padres de familia por la oportunidad de acceder a las sagas de Star Wars.

Para los usuarios de Netflix, cualitativamente percibidos como la gran mayoría, esta marca no ofrece un valor agregado ni rasgos diferenciadores que motiven un cambio de compañía.

“Uy... (suspiro)... pues sí quisiéramos...”

Yo digo que allí están todas las películas que vi de pequeña, y pues según oímos que hay películas infantiles para mis hijos, que ya no van a estar en Netflix y las van a pasar allá.”

(Hermosillo, C+, Suscriptora).

Claro Video.

No ha construido un valor como marca “independiente”, ya que se percibe como una plataforma que viene integrada en los paquetes que Telmex al contratar el servicio de internet, lo que le resta valor a su identidad de marca. El que se adquiera en paquete afecta la emotividad de ejercer la capacidad de elección, la cual es altamente valiosa cuando los consumidores deciden adquirir algo relevante para ellos, como el caso de las plataformas OTT. En algunos casos saben que la tienen y que viene incluida en su pago mensual del internet, pero no la utilizan en ninguna circunstancia.



“Sé que ahí está, pero prefiero Netflix... esa es como la de refacción”.
(CDMX C+, Suscriptor).

YouTube Premium.

“Me gusta el YouTube en mi tablet porque no sé leer todavía, entonces le pico al microfonito y le digo: “¡Sonic!” y ya lo encuentra, le pico y puedo ver lo que quiero.”
(Hermosillo, C+, 5 años, suscriptor).

En ningún caso se consideró que sea una plataforma por la que hubiera que pagar, se reconocía como gratuita y, aisladamente, alguien mencionó que alguna vez pagó por ella, pero sin tener claridad de cómo funciona o cómo se paga. En la mente de los consumidores se posiciona como una opción gratuita.

“No sabía ni siquiera que había un YouTube que se podía pagar”.
(Tapachula D+, No Suscriptor).

Redes sociales.

La percepción y razones de consumo de las distintas redes sociales disponibles en las plataformas OTT's no se diferencia por NSE, tampoco por plaza, ni por el rango de edad de los hijos. En el estudio, se identificó que, estas son las principales plataformas a través de las cuales, niñas, niños y adolescentes ven contenidos audiovisuales. Entre las principales plataformas mencionadas se encuentran:



- *YouTube*
- *Tik tok*
- *Facebook*
- *Instagram*

YouTube.

Está posicionada como la principal plataforma para ver contenidos de forma gratuita. Es ampliamente valorada por la gran cantidad y versatilidad de los contenidos que oferta. En palabras de los usuarios: “*encuentran de todo*”. Se aprecia que, *YouTube*, ofrece la posibilidad de poder descargarse en cualquier dispositiv; particularmente con la versión *YouTube Kids*, los padres de familia de hijos pequeños se sienten más seguros de poder controlar el contenido audiovisual que sus hijos ven.

Señalan también que, dicha plataforma ofrece la posibilidad de ver contenidos breves, pero también largos, por lo que sus horarios de uso pueden ser a cualquier hora del día, de la tarde o de la noche. Por ello, también el tiempo que duran viendo contenidos en esta plataforma varia, desde verla tan sólo unos minutos, hasta ver películas completas.

YouTube, la prefieren tanto los más pequeños de la casa, como por los adultos e hijos adolescentes, quienes reconocen su practicidad para cambiar de contenidos con sólo mover un dedo.

En general predomina una percepción positiva porque ofrece una amplia diversidad de entretenimiento, ya sea oferta musical, programas de TV, películas, caricaturas, documentales, tutoriales, etc. En particular hay un gran reconocimiento y aprecio por los videos de tutoriales, debido a que los



perciben, como favorecedores en el aprendizaje autodidacta sobre todo de temas de cocina, jardinería, instrumentos musicales, etc).

Como rasgo diferenciador, tiene un gran valor el que posibilite un consumo más lento que facilita la asimilación. En este canal opera la capacidad selectiva de los niñas, niños y adolescentes; el punto crítico es que mezcla sin filtros si contenidos para niñas, niños y adolescentes, pero también para adultos.

*“Veo YouTube Kids en mi tablet, me gusta cantar la de “ruedas del camión girando vaaaaan! (Coco melon).”
(Torreón, D+, 3 años, No suscriptor).*

Tik Tok.

*“Ven videos y ensayan coreografías para poder grabar los suyos. Las otras niñas de sus clases les hablaron de eso y se compartían videos, así fue que las dejé descargar la aplicación de Tik Tok.”
Hermosillo, Madre de familia, D+, No suscriptora.*

Esta plataforma se percibe como de reciente lanzamiento. En poco tiempo ha logrado una gran penetración. Su principal fortaleza es que pueden ver videos de poca duración. Al igual que otras plataformas puede ser descargada en cualquier dispositivo, aunque de manera general la consideran ideal para verse en el celular, porque sus contenidos son muy cortos (20 segundos), por lo que argumentan que, no se requiere una pantalla de mayor tamaño para visualizarlos. Tiene un margen muy amplio



de consumo: la noche y los momentos libres, se perciben como los momentos ideales para usar dicha plataforma.

Idealmente los padres perciben que se requiere un control por parte de ellos, al considerar que los contenidos no siempre son aptos para menores, centralizando su alerta en el lenguaje utilizado “*dicen muchas groserías*”. Reconocen que no es fácil delimitar lo que puede ser apto o no para un menor, porque sus contenidos son humorísticos o musicales y ofrece una variedad a ritmo vertiginoso que es difícil de controlar. Los niños tienen acceso a dicha plataforma porque poseen los celulares.

Dentro de los contenidos específicamente de corte infantil, se encuentran:

- Coreografías musicales de otros niños.
- Animales en situaciones divertidas.
- Caídas o accidentes de personas en situaciones cómicas.
- Personas imitando voces.

En esta plataforma también reconocen que existen personajes recurrentes a los que siguen, como: el Payaso Platanito, Buba, Ana y Emilia, entre otros. El valor de estos contenidos se percibe en la posibilidad de tener un instante de esparcimiento entre una tarea y otra, o bien, cuando llega el momento de dormir.

En el caso de TikTok si se perciben diferencias por los rangos de edad de los hijos:



- Familias con hijos entre 2 y 4 años: Durante esta etapa Tik Tok es controlado por los padres y es de uso personal, en donde los hijos aisladamente conocen esta plataforma.
- Familias con niñas y niños entre 5 y 8 años: Durante esta etapa Tik Tok comienza a ser atractiva para ellos. La ven bajo el control de los padres, porque la plataforma está en sus celulares, y no se los prestan de forma regular.
- Familias con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 11 años: Durante esta etapa Tik Tok ya es del uso personal de los niñas, niños y adolescentes; ellos navegan ya sea en su propio celular o en la tableta y aisladamente son supervisados por los padres.
- Familias con niñas, niños y adolescentes entre 12 y 14 años: Durante esta etapa Tik Tok ya forma parte de sus dinámicas de uso y entretenimiento, incluso son fanáticos y producen videos para participar. Ya tienen su perfil.

“Luego ahí está viendo que bailan y ella se pone a bailar, imitando a los niños que hacen esos bailes, pero ella no se graba haciéndolo, yo no la dejo”.

(Tapachula C+, Suscriptor).

“Tik Tok es impresionante en niños pequeños de seis años porque son patrones de movimiento para bailar que memorizan, por eso al adulto le cuesta tanto trabajo incorporarse a esta red” Sociólogo

Es aún una plataforma poco comprendida por los padres y actualmente tiene gran auge en niñas, niños y adolescentes de todas las edades. Representa, hasta ahora, la red social con mayor capacidad de condensación, porque la fugacidad de interacción retroalimenta la



necesidad de inmediatez y de consumo adictivo - compulsivo porque su dinámica consiste en acceder de una forma táctil inmediata a videos que duran pocos segundos en los que el baile y los retos son elementos centrales que atraen a los niñas, niños y adolescentes, tanto para seguir como para ser seguidos, es decir, consumir y producir videos fáciles y simples de elaborar. Algunos especialistas consideran como favorable que los retos que se imponen en esta red involucran el baile porque promueven el ejercicio físico y el desarrollo motriz en niñas y niños de la primera infancia, además de la interacción grupal.

La publicación de contenidos es más restringida que en Facebook, es más impersonal en cuanto al involucramiento social, pero a través de algoritmos reconoce las preferencias del usuario y le manda una cantidad inconmensurable de opciones que refuerzan su predilección por esta plataforma.

El concepto de "amigos" que se usa en Facebook, en Tik Tok se transforma en "seguidores"; los vínculos son más impersonales y se genera una ambición de incrementar el número de seguidores, por lo que la necesidad de reconocimiento, popularidad y notoriedad constituyen la principal motivación del usuario, sometiénolo a una dinámica interminable en la que compite con otros pares que han encontrado en esta dinámica el sentido de sus vidas.

Facebook.

Actualmente se posiciona como una red social familiar. Los padres ya dominan su manejo. En muchos casos incursionaron en esta red para vigilar a sus niñas, niños y adolescentes, pero paulatinamente sucumbieron a "su



encanto”, derivado de los beneficios que perciben como modo contemporáneo de socialización.

Esta circunstancia ha orillado a muchos niñas, niños y adolescentes a manejar perfiles familiarmente aceptables para compartir con sus padres y familiares. En esta red social hay una tendencia a construir perfiles en función de proyectar imágenes positivas para impactar y lograr aceptación social, lo que suele evitar tensiones con los padres. Pero, adicionalmente, los niñas, niños y adolescentes han desarrollado la opción de construir perfiles alternos en los que la imagen suele ser audaz y hasta atrevida, para burlar la vigilancia de los padres.

En esta red aún se conserva la aparente opción de aceptar a los “amigos” y publicar diferentes tipos de publicaciones (en video, imágenes y palabras) con mayor permanencia (acumulación histórica) y menor velocidad de consumo. Promueve la convivencia social a través de la recordación de cumpleaños, aniversarios, entre otras cosas, lo cual es altamente valorado por los usuarios.

Esta red también constituye un medio de denuncia de problemáticas sociales que se vuelven virales; pero de igual forma, esta posibilidad se usa entre niñas, niños y adolescentes para atacar y atentar contra la vida privada y reputación, principalmente de mujeres, mediante la publicación de cuestiones relacionadas con su sexualidad.

Es ampliamente conocido el riesgo de que en esta red se mezclan perfiles falsos, que pueden ser de adultos que aprovechan la cercanía para tratar de seducir con sus ideas e invitaciones a los niñas, niños y adolescentes con fines mal intencionados. Por ello, es un punto crítico la exposición de rutinas



y condiciones de vida personales, porque aportan datos socioeconómicos que pueden ser usados en para fraudes, secuestros, etc. En este punto es que resulta relevante el acompañamiento de los padres para indicar a sus niñas, niños y adolescentes estos factores de riesgo, y que ellos mismos superpongan su seguridad antes que la exhibición de información de su esfera privada e íntima.

“Por comodidad o por no tener tiempo, es fácil darles el celular para que se entretengan, sin ponerse a pensar en todo lo que eso puede significar”

Sociólogo

Instagram.

Se percibe como una red de culto y vanagloria de la imagen personal, basada en estereotipos de belleza. Centra su especificidad en el cultivo y construcción de una imagen generalmente impostada, para lograr admiración y aceptación, con el incentivo del reconocimiento a través del incremento de los seguidores. Envuelve a los niñas, niños y adolescentes en un ciclo incesante de construcción de su imagen. Esta demanda es difícil de satisfacer por la gran competencia que se da en esta red. Su inmediatez de consumo también fomenta la adicción; en el universo adolescente se usa de manera selectiva. El rechazo es motivo de depresión y descontento con su auto - imagen porque no se cumplen con los requisitos de apariencia física y estilo de vida para lograr aceptación, pertenencia y admiración.

Otras redes sociales.

- Snapchat: no se le percibe tanto impacto como a Tik Tok e Instagram. Se le reconoce un perfil más lúdico por la posibilidad de incluir la fantasía en



las fotografías. No se le perciben riesgos para los niñas, niños y adolescentes.

- Twitter: es considerado más restringido al mundo adolescente. Se usa como medio de información y como de expresión de opiniones.
- WhatsApp: se le percibe como un instrumento indispensable para la comunicación grupal sobre cuestiones cotidianas referidas a la escuela, con grupos de padres, contacto con los maestros, tanto para cuestiones académicas, como de conducta.

Impacto.

“Hay youtubers como los polinesios, que, por ejemplo, si el personaje se pinta el pelo de un color, todas las niñas comienzan a imitarlo... así influye en el comportamiento y hábitos de los niñas, niños y adolescentes”
Sociólogo.

Como ya se ha expuesto, la tecnología puede ser un elemento de acompañamiento en el aprendizaje y la convivencia. Es indiscutible que los medios digitales tienen un rol fundamental en el estilo de comunicación contemporánea, y que son muy útiles para que los niñas, niños y adolescentes puedan acceder a la información y al aprendizaje.

Sin embargo, la tendencia al predominio de la dependencia tecnológica requiere de un equilibrio en el que es necesario que los niñas, niños y adolescentes puedan también disfrutar de experiencias vivenciales (talleres)



que les permitan equilibrar sus rutinas virtuales para tener un neurodesarrollo más integral.

Los expertos señalan y coinciden en que, las redes sociales han llegado a límites peligrosos porque están trastocando procesos de neurodesarrollo fundamentales. Se han constituido, como una fuente de influencia entre las niñas, niños y adolescentes, porque de ellas obtienen modelos de identificación en términos de conducta, lenguaje, vestimenta, actitudes y estilos de vida. Los niñas, niños y adolescentes perciben a los *youtubers* como parámetros para construir su identidad porque se muestran en contextos simples, cercanos y cotidianos; realizando tareas sencillas, accesibles y atractivas. Los *youtubers* pueden ser nocivos si basan sus contenidos en acciones absurdas o peligrosas, como retos que pongan en riesgo la integridad de los niñas, niños y adolescentes o atenten contra la seguridad de la comunidad.

El poder de influencia y de identificación complica a los niñas, niños y adolescentes a diferenciar o separar lo que sí es “su mundo” y que no lo es. Porque están abrumados y sobresaturados de estímulos y su admiración los hace imitarlos, porque las deficiencias de su neurodesarrollo, desde etapas tempranas, no les posibilita tener criterios firmes de identidad, dadas su edad, su inmadurez y su inexperiencia.

Además, son insensibles a la visión de género, porque hay un trato y valoración diferenciados respecto a las mujeres y los hombres. Las mujeres son juzgadas de manera muy desigual tan solo por cuestiones de género: son exhibidas como objetos sexuales. Entre los adolescentes es común el reto de difundir “packs” en las redes sociales, con consecuencias diferentes para



ambos géneros: para los varones suele ser el prestigio y para las mujeres condena y escarnio.

Uso múltiple.

*“Tener seguidores les da atención, reconocimiento en la adolescencia;
ya no de la familia, sino de los pares.*

Todos quieren ser el populares, les da poder y prestigio”

Psicóloga.

Se observa la tendencia del uso múltiple y simultáneo de diversas redes sociales. Los niñas, niños y adolescentes tienen muy bien segmentado y claro para qué usar cada de red social. Tienden a estar en varias, a pesar de los candados que estipulan algunas, los cuales suelen ser burlados con falsos perfiles que los propios niñas, niños y adolescentes hacen o en complicidad con padres o hermanos mayores. Se observa el manejo de varios perfiles personales:

- En Facebook exponen contenidos familiarmente aceptables (comidas, fiestas, convivencia con amigos y familias).
- En Instagram muestran aficiones personales, pero también participan en competencias por el logro de seguidores en función del cumplimiento de retos o lograr la aceptación en grupos que suelen ser selectivos en función de apariencias o poder adquisitivo.
- En Tik Tok, pueden participar en retos con coreografías, pero también exhiben conductas sexualizadas, no aptas para su edad o participan en retos peligrosos.



Ante esta situación los adultos suelen ser laxos y no prevén riesgos ni afectaciones al neurodesarrollo. Al tener claro cómo usar cada red social, los niñas, niños y adolescentes desarrollan habilidades para construir distintas imágenes de sí mismos, para interactuar con su familia o amigos y un gran número de desconocidos, cuya identidad es incierta y potencialmente muy peligrosa, porque se mezclan íntimamente con los niñas, niños y adolescentes.

Las redes sociales han transgredido los límites de la vida privada y la esfera social de los niñas, niños y adolescentes. Esta situación atenta con el desarrollo del ejercicio de su sexualidad, en un momento crítico de su ciclo vital, porque los expone al juicio público, lo que afecta su intimidad y autoestima, ocasionando graves trastornos psicológicos que inducen a la depresión, abandono de los estudios e incluso intentos suicidas.

Las redes sociales también tienen un alto potencial de noticias falsas, que son asimiladas de manera acrítica por los niñas, niños y adolescentes porque les depositan alta credibilidad y en algunos de los casos, propicia episodios de estrés, ante el mal tratamiento de la información, la cual tienen como característica principal ser alarmista.

Consecuencias en la salud.

El consumo compulsivo de contenidos digitales causa una gran fascinación a los niñas, niños y adolescentes, por lo que tienden a aislarse y mostrar actitudes pasivas y renuentes a realizar otras actividades que perciben aburridas (leer, jugar juegos de mesa, ayudar en las tareas domésticas, etc.) porque no las perciben tan emocionantes como los video juegos o las redes



sociales. La inmediatez en la gratificación los hace ser muy exigentes e intolerantes para satisfacer otras necesidades.

Esta pasividad y sedentarismo favorece el desarrollo de enfermedades crónicas como la obesidad; y en algunos casos, debido una mala alimentación, la diabetes.

“En los teléfonos celulares tenemos Netflix, igual lo pusimos en tv de la casa de la abuela, para cuando vayamos a visitarla, los niños tengan donde ver su contenido favorito, sin necesidad de ver comerciales.” (Hermosillo, D+, Suscriptora).

“Con Tik Tok son felices, cantan, inventan coreografías, es su forma de divertirse con sus primas y de pasar el tiempo. Sí graban videos, pero no los suben, y su cuenta tampoco es pública, no me gustaría que desconocidos vean a mis hijas bailar” (Veracruz, C+, Suscriptor).

“A veces busco noticias de la pandemia. La situación está muy fea, la gente se muere...” (Torreón, D+, 12 años, No suscriptor).

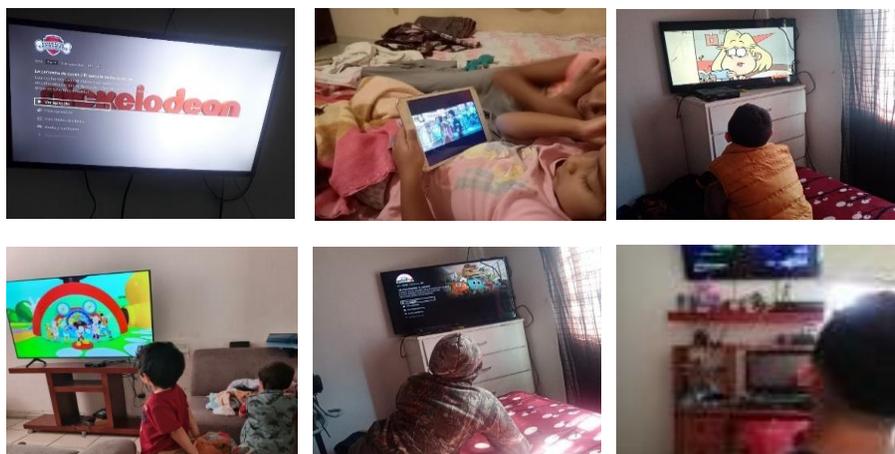
“Tenemos Netflix, Apple Music y Amazon Prime Video. Tenemos 4 años con Netflix y, 6 años con Apple Music. Debido a la pandemia, hace tres meses contratamos Amazon Prime Video ya que no todas las películas de Harry Potter estaban en Netflix”. Monterrey, C+, Suscriptor.



“Para mí tener una plataforma de paga es tener acceso a programación para adultos, ya que se manejan fácilmente, a parte la situación en la que estamos viviendo no dejaría que pagara tan caro una plataforma sólo para entretener a mis hijas”.
(Veracruz, C+, No Suscriptor).

“Si hacemos cuentas no es más barata Netflix que Amazon o que HBO Go, pero tiene más variedad de películas como de series. Apenas apareció Disney, pero, aun así, por ejemplo, Netflix tiene más series o caricaturas para niños, y para la edad de mis hijos hay más variedad en Netflix que en Prime, por eso la dimos de baja porque es un gasto que no convenía pagar, por ello, usamos los 30 días gratis y lo quitamos. Con Netflix ya tenemos como 3 años y creo que se quedará para siempre.”
(Ciudad de México, D+, Suscriptora).

La penetración de las OTT's en los hogares está garantizada por la amplia disponibilidad de dispositivos electrónicos a la que tienen acceso los niñas, niños y adolescentes. Estos contenidos constituyen un estilo de diversión que atenta contra su neurodesarrollo, en las imágenes se capta a niñas, niños y adolescentes absortos en las pantallas.





Cuadro 3. Plataformas OTT's expuestas por segmentos

	CDMX	GDL	MTY	HER	TOR	VER	TAP	CHE
Suscriptores	Se suscribieron buscando entretenimiento, tanto de adultos como de los hijos. Aunque los hijos son los principales impulsores de la contratación. Desde lo emocional es una elección de pertenencia hacia un segmento particular. También a la búsqueda de la unidad familiar.							
No suscriptores	Usualmente no están suscritos por un tema económico. Hay quien ya tuvo y dejó de pagarla por un tema relacionado con el problema de salud pública al perder sus empleos. Y hay quien nunca ha pagado por una, aunque desde lo emocional si existe un deseo.							
Netflix	Es el referente de contenidos relacionados con películas y series internacionales, y aunque se ve de todo, se contrató motivados por algún título. Es visto como algo que eleva su estatus social y les da pertenencia social.							
YouTube (gratis)	Es la preferidas por todos dada su gran variedad de formatos, tipos de contenido y duración. Su practicidad de poder verla en cualquier dispositivo y contar con YouTube Kids la hace la preferida de los padres con hijos más pequeños.							
Tik Tok	Se percibe de reciente lanzamiento, capaz de generar fuerte apego en sus rutinas y dinámicas. Valorada por adultos y niños.		Bien recibida, pero se le percibe insegura y no apta para niños.		Se percibe de reciente lanzamiento, capaz de generar fuerte apego en sus rutinas y dinámicas. Valorada por adultos y niños.		Bien recibida, pero se le percibe insegura y no apta para niños.	
Amazon Prime	Conocida por todos, usada por algunos, sin haber llegado a construir una rutina o una dinámica en sus vidas. Regularmente se tiene por formar				Prácticamente nadie la posee. Aisladamente se menciona como una plataforma principalmente de adultos. No ha generado rutinas de exposición.			



	parte de un paquete relacionado a la compra de productos.	
Blim	Todos la conocen. Aisladamente han tenido acceso. Vinculada a contenidos nacionales que se pueden encontrar en otras plataformas gratuitas. No es de su preferencia.	
Claro video	Para los usuarios de Telmex es conocida como parte del paquete contratado. Aisladamente ha sido usada. No forma parte de sus rutinas ni gustos.	
Disney +	Han escuchado hablar de ella. En NSE C+ la han considerado y aisladamente contratado. Su valor está relacionado al amplio contenido infantil. En NSE D+ la han escuchado solamente.	En ambos niveles han escuchado de ella. Aisladamente alguien contrató de manera gratuita por promoción.
Facebook e Instagram	Es una plataforma vista como red social. No ideal para ver contenidos audiovisuales. Si los llegan a ver es circunstancialmente como parte de la navegación general.	



PREFERENCIAS DEL VISIONADO

“Gran parte de los contenidos que ven son de mi completo agrado, como lo he mencionado antes, sólo en el caso de los Youtubers si tengo una que otra queja y, tienen que ver básicamente con el lenguaje que utilizan,

sabiendo de antemano que hay niños que los siguen”.

Monterrey, C+, No Suscriptor.

“Mi mamá me deja ver Netflix de 6 a 8 de la noche y elijo ver o un capítulo de Stranger Things, o una película de la sección KIDS, luego ya tenemos que apagar la TV, pero me puedo quedar en cama viendo un rato la tableta, y lo que veo son Los Polinesios si hay un lanzamiento, sino busco algún video viejo de Juanpa o de Luisito Comunica.

(Niño 11, D+, Suscriptor).

“Los Youtubers permiten más la identificación y se vuelven modelos de referencia para cualquier rango de edad”

Psicóloga

“En Twitter saben que pueden expresarse, incluso al presidente de la República lo pueden criticar o trolea”

Sociólogo.



Percepción por plataformas.

YouTube.

Se percibe como la plataforma más versátil que ofrece una variedad muy grande de opciones para los niñas, niños y adolescentes, por ello logra una gran aceptación y preferencia. Los participantes en el Estudio la perciben muy dinámica, variada y ágil. Y para los padres de familia resulta una opción cómoda, no sólo por ser gratuita, sino por la facilidad para que sus hijos encuentren algo en qué entretenerse.

Su oferta brinda:

- Series / caricaturas / programas de TV.
- Videojuegos.
- Canales de *influencers* o *youtubers*.
- Contenidos deportivos, en un sentido muy amplio: *coaching*, resúmenes actuales de partidos de una gran variedad de disciplinas, historias, etc.
- Contenidos musicales / videos (amplia gama).
- Tutoriales de todo tipo.

Esta plataforma está fuertemente asociada al mundo infantil, (y *Netflix* al adulto). También se detectan diferencias en el consumo determinadas por la edad de los niñas, niños y adolescentes:

*"Veo la del Rey León, me gusta que Simba crece y
va a buscar a su tío."*

(Hermosillo, D+, 11 años, suscriptor).



Niñas, niños y adolescentes entre 2 y 8 años:

Para los padres, *YouTube* es una alternativa altamente funcional para entretener a sus hijos, cuando no es viable el acceso *Netflix*. Suelen elegir la misma programación en ambas plataformas, porque saben que es de la predilección de niñas y niños. *YouTube* les posibilita el mismo beneficio de ver capítulos de manera continua, para mantener distraídos a los hijos.

“Sé que le gusta a mi hija (de 2 años) porque en cuanto ve al Pocoyo me lo señala así, con el dedito, y se emociona.”

Hermosillo, D+, No, suscriptora.

“Uuy a mi hija le gusta ver cómo se pintan las uñas, los videos donde se hacen diversas cosas en el cabello”.

(Tapachula D+, Suscriptor).

“Luego se quedan viendo a los Avengers, en general les gusta ver cosas de super héroes”.

(Chetumal D+, Suscriptor).

Niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años, tienen un margen de consumo más amplio:

Video juegos: manifiestan una alta predilección éstos. Destaca su interés, tanto para jugarlos, como para adquirir habilidades para ello, en este sentido les es relevante acceder a contenidos en los que pueden ver a alguien jugar o escuchar consejos de cómo desempeñarse mejor.

En ambos casos el valor que los niñas, niños y adolescentes encuentran en este tipo de contenidos, está relacionado con potenciar su competitividad



y escalar en tiendas de *Minecraft*, *Free Fire*, *Among us*, *Roblox*, *Fortnite*, entre otros.

A mayor edad, los niñas, niños y adolescentes se involucran más con los conductores de este tipo de programas y comienzan a seguirlos en diversas redes sociales, volviéndose sus seguidores y en ocasiones suelen copiar tanto su forma de jugar como de hablar. Los video juegos trascienden la posición pasiva de simple espectador de los niñas, niños y adolescentes y ponen en juego grandes cargas emotivas porque se vuelven protagonistas activos. Estas circunstancias también fomentan las conductas adictivas.

*“Le gusta ver como juegan Minecraft y luego ahí lo está viendo,
porque él juega en el celular ese juego”.*
(Chetumal D+, No Suscriptor).

Los videojuegos también representan un gran riesgo por sus contenidos violentos (en muchos de ellos se juega con asesinatos), ya que refuerzan conductas agresivas aprendidas en los hogares o el entorno social que rodea a los niñas, niños y adolescentes; dichos contenidos atentan contra valores humanitarios como respeto a la vida y la dignidad humana.

Influencers o youtubers, son muy populares para ambos géneros; en YouTube se ofrece una amplia variedad de perfiles que captan su interés. En estos contenidos los niñas, niños y adolescentes valoran la información que les brinda el personaje siguen en pantalla, como pueden ser consejos sobre diversas cosas, viajes, chistes o actuaciones. Impactan fuertemente en los niñas, niños y adolescentes de todas las regiones estudiadas.



El personaje principal denominado *influencer* o *youtuber* atrae fuertemente a los niñas, niños y adolescentes, por lo cual buscan participar de manera interactiva en sus videos, enviando comentarios o mensajes para ser co-protagonistas de la historia observada. Además de que las publicaciones suceden de manera constante, lo que propicia una mayor demanda, ante la ansiedad que representa esperar la siguiente publicación.

Constituyen modelos de identificación de gran influencia, que impactan a niñas, niños y adolescentes de 5 a 14 años. Destacan personajes como Luisito Comunica, Andy Benavides, Los polinesios, Kimberly Loaiza, Juan pa Zurita, Escabeche, Antrax, Crazy Hacks, MaryAle, entre otros; quienes ofrecen a los niños contenidos que los padres de familia consideran aptos, al no mostrar un lenguaje inapropiado ni imágenes de violencia o contenido sexual.

*“Luisito Comunica se la pasa viajando,
te enseña las cosas que hay y siempre prueba cosas nuevas.”
(Hermosillo, D+, 12 años, suscriptor).*

Contenidos deportivos.

Los niñas, niños y adolescentes suelen ver información referente a equipos de fútbol principalmente, en donde se muestran los mejores goles, algunas jugadas memorables e incluso conversaciones con celebridades del deporte. Adicional a esto, algunos niñas, niños y adolescentes, preadolescentes y adolescentes, también disfrutaban de ver partidos repetidos que no pudieron ver cuando se transmitieron en tiempo real. La información de las ligas europeas y mexicanas son lo que principalmente buscan en YouTube.



Contenidos musicales:

Gustan a todos los rangos de edad de niñas, niños y adolescentes. En los NN entre 2 a 4 años, se observa inducción a la música; la selección y beneficios buscados sigue siendo determinada por los padres; quienes utilizan videos musicales para relajarlos o como ambiente mientras hacen otra actividad o incluso para dormirlos.

Para los niños mayores de 5 años (definición de preferencias), la música es de gran importancia para la estimulación psico - motriz (sin que esto sea conocido y valorado por los padres), ya que la utilizan para jugar y distraer a los NN a través del baile. Se observa que los hijos comienzan a definir preferencias y gustos musicales, que pueden ir desde el pop en español, reggaetón o música en inglés.

*“Luego ahí está viendo que bailan y ella se pone a bailar,
pero ella no se graba haciéndolo, yo no la dejo”.*
(Tapachula C+, Suscriptor)

Niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años (apropiación de contenidos), eligen videos musicales; ya han definido artistas de su preferencia, y además los siguen en distintas redes sociales. Los divierte mucho la música y la ejecución de coreografías, que luego incorporan a sus propias redes sociales.

*“Me gusta lo que sube Dua Lipa,
sus peinados y su cabello hasta la cintura, baila bonito.”*
Hermosillo, 12 años, D+, Suscriptora.



Tutoriales (capacitación autodidacta en línea), estos materiales audiovisuales, motivan el aprendizaje respecto a temas que les interesan y apasionan, definidos por ellos mismos. Son preferidos por las niñas en edad escolar, quienes gustan de aprender desde cocina, manualidades o bien temas de moda o belleza. Y gustan de implementar lo aprendido en la vida real, de ahí el valor que encuentran en que estos tutoriales puedan ser hechos por personas de su edad.

Netflix.

A esta distribuidora de contenidos se le percibe una alta competitividad por su oferta de películas y series. Su valor se construye en torno a su amplio y diverso catálogo, que incluye producciones nacionales, internacionales y creaciones propias de *Netflix*. Se le reconoce un perfil claramente enfocado al entretenimiento, no se le considera un espacio donde se pueda encontrar *contenido educativo*.

Amazon Prime Video / Disney+ / Blim.

No se percibe un impacto significativo a propósito de sus contenidos ofertados. Sólo se perciben menciones aisladas, pero en ningún caso había precisión en la recordación de sus contenidos.

- *Disney +: se menciona haber visto películas como: Frozen, Madagascar, El Grinch, El Expreso Polar y Ladybug.*
- *Amazon Prime Video: vaga recordación de "La teoría del Big Bang".*
- *Blim: de manera genérica tiende a ser relacionado con telenovelas.*



Tipos de contenidos.

Películas.

Entre las familias con hijas e hijos entre los 2 y 8 años de edad, suelen elegir contenidos relacionados a temas infantiles o aptos para toda la familia. En la elección se percibe un estado de concordancia familiar, sin discrepancias para compartir el entretenimiento.

Las películas infantiles más vistas están relacionadas con producciones de Disney o de Marvel, en dibujos animados, como pueden ser: *Frozen*, *Toy Story*, *Coco*, *Dumbo*, *Klaus*, *Mickey Mouse*, *La Dama y el Vagabundo*, *El Hobbit*, *Mascotas*, *Spider Man*, *Gravity Falls*, *Capitán America*. Los padres de familia consideran que tienen un contenido sano que no representa un riesgo para la educación de sus hijos, al mostrar historias que transmiten valores como honestidad, diferencias entre el bien y el mal, amistad y unión familiar.

*"Vieron Klaus en Netflix, junto a su papá,
ahora que se estrenó para la
navidad".
(Tapachula C+, Suscriptor).*

*"A ver dile al señor qué ves, no se escuchó, pero dijo dijo Frozen,
le gusta mucho, luego hasta me dice que ella es Elsa"
(Tapachula C+, Suscriptor).*

En el caso de la película o serie de Bob Esponja y la serie de Peppa Pig, se observa una percepción polarizada: algunos padres consideran que estos



personajes no aportan ningún valor, y que preferirían que sus hijos no los vieran, aunque tampoco los censuran; y otros los perciben como personajes adecuados al mundo y fantasías infantiles. Asocian a Peppa Pig a la inocencia y ternura, y a Bob Esponja al niño travieso y divertido.

Familias con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años, quienes ya refieren conductas relacionadas con la proximidad de la adolescencia, realizan la búsqueda de películas con reconocimiento social por su éxito, o por su intensa difusión cuando estuvieron en el cine o en otros medios. Incluso los contenidos de origen asiático (*ánime*) ser preferidas, como las relacionadas con *Ánime*.

Durante esta etapa, existe una mayor apertura en la selección de los contenidos que consumen:

Para niñas y niños de entre 9 y 11 años: prevalece el criterio de que las películas sean de índole familiar, como: *Mi pobre angelito*, *Matilda*, *Parque Jurásico*, *Harry Potter*, *Creed*, entre otras. Las cuales ya son con actores (no animaciones); se valora que haya un mensaje sano, donde el bien gane sobre el mal y aún es importante la fantasía y las pequeñas aventuras.

Respecto de los adolescentes entre 12 y 14 años, los contenidos favoritos están más vinculados a películas de ciencia ficción, de aventura, o de corte cómico o divertido. Destacan títulos como *Sherlock*, *Merlin*, *The Witcher*, *Batman*, *Jumanji*, etc. Los padres ya no interfieren en la selección y disminuye el interés, por ambas partes, para verlas en familia. Cada quien tiende a hacer sus propias elecciones.



En la selección de películas, en función de la edad de los niñas, niños y adolescentes, se aprecia un paulatino desprendimiento entre padres e hijos, que va implicando mayor independencia de elección de los hijos, así como cambios en las condiciones para verlas: se pasa de lo familiar a lo individual.

Las películas preferidas por los adultos suelen estar relacionadas con temas de narcotráfico, mafia, policiacas o de misterio; las cuales regularmente son vistas sólo por los padres durante las noches, aunque en algunos casos también los acompañan los hijos.

Series.

Familias con niñas, niños y adolescentes entre 2 y 8 años. Las series dirigidas a niños suelen ser las mismas que encuentran en la televisión restringida o abierta, como: *Paw Patrol*, *Peppa Pig*, *Masha y el Oso*, *Backyardigans*, *Dora la Exploradora*, *Pokemon*, entre otras. Las cuales empezaron a ver en la televisión, pero en estas plataformas se encontró el beneficio de ver capítulos seguidos y en el horario determinado por los niñas, niños y adolescentes, lo que les dio un gran valor a plataformas como *Netflix*, porque potencia su capacidad de elección y control del consumo y comienza a generar dinámicas de dependencia con las OTT's.

En las familias con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años, surge un gran interés por temas policiacos, de aventura o de problemas adolescentes, como puede ser: *13 razones porque*, *Elite*, *Cosas extrañas*, *Las chicas del cable*, *La teoría del Big Bang*, *Betty en NY*. Con este tipo de contenidos, los padres no perciben daño a la educación y valores de sus niñas, niños y adolescentes, y que por el contrario les pueden dar un tema de conversación entre sus amigos. En esta etapa, los niñas, niños y



adolescentes ya se auto - perciben como sujetos autónomos para determinar su estilo de consumo, caracterizado por la constante demanda y su satisfacción inmediata. La posesión de dispositivos electrónicos y acceso sin control a plataformas OTT favorece el desarrollo y el fortalecimiento de este tipo de conductas.

“Me gusta ver a la Betty, porque se besan mucho.

Me gusta que trabaja mucho.”

(Hermosillo, 9 años, D+, Suscriptora).

En cuanto a los adultos, se observa que al igual que las películas, ya hay predilección por los temas de narcotráfico, policiaco o misterio, producto de compartir ese tipo de contenidos con sus padres, en etapas anteriores.

Contenidos OTT: una visión crítica.

En la actualidad, las plataformas OTT juegan un papel fundamental como herramienta auxiliar de los padres para proveer entretenimiento en sus hogares. Niñas, niños y adolescentes son grandes beneficiarios (e impulsores de contratación) de esta modalidad de diversión contemporánea, que ha incluso afectado a los mercados de la TV y el cine.

Sin embargo, al permitir que los niñas, niños y adolescentes, cuenten con la gran posibilidad de manipular diversos dispositivos electrónicos, que les dan acceso ilimitado e inmediato a los diversos contenidos OTT, también se han dejado de lado algunas rutinas y dinámicas que coadyuvan un neurodesarrollo óptimo de los niñas, niños y adolescentes, en diversos aspectos fundamentales, como el hecho de que se hayan alejado del juego, primordialmente niños de 0 a 8 años; quienes sustituyen el juego



presencial (que aporta experiencias empíricas multisensoriales que coadyuvan el desarrollo motriz y del lenguaje), por juegos virtuales.

Ha quedado de lado la socialización presencial, principalmente en adolescentes (periodo madurativo de múltiples cambios psíquicos y biológicos), en los que su etapa de desarrollo se caracteriza por la búsqueda de espacios diferentes a la familia y la vinculación con sus grupos de pares, para estructurar procesos personales en los que aprende su rol en el grupo y construye su identidad.

Estos procesos se dan a través de vínculos con amigos presenciales que los retroalimentan con experiencias reales y profundas.

Con estas relaciones vivenciales, de intercambio emocional y juego, se satisface su necesidad de pertenecer y ser aceptados, y con la regulación del mismo grupo se enseña a poner y respetar límites mediante conflictos, rompimientos, reencuentros y disfrute de múltiples experiencias (deportivas, artísticas, aventuras, etc.) que le enseñan a compartir y frustrarse, incluso a través de procesos de duelo por el cambio de escuela, la pérdida de un amigo o grupo o un rompimiento con sus parejas sentimentales.

Han implementado nuevas formas para construir su identidad: basada en apariencias (virtual), asociado al fomento de la necesidad de ser popular y aceptado a través de la aprobación de sus contenidos (número de *likes*) y se proyecta una imagen “aceptada” porque cumple con los parámetros de raza, apariencia física y NSE que impone la red.

Además de que la posible exposición a contenidos no aptos para ellos también es un riesgo de:



- Sexualización temprana y bajo parámetros cuestionables (principalmente en niñas).
- Imposición de estereotipos (sobre valoración de la capacidad económica / estilos de vida banales).
- Normalización de la violencia, (*bullying* / de género / xenofobia).
- Riesgo de acoso cibernético y real.

“Los fines de semana es un poco de comer algo diferente, nos levantamos un poco más tarde, desayunamos a veces en cama y otras veces en el comedor, no somos de comer en la calle. Vemos videos infantiles ya que a la niña más pequeña es lo que más le gusta y tratamos de complacerla en medida de lo posible”
(Hermosillo, C+, No suscriptor).



PRÁCTICAS DE CONSUMO

"Yo quiero ser youtuber, porque tienen muchos likes, y ganan mucho dinero.

Además, se la pasan viajando."

(Hermosillo, 6 años, C+, Suscriptor).

"Hemos visto que de pronto está jugando y dice: "¡coño!", o me pide que le compre "pegatinas.". Eso lo agarró de un youtuber que le gusta ver, de los videojuegos." (Torreón, D+, No suscriptora).

"Pedro de 10 años no, pero mi hija Monse de 9 sí. Ella se la pasa bailando como los tiktokers y menciona y habla mucho a Los Polinesios, pero sólo frases de ellos, no los imita ni se viste como ellos".

(Monterrey, D+, Suscriptor).

"Sí ha adoptado algunas frases de Los Polinesios, incluso según hacen tutoriales ella y su hermana ante una cámara imaginaria, juegan hacer retos de comer cosas entre ella y su hermanita. Me gusta el hecho de que ha influido de buena manera el que vean a ciertos youtubers, ya que ellas amplían su imaginación al imitar ciertos videos".

(Veracruz, D+, Suscriptor).

"Están bombardeados con más estímulos. Los niños son más despiertos y cuestionan más sobre los problemas del mundo, por ejemplo: la contaminación y la ecología" (Cuenta cuentos).



“Mucho del acoso escolar proviene de las redes sociales ...Hay mucha agresión sexista contra las niñas...Por ejemplo publican fotos que sacaron de ellas de sus perfiles y, las ponen a competir para ver quién tiene más likes o es más bella”
(Sociólogo).

Impacto de las OTT en los niñas, niños y adolescentes.

“Todos sus primos que juegan videojuegos, ven esta clase de videos para agarrar ideas cuando juegan.”
(Hermosillo, C+, No suscriptor).

Se observa que existe una dinámica de impacto evolutivo, que no sólo depende del hogar, sino de la socialización de los niñas, niños y adolescentes en las esferas externas (escuela, vecindario, familia extensa) en las que interactúa con niñas, niños y adolescentes de diversas edades.

Las áreas de influencia que encontramos son:

- Imagen / apariencia.
- Juego.
- Lenguaje.
- Conversaciones (con círculos de pertenencia).
- Valores.

Es preciso señalar que la interinfluencia entre estas áreas no es lineal, debido a la convivencia de los niñas, niños y adolescentes con sus congéneres de diferentes edades, que se da, como ya se señaló, en diferentes ámbitos. El



impacto va de lo externo a lo interno; debido a que niñas, niños y adolescentes entre 2 y 8 años (adoptan su imagen / actúan en sus juegos), así, la influencia de las OTT's es muy marcada con relación a la construcción de su imagen / apariencia. Les gusta mucho disfrazarse de los personajes que les admiran. En general se aprecia que los padres los complacen con la adquisición de sus indumentarias. Se percibe como algo muy disfrutable.

En esta etapa comienza a haber también un impacto, muy evidente, en sus dinámicas de juego, ya que suelen personificar las tramas que han visto en los contenidos audiovisuales. Por ejemplo, si vieron la caricatura de Capitán América o de Frozen, establecerán un juego en donde quieren representar a dichos personajes.

*“Desde que ve videos de cosas de herramientas y reparar cosas,
me pide tener su propio juego.”
(Torreón, C+, Suscriptor).*

Niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años de edad, paulatinamente adoptan su lenguaje, van evolucionando también en cuanto a la adopción de la imagen, por ejemplo, si las niñas, niños y adolescentes escuchan a su personaje favorito decir la palabra “chaval”, comenzarán a incluir dicha palabra en su lenguaje cotidiano.

En este ámbito es donde comienza a haber tensiones con los padres, ya que, si detectan que sus niñas, niños y adolescentes usan palabras altisonantes, los reprenden, más aún si se dan cuenta de que están hablando como algún *influencer*. Este espacio de confrontación es difícil de manejar por parte de los padres, ya que los patrones de identificación que



introyectan los niñas, niños y adolescentes como “followers” tienden a ser muy profundos, porque a estas edades ya les implican su propia identidad.

En estas etapas, el énfasis de su atención se centra en lo que perciben como valores y formas de actuar de los personajes que siguen en las OTT, y depositan gran importancia en sus consejos o instrucciones. Esta circunstancia abre otra ventana de riesgo, porque, por ejemplo, en muchos video juegos el matar es la dinámica fundamental, o los *influencers* imponen retos inseguros que los niñas, niños y adolescentes realizan acríticamente como diversión.

La influencia de los contenidos OTT también se refleja en las conversaciones de los niñas, niños y adolescentes entre sí, por ejemplo, si varios niños han visto *Harry Potter*, durante sus momentos de socialización hablan sobre la película, encontrando puntos en común, y construir un vínculo que les da pertenencia. Los personajes de las OTT’s imponen modelos de identificación muy profundos y quieren ser como ellos.

Le gusta recrear los bailes que ve ahí y, si alguna canción le gusta, entonces se pone a grabar y grabar videos de la misma, todas las veces posibles.

Los polinesios le parecen divertidos y le encantan los vídeos en los que realizan retos, les gustan que realicen videos de 24 horas, el de “comiendo rosa”; al principio que veían esos vídeos me decía, juguemos a 24 horas en la que me dicen si a todo jaja y cosas así (Tapachula C+, Suscriptor) .



Impacto económico: generación de deseos.

Los contenidos OTT generan en los niñas, niños y adolescentes el deseo de adquirir infinidad de productos relacionados con los contenidos que perciben (lo que en publicidad se conoce como *merchandising*): juguetes, ropa, útiles escolares, mochilas, boletos para conciertos, fiestas temáticas o viajes; o incluso sacan sus propias marcas para que sus seguidores las consuman.

*“La Kimberly Loaiza promociona Shein y Pull & Bear.
Tiene atuendos bien padres, me gusta esa ropa.”
(Torreón, D+, 14 años, No suscriptor).*

En cuanto a las niñas, niños y adolescentes entre 2 y 8 años, el deseo impacta su entorno inmediato, a través de la competencia con sus amigos, vecinos o primos, para ver quien tiene más juguetes o productos de un personaje determinado. El deseo no se satisface con la adquisición del bien deseado, sino con la supremacía sobre sus pares.

En niñas, niños y adolescentes entre 9 y 11 años, se observa que, el deseo trasciende el entorno de los sujetos, quienes viven el impulso de conocer a los personajes que han visto en los distintos contenidos OTT's. Por ejemplo, si en *YouTube* siguen a los Polinesios, existe un deseo de conocerlos y de asistir a un concierto de ellos en cuanto sea posible.

También los contenidos llegan a provocar la aspiración de conocer aquello que ven, ya sean ciudades, paisajes o espacios que son mostrados por alguna personalidad de redes sociales. Es así que, si un *youtuber* como Luisito



Comunica les muestra que viajó a Europa, detona el deseo de ir a conocer dicho continente y experimentar lo que vivió tal personaje. Los padres de familia ven esto como “natural” y están dispuestos a complacer a sus hijos, en la medida de sus posibilidades, pues consideran que esos deseos son parte del “ser niño”. De esta manera alimentan el círculo que se genera entre desear y satisfacer, que envuelve el estilo de consumo de contenidos OTT, con la agravante de que frecuentemente se trata de modas pasajeras que vuelven interminable la búsqueda de satisfactores.

Consideran también que limitarlos en el cumplimiento de sus deseos, afecta su creatividad y los frustra, pues perciben que es un momento en el que los niños deben de ser libres de jugar a lo que les gusta y emociona, por ello procuran no escatimar recursos para satisfacer a los constantes deseos de sus niñas, niños y adolescentes.

*“Te piden que el muñeco, que la mochila, de no sé quién,
siempre te están pidiendo lo que ven en la tele”.*
(Tapachula D+, No Suscriptor).

Riesgos en el consumo de contenidos OTT.

Derivado de los resultados del estudio, es posible señalar que los contenidos OTT’s influyen en diversas esferas de desarrollo de niñas, niños y adolescentes, a saber: lenguaje, comportamiento, dinámicas sociales, entre otras.

Resalta que en ninguna de las plazas estudiadas se percibe que los padres les den relevancia a estas cuestiones, y por lo tanto no hacen nada al respecto. Las consideran inocuas, y, por el contrario, tienden a celebrarlas



al considerarlas como “estilo de vida” distintivo de la generación de sus niñas, niños y adolescentes.

Esta situación se explica porque en general hay una gran desinformación respecto a la relación que hay entre las diferentes etapas de neurodesarrollo de los niñas, niños y adolescentes y el impacto del consumo desmedido de contenidos OTT. En este sentido, antes de abordar el impacto del consumo de contenidos OTT, se presentan algunos aspectos importantes del neurodesarrollo de los niñas, niños y adolescentes.

Especialistas de los campos de las neurociencias y la psicología consideran que de 0 a 6 años es una etapa fundamental en el desarrollo de niñas y niños, debido a que es cuando se forman redes de autocontrol neuronal. Por lo que recomiendan que al menos entre las edades de 0 a 3 años, no tengan acceso a los dispositivos digitales, o que, en su defecto, éste sea muy restringido. El uso constante de dispositivos electrónicos para consumir contenidos OTT implica un sometimiento a fuentes de estímulo y satisfacción inmediata, lo que afecta el desarrollo de su capacidad de demora para satisfacer necesidades y que se estructuren paulatinamente sus procesos de comprensión y análisis.

Explican que la exposición constante a contenidos OTT ocasiona una sobreestimación de la dopamina, hormona que, entre otras múltiples funciones, está relacionada con la receptividad del placer y la ansiedad. La sobreestimulación de esta hormona explica los cuadros de hiperactividad, irascibilidad (berrinches / baja tolerancia a la frustración, por ejemplo, cuando les quitan el celular, así como dificultades para dormir, y adicción por la constante búsqueda de placer que le brinda el consumo de contenidos OTT, y adquirir todo lo que le genera deseo.



Estas circunstancias se vuelven más críticas con la disminución del juego físico, ocasionado por la fascinación y dependencia hacia los dispositivos electrónicos. Los especialistas observan que el aislamiento y sedentarismo que enmarcan el uso de estos dispositivos, afectan el desarrollo del lenguaje, la motricidad y aprendizaje de solución de problemas, que trastocan a mediano plazo la capacidad de discernir y decidir.

Consideran que es sumamente delicado que la sustitución del juego recreativo con estos aparatos electrónicos, impacta su neurodesarrollo, porque hasta los cuatro años los NN deben de contar con un horizonte de estímulos en los que puedan encontrar por sí mismos lo que les gusta: divertirse y experimentar con pelotas, juegos para armar o de mesa, sentir texturas, para tener un neurodesarrollo óptimo y aprender a distinguir lo que les place, por su propia elección, a través de la experimentación de todos sus sentidos.

Establecen que el uso de medios electrónicos no es natural y que el cerebro humano no está diseñado para desarrollarse únicamente a través de experiencias virtuales porque el cerebro funciona de manera tridimensional, es decir, se desarrolla a través de todos los sentidos con experiencias empíricas, y éstas no las sustituye el mundo virtual. Aunado a lo anterior, se sabe que, entre los 7 y 12 años, el consumo desmedido de contenidos virtuales afecta el desarrollo de habilidades sociales para construir vínculos profundos y duraderos. Se generan personalidades retraídas, agresivas e intolerantes. Se fomenta la apatía hacia actividades que implican analizar, elegir y moverse. Estas dinámicas de consumo, combinadas con el sedentarismo y una alimentación deficiente, basada en carbohidratos,



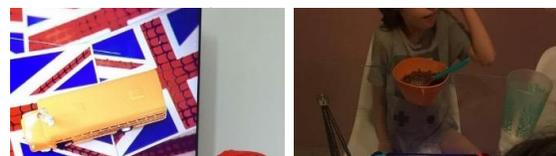
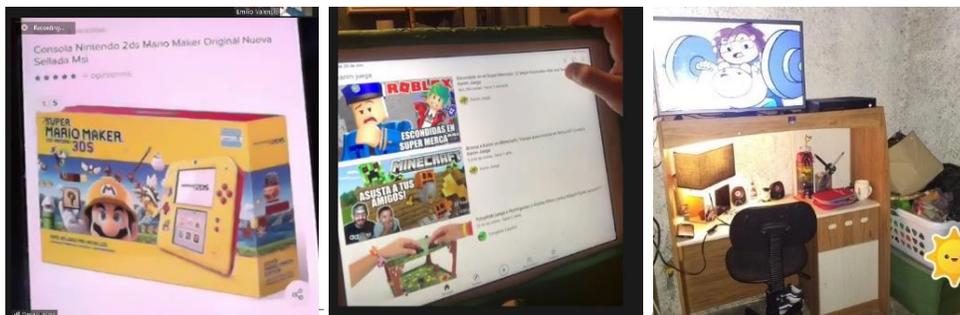
induce el desarrollo de enfermedades crónicas como la obesidad y la diabetes.

En la esfera cognitiva, la velocidad de la tecnología está imponiendo una rapidez de respuesta en ritmos y tiempos de aprendizaje que no permiten analizar bien un elemento en específico. Esta velocidad de estímulos afecta el desarrollo del pensamiento crítico, porque para desarrollarlo, se requiere de espacios de reflexión y asimilación, y estos procesos requieren de tiempo. La exposición a los medios digitales es muy fugaz y no le deja un espacio para la reflexión.

La imposición de estos ritmos tan acelerados no está permitiendo el desarrollo óptimo en el aprendizaje de la toma de decisiones asertivas que contemplen un proceso lógico, crítico y creativo, así como el ensayo y el error: el mundo está en sus dispositivos electrónicos.

*No sé qué es lo que ve luego que de repente llega y me dice mama
cómprame cartulinas, diamantina, Resistol, y muchas cosas. La verdad es
que prefiero que haga cosas manuales, que se distraiga, a que este
viendo todo el día el celular.*

*Creo que sigue a una pareja de hermanos que hacen manualidades.
(CDMX, D+, No Suscriptor).*





CONTROL PARENTAL

*"Hoy en día tenemos menos autoridad sobre ellos.
Cuenta más su opinión en estas épocas."
(Hermosillo, C+, No suscriptora).*

*"La prevención de la sexualización de la infancia tiene que ver con
exposición a contenidos que no se controla ... están viendo contenidos
aparentemente para niños, no ajustadas a su neurodesarrollo, ello, se suma
a otras conductas adictivas"
(Neurólogo).*

*"En relación con el control parental; la relación padre-hijo debería ser
estrategia, sistemas, modelos de relación paternos de comunicación,
diálogo y perímetro de acción con una serie de límites que se tienen que
modificar a manera que se van presentando cambios"
(Antropóloga).*

El control parental es un aspecto fundamental para la regulación de la exposición excesiva de las niñas, niños y adolescentes en el consumo de contenidos OTT. En general, se observa que el control parental es ejercido desde dos estilos diferentes:

Padres "amigos":

La comunicación es abierta y clara entre los padres y niñas, niños y adolescentes. Se observa apertura para "hablar de cualquier tema". Este estilo se percibe como una visión moderna, en la que se trata de evitar los sufrimientos que la rigidez y dureza empleaban los padres de generaciones



anteriores. Se suele expresar a través de una flexibilidad que no instaura un liderazgo claro, y ubica a los padres e niñas, niños y adolescentes en un mismo nivel jerárquico, lo que suele devaluar la autoridad de los adultos, y empoderar a los hijos; se toman acuerdos “democráticamente”, que, ante la conducta impulsiva de consumo, suelen ser poco eficaces.

“Podemos usar los controles que quieras, tienen su cuenta en Netflix Kids, usan YouTube Kids, la TV tiene control parental, pero de todas maneras están expuestos a violencia, drogas, sexo, que son las cosas que primero buscamos limitarlos; pero desde nuestro punto de vista no hay nada como platicar con ellos, al más grande (10 años) ya le explicamos más temas, es mejor que salgan de casa informados, porque no sabes con qué se van a enfrentar, en internet y en la calle”.

(CDMX, C+, Suscriptor).

Padres jerárquicos: se observa un gran énfasis en el sentido de la disciplina, en muchos casos influenciado por creencias religiosas (familias conservadoras) en las que los principios de orden y jerarquías están muy delimitados. Es común que perduren experiencias transgeneracionales; los padres reproducen sus vivencias personales, en las que se retoman las formas de control ejercidas por abuelos y padres. Suele admitirse el uso de castigos físicos y hay rigidez en la observación de horarios y normas. Jerárquicamente se imponen los mandatos de los padres. Niñas, niños y adolescentes se someten por temor, pero son muy hábiles para burlar los límites impuestos y “salirse con la suya”.



"Yo tengo los dispositivos de mis hijos vinculados a mi correo de Gmail y revisó el historial de búsqueda. En mi correo de Gmail me llegan las notificaciones sobre las páginas que visitan los mensajes que reciben y los contenidos que ellos ven si veo algo que no me gusta se los hago saber a ellos".

(Monterrey, D+, Suscriptor).

La mayoría de los padres perciben que, con mayor o menor grado de facilidad, ejercen control sobre sus hijos en el manejo de sus dispositivos electrónicos.

Sin embargo, el que dicho consumo sea un problema de salud pública los contradice. Si bien se intenta proyectar una imagen de supervisión eficaz, en ocasiones madres y padres desconocen las implicaciones a nivel neurodesarrollo que se han mencionado previamente. En otros casos no se niega la preocupación por el tiempo que los hijos duran conectados a las diversas plataformas OTT's, pero la preocupación es sólo por el tiempo, no por los contenidos que consumen.

Destaca que, en plazas como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, se observa un importante conocimiento de los controles tecnológicos; es decir, el bloqueo de programación, aplicaciones para detectar en tiempo real la participación de los niñas, niños y adolescentes en redes sociales; contraseñas para acceder al dispositivo, sólo dar acceso a *YouTube kids*, sintonizar los perfiles infantiles de *Netflix* o implementar *Family Link*, *Qustodio*, *Kid's Placce*, *Norton Family*, *Kid's Shell*.



Mientras que en plazas como Veracruz, Chetumal y Tapachula se percibe un conocimiento mínimo de estas posibilidades de control tecnológico; lo que es posible atribuirse a las condiciones de desigualdad de desarrollo que se percibe entre los estados del norte y los estados del sureste del país.

*"La app es maravillosa... cuando ya es hora de dormir, por ejemplo, me meto y ahí tengo control de todos los equipos. Aunque las agarren sin permiso, les bloqueo las tablets y ya no pueden hacer nada, ¡y es gratis! ".
(Torreón, C+, No suscriptora).*

Otra forma de control que emplean los padres dentro del hogar es colocar a la vista de todos los dispositivos electrónicos, por ejemplo, ubican la televisión en lugares abiertos y accesibles para todos, para poder ver los contenidos que consumen los niñas, niños y adolescentes, o bien deciden no poner televisión en la habitación de los hijos para facilitar el control.

Estas estrategias comienzan a ser ineficaces cuando los niñas, niños y adolescentes empiezan a tener acceso a dispositivos personales, ya sea una tableta o un celular, pues en ellos, las posibilidades de control se limitan a permitirles utilizarlos determinadas horas del día, pero no a controlar puntualmente lo que ven. En algunos casos, los padres optan por revisar el historial de navegación de los dispositivos de los niñas, niños y adolescentes. Esta situación suele percibirse invasiva y autoritaria conforme los hijos se acercan a la adolescencia y durante ésta.

Algunas redes sociales, como *Facebook*, tienen una serie de requisitos para admitir a sus usuarios, pero éstos suelen ser burlados por los padres o los mismos niñas, niños y adolescentes mediante perfiles falsos, con tal de



acceder a la moda (exigida por los pares de la escuela) o para mantener a los niñas, niños y adolescentes ocupados.

*“Se tiene que cambiar el rol de padre policía,
por el de aquel de guía y acompaña”
(Antropóloga).*

Control parental en el discurso.

*“Yo siento que es para llevar un control muy estricto con respecto a lo que realizan tus hijos, que es lo que descargan, que es lo que ven, aunque yo siento que es mucho mejor que revises en sus teléfonos”
(Tapachula C+, Suscriptor).*

*“Los niñas, niños y adolescentes son violentados porque aún se usa el castigo corporal como correctivo, a pesar de que ya está prohibido por la ley”
(Sociólogo).*

Desde el discurso, los padres tienden a percibir que tienen un control eficaz con sus niñas, niños y adolescentes, pero en la práctica dicho control suele ser falible. Es un punto tan crítico y conflictivo, que los padres, en medio de sus tensiones laborales, económicas, etc., en muchos casos optan por evadir.



Distinciones en función de la edad.

“Luego me quedo viendo como empieza el programa para ver de qué se trata y, si ya veo que está todo bien, pues ya dejo que se quede viéndolo”.
(Tapachula C+, Suscriptor).

Familias con hijos entre 2 y 4 años / fácil manejo, refieren un que el control tiende a ser fácil y eficaz, porque en estas edades los niñas y niños aún son manejables. Los padres sintonizan los contenidos para ellos, y regularmente los acompañan; también determinan el tiempo de duración de la conexión.

Familias con hijos entre 5 y 8 años / debut en la categoría, narran que el control es flexible porque recién se inicia una etapa de ajuste en la relación padres - hijos, por la evolución del ciclo vital de la familia, debido a la separación del hogar de los niños para ir a la escuela. En esta transición, se permite a los hijos elegir, y lo hacen con entusiasmo porque están explorando nuevas visiones. Los padres, que pueden ser primerizos o no, esporádicamente los supervisan, ya que están concentrados múltiples asuntos, y también están inmersos en sus propias dinámicas de consumo de contenidos OTT. Resalta que no acompañan a los hijos en este proceso de inicio de consumo, lo que marca una pauta de conducta que posteriormente será muy difícil de cambiar. Los padres no prevén riesgos, ni se preocupan si los niños y niñas tienen criterios para elegir lo que es adecuado para su edad.

En las familias con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años / libertad sin límites, se percibe una gran libertad en cuanto a la elección de contenidos.



Los padres prácticamente desconocen lo que consumen sus niñas, niños y adolescentes. Generalmente saben lo que deciden contarles. Las tentativas de control suelen no ser eficaces porque los hijos, próximos o en plena adolescencia, pugnan por el reconocimiento a su necesidad y derecho a mayor autogestión. Los padres tienen que enfrentar cuadros de rebeldía y/o desacato, que en muchos casos no resuelven óptimamente porque recurren al castigo o al intento de la imposición de una autoridad que no se ha estructurado desde la primera infancia.

Como se puede observar, a menor edad de los hijos, es más fácil el ejercicio del control parental. Lo importante de esta etapa no es tanto el control en sí, sino la estructuración de pautas de respeto y aceptación de límites, que rinden beneficios a mediano y largo plazo, sobre todo, en la adolescencia.

“¿Qué tienen de malo?, que en el programa ‘Gravity falls’ te incita a ser mentiroso y, en Los jóvenes titanes en acción son violentos.

No implemento ningún tipo de control ya que durante el momento en que lo ven, yo estoy cerca de ellos, ya sea lo hagan en la tele o el celular.

Si es importante que haya una supervisión, hoy en día hay muchas cosas y hay que estar al pendiente de nuestros hijos”

(CDMX, C+, No Suscriptora).

Padres urgentes de auxilio.

“No podemos evitar que la tecnología es lo de hoy, los niños de ahora nacieron con el acceso a cualquier dispositivo donde hay miles y miles de videos, fotos e información que a veces no es apto para ellos. Si no podemos evitar el hecho de que ya hayan nacido casi sabiendo utilizar un celular al menos podemos evitar y controlar lo que ven, cuándo lo ven y



cuánto tiempo, aunque no siempre es posible, porque ahora con la pandemia no podemos estar todo el día pegados a ellos”.

(Veracruz, D+, Suscriptor).

El control parental es complicado porque los padres tienen poca disponibilidad para supervisar los contenidos y el tiempo que los niñas, niños y adolescentes emplean en dispositivos electrónicos, debido a que en muchos casos el trabajo los absorbe. Debido a esto, en muchos casos los niñas, niños y adolescentes están solos en casa o al cuidado de sus abuelos, quienes pueden estar más lejanos del mundo digital y no advierten riesgos ni cuentan con autoridad ni criterios para regularlos.

El control parental requiere que los padres estén muy pendientes de las niñas, niños y adolescentes, y muchas veces esto no es posible, debido a que también los padres están muy ocupados en más problemas, o incluso suelen estar inmersos en las mismas dinámicas de adicción y consumo excesivo de contenidos digitales, por lo que lo consideran “normal”. En estas condiciones, cuando los padres se dan cuenta de la necesidad de control, puede ser ya muy tarde porque sus hijos ya han desarrollado prácticas adictivas de consumo de medios digitales.

El control parental es insoslayable porque los padres tienen la responsabilidad de regular la conducta de sus niñas, niños y adolescentes, en función de su seguridad, desarrollo y salud mental y emocional. Esta responsabilidad implica que los padres estén actualizados sobre el impacto de la desmesura en el consumo de contenidos OTT's, y, sobre todo, saber más de sus hijos: en qué sitios navega, con quién se relaciona, a qué contenidos se expone y cuáles difunde.



No es una tarea fácil, pero los padres deben asumir que ya están rebasados y deben de anticiparse para regular el uso y abuso de dispositivos; así como hay criterios claros para evitar que niñas, niños y adolescentes manipule un cuchillo filoso, se deben de tener claros los riesgos del abuso de los medios digitales e internet.

Las familias delegan el entretenimiento a la tecnología y tienen poco acompañamiento: los niñas, niños y adolescentes acceden solos a una inmensa cantidad de información y desinformación que hay en el ciberespacio. Y paradójicamente son juzgados de manera muy ruda por su comportamiento en redes. Para que los padres revaloricen la importancia del control parental deben de tener muy claras las terribles consecuencias de no hacerlo: riesgos de abuso sexual, físico y cibernético, deficiencias en el neurodesarrollo, etc. para que hagan una evaluación del costo - beneficio - riesgos.

Se debe tener presente que, los padres, no son ni policías ni amigos de sus hijos; lo que si se debe llevar a cabo es, practicar la cercanía, involucrarse en sus actividades, acompañarlos en su consumo. No es autoridad y ejercicio de poder, sino credibilidad, confianza y certeza de que los padres determinan los lineamientos a seguir. No es sólo la prohibición, se tienen que enfocar en desarrollar pensamiento crítico, para que los hijos detecten cuando se ponen en riesgo con los contenidos que consumen y, las personas con las que se relacionan, sin saber quiénes son.

Los modelos de crianza rígidos y autoritarios se basan en el temor y el castigo, lo que resulta ineficaz porque los niñas, niños y adolescentes son muy hábiles para burlar a las figuras autoritarias, no les representa ningún inconveniente desobedecer y mantener con sigilo sus hábitos de consumo de contenidos



digitales. Los modelos de crianza flexibles muchas veces caen en una equidad padres - niñas, niños y adolescentes, que no construye una figura de autoridad creíble y respetable porque los padres se colocan al nivel jerárquico de los niñas, niños y adolescentes. En ambos casos, la regulación del consumo de contenidos virtuales suele ser crítica porque los niñas, niños y adolescentes desde pequeños no aprendieron a respetar límites de tiempos de consumo y sus malos hábitos están muy sólidamente aprendidos.

Los niñas, niños y adolescentes atraviesan por un momento muy complejo. Es un grupo generacional con una gran necesidad de ser escuchados, de contacto personal, humano. No están siendo entendidos por sus padres. No están siendo escuchados ni tomados con seriedad en sus necesidades. Estas circunstancias generan crisis, por las que generalmente los padres recurren a especialistas, con resultados inciertos, dependiendo de la experiencia y capacidad del especialista sobre esta problemática. Recurren comúnmente al diagnóstico de Trastorno de Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH), y a medicarlos. Sin considerar que no se trata de una enfermedad, sino de un desorden de los hábitos de los niñas, niños y adolescentes, que muchas veces comienza a solucionarse cuando se regula significativamente el consumo desmedido de contenidos OTT, y se regularizan las horas de sueño: comienza a percibirse energía y concentración disposición de convivir.

Es claro que los padres ejercen la crianza con esquemas de ensayo y error. Por ello es fundamental que reciban orientación desde áreas especializadas en pedagogía y neurodesarrollo, para que tengan una curva de aprendizaje menos conflictiva, y que comprendan la magnitud del problema y su rol en esta compleja situación. Los padres deben de aprender



a ser sujetos de respeto y credibilidad para determinar, desde los primeros años de la infancia, reglas claras mediante el diálogo y acompañamiento.

Lo ideal es estructurar límites desde el nacimiento, con reglas claras, por ejemplo, que los hijos tengan delimitados sus horarios de sueño y vigilia para, por un lado, tener un neurodesarrollo óptimo, y además para que aprendan a aceptar la guía de sus padres. El aprendizaje paulatino de límites desde edades tempranas ayuda a que la comprensión de límites en la adolescencia sea más fácil y sin conflictos extremos.

Cuando se intenta ejercer el control de manera súbita en situaciones de conflicto, mediante prohibiciones y vigilancia policiaca en niñas, niños y adolescentes mayores a diez años, es más complicado y crítico, porque no se puede cambiar de la noche a la mañana un mal hábito que se ha estructurado durante varios años, aunado a la mayor capacidad de decisión y rebeldía de los niñas, niños y adolescentes.

Al final, los padres se deben de hacer responsables de su presencia constante en la crianza de los niñas, niños y adolescentes, para conocer lo que consumen en la red; acompañarlos y desarrollar actividades que fomenten la convivencia y atención familiar, como pueden ser juegos de mesa, salir a hacer ejercicio o compartir de manera regulada videojuegos, etc.

“Siempre le digo a mi niña: Hay que tomar lo bueno de esos videos, nunca lo malo.

Y ella generalmente lo entiende.”

(Hermosillo, D+, No Suscriptora).



Para los padres es crítico y complicado delimitar el uso de dispositivos electrónicos y consumo desmedido de OTT's. Se reconocen con la finalidad de entretener, pero invaden los momentos de alimentación, estudio y descanso.





Cuadro 4. Mecanismos y representaciones del Control Parental en las plazas.

	CDMX	GDL	MTY	HER	Torreón	VER	TAP	CHE
Previo a la pandemia	Desde el discurso, los padres reconocen haber tenido un sistema personal o tecnológico de control parental, del cual se asumen estrictos, principalmente entre los más pequeños, siendo más flexibles conforme la edad del hijo avanza, dejando al criterio de los niños la elección de lo que ven. Siendo la principal preocupación el tiempo de exposición y no el contenido de lo que ven.							
Posterior a la pandemia	Durante este periodo, frente al tiempo que duran en casa los niños, se han flexibilizado las reglas, no de manera intencional, sino porque las ocupaciones y rutinas diarias no les permiten la supervisión exhaustiva de los hábitos y costumbres de sus hijos.							
Tipos de control parental.	Existe un alto conocimiento de formas y métodos de control parental tecnológico, en las distintas plataformas y en los distintos dispositivos, buscando implementarlos en la medida de lo posible, pero no existiendo castigo si estos no se cumplen. La principal preocupación es la percepción de un retraso educativo.					Existe poco conocimiento de control parental tecnológico. Los principales formatos de control son las reglas familiares impuestas según el criterio de cada familia.		



EXPOSICIÓN A MEDIOS DURANTE LA PANDEMIA

“Una vez el más pequeño ya tenía que tomar sus clases, y no lo hizo. Fui con él y le pregunté, ¿Y las clases? Me contestó: No me dijiste que me sentara, mami.”

(Hermosillo, D+, Suscriptora).

“Por supuesto que pasan más tiempo. Ahora están todo el día pegados a una pantalla, cuando no es la televisión o la tableta es el celular, pero todo el día están pegados. Hay veces en las que salgo en la madrugada de mi cuarto y, ellos siguen en la sala a la 1 o 2 am, con la TV prendida y ellos viendo su celular.”

(Veracruz, C+, Suscriptor).

“Somos muy organizados, nuestros tiempos están medidos, hay disciplina ...y cooperación en nuestro día a día. Los niños siempre están conmigo (mamá) y mi esposo casi nunca está, se la pasa trabajando es maestro de inglés, pero por el momento trabaja de Chofer”.

(CDMX, C+, No suscriptora).

“Un día normal en la vida de mis hijos desde que se levantan lo primero que quieren hacer es ver la tv.

*Se los permito porque están todo el día en casa,
no como antes que salíamos a la escuela”*

(Tapachula C+, Suscriptor).

En todas las plazas, se percibe claramente que los hábitos de exposición a plataformas OTT's y de conexión a internet se han incrementado en los



hogares, debido al confinamiento. La conexión a internet potenció su importancia por las clases en línea y el trabajo en el hogar (*home office*).

La imposición repentina de nuevas condiciones de vida (“nueva realidad”) también impactó en el tiempo que niñas, niños y adolescentes invertían en estar físicamente en la escuela.

Las actividades escolares se concentraron en los hogares, y aunque existe un lapso destinado a la educación en línea, éste no sustituye al tiempo que antes se invertía en la escuela, por lo que lo cuentan con más tiempo libre; la demanda de distracción para ocupar estos periodos se ocupa con el acceso a las distintas plataformas OTT’s, en un contexto más crítico: sin convivencia con sus compañeros, sin recreos y en medio de un gran aislamiento.

A partir de lo expuesto por la población participante en el Estudio, e l principal medio para mantenerse entretenidos en el hogar, son los contenidos OTT’s, aunque existen otras opciones, como pueden ser, ayudar en las labores domésticas del hogar, juegos de mesa, leer, dibujar etc.

En el caso de las familias con hijos pequeños, los cambios son menores, pues hubo niñas y niños que aún no acudían a la escuela, por ello, los padres de este segmento consideran que el impacto de las OTT’s no ha sido tan drástico; les afecta más no poder salir a la calle, principalmente los fines de semana. Las familias con mayor afectación por la pandemia son los que tienen hijos en edad escolar, pues el confinamiento en los hogares les ha provocado aburrimiento, hastío e incluso depresión.

En este contexto de aislamiento social, se sabe que, algunas de las familias participantes en adquirieron nuevos dispositivos; sin embargo, pero la



generalidad expuso que, con lo que se tenía en casa han aprendido a resolver sus nuevas necesidades, a la par que reconocen que no es tiempo de gastar en nuevos equipos, dada las circunstancias económicas que se atraviesan.

Más allá de la preocupación por haberse incrementado la exposición a contenidos OTT, la principal inquietud de muchos padres de familia, participantes en este Estudio, refieren que, la educación en línea no está siendo lo suficientemente eficiente, ni por la forma de implementarse, ni por la respuesta de los hijos, quienes cada vez se muestran más cansados y aburridos por dicho formato. Les preocupa que se ponga en riesgo la formación académica de sus niñas, niños y adolescentes, por lo que han comenzado a buscar formas alternativas de educación entre los compañeros de la escuela, buscando reunirse en grupos pequeños para tener clases de algún tipo.

En este contexto crítico, se aprecia que la balanza entre el potencial educativo de los dispositivos digitales contra su potencial de entretenimiento se está inclinando hacia este último. Es drástico porque el diseño de políticas educativas en línea eficaces depende de múltiples factores, como la accesibilidad uniforme de todos los niños, niñas y adolescentes a los insumos tecnológicos que garanticen que todos estén en sintonía con esta nueva modalidad virtual; así como el diseño de nuevas propuestas pedagógicas acordes a la enseñanza remota, y quizá lo más difícil, lograr un cambio de actitud de los niñas, niños y adolescentes hacia esta nueva modalidad educativa: sin convivencia personal ni recreos.



En cambio, el ejercicio y adicción de las opciones lúdicas, sólo depende de que los niñas, niños y adolescentes tengan en sus manos los dispositivos electrónicos que les dan acceso a éstas.

“La situación que estamos viviendo en la actualidad nos ha unido más como familia y nos ha ayudado a comprender y conocer más del día a día de a cada uno, disfruto mucho poder pasar más tiempo con mis hijos, aunque eso de las clases en línea ha sumado un esfuerzo extra porque ahora somos nosotros quienes tenemos que estar al frente en la preparación académica de los niños”.
(CDMX, D+, Suscriptora).

“Es que estamos todo el día aquí encerrados, se tienen que poner a ver algo, yo creo que hasta más del triple te diría que ven”.
(Tapachula D+, Suscriptor).

“Tuvimos que cambiar toda la casa, tenemos tres cuartos, eran dos para los niños y la niña, y uno de nosotros. Ahora los tres duermen en un cuarto y el otro es oficina, salón de clases y a veces cuarto de juegos”
(CDMX, C+, Suscriptora).

“Para mí las clases de la escuela son como la relación de pareja... Hay que estar allí.” (Hermosillo, C+, No suscriptora).

Semiología de la imagen: La pandemia hizo más crítico el consumo desmedido de contenidos OTT's, por el aislamiento de la escuela, que es un contrapeso para fomentar otros estilos de concentración y socialización diferentes a los que imponen los dispositivos electrónicos. Peligrosamente, el



consumo desmedido de OTT's, se ha convertido en la única o principal alternativa de los niñas, niños y adolescentes para sobrevivir al confinamiento.





CONCLUSIONES

A partir de la información recopilada y analizada durante el estudio, es posible establecer una serie de conclusiones en torno a los siguientes temas:

Entorno social respecto del consumo de OTT.

Detrás de la generación, distribución y consumo de contenidos OTT por parte de los niñas, niños y adolescentes están:

1. Las empresas trasnacionales dedicadas, por una parte, al desarrollo y constante actualización de dispositivos electrónicos, y por otro, la industria del entretenimiento.
2. Sin la participación de éstas, no se puede explicar el impacto para el consumo de contenidos OTT de los niñas, niños y adolescentes, dado su alto potencial como targets de consumo y, su influencia como impulsores de compra de estos productos y servicios en los hogares.
3. Este desarrollo tecnológico es sin duda el principal distintivo generacional de niñas, niños y adolescentes de esta época digital. Todo se ha vuelto más apresurado porque la vida es más rápida; tecnológicamente están bombardeados con más estímulos, por ello son más despiertos y, en consecuencia, cuestionan con mayor regularidad respecto de los problemas del mundo, por ejemplo: la contaminación y la ecología.
4. El estilo de vida acelerado que caracteriza los contextos de vida de las infancias y las adolescencias afecta la calidad de cercanía entre padres e hijos. Las dificultades económicas por las que atraviesa el país hacen que la sobrevivencia sea más complicada.



5. Paralelamente, es posible apreciar importantes cambios en las estructuras familiares y en los paradigmas de crianza. Los modelos tradicionales, con figuras de autoridad firmes, han sido trastocados por la diversidad de estructuras familiares que hay en la actualidad y que repercuten en los roles en el hogar.
6. Otro factor que contribuye a la construcción de nuevos esquemas de relación entre padres e hijos es el reconocimiento de los derechos ciudadanos de niñas, niños y adolescentes, que si bien no es uniforme en toda la sociedad, si permea la mentalidad de los hijos para tratar de hacer reconocer sus derechos y marcar límites, antes impensables, a padres y maestros.
7. El que la mayoría de la población participante en el Estudio, este inmerso en prácticas de consumo compulsivo - adictivo de contenidos OTT, hizo evidente una conducta normalizada, debido a que no se reconocen los riesgos para la salud, y en particular la posible afectación al neurodesarrollo de los niñas, niños y adolescentes, como lo señalaron los expertos participantes en esta investigación.
8. La conjunción de todos estos factores está detrás del problema de salud pública que de manera inadvertida en los hogares se ha generado con el consumo desmedido de contenidos OTT por parte de los niñas, niños y adolescentes.

Beneficios percibidos gracias a la tecnología.

En este Estudio se recopila la participación de personas de distintas partes del país, por lo que también es importante destacar la valoración positiva que le asignaron tanto a los equipos tecnológicos, como al propio consumo digital de contenidos audiovisuales; lo cual, como lo hemos constatado en



este documento, es un aspecto significativo en la vida de niños, adolescentes y adultos.

1. Conforme lo expresado por los participantes en las entrevistas, tanto para niñas, niños y adolescentes, entre los 0 a 6 años de edad, contenidos de *YouTube* contribuyen en el aprendizaje o reforzamiento de distintas áreas, como el lenguaje, la motricidad, hasta aspectos culturales de otros países.
2. A niñas, niños y adolescentes de 7 a 14 años, les brinda oportunidades diversas, como la posibilidad de poderse comunicar con cualquier persona que se ubique en otra parte del mundo, lo cual amplía su horizonte y en consecuencia su cultura general.
3. La adquisición de habilidades tecnológicas a través del uso de *gadgets* / aplicaciones, favorece sus actividades académicas y, propicia el aprendizaje autodidacta. Por ejemplo, cuando se accede a talleres infantiles de forma virtual, los cuales les brinda la posibilidad de compartir con sus pares de otras partes del país.
4. Adquieren habilidades motrices y cognitivas, lo que les permite realizar diversas tareas de forma simultánea (*multitask*). Logran distintos niveles de experiencia, con conocimientos amplios, destinados al desarrollo de actividades.
5. En el contexto del aislamiento social, los niños, niñas y adolescentes participantes en el Estudio, han adquirido capacidades que les permiten hoy diseñar, exposiciones multimedia para exponer y comunicar sus tareas escolares. Esto prefigura habilidades para la divulgación de sus conocimientos porque están involucrados los recursos que les brinda la tecnología para sintetizar e ilustrar sus trabajos escolares.
6. El aislamiento social, propiciado por la pandemia, ha propiciado que el adulto mayor aprenda a utilizar distintos dispositivos en tiempo récord,



esto ha sucedido en la mayoría de los casos, gracias al asesoramiento que los nietos han brindado. Esto ha modelado una forma distinta de comunicación entre adultos mayores y niñas, niños y adolescentes, en la que pueden conversar, jugar y discernir.

7. Adquieren valores como el de la sustentabilidad. Adoptan posturas más éticas respecto a diferentes problemáticas sociales. Aprenden otras alternativas de vivir, más enfocadas a lo natural, al reciclaje, a comer saludable. Son menos dogmáticos y más alejados de doctrinas estrictas; son más difíciles de cooptar políticamente. Tienen la idea de ser “una persona del mundo”; de un mundo más colaborativo y competitivo.

Elementos de mayor impacto en el neurodesarrollo.

A propósito del tiempo prolongado de exposición, referido por las personas participantes en el Estudio, se tienen los siguientes comentarios:

1. Niñas, niños y adolescentes muestran aislamiento y soledad, a propósito de estar absortos en sus dispositivos electrónicos, en muchos casos al igual que sus padres. El consumo compulsivo de contenidos digitales causa una gran fascinación a los menores de edad, por lo que tienden a aislarse y mostrar actitudes pasivas y renuentes a realizar otras actividades que perciben aburridas como, leer, jugar juegos de mesa, ayudar en las tareas domésticas, etc; argumentando que no las perciben tan emocionantes, a diferencia de lo que opinan de los video juegos o las redes sociales. La inmediatez en la gratificación los hace ser muy exigentes e intolerantes.
2. El desarrollo de conductas adictivas, respecto del consumo de OTTs, se explica por la estimulación en exceso, lo que da como resultado la producción de dopamina, hormona que participa en las funciones



neurológicas de recompensa ante estímulos placenteros, lo que provoca su repetición compulsiva.

3. El consumo compulsivo de contenidos audiovisuales también ocasiona disminución de horas de sueño reparador, debido al uso de medios digitales hasta altas horas de la noche, lo que afecta la capacidad de concentración y rendimiento escolar, dando como resultado episodios de ansiedad.
4. Como ya se ha mencionado, también el juego recreativo es afectado, primordialmente en niños de 0 a 8 años; se sustituye el juego presencial (que aporta experiencias empíricas multisensoriales que coadyuvan el desarrollo motriz y del lenguaje), por juegos virtuales.
5. Debido a la exposición prolongada a contenidos en línea, se puede ver afectada la construcción de una identidad, la cual con el uso de dichos recursos tecnológicos, propician el desarrollo de apariencias basadas en el mundo virtual, asociado al fomento de la necesidad de ser popular y aceptado a través de la aprobación de sus contenidos (número de *likes*); proyectando una imagen “aceptada” porque cumple con los parámetros de raza, apariencia física y NSE que impone la red.
6. Uno de los aspectos más críticos del alto consumo de contenidos OTT, es que los niñas, niños y adolescentes, sin el acompañamiento de sus padres y sin armas intelectuales (que las deficiencias en su neurodesarrollo les han impedido estructurar) es que son vulnerables ante riesgos reales que no distinguen en la exposición a contenidos no diseñados para su edad, como:
 - La sexualización temprana y bajo parámetros cuestionables (principalmente en niñas).
 - Imposición de estereotipos (patrones de dinero / estilos de vida).



- Normalización de la violencia, (*bullying* / de género / xenofobia / etc.).
- Riesgo de acoso cibernético y real.
- Ser capturados como víctimas de trata.

Impacto en la familia.

1. En el seno familiar confluyen una serie de factores que hacen más crítica la influencia que los dispositivos y medios digitales ejercen en los niñas, niños y adolescentes. Los padres suelen estar inmersos en las mismas dinámicas de adicción y consumo excesivo de contenidos digitales, por lo que lo consideran “normal”. A la vez, no tienen conocimientos de los contenidos que consumen los niñas, niños y adolescentes, ni de los riesgos en el neurodesarrollo.
2. Comúnmente, los dispositivos electrónicos son usados como entretenimiento para que los niñas, niños y adolescentes se mantengan ocupados y no les “den lata”. En muchas ocasiones los niños están solos en casa porque los padres trabajan, o al cuidado de sus abuelos, quienes pueden estar más lejanos del mundo digital y no advierten riesgos ni cuentan con autoridad ni criterios para regularlos.
3. Actualmente se percibe una confusión sobre el tipo de relación que es mejor para la convivencia familiar. Coexisten dos estilos:
 - El rígido, basado en lo que algunos denominan adulto-centrismo; consiste en el ejercicio vertical del poder y el castigo físico (golpes).
 - Y el flexible, basado en una mayor civilidad y la equidad familiar, en cuanto a derechos y respeto.
4. Los modelos de crianza rígidos y autoritarios se basan en el temor y el castigo, lo que resulta ineficaz porque los niñas, niños y adolescentes son



muy hábiles para burlar a las figuras autoritarias, no les representa ningún inconveniente desobedecer y mantener con sigilo sus hábitos de consumo de contenidos digitales.

5. Los modelos de crianza flexibles muchas veces caen en una equidad padres - niñas, niños y adolescentes, que no construye una figura de autoridad creíble y respetable porque los padres se colocan como amigos de sus hijos.
6. En ambos casos, los padres suelen enfrentarse a niñas, niños y adolescentes empoderados, que no respetan límites y que conocen sus derechos básicos. La regulación del consumo de contenidos virtuales suele ser crítica porque los hijos desde pequeños no aprendieron a respetar límites de tiempos de consumo y sus malos hábitos están muy sólidamente aprendidos.
7. En la mayoría de los casos los maestros son los que informan a los padres de diferentes problemáticas que presentan sus hijos:
 - Bajo rendimiento.
 - Aislamiento y baja participación grupal.
 - Víctimas o victimarios de *bullying*, que pueden incluir abuso entre compañeros, a través de redes sociales.
 - En casos más graves se ven involucrados en temas sexuales, como la difusión de imágenes explícitas, habitualmente de sus compañeras.
8. Las familias delegan el entretenimiento a la tecnología y tienen poco acompañamiento, por lo que los niñas, niños y adolescentes acceden solos a una inmensa cantidad de información y desinformación que hay en el ciberespacio. Y paradójicamente son juzgados de manera muy ruda por su comportamiento en redes.



9. Al final, los padres se deben de hacer responsables de su presencia en la crianza de los niñas, niños y adolescentes para conocer lo que consumen sus niñas, niños y adolescentes en la red; acompañarlos y desarrollar actividades que fomenten la convivencia y atención familiar, como pueden ser juegos de mesa, salir a hacer ejercicio o compartir de manera regulada videojuegos, etc.
10. Dentro del hogar, muchas veces, en lugar de poner límites al uso de redes sociales, los mismos padres ayudan a construir perfiles falsos para que los NN puedan acceder a la “moda” y aceptación social que rodea su uso.
11. Por otra parte, el avance tecnológico es inevitable. Los niñas, niños y adolescentes accedieron a la era digital de manera natural, con consecuencias inimaginables en la crianza, la educación, y uso del tiempo libre. Pero el punto crítico no está en el acceso de los niñas, niños y adolescentes a las nuevas tecnologías, sino en diversos factores, como:
 - La falta de conocimiento de los padres sobre los riesgos neurológicos que desencadenan conductas adictivas - compulsivas.
 - En el abuso de su utilización, porque no se ponen límites desde la primera infancia y después es más difícil durante la adolescencia.
 - La era digital también ha favorecido la pérdida de prácticas familiares - sociales como el juego (en jardines, con pelotas, por ejemplo) y la convivencia presencial cercana, que ayudan y son indispensables para el neurodesarrollo pleno de los niñas, niños y adolescentes.
 - El contexto de inseguridad y el acelerado ritmo de vida de los padres para obtener los ingresos para la subsistencia familiar hacen que los niñas, niños y adolescentes tengan que estar solos y encerrados en sus hogares, con los dispositivos electrónicos y las redes sociales como únicos medios para distraerse y conectarse con el exterior.
 - Los padres no están considerando, es que los vínculos afectivos presenciales y el juego no son sustituibles por las experiencias virtuales,



por los vínculos presenciales: generan experiencias profundas a través de la vivencia real de situaciones de gratificación y frustración, con una retroalimentación real que enseña el respeto, la gratitud y la tolerancia. Es fundamental para que los niñas, niños y adolescentes aprendan su rol en el grupo y tengan referentes reales para identificarse y construir su identidad.

El juego: es la forma natural en la que el cerebro se desarrolla, por lo que es sumamente importante para el neurodesarrollo, principalmente en NN de 0 a 3 años; porque favorece el desarrollo motriz y de la capacidad crítica a través de experiencias multisensoriales que ayudan al niño a reconocer y ubicarse en el entorno y le ayudan a tener una visión crítica y capacidad de decisión, que en el futuro le ayude a cuidarse por sí mismo.

Impacto en la escuela.

1. En general entre niñas, niños y adolescentes de 6-14 años se observan problemas para concentrarse (que se arrastran desde la primera infancia) y, por lo tanto, hay bajo rendimiento escolar. Esta situación se agudiza conforme los niñas, niños y adolescentes van creciendo y los retos de cada ciclo escolar son más complejos y exigen mayor aplicación por parte de ellos.
2. Esta situación se vive como difícil de controlar y corregir y genera tensiones entre maestros, niñas, niños y adolescentes y padres de familia. Las dificultades en el aprendizaje académico pueden ser factor de estrés y baja autoestima porque los niñas, niños y adolescentes no encuentran cómo solucionar el enojo y la presión que se genera en torno a ellos.
3. En muchas ocasiones son diagnosticados con Trastorno de Déficit de Atención E Hiperactividad (TDAH) y son medicados, sin que se observen



resultados. Es común que de manera autoritaria se les quiera controlar el tiempo y acceso a medios y contenidos digitales (como castigo), con muy pocas posibilidades de éxito porque ya existe una adicción crónica inadvertida, por lo que la escalada del conflicto se vuelve muy crítica.

4. Esto en muchas ocasiones puede detonar el uso de castigos físicos o se canalice hacia un servicio médico. En la mayoría de los casos no se advierte que la mejor solución es tratar de regular el tiempo de uso de medios digitales.
5. Esto se puede hacer con dinámicas que rompan con esa mala práctica, mediante actividades que ayuden a oxigenar el cerebro, como el ejercicio, o mediante el restablecimiento de sus horas de sueño (de 10 a 12 horas en promedio los NN entre 3-7 años; y entre 9-10 horas en promedio los niñas, niños y adolescentes entre 8-14 años) para que reduzcan la ansiedad y dificultades de atención.

Control parental.

1. En el complejo marco que, descrito y analizado, el control parental se vuelve una herramienta fundamental, pero se haya en una situación crítica porque los padres no están preparados para entender a fondo la compleja problemática que enfrentan. Las fórmulas empleadas, ya sean basadas en la violencia o en la permisividad, así como los recursos que la propia tecnología ofrece para regular el consumo, son insuficientes.
2. Como ya se indicó, los factores fundamentales están en el proceso de crianza y estilo de vida. Respecto a la crianza, es más eficaz si la regulación del consumo de contenidos OTT se hace, como ya se dijo, desde la primera infancia, porque es la etapa idónea para enseñar a los niñas, niños y adolescentes a respetar límites, sin los conflictos que implica el tratar de imponerlos en la adolescencia.



En las primeras etapas de la infancia, los límites se convierten en hábitos, enseñados con una autoridad regulada y respetuosa que coadyuva la cercanía entre padres y NN. Y respecto al estilo de vida apresurado, es preciso que las propias familias generen condiciones para brindarse atención de calidad afectiva. Los padres y maestros deben de saber que enfrentan un nuevo paradigma en el que el control parental es ineficaz si se basa en el autoritarismo y la violencia o en límites endebles.

3. Entre las múltiples dificultades económicas y sociales que enfrentan, los padres deben de darse un espacio para informarse sobre estas nuevas tendencias y recuperar el acompañamiento en los gustos y aficiones de los niñas, niños y adolescentes; conocer qué hacen en redes sociales y recuperar el juego (de mesa, en espacios abiertos) porque la imaginación y la cercanía afectiva no son sustituibles por el mundo virtual y los padres son los responsables de la educación de los niñas, niños y adolescentes, no el internet.
4. Es a partir de esta cercanía y acompañamiento de los padres, que los niñas, niños y adolescentes pueden comprender los riesgos, que, en términos de salud mental y emocional, les implica el consumo excesivo de contenidos OTT, así como los riesgos potenciales con los criminales que se esconden en el ciberespacio.



REFERENCIAS

- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación. (2018). ¿Qué es el Nivel Socioeconómico? México: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación. Recuperado el 07 de abril de 2021 de [https://nse.amai.org/faq/que-es-el-nivel-socioeconomico-para-la-amai/#:~:text=El%20Nivel%20Socioecon%C3%B3mico%20\(NSE\)%20es,acuerdo%20a%20su%20Nivel%20Socioecon%C3%B3mico](https://nse.amai.org/faq/que-es-el-nivel-socioeconomico-para-la-amai/#:~:text=El%20Nivel%20Socioecon%C3%B3mico%20(NSE)%20es,acuerdo%20a%20su%20Nivel%20Socioecon%C3%B3mico)
- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación. (2018). ¿Cuántos Niveles Socioeconómicos hay y cuáles son sus principales características? México: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://nse.amai.org/uncategorized/cuantos-niveles-socioeconomicos-hay-y-cuales-son-sus-principales-caracteristicas/> (El link se encuentra caducado)
- Bassols A. Et al. (1992). El desarrollo regional en México. Teoría y práctica. Libros de la Revista Problemas del Desarrollo. México: Instituto de Investigaciones Económicas UNAM
- Diario Oficial de la Federación. (2020). ACUERDO por el que se declara emergencia sanitaria por causa de fuerza mayor, a la epidemia de enfermedad generada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19). México: Diario Oficial de la Federación. Recuperado el 28 de noviembre de 2020 de https://dof.gob.mx/2020/CSG/CSG_300320_VES.pdf
- Diario Oficial de la Federación. (2020). ACUERDO por el que se establecen las medidas preventivas que se deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19). México: Diario Oficial de la Federación. Recuperado el 07 de abril de 2021 de



http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5590339&fecha=24/03/2020

- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación (2018). Acerca de la AMAI. México: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación. Recuperado el 07 de abril de 2021 de https://www.amai.org/quienes_somos/quienes.php
- Secretaría de Educación Pública (SEP). (2020). La escuela en casa. México: Secretaría de Educación Pública. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://laescuelaencasa.mx/escuela-contigo/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2020). El impacto de las TIC en niñas, niños y adolescentes. Recuperado el 07 de abril de 2021 en <https://es.unesco.org/news/impacto-tic-ninas-ninos-y-adolescentes>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). Censo Población y Vivienda 2020. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2018). Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2018. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 11 de diciembre de 2020 de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enadid/2018/doc/resultados_enadid18.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). Panorama sociodemográfico de México. México: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/tableros/panorama/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. México: INEGI. Recuperado el 13 de diciembre de 2020 de



<https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2019/#Tabulados>, el 13 de diciembre del 2020

- Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). (2020). Infografía: Consumo de Contenidos de niñas y niños por Internet. México: Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT). Recuperado el 07 de abril de 2021 de <http://somosaudiencias.ift.org.mx/sub-secciones/2>
- Díaz L., Torruco U., Martínez M. & Varela M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Elsevier, 2, pp.162-166. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727066>
- Economipedia. (2020). Consumo. Recuperado el 07 de abril de 2021 de <https://economipedia.com/definiciones/consumo.html#:~:text=Consumo%20es%20la%20acci%C3%B3n%20de,humanas%20tanto%20primarias%20como%20secundarias.&text=Con%20el%20consumo%20se%20busca,si%20tambi%C3%A9n%20las%20necesidades%20futuras.>
- Real Academia Española (RAE). diario, ria. Recuperado el 07 de abril de 2021 <https://dle.rae.es/diario> Definición de Diario. RAE <https://dle.rae.es/diario>
- Sensors Community es una plataforma online al servicio de la investigación cualitativa, desarrollada por el grupo Ael <https://www.sensors.community/desktop>
- Wikipedia, la enciclopedia libre. (2021). Zoom Video. Recuperado el 07 de abril de 2021 de https://es.wikipedia.org/wiki/Zoom_Video
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2006). Convención sobre los derechos de los niños (52). España: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. Recuperado el 10 de diciembre de 2020 de <https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>



- Rafael, A. (2009). Desarrollo Cognitivo: Las Teorías de Piaget y de Vygotsky. Barcelona: Universidad Atonomat de Barcelona Recuperado el 13 de diciembre de 2020 de https://www.academia.edu/23094319/MASTER_EN_PAIDOPSIQUIATRIA_Desarrollo_Cognitivo_Las_Teor%C3%ADas_de_Piaget_y_de_Vygotsky?email_work_card=view-paper,%20el%2013%20de%20diciembre%20del%202020



ANEXOS

Investigación en el contexto del confinamiento

El lunes 30 de marzo del 2020, el Consejo de Salubridad General de México declaró la emergencia sanitaria derivada de la enfermedad por el virus SARS-CoV2., la cual se publicó el mismo día en el Diario Oficial de la Federación, como *“Acuerdo con el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-Cov2”*.¹⁵

Dicho acuerdo establece medidas sanitarias en las que se ordena a las Secretarías del Trabajo, Hacienda y Economía, la suspensión de actividades no esenciales en el sector público, privado y social con la finalidad de mitigar y controlar la transmisión del virus.

Con las acciones de emergencia establecidas, se exhorta al sector privado adoptar medidas con modalidad trabajo en línea y evitar en lo posible actividades que impliquen un acto presencial.

Derivado de la normativa gubernamental, la posibilidad de realizar grupos de discusión, etnografías y entrevistas se vio restringida dando paso a metodologías de investigación digital (online) que incluyen paneles de consumidores de cualquier sector.

¹⁵ DOF. *“Acuerdo con el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-Cov2”*. Consultado en: https://dof.gob.mx/2020/CSG/CSG_300320_VES.pdf, el 28 de noviembre del 2020.



En ese sentido, AMAI publicó en su página web, dentro de la sección de *Inicio*, una invitación a realizar interacciones remotas en lugar de presenciales:

“Ante la pandemia que vivimos es momento de pensar más allá de intereses particulares. Somos una industria de alta influencia: invitemos a reflexionar y a unirnos por el bien común.

Reduzcamos al máximo la movilidad de nuestros colaboradores, implementemos esquemas de trabajo a distancia, usemos la creatividad metodológica para seguir tomando el pulso de ciudadanos y consumidores, sin interacciones personales. Hagamos conciencia de la importancia de permanecer en casa.

Es momento de actuar juntos en favor de la salud y bienestar de todas las personas. Somos agentes de cambio, pongamos el ejemplo”¹⁶.

Por otro lado, se consultó a ESOMAR¹⁷ sobre el asesoramiento sobre los procedimientos y protocolos de seguridad a considerar con respecto al envío de entrevistadores individuales cara a cara al campo durante la pandemia, en aquellas geografías donde COVID-19 puede estar activa.

“El siguiente consejo es genérico, está diseñado para ser práctico y debe leerse junto con la orientación pertinente proporcionada de forma dinámica por los gobiernos nacionales, y junto con el asesoramiento

¹⁶ Comunicado en la página de inicio de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación) La AMAI es la única asociación profesional en Latinoamérica enfocada al sector de inteligencia aplicada a negocios y asuntos sociales. Fundada en 1992 <https://www.amai.org/index.php>

¹⁷ ESOMAR es una organización sin fines de lucro que promueve el valor del mercado, la opinión y la investigación social y el análisis de datos. Ha brindado orientación ética y profesional y ha abogado en nombre de la comunidad global de miembros durante más de 70 años.



disponible de la Asociación Nacional de Investigación de Mercado en cada geografía respectiva.

Los puntos están diseñados para actuar como una lista de verificación de áreas a considerar en la protección tanto de los entrevistadores / personal de información como de los miembros del público dentro del proceso de entrevistas, junto con algunos otros factores que creemos que pueden ser relevantes. Puede que no sea exhaustivo en el contexto de las geografías en las que opera y debe revisarse en todo momento en el contexto de su autoridad local o asesoramiento gubernamental.”

Consideraciones de capacidad / tiempo de entrevista cara a cara

ESOMAR no recomienda que realice una entrevista cara a cara en ningún país o región / distrito a menos que esté seguro de que puede hacerlo sin representar ningún riesgo de transmisión de COVID-19 para los encuestados y sin presentar ningún riesgo de transmisión de COVID-19 para los trabajadores de campo; ya sea dentro de los límites de su propia organización o mediante subcontratistas. Esto está de acuerdo con el Art.1 del Código ICC / ESOMAR.

ESOMAR recomienda que considere seriamente las cuestiones de reputación en relación con el contacto con miembros del público al considerar si reanudar la entrevista cara a cara.

Por ejemplo, puede considerar que puede realizar entrevistas de manera segura, pero también puede darse el caso de que miembros del público todavía no sientan que es seguro o apropiado permitir que los entrevistadores entren en sus hogares. Al impulsar este tema, puede



desacreditar a la industria y / o causar angustia a los miembros del público y a los entrevistadores. Esto sería una violación del artículo 9 del Código ICC / ESOMAR .

Debe considerar si es probable que los problemas relacionados con COVID-19 afecten los patrones de respuesta en geografías específicas, especialmente en lo que respecta a los grupos vulnerables. Vale la pena realizar pruebas suaves para determinar si este puede ser el caso, los posibles impactos en los datos y si esto encaja en el resumen del cliente y cómo lo hace.

Las consideraciones aquí podrían ser de amplio alcance, incluida la disponibilidad de la fuerza de campo, patrones modificados de distribución / disponibilidad de productos, método de muestreo.

En términos de muestreo, por ejemplo, en el caso de que algunas partes de una muestra representativa a nivel nacional estén contenidas dentro de un área de COVID-19 de alta incidencia y algunas en un área de baja incidencia de COVID-19, esto puede tener un impacto tanto en la planificación como en la viabilidad del estudio y los datos recopilados.

*También debe considerarse cualquier implicación legal de la decisión de reiniciar el trabajo de campo”.*¹⁸

Adicionalmente debido a la pandemia de la Covid-19, México comenzó un programa virtual de clases a distancia para nivel básico y medio superior

¹⁸ <https://www.esomar.org/what-we-do/news/23/news/268/Face-to-Face-interviewing-in-times-of-COVID-19/>



denominado Aprende en Casa¹⁹, transmitido mediante la televisión local y la Internet.

A través del programa que tiene como base principal la difusión televisiva de contenidos educativos y los libros de texto, casi 30 millones de estudiantes de los dos niveles académicos de instituciones públicas y privadas, acceden a las actividades escolares en todo México, de acuerdo con la SEP.

Aprende en Casa considera la elaboración de una serie de carpetas de experiencias que los estudiantes podrán realizar en compañía de sus familiares con los materiales y el formato de su preferencia, pero que deben contener las tareas y los ejercicios que soliciten los profesores mediante la programación televisiva o en línea.

No obstante, en una reunión nacional extraordinaria del Consejo Nacional de Autoridades Educativas, en la que participaron los secretarios de Educación de los 32 estados que integran México, el titular de la SEP, Esteban Moctezuma, explicó que "el uso de Internet es un auxiliar, al igual que otras plataformas (televisión), por lo que no sustituye a los libros de texto".

Dado este escenario, los niños objeto de estudio se encuentran en casa, asistiendo a clases de manera virtual y siendo resguardados en sus hogares, por lo que la investigación se llevará a cabo bajo esta situación particular.

Ante las recomendaciones antes descritas, tanto gubernamentales como del gremio de la Investigación de mercados nacional e internacional y las condiciones escolares de niñas y niños, se buscó llevar a cabo el estudio de

¹⁹ Aprende en casa <https://laescuelaencasa.mx/escuela-contigo/>



manera remota, dadas las condiciones particulares y sin precedentes del confinamiento en el hogar, siendo las plataformas online las idóneas para la obtención de la información en este contexto por pandemia.

Las etno-entrevistas y entrevistas a profundidad, por su naturaleza de conversación se eligió conducirlas en una plataforma de video conferencias online llamada Zoom²⁰, la cual es una herramienta que ha causado auge en los últimos años para interacciones vía remota, se seleccionó por ser una plataforma reconocida, sencilla de usar, disponible para todos los dispositivos móviles, estable en relación a su plataforma tecnológica y permite grabar las interacciones.

Los diarios de consumo, por otro lado, se llevaron a cabo a través de una plataforma de comunidad online (*Sensors Community*²¹) con una interacción de 7 días, la cual permite agregar grupos de participantes quienes desarrollaron las diversas tareas asignadas, ya sea a través de un equipo de escritorio, o a través de dispositivos móviles.

²⁰ <https://zoom.us/es-es/about.html>

²¹ <https://www.sensors.community/>