



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN**

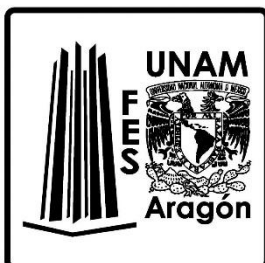
**“LOS NUEVOS MEDIOS DE DIFUSIÓN
DE CONTENIDO INFANTIL EN MÉXICO”**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

**PRESENTA:
FÁTIMA REYNA VÁZQUEZ LÓPEZ**

ASESORA: LIC. TANIA GABRIELA MUÑOZ RAMOS



CIUDAD NEZAHUALCÓYOTL, ESTADO DE MÉXICO, 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria:

A mis 13 años leí una frase que decía: “Día a día en todos sentidos mejoro y mejoro” del autor OG Mandino, en aquellos tiempos la frase no tuvo tanto impacto en mi vida como lo es ahora. Crecer hace que enfrentemos nuevos retos, nuevas aventuras y destinos a los que a lo mejor no queríamos ir, pero la vida sabe que es lo mejor para nosotros, y aunque haya días en los que simplemente creamos que no hicimos la gran cosa, esto no es así, pues todos los días mejoramos en cualquier aspecto.

A lo largo de mi trayectoria académica he aprendido muchas cosas y una de ellas es que a pesar de que nos caigamos una y mil veces o los planes no hayan funcionado como queramos, siempre hay una forma de encontrar una solución, porque “nadie es perfecto” y “la vida es un sueño que se hace realidad si no dejamos de intentar”. Situaciones buenas y malas siempre habrá, dependerá de la forma en la que las veamos para afrontar el ahora.

Quiero mencionar personas importantes que estuvieron para mí en todo este proceso, primeramente, a mis padres, pues sin su amor, su apoyo incondicional y su acompañamiento no hubiera logrado llegar hasta donde me encuentro el día de hoy. También a mi hermana, la persona con la que crecido y siempre encuentra las palabras correctas para alentarme a seguir adelante.

A toda mi familia paterna y materna, quienes siempre me preguntaron acerca de mis aventuras de la carrera y me daban ideas acerca de alguna figura pública que entrevistar o de alguna noticia que debería escribir, y quiero hacer especial mención al Yayo, a pesar de ya no estar aquí, le mando un grito hasta el cielo para decirle que su sobrina logró graduarse de la UNAM.

A mis amigos quienes siempre estuvieron para mí, con quienes compartí espacios en las aulas y sacamos adelante proyectos importantes, hasta convertirnos en todos unos adultos independientes y profesionales. Agradezco a los que aún continúan en mi vida, así como los que tuvieron que tomar otros caminos, pues de cada uno de ellos he aprendido muchas cosas.

También quiero dedicar y agradecer a mi directora de Tesis la profesora Tania Muñoz, que además de apoyarme en todo este proceso, me ayudó a comprender mis emociones en un momento de mi vida en el que estaba tratando de encontrarme a mí misma y el rumbo que quería tomar, que a través de sus palabras fue guía en mi autoconocimiento, así como una gran maestra en el ámbito académico. Mi primera clase de la universidad la tuve con ella y estoy feliz de terminar el camino con quién comencé.

Quiero agradecer a los niños y niñas, así como padres de familia de la escuela **Primaria, Centro Escolar Miguel Hidalgo** ubicada en el Estado de México en el municipio de Nezahualcóyotl, por permitirme llevar a cabo la entrevista acerca de los contenidos infantiles que les gusta ver, pues sin su ayuda este proyecto no hubiera podido salir adelante.

Podrías seguir escribiendo miles de agradecimientos, y mencionar las citas textuales o canciones más importantes de mi vida, pero me faltarían páginas para hacerlo; a pesar de eso, escribiré una que estuvo presente en mi vida por 9 años y es: “El éxito a través del esfuerzo”, tenías razón ccumita, con esfuerzo podemos lograr muchas cosas y cumplir sueños, prueba de esto se encuentra en la presente investigación.

Concluiré diciendo que se acabó esta etapa y ahora toca descubrir nuevos caminos y a pesar de que tenga muchos nervios, así como algo de miedo, viviré cada uno de mis días como si no hubiera un mañana, disfrutando de la vida, de las personas que me rodean y pidiendo a Dios que siempre cuide de mí.

ÍNDICE

Dedicatoria	2
Introducción	6
Delimitación-Espacio Temporal.	7
Justificación.	11
Capítulo 1. La televisión y los niños mexicanos.	13
1.1. La transformación de la televisión	13
1.2. Servicios OTT'S y opciones de contenido en México	19
1.2.1 Servicios OTT con suscripciones de pago en México.....	20
1.2.2. Servicios OTT con suscripciones gratuitas en México	27
1.2.3. ¿Las redes sociales son servicios OTT con suscripciones gratuitas?	29
Capítulo 2: Las teorías de comunicación de masas y los nuevos medios audiovisuales	33
2.1 Enfoque funcionalista de la comunicación	33
2.1.1 Origen, Representantes y primeras teorías del Funcionalismo	34
2.1.2. Teoría de la aguja hipodérmica	37
2.1.3. Teoría de la influencia de los dos pasos.....	38
2.1.4 Teoría de usos y gratificaciones	40
Capítulo 3. El contenido audiovisual infantil y su crecimiento	44
3.1. El crecimiento infantil y los nuevos medios audiovisuales.	44
3.1.1. Etapa Sensoriomotora.....	45
3.1.2. Etapa Preoperatoria	46
3.1.2.1. Los avances cognoscitivos dentro de la niñez temprana	46
3.1.2.2. Aspectos inmaduros del pensamiento preoperacional.....	48
3.1.2.3. Medios de Comunicación en la niñez temprana	50
3.1.3. Etapa de operaciones concretas	51
3.1.3.1. Avances en habilidades cognoscitivas durante la niñez media	52
3.1.4. Etapa de operaciones formales	54
3.2. Teoría de Albert Bandura o Aprendizaje Vicario y los medios audiovisuales	54
Capítulo 4. La supervisión adulta y el contenido infantil	59
4.1. La supervisión adulta durante el visionado.....	59
4.2. Controles parentales en los medios audiovisuales	63
4.3. Consejos para una buena convivencia padres e hijos con los medios.....	68
4.4. Los contenidos infantiles y su clasificación de contenido.....	70
Capítulo 5. ¿Disney Plus o televisión mexicana abierta?	78

5.1. Fenómeno de Disney Plus en México	78
5.2. Controles parentales dentro de la aplicación y sus contenidos.....	82
5.2.2. Perfil Infantil.....	84
5.2.3. Perfil para mayores de 14 años	87
5.2.4. Perfil para mayores de 18 años	90
5.3. Efecto Disney Plus en la televisión abierta de México	91
5.4. Canales de televisión abierta y los niños de México	93
5.5. Adaptación de la TV con los medios audiovisuales	98
5.6. Contenidos Ideales para las infancias en TV. Abierta y plataformas OTT.....	100
Capítulo 6. Estudio <i>Papillons</i> para conocer los hábitos de consumo de televisión abierta y plataformas OTT	105
6.1. Definición de la Metodología por utilizar	105
6.2. ¿Investigación Cualitativa o Cuantitativa?	106
6.3. Diseño de instrumento de captación de información	107
5.3.2. Tipo de muestra	111
6.3.3. Técnica:.....	111
6.4. Resultados	113
6.4.1. Datos Generales	113
6.4.2. Dispositivos en el hogar	114
6.4.2.1. Posesión de Televisión e Internet en el hogar	114
6.4.2.2. Aparatos electrónicos en el hogar	115
6.4.2.3 Dispositivo en donde prefieren ver su programación favorita.....	115
6.4.3. Medios Audiovisuales y el contenido infantil	116
6.4.3.1. Medio por el cual prefieren ver su programación favorita.....	116
6.4.3.2 Plataformas en donde prefieren ver su programación favorita	117
6.4.3.3 Programas favoritos	118
6.4.3.4 Tiempo del Visionado	120
6.4.3.5 Supervisión infantil al momento del visionado	121
6.5. Conclusión general del trabajo de campo.....	122
Conclusiones.....	124
Glosario.	129
Referencias:.....	132

Introducción

El tema que vamos a desarrollar, ***Los nuevos medios de difusión de contenido infantil en México***, tiene como objetivo principal analizar el contenido audiovisual en las distintas etapas del desarrollo de los niños y niñas mexicanas en los años de 2020 a 2022, clasificando los tipos de servicios OTT y dispositivos que utilizan los niños para ver su contenido infantil.

Asimismo, se detallará la relación que existe en las nuevas formas de ver contenido infantil con las teorías de las masas del enfoque funcionalista de la comunicación presentadas por los autores **Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Carl Hovland**, con la presentación y elección de sus contenidos, así como la manera en que puede influir de comportarse en la sociedad.

También se identificará una de las formas de aprendizaje durante la niñez según lo mencionado por el psicólogo **Jean Piaget y Albert Bandura**, para relacionar como es que los niños conviven y aprenden con los medios audiovisuales desde la niñez temprana hasta años antes de entrar adolescencia.

De igual manera, se darán a conocer las diferentes maneras en las que los padres de familia puedan supervisar el contenido infantil que observa el infante. Agregando a lo anterior, se presentarán las diferentes ventajas y desventajas del uso del control parental en la Plataforma Disney Plus.

Relacionado con el uso de plataformas y diferentes dispositivos donde prefieren ver sus contenidos favoritos, se indaga en el efecto que ha tenido televisión mexicana abierta frente a los diferentes servicios OTT.

Y para comprobar la hipótesis establecida en el presente acerca de si **"La audiencia infantil mexicana prefiere ver contenido de plataformas *streaming*, en lugar de los creados y difundidos en la televisión abierta de México"**. Se realizó el estudio de conveniencia denominado como **"Papillons"** en donde se aplicó una encuesta a niñas y niños de las edades de 8 a 11 años para comprobar la hipótesis mencionada anteriormente.

Delimitación-Espacio Temporal.

Nuestro primer contacto con el mundo está basado a través de los sentidos, estos son indispensables en la vida del ser humano para que pueda conocer el mundo que le rodea, todos los sentidos son importantes, pero uno que utiliza para poder identificar su entorno es el sentido de la vista, éste nos permite reconocer objetos, lugares, así como personas con las que nos desenvolveremos durante la vida.

Existen diferentes maneras de aprendizaje, pero uno de los métodos que utilizamos cuando somos niños es a través de la observación y la imitación, recordando movimientos, y expresiones faciales que en un futuro nos ayudarán a comunicarnos junto con el lenguaje.

Además de imitar acciones de los padres o personas con quienes convivamos, los seres humanos utilizamos otras herramientas auxiliares para el aprendizaje siendo los medios de comunicación y en especial la televisión el principal acompañante de los niños.

El niño realiza sus primeros aprendizajes a través de la observación, experimentación e imitación y en este aspecto, la televisión actúa como instrumento que mediatiza e interpreta la realidad ofreciéndole todo tipo de modelos de conducta, dentro de esto. (Rodríguez, 2005).

Anteriormente los niños solo tenían acceso a lo que la barra programática que la televisión abierta o de paga ofrecía, gracias a la globalización y la llegada del internet, los niños tienen mayor accesibilidad a contenidos que anteriormente, conociendo programas infantiles internacionales, canales de YouTube, películas, entre un sinnúmero de contenidos que existen actualmente. Asimismo, los niños de ahora pueden acceder a estos programas en cualquier momento y cualquier lugar, gracias a los diferentes dispositivos móviles (teléfonos móviles, tabletas, Smart Tv, etc).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) con colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), en la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad

y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020, mencionaron que para ese año se estimó una población de 84.1 millones de personas con internet, que representan 72.0% de la población de seis años o más. Esta cifra revela un aumento de 1.9 puntos porcentuales respecto a la registrada en 2019 (70.1%). De los usuarios que utilizaron internet en esos años accedieron a éste a través de celulares inteligentes (Smartphones) con 96.0%, computadora portátil con 33.7% y con televisor con acceso a internet 22.2 por ciento.

Relacionado con la posesión de un televisor en 2020, de 36.0 millones de hogares, 76.6% cuenta con por lo menos con un televisor de tipo digital (0.1% más en relación con 2019). Asimismo, en 2020 el número de hogares que disponen solo de televisor digital se incrementó en 1.4 millones en comparación con 2019. De esta manera, 96.1% de los hogares del país recibe señal digital (INEGI, SCT, IFT, 2020)

Lo cierto es que esos datos se encuentran un poco alejados al año en curso, pero da una idea acerca de la accesibilidad que tuvo la población mexicana durante el año 2020. Hay que mencionar que gracias al encierro obligado por la pandemia derivada a la COVID-19, el consumo de horas frente a la pantalla, incluyendo el visionado de diferentes dispositivos con acceso a internet aumentó en todas las edades, pero en específico en los niños, puesto que no tenían otro medio de distracción, dando como resultado los siguientes datos:

En la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2022, se mencionó que para ese año había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6% de la población de 6 años o más. Asimismo, se estimó que 34.1 millones cuentan con al menos un televisor, lo que significa que 90.7% del total de hogares tiene uno en su casa, siendo un gran aumento del año 2020. (IFT, INEGI, 2023).

Estas cifras nos dan un panorama acerca de cómo es que el uso de la internet y de los diferentes aparatos electrónicos han incrementado en nuestra sociedad, formando parte de nuestro día a día. Actualmente las infancias están más conectadas que antes, por lo que padres de familia y cuidadores deben de supervisar más a detalle los contenidos que éste encuentre y observe en los

diferentes medios, en los que se incluye la televisión convencional, servicios OTT (Netflix, Disney, Plus, Star Plus, etc.), así como lo que pueda encontrar en la internet.

Un estudio realizado por Kaspersky indicó que los niños están más conectados que nunca, puesto que pasaron la cuarentena el mayor tiempo en la red, de acuerdo con sus resultados el 73% de los padres mexicanos aseguraron que, en los últimos 12 meses del año en curso, sus hijos han pasado más tiempo en línea y 19% de ellos reconoce que se ha apoyado en la tecnología para mantener a los menores ocupados mientras ellos buscan trabajar y ocuparse de las labores del hogar. El informe también reveló que 53% de los menores en México ha dedicado tiempo a platicar con sus compañeros de escuela usando la tecnología y el Internet. (Diezgranados,2021).

Actualmente los niños tienen acceso a un mundo de contenido en cualquier momento a cualquier hora, no es necesario esperar que un episodio nuevo salga cada semana o tener que esperar al día siguiente para poder hablar con sus amigos en la escuela, ahora lo tienen de forma tan inmediata, que genera en ellos comodidad y una gratificación que en ocasiones genera que el infante no tenga ánimos de realizar diferentes actividades que no tengan relación con el internet.

La televisión y ahora el internet se apropian del poco tiempo que disponen los niños para dedicarse a las actividades lúdicas y recreativas, los medios de comunicación se han transformado en el centro fundamental de socialización para la juventud, reflejando un proceso basado en consumismo y violencia. Se resalta que es claro que la observación de episodios agresivos en la pantalla sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador, los niños aprenden mientras presencian los espectáculos y les es difícil diferenciar la realidad de la fantasía por esto la televisión afecta los valores y modelos de conducta en proporción al tiempo que se le dedica (De los Heros Arboccó y O'Brien Arboccó,2012).

Pero no todo es malo para el infante relacionado con los medios audiovisuales, ya que muchas veces se utilizan programas creados para ellos para poder complementar lo enseñado en el colegio, en el hogar o en cualquier ámbito en el

que el niño aprende, estos tipos de contenidos presentados, en algunas ocasiones suelen acompañarse con el uso de la llamada multimedia.

Los multimedios forman parte de los softwares educativos que usa una combinación de medios: texto, color, gráficas, animaciones, video, sonido, en un mismo entorno, donde el estudiante interactúa con los recursos para mejorar el proceso enseñanza–aprendizaje. (Vidal, 2010), estos ayudan a los niños a retener la información adquirida y algunos sitios los ofrecen como retroalimentación, pero el aprendizaje adquirido dependerá también del tipo de aprendizaje de cada persona.

El tener acceso a este tipo de nuevas plataformas asusta un poco si no se le da la supervisión necesaria por parte de los productores como de los padres de familia, es labor de todos crear espacios sanos en los medios audiovisuales y con esto ayudar a las infancias a entender la diferencia entre el nuevo mundo digital y el mundo real.

Justificación.

Desde la llegada de la televisión a color a México gracias a Guillermo González Camarena, muchas familias mexicanas se han reunido para informarse de lo que sucedía y sucede en el país, como en el mundo; la han utilizado como medio de entretenimiento y para los más pequeños un auxiliador de la educación.

En un principio no todas las familias contaban con un televisor, pero como amigos y vecinos, se ponían de acuerdo para ver su programa favorito, convirtiendo así a la televisión en un aliado de la unión de las personas, conforme pasó el tiempo y gracias a el avance de la tecnología, más familias pudieron conseguir un televisor siendo así que para el año de 2022, según datos de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), 34.1 millones de personas cuentan con al menos un televisor en sus hogares y de esta población mencionada, los que tienen más contacto con el dispositivo son los más pequeños de los hogares.

La televisión para los niños no solamente es un medio para entretenerse, muchas veces este medio lo consideran como un maestro y para algunos otros como un acompañante, ya que muchas veces por el ambiente familiar en el que viven, no se convive tanto con los padres de familia o cuidadores, dando como resultado que el niño aprenda a vivir siguiendo los comportamientos plasmados en la pantalla.

Una de las maneras en la que aprenden los niños es a través de la imitación de lo que puede ver en su programa favorito, los niños tienden a repetir los comportamientos, el dialecto y las actitudes de los personajes presentados en los programas. Es por esta razón que es importante producir contenido que sea el ideal para los niños, al igual que promover la supervisión de los adultos en los contenidos que se transmiten en la televisión y darle un respeto a la barra programática de cada canal.

Actualmente la manera de producir programas para los niños en México y el gusto de estos mismos ha cambiado, esto por una parte gracias a la llegada del internet y por los conocidos como servicios OTT, los niños tienen acceso a diferentes

programas internacionales donde cambia la forma de transmitir mensajes, por lo que la conocida como la programación de escuela, en la que un adulto interpretaba a un maestro y enseñaba a través de la televisión, como lo hacían producciones mexicanas como *Odisea Burbujas*, y *Cepillín*, ya no son de su interés.

En aquel entonces esta manera de realizar programas era la más adecuada; pero los gustos van cambiando con el paso del tiempo, lo que más les ha agradado a los niños en los últimos años, es que ahora los conviertan a ellos en los protagonistas, dejándolos convertirse en los maestros de otros compañeros o ser los protagonistas de un propio espectáculo, podríamos mencionar programas como *Bizbirije*, *Disney Club*, *De compras*, que tenían esta dinámica, pero ahora los niños pueden experimentar esa sensación protagónica viendo a sus youtubers favoritos, quienes les enseñan a realizar repostería, experimentos o una narración de su día.

En los últimos dos años además de los cambios que hubo en la forma de producir contenido, los pequeños comenzaron a tener más contacto con los servicios OTT, teniendo acceso desde edades tempranas a plataformas como lo son *Netflix*, *Disney+*, *HBO*, *YouTube*, entre otras que existen en el país, generando que además de tener contenido ilimitado a la hora que lo desee, que los niños prefieran estar en la pantalla que realizar otras actividades.

Por tal motivo es importante conocer lo que se les presenta a los más pequeños de los hogares por parte de las televisoras mexicanas y los servicios OTT, identificar el lugar donde prefieren acceder a los contenidos, e indagar cómo es que la televisión se ha adaptado a esta transición tecnológica.

Crear contenido infantil es igual de importante que el contenido de los adultos, ya que son ellos los que en un futuro enseñen a nuevas generaciones y mientras reciban buenos estímulos por parte de los medios y tengan la supervisión adecuada, mejores personas serán en el futuro.

Capítulo 1. La televisión y los niños mexicanos.

En este capítulo se presenta una breve historia de cómo es que la televisión ha influido en la vida de los mexicanos desde su creación, pasando de los formatos en blanco y negro, hasta llegar a lo que conocemos actualmente como la Televisión Digital Terrestre y los tan conocidos como los servicios OTT o plataformas *streaming* brindando nuevas formas de ver la televisión y dónde verla.

1.1. La transformación de la televisión

Los medios de comunicación son considerados por la sociedad de diferentes maneras, para muchos son los auxiliadores más importantes para la difusión de información, entrando en este rubro los diferentes géneros periodísticos, estos forman parte del acompañamiento diario de la gente, asimismo brindan entretenimiento y para los más pequeños del hogar los utilizan como medio de aprendizaje y distracción, lo cierto es que a pesar de que tengan muchas utilidades, los medios de comunicación siempre van a estar en la vida del hombre y verán pasar a miles de generaciones.

Uno de los medios de comunicación que ha tenido una gran transformación a lo largo de los años, no solamente en sus contenidos que transmite diariamente sino también en su diseño y adaptación a las nuevas tecnologías es la Televisión; esa caja negra que en un inicio transmitía imágenes como si fuera arte de magia, pasó de transmitir imágenes de blanco y negro a color, gracias al mexicano Guillermo González Camarena con su sistema tricromático secuencial creado en 1938, que años después fue perfeccionado por Peter Goldmark y fue capaz de llegar a todos los televisores hasta 1970. (Uriarte, 2020).

Igualmente pasó de tener pocos canales a tener la capacidad de tener miles, debido al uso de satélites para la recepción y el envío de las emisiones televisivas vía microondas (Uriarte, 2020). Asimismo, el uso del cable en algunos hogares favoreció a tener mayor cantidad de contenidos y años más tarde en el sector público se logró la expansión por la llegada de la Televisión Digital Terrestre,

momento que sucedió en México y es recordado con el nombre *del apagón analógico*.

El apagón analógico se dio el 31 de diciembre de 2015, fue un proceso mediante el cual se dejó de transmitir señales analógicas de televisión abierta para transmitir señales digitales, a este proceso se le conoció también como la transición a la Televisión Digital Terrestre (TDT) (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2015). Y aunque en un inicio la transición fue un poco complicada porque no todos poseían televisiones digitales y tenían que comprar adaptadores, poco a poco la población mexicana logró el proceso, además de que México fue considerado como el primer país de Latinoamérica en lograrlo.

La Televisión Digital Terrestre trajo muchas ventajas hablando acerca de la transmisión de los contenidos, ya que permitió una mayor comprensión de datos en la señal y con esto tener más características como los canales adicionales (3, 3.1, 3.2, etc.), una novedad para todos los televidentes de la señal abierta. De igual manera se presentaron innovaciones respecto a los formatos de transmisión, ahora se pueden emitir contenidos en distintas resoluciones desde los 480, 576, 720 o 1080 píxeles, tanto progresivos como intercalados además del tan conocido alta definición (HD) (Camacho, S.f).

Este evento causó mucho entusiasmo al ver la televisión, debido a que las personas que no contaban con algún servicio de televisión de paga ahora tenían acceso a muchos más canales, pero la evolución de la transmisión de contenidos por medio de la televisión no quedó ahí ya que le tocaba adaptarse al tan nombrado internet.

Lo que antes conocíamos como una televisión ordinaria se transformó a lo que conocemos como una SmartTv (Televisión Inteligente), gracias a la llegada de la globalización y la evolución de la tecnología, incluyendo con ella nuevos diseños con mayor accesibilidad, ahora se le permite además de recibir transmisiones a través de una antena, tener acceso a internet de una manera inalámbrica, lo que asemejaría a la función de una computadora o un smartphone (teléfono inteligente), trayendo con esto lo que se le conoce como los servicios OTT.

Los servicios OTT del inglés (Over The Top) o *Streaming TV*, se refieren a cualquier tipo de contenido multimedia de transmisión por Internet, este incluye servicios basados en suscripciones con las que los consumidores pueden acceder a contenido a la carta sin tener que contratar a un proveedor tradicional de satélite o cable, aquí entran las plataformas como Netflix, Disney+, HBO, etc. Los espectadores de este tipo de servicios pueden ver contenido OTT en una amplia gama de dispositivos, como teléfonos móviles, consolas de videojuegos y tabletas, pero la mayor parte de la visualización se lleva a cabo en televisiones conectadas o mejor conocidas como CTV (Amazon, 2020).

La televisión ha tenido que adaptarse a todo lo que el siglo XXI está trayendo consigo y a pesar de que en sus inicios este tipo de servicios no eran tan populares en nuestro país, actualmente es difícil encontrar a alguien que no cuente con alguno, existen diferentes plataformas en las que los usuarios pueden disfrutar de diversos contenidos y lo más probable es que estos no terminen de inventarse ni de difundirse entre los consumidores.

La provisión de contenidos en redes tradicionales como televisión abierta y restringida se ha extendido fácilmente hacia internet, pues esta plataforma resulta muy atractiva para los consumidores por sus características de acceso convergente (a través de distintos dispositivos), en cualquier lugar (ubicuos), y en cualquier momento. Así, una plataforma OTT ofrece ventajas considerables frente a los servicios tradicionales de televisión donde los contenidos se reciben en horarios preestablecidos, en una misma ubicación y a través de un solo dispositivo. (Estavillo, 2014, p.14).

La llegada de los dispositivos inteligentes en el hogar facilitó el hecho de ver lo que quisieran sin permiso de nadie; anteriormente en los años ochenta, noventa y principios de los dos mil, las familias poseían sólo un televisor y era novedoso que alguien tuviera más de uno, todos compartían tiempo y veían lo que se presentaba en la televisión de aquellos tiempos, se hacía la competencia de quién tomara primero el control decidía que ver. El tiempo pasó y con esto comenzó el cuestionamiento de si tener más de dos televisores en el hogar era conveniente para la convivencia, pero en estos días podemos decir que ese miedo se hizo realidad, ya que ahora cada uno tiene el poder de ver lo que quieran a través de dispositivos móviles.

¿Pero quiénes son los que tienen más contacto a este tipo de dispositivos y servicios?, es claro que todas personas tienen la capacidad de hacerlo, pero quienes más conviven con ellos son los pequeños del hogar. 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 (IFT, 2021).

Debido a las tendencias de este tipo de plataformas entre las personas, la gran mayoría de los televidentes caen en el consumismo de adquirir por encajar a un grupo social con el que se convive a diario. De acuerdo con un estudio realizado en el año 2020, la principal motivación para suscribirse a una plataforma OTT, es por la diversión, las 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 (IFT, 2021).

Pero el contratar un servicio no se hace de un día para otro, se deben de tomar en cuenta diferentes factores para poder hacerlo, 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 consulta con amigos o familiares respecto a las experiencias previas que se han tenido y los requerimientos para la contratación. (IFT, 2021). También hay que tomar en cuenta todo lo que ofrecen las diversas plataformas, así como sus diferentes precios.

Sabemos que la televisión convencional no dejará de existir y ésta seguirá evolucionando a lo largo de los años, hasta podrían llegar a ser en un futuro hologramas como los presentados en las películas futuristas. La transmisión de contenidos a través de una antena como se ha hecho a lo largo de los años sigue siendo acompañante de gran parte de la población mexicana y lo seguirá siendo por muchos años más, solamente tiene que estar en constante innovación para seguir conectando con millones.

Y es precisamente esta necesidad de adaptación con las nuevas generaciones lo que ha llevado a los diferentes medios de comunicación a crear contenidos audiovisuales que se transmitan a través de la televisión, sus sitios web, canales de YouTube o aplicaciones creadas para tener en dispositivos móviles y a partir de esto se expone el cuestionamiento de saber cuáles son los diferentes dispositivos con los que cuenta la población mexicana. Álvarez (2020), menciona que en las estadísticas acerca de posesión de bienes de dicho año, un 92.5% posee televisión abierta, 58% televisión restringida y un 56.5% tienen acceso a internet, resaltando así que la televisión abierta sigue siendo el medio más consultado.

Haciendo referencia a los niños y niñas de México, ellos siguen siendo aquellos quienes continúan con un gran acercamiento al medio televisivo y fue así que en el marco del Día de la Niñez, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, presentó el Reporte sobre consumo televisivo infantil, en el cual se comparan los hábitos de consumo televisivo en el sector infantil, de las edades de 4 a 12 años, durante el primer año de la pandemia del COVID-19 (marzo de 2020 a febrero de 2021) y el año previo (marzo de 2019 a febrero de 2020). Este reporte dio como resultados que, durante el primer año de la pandemia, el promedio de niños con la televisión encendida fue de 15.98%, mientras que en el año previo fue de 14.62 por ciento. Además, el tiempo de permanencia frente al televisor de marzo de 2020 a febrero de 2021 fue de 4 horas y 44 minutos diarios, 27 minutos más que en el año previo, cuando el valor fue de 4 horas y 17 minutos. (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2021). (Ver Gráfica 1).

Gráfica 1:

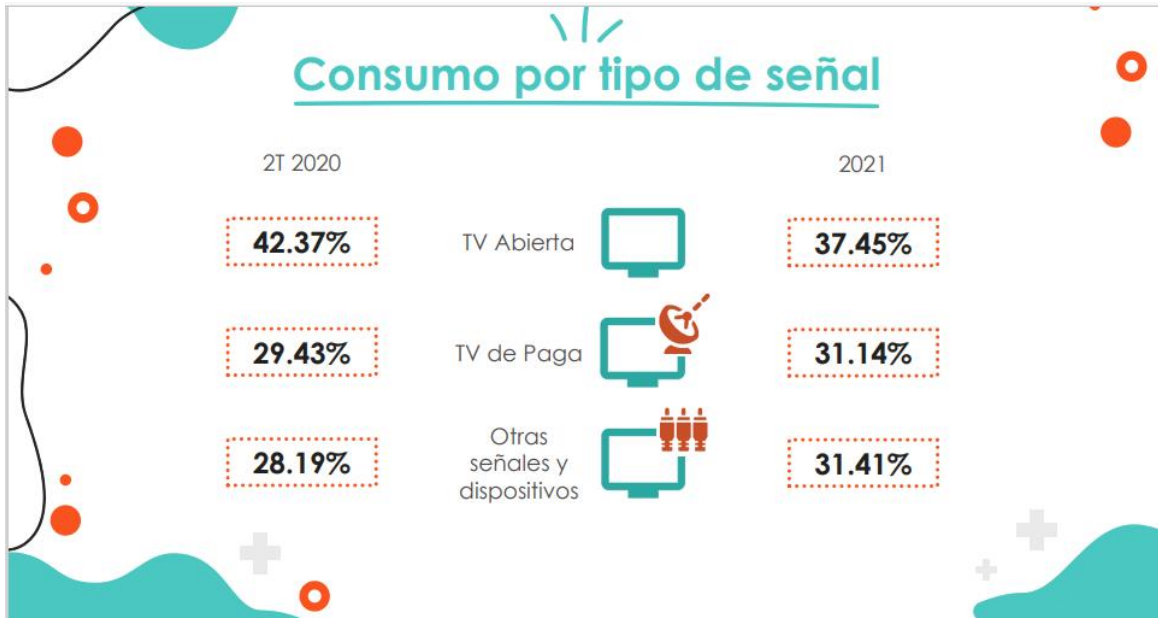


Instituto Federal de Telecomunicaciones, (3 mayo 2021), Niñez pasó 4 horas 44 minutos diarios frente al televisor durante primer año de pandemia por Covid-19. Comunicado 28/21, Tabla de contenido. <https://bit.ly/3pfoWHf>

Esos datos respecto a la televisión encendida y las infancias fueron recabados en el periodo en el que la pandemia estaba en su auge, recientemente en el *Informe Niñas y Niños 2022: ESTUDIOS E INVESTIGACIONES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DE LA OFERTA, RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS DE RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET*, presentado por el mismo Instituto Federal de Telecomunicaciones, menciona que para el segundo trimestre del 2020 al 2021 hubo una disminución en el alcance y permanencia de la televisión abierta quedando un 66.57% en alcance de la televisión con los niños de las edades de 4 a 12 años y en el tiempo de permanencia se registraron que se observan en promedio 5 horas y 21 min, solamente 13 min de diferencia con el 2020.

Asimismo, el informe precisa que hubo una baja con el consumo de televisión abierta por parte de la audiencia infantil, para el 2020 había 42.3% infantes observando televisión abierta, y para el año 2021 se registraron 37.45%. Además, se menciona que para el 2020 los niños consumiendo contenido en otras señales y dispositivos era del 28.19% y aumentó un 31.41% para el 2021. (IFT, 2022).

Gráfica 2:



Instituto Federal de Telecomunicaciones, (5 mayo 2022), Informe Especial Niñas y Niños 2022. Consumo por Tipo de Señal, IMAGEN. <https://bit.ly/3k9vxIL>

El incremento respecto a la observación de contenido infantil en diferentes dispositivos va a variar dependiendo de cada individuo y en este caso también cada padre de familia, costumbres e ingresos económicos, pero hay que resaltar que actualmente existen diversos medios y dispositivos por los cuales se pueden ver contenidos, con mayor comodidad y sin necesidad de adopción de horarios específicos.

1.2. Servicios OTT'S y opciones de contenido en México

Además de la televisión, actualmente existen diversas opciones referentes con los servicios OTT donde ver contenido infantil en nuestro país, se puede ingresar a cualquiera de ellas con una conexión de internet y en cualquier dispositivo electrónico inteligente. Para acceder a ellas existen dos formas de hacerlo y se clasifican de la siguiente manera:

Las suscripciones gratuitas, que son aquellas que se llevan a cabo normalmente cuando un usuario se suscribe a un sitio para recibir contenido gratuito, su objetivo

por parte de este tipo de suscripciones es aprender, mejorar su conocimiento sobre un tema que le interesa de forma gratuita.

Por el contrario, existen las **suscripciones de pago**, las cuales son en las que una persona se suscribe para recibir contenido premium o privado, este tipo de servicios no está disponible para todo el público, las empresas que cuentan con este tipo de planes pueden brindar a sus suscriptores contenido de una manera más rápida, así como más novedosa, pueden contratarlo de forma anual o mensual y cualquier persona es libre de cancelar en cualquier momento. (Peiró,2022).

Actualmente existen diversas plataformas que cuentan con ambos tipos de suscripciones, pero la gran mayoría requiere de un pago para disfrutar de sus servicios, a continuación, se mencionarán las plataformas más reconocidas en las que necesitas de suscripción.

1.2.1 Servicios OTT con suscripciones de pago en México

Una de las plataformas que tuvo mucha adquisición por parte de los mexicanos por varios años es la tan famosa **Netflix**, remplazando lo que conocíamos como Blockbuster, lugar donde se rentaban películas anteriormente. Netflix es un servicio por suscripción que les permite a sus miembros ver series y películas sin publicidades en un dispositivo con conexión a internet. Puede descargarse series y películas en dispositivos con

iOS, Android o Windows 10 y verlas sin conexión a internet. La plataforma cuenta con tres planes para suscribirse, el plan que se elija determinará la cantidad de dispositivos en los que se puede ver contenido al mismo tiempo, los usuarios que deseen



Ilustración 1 Tumisu, (2020), Netflix, <https://bit.ly/3LEdRH7>

contratar Netflix deben de consultar la página oficial de la plataforma. (Netflix, 2022).

Según el Instituto Federal de Comunicaciones en el estudio *Las audiencias infantiles y el consumo de contenidos en plataformas Over The Top Junio (2021)*. Los padres de familia encuestados mencionaron que la consideran como una plataforma familiar y amigable para todos los miembros de familia, por ser intuitiva y sencilla en su instalación, contratación y funcionamiento, además de esto comentaron que les gusta la posibilidad de crear perfiles individuales, pero al mismo tiempo reconocieron que los niños y adolescentes no siempre respetan el uso de estos perfiles creados para ellos.

Otra plataforma que funciona con suscripción es **BlimTV**, esta es una plataforma mexicana, su propietario es TelevisaUnivisión, su oferta se compone de producciones de esta empresa mediática y está disponible en Hispanoamérica. Este servidor ofrece contenido de 30 canales de televisión en vivo de distintos géneros, así como series internacionales, películas clásicas, telenovelas, estrenos y caricaturas, esta plataforma no es totalmente gratuita puesto que varios están bloqueados o se debe tener acceso a los primeros capítulos, para poder desbloquearlos se tiene que suscribir a alguno de sus planes.

La plataforma no tiene mucha penetración en el mercado y tiene bajo conocimiento de la marca, debido a que solo es reconocida por los consumidores que han tenido acceso a ella, al mismo tiempo por tener poca variedad de contenido y estar muy limitada, impacta a que los usuarios abandonen 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. (IFT, 2021).

Otra plataforma que es consultada por los mexicanos es la conocida como **Claro Video**, esta no ha construido un valor como marca “independiente” debido a que esta se encuentra integrada en los paquetes de Telmex al contratar el servicio de internet, restando así identidad de la marca, aunque si alguien quiere adquirirla de sin tener esa red de internet contratado, puede hacerlo. (IFT,2021).

La desventaja de esta plataforma es que no todos los contenidos que ofrece son totalmente gratuitos, Claro Video se maneja por la compra y renta de los contenidos que ofrece, y el precio dependerá de la popularidad de lo que se quiera consumir. Recientemente abrió acceso gratuito a los contenidos de Paramount+, contenido para todo público con películas y series de la cadena Paramount Channel. MTV y Nickelodeon.

Además de tener convenio con esta plataforma, cuenta con servidores con pago extra los cuales son **Edye**, la primera plataforma de educación para niños de 2 a 7 años, **Noggin**, que es un servicio dirigido a los pequeños del hogar, servicio para disfrutar de las mejores series de la televisora estadounidense Nick Jr, en un ambiente divertido, educativo y seguro. Asimismo, ofrece contenido de diferentes plataformas como son: **HBO, Picardía Nacional, Indycar, Stingray Karaoke, StinGray Quello**, estos dos últimos pertenecientes al género musical. (ClaroVideo, S.f)

Claro Video es una buena alternativa para todas las personas que tienen contratado Telmex y no tienen la posibilidad de contratar alguna otra plataforma, pero el que se adquiera en paquete afecta la emoción de la capacidad de elección, la cual es valiosa cuando los consumidores deciden adquirir algo relevante para ellos, como el caso de las plataformas OTT. En algunos casos saben que la tienen, pero no la utilizan en ninguna circunstancia. (IFT,2021).

Una de las plataformas que se manejan de una forma parecida es **Amazon Prime Video**, la cual es una suscripción de Amazon por la que por pagar una cuota anual o mensual puedes acceder a servicios exclusivos, algunos de estos son: envíos gratis o acceso exclusivo a ofertas especiales, así como su contenido en la plataforma de Prime Video. Esta plataforma ofrece contenidos para todo público e infantil, así como contenidos creados por la misma plataforma como hace Netflix, igualmente la plataforma tiene bloqueados algunos de sus contenidos para comprarlos o adquirirlos.

Existe otra plataforma conocida como **HBO**, creada a partir del canal de cablevisión que tenía el mismo nombre, este servicio OTT ofrece contenido por suscripción,

tiene contenidos de todas las series y películas exitosas de HBO como lo son: *The Big Bang Theory* y *Friends*, *Game of Thrones*, contenido de la casa productora de los héroes e historias icónicas de DC comics, entre muchos otros más. Esta plataforma tiene control parental y brinda contenido a los niños de casas productoras como *Cartoon Network*, como tal si es amigable con ellos, pero tiene más contenido dirigido a los adultos o jóvenes adultos.

Por último, dentro de estos servicios de suscripción de paga se encuentra **Disney+**, la plataforma dirigida con más detenimiento a los pequeños del hogar. Pertenece a la compañía The Walt Disney Company mediante su división Disney Media and Entertainment Distribution. La plataforma ofrece contenido como películas y series de televisión producidas por *The Walt Disney Studios* y *Walt Disney Television*. También ofrece contenido de su estudio aliado Pixar, además de otras marcas que ha adquirido a lo largo de su historia como lo son *Marvel*, *Star Wars*, *National Geographic*, *Fox*, etc.

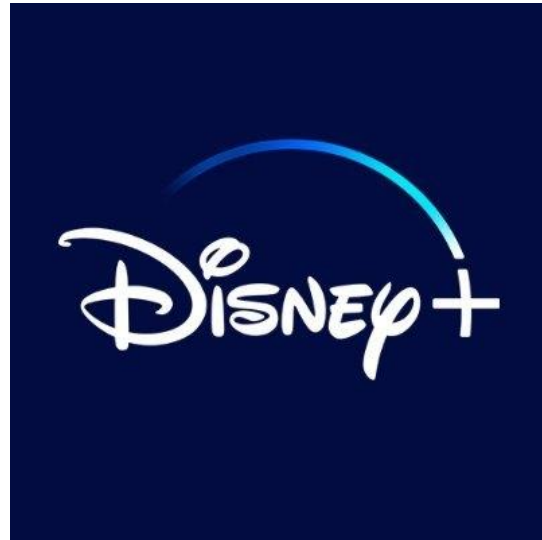


Imagen 2. Disney+ [@disneyplusla], (12 de noviembre 2021), [Imagen] Facebook <https://bit.ly/3GluH8r>

Disney Plus fue estrenada en Estados Unidos el 12 de noviembre de 2019, ofreciendo en un principio cerca de 500 películas y 7,500 episodios de series de televisión, la plataforma se extendió en esas mismas fechas a Canadá, Países Bajos, Nueva Zelanda y Puerto Rico. Fue hasta marzo de 2020 que la plataforma se expandió al oeste de Europa en países como el Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, España y otros países. (The Walt Disney Company, 2019).

La espera fue algo larga para que Disney Plus llegara a México y a Latinoamérica, ya que fue hasta un año después, el 16 de noviembre de 2020, que llegó a nuestro país, así como diferentes países de Sudamérica, generando en los consumidores emoción para contratar dicho servicio. Una de las razones por las cuales se tardó

tanto tiempo en establecerse en nuestro país, fue por el hecho de que Disney retiró del catálogo de Netflix, Amazon, Claro Video, así como de otras plataformas todo el contenido que le pertenece a la compañía, esto con el fin de crear su propio nicho de mercado y así las personas contraten su plataforma. Todas las plataformas que tenían contenido de Disney tuvieron la oportunidad de tenerlo en su catálogo hasta un mes antes de su estreno, ahora a las plataformas les toca ofrecer su propio contenido u de otras marcas para hacerle competencia. (León, 2020).

Disney Plus, además de tener su estrategia para crear su propia comunidad, llegó en el momento preciso para que las personas contrataran el servicio, esto debido a la pandemia de la COVID-19. En Estados Unidos el servicio se estrenó meses antes de que comenzará el confinamiento, pero en otros países llegó justo en el momento de reclusión y cierre de lugares públicos, teniendo con esto una entrada más accesible al consumo del público.

Gracias a las circunstancias por la pandemia, la plataforma ideó diferentes estrategias para estrenar varias de sus películas dentro de ella, ya que la gran mayoría sino todos los cines del mundo cerraron como medida precaución al contagio.

De este modo se difundieron dentro de la plataforma películas de las casas productoras The Walt Disney Company (*Raya, Mulán, Unidos*), Pixar Studios (*Soul, Luca, Turning Red*). Asimismo, la plataforma aprovechó el momento para estrenar series del mundo de Star Wars (*The Mandalorian, The Book of Boba Fett*) tal como de Marvel (*Wandavision, Loki,*



Imagen 3. Loki [@loki], (18 de marzo 2021), Start your countdown to the glorious arrival of Marvel Studios [Poster] Instagram. <https://bit.ly/3FnhvoR>

The Falcon and the Winter Soldier), entre otros contenidos que generaron enganche en los espectadores.

Fueron estas soluciones y los contenidos que ofrecían en el momento lo que generó la contratación de este servicio en las familias del mundo, además de su increíble publicidad generada al momento de su estreno y la ayuda de muchos usuarios que simpatizaban con la aplicación a través de redes sociales.

Ha sido tanto el interés de las personas que en el mes de agosto del 2022 la compañía contó con 221.1 millones de suscriptores en sus plataformas, superando por primera vez a Netflix con 220.6 millones de abonados a su servicio. Pero a pesar de tan grandes audiencias ha tenido varias bajas en sus suscripciones y por esto la compañía ha pensado en crear paquetes más baratos que incluyan comerciales para ser más accesible con las personas y sigan disfrutando de su contenido, pero esto está por verse para el año 2023. (Milenio Digital, 2022).



Imagen 4. Disneyplusla [@disneyplusla], (8 de agosto 2022), PRIMER AVISO[GIF] Instagram.

El impacto de la aplicación ha sido tan grande de tal modo que el pasado 8 de septiembre de 2022 se llevó a cabo el llamado **Disney+ Day** (Día de Disney Plus), el cual es un evento en el que se conmemora su aniversario y al mismo tiempo se anuncian próximos estrenos en la plataforma y se dan ofertas especiales para nuevos usuarios, este evento va un poco de la mano con la convención D23, que se lleva a cabo en los Ángeles California y de igual manera se dan informes de nuevos contenidos de todo este mundo de entretenimiento.

Estas son algunas de las plataformas de suscripción con más renombre dentro de nuestro país que ofrecen contenido para todo público e infantil, la gran mayoría de estas plataformas tienen un apartado dedicado especialmente para los niños junto con el uso de control parental. Existen diferentes plataformas que ofrecen estos contenidos con diferentes precios y suscripciones, pero se debe de buscar y comparar los paquetes de cada plataforma para definir cuál es el servicio que más

les convenga a cada familia, relacionado con los contenidos que quieran ver, así como los ingresos del hogar.

COMPARACIÓN PAQUETES BÁSICOS DE PLATAFORMAS DE STREAMING

	NETFLIX	prime video	HBO max	Disney+	STAR+	Paramount+	LIONSGATE+	AppleTV+
PRECIO POR MES	\$99	\$99	\$75	\$159	\$199	\$79	\$89	\$69
COMERCIALES	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
RESOLUCIÓN	720p	4K	4K	4K	4K	1080p	1080p	4K
CATÁLOGO COMPLETO	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
PANTALLAS	1	3	1	3	3	3	4	5
¿SE VE EN TV?	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
¿SE VE EN MÓVIL?	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
DEPORTES EN VIVO	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓

SENSACINE MEXICO

Imagen 5. SensaCinemx [@sensacine], (18 de octubre 2022), Netflix lanzará un nuevo paquete con comerciales [Imagen] Instagram. <https://bit.ly/3N80Nwd>

El tener un servicio OTT se ha vuelto una necesidad de convivencia, pero también se debe de tomar en cuenta los ingresos de uno para poder adquirirlas. 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. Dentro de los de beneficios esperados con la contratación resaltan: Tener acceso a gran variedad de contenidos, que la OTT a se pueda usar en distintos dispositivos y estar en sintonía con las modas temáticas que imponen los contenidos de estos servicios. (IFT,2021).

Gracias a estas diferentes formas de decisión al contratar un servicio OTT, y por las diferentes consideraciones al contratar y dejar de usar una plataforma, se les ha clasificado a los clientes de dos diferentes formas:

Según el IFT (2021), clasificó a los consumidores de estas plataformas en el periodo de pandemia como dos perfiles, el primero fueron considerados como: **“Abandonadores”**, los cuales son aquellos quienes tuvieron una plataforma OTT y dejaron de pagarla, esto por razones económicas, viéndose en la necesidad de recortar gastos, siendo las plataformas su primera opción en descartar. La razón del abandono fue por razones económicas, no se reportaron elementos negativos (disgustos), así mismo está la intención de recontratarlas en cuanto las condiciones financieras lo permitan.

Y el segundo perfil fueron nombrados como **“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.)). (IFT,2021).

Son estos servicios de suscripción gratuita que permiten a la gran mayoría de la población acceder a contenidos, algunos de estos pueden encontrarlos de manera rápida y completa, otras veces solo ven el contenido a medias debido a que es lo que se les ofrece en esos momentos, pero esto los satisface al ya estar enterados de lo que está en tendencia.

1.2.2. Servicios OTT con suscripciones gratuitas en México

El servidor de suscripción gratuita más consultado a la hora de buscar vídeos para entretenerse y pasar el rato de manera gratuita es el conocido como **YouTube**, esta plataforma además de permitirte buscar contenido te permite compartir o subir tus propios videos para la creación de un canal que es totalmente gratuito. YouTube comenzó a ponerse en marcha en el año 2005 y en 2006 fue adquirido por Google, a partir de ese año se realizaron mejoras estructurales para convertirla hasta lo que es el día de hoy. (Peiró, 2019).

Esta plataforma tiene muchas ventajas para los creadores de contenido ayudándolos a monetizar los videos que realizan, creación de una comunidad, realizar negocios a través del patrocinio de ciertas marcas, entre muchas funciones

más, pero en esta ocasión no nos centraremos en la creación de contenido sino en su consumo de este. Los usuarios pueden acceder al servicio desde su cuenta de Gmail y ellos pueden suscribirse a canales que les agrade de manera gratuita, para que se informen con más velocidad acerca de lo que publican sus *youtubers* favoritos solo deben suscribirse a sus canales.

YouTube se maneja la mayor parte del tiempo como una plataforma gratuita, mostrando así anuncios antes de un video, pero además de esto tiene su propia plataforma de música similar a Spotify, ofreciendo una versión gratuita y Premium, también cuenta con la opción de alquilar una que otra película o serie de televisión que se desee ver, sus precios varían dependiendo de lo que se quiera observar.

Pero eso no es todo con esta plataforma, debido a que ofrece contenido dirigido especialmente para los niños con su sección llamada **YouTube Kids**, esta fue creada con la idea de ofrecer un entorno seguro para los menores en el que pueden navegar por sí mismos de manera fácil y divertida y así los padres y cuidadores puedan guiarlos mientras navegan y descubren el mundo de la web. (Youtube Kids, S.f).

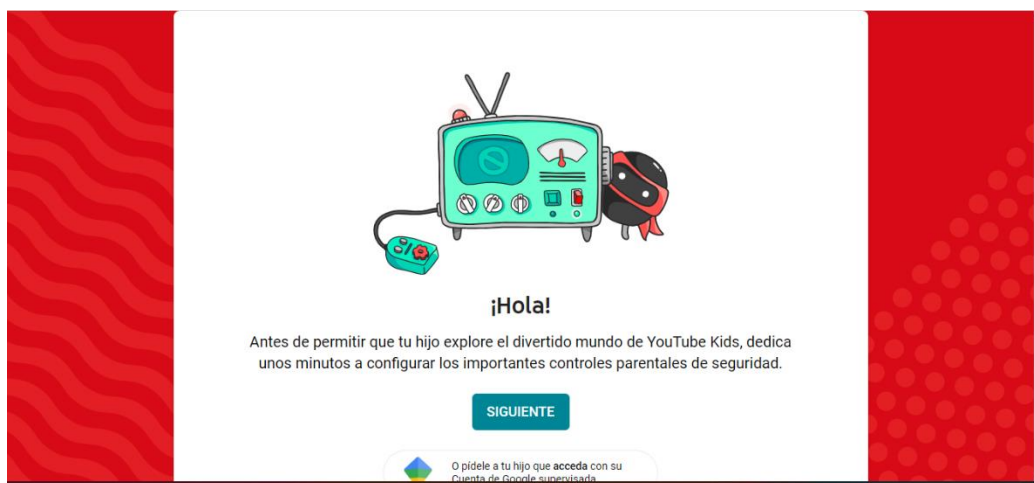


Imagen 6. Bienvenido a Youtubekids. [Captura de Pantalla] Fátima Vázquez, (21 octubre 2022)

Es una versión filtrada de YouTube, diseñada exclusivamente para que los niños exploren sus intereses en una experiencia controlada y apropiada según su edad. El equipo encargado de YouTube Kids desarrolló un conjunto de políticas de

contenido que tienen como objetivo determinar qué videos son aptos para ser parte de la aplicación, al mismo tiempo funciona mediante una combinación de filtros automatizados, revisiones manuales y comentarios de los padres de familia. De igual manera cuentan con la asesoría de una variedad de especialistas externos en desarrollo infantil, contenido multimedia para niños y familias y aprendizaje digital. (YouTube Kids, Sf).

YouTube ofrece una gran cantidad de contenido, accesible para todas las edades. En general predomina la oferta musical, programas de TV, películas, caricaturas, documentales, tutoriales, etc. En particular hay un gran reconocimiento y aprecio por parte de las audiencias con 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.). (IFT,2021).

Pero, aunque tenga su sección creada específicamente para los niños esta versión de la aplicación también es importante la supervisión adulta ya que siempre está en constante innovación y solo impide de una forma la llegada de otros videos, pero sigue siendo casi igual a la versión original.

1.2.3. ¿Las redes sociales son servicios OTT con suscripciones gratuitas?

En los últimos años los servicios OTT como las redes sociales han tenido un auge entre las personas, haciendo así que estas sean indispensables en nuestro día a día y en ocasiones considerarlas como un refugio o escape de la realidad por el contenido audiovisual que se difunde a través de estas. Si bien en varias redes sociales en la que su suscripción es gratuita (**Facebook, Instagram, TikTok y Telegram**), se llegan a difundir contenidos audiovisuales, estos no entran dentro de los servicios OTT.

En primer lugar, porque no son aplicaciones creadas con el fin de difundir específicamente contenidos de *streaming*, ya que las redes sociales son plataformas digitales formadas por individuos con intereses, actividades o relaciones en común, estas permiten el contacto entre personas funcionando como un medio para comunicarse e intercambiar información sin importar la zona

geográfica en la que se encuentren. (Editorial Etecé, 2021). Que, si bien sabemos que otra de sus funciones es el entretenimiento, su principal función no es el de tener un catálogo de contenido *streaming*.

Los contenidos que llegan a ser compartidos o encontrados en estas redes sociales no son difundidos de manera legal, dando con esto al término *Piratería de contenidos Audiovisuales*, una de las plataformas en las que se tiende a ver contenido ilegal es Facebook, gracias a su función llamada “Facebook live”, que anteriormente ya era utilizada por Periscope de Twitter, pero se popularizó con Facebook en el año 2016, abriendo la brecha a que diferentes redes sociales optaran por agregar esta función a sus servicios. La función de “live” permite a sus usuarios interactuar a través de la transmisión de videos en vivo, dicha transmisión puede hacerse mediante una página de Fans o de una cuenta personal de Facebook, Instagram y TikTok o de cualquier otra red social que permita esta función. (García, 2017).

Esta opción fue creada principalmente para conectar a las figuras públicas con sus seguidores, pero no tardó en cambiar su objetivo y que se usará con otros fines. Una de las maneras en la que se realiza esta acción es a través de una cadena de perfiles, cuentas temporales, enlaces y softwares que aprovechan la facilidad para acceder y usar el servicio de *streaming* para retransmitir el contenido que deseen.

La cadena de perfiles está compuesta por una cuenta temporal que se elimina al terminar la transmisión, una cuenta intermediaria y una página de fans principal (Fanpage). La cuenta temporal piratea la señal, posteriormente la cuenta intermediaria comparte la publicación de la transmisión pirateada, finalmente la Fanpage principal anuncia a sus seguidores que la transmisión está disponible en la cuenta intermediaria para que la observen. Todo esto con el objetivo de que las páginas de Fans con miles de seguidores no corran el riesgo de que Facebook elimine sus contenidos o sus cuentas, y que las cuentas que piratean la señal de los partidos sean más difíciles de rastrear. (García, 2017).

También existen otras formas en la que la transmisión no requiere de una red tan elaborada, en ocasiones el usuario toma las transmisiones de canales online o de páginas que transmiten los contenidos, las piratea mediante programas y reproduce y comparte la transmisión. Existen diversas páginas en las que se realizan estas

acciones, pero en la gran mayoría de los casos son las relacionadas al mundo del anime, páginas de bandas de música, páginas de caricaturas que se emiten en otros países entre muchas otras más.

La gran mayoría de los usuarios que acceden a este tipo de contenido no son conscientes de toda la red que se maneja para poder transmitirlos, lo importante es estar al día con lo que sucede con su serie, anime, película o banda a la que el niño o adolescente siga con fervor. Cada plataforma tiene sus términos y condiciones para poder usarlas y si el usuario llega a infringir una de sus normas, la cuenta será sancionada, dependerá de cada red social el castigo que se le dé por la transmisión de estos contenidos.

Asimismo, debemos mencionar que el acceso a contenidos infantiles a través de las redes sociales no es recomendable, debido a que la edad requerida para acceder y crearse una cuenta en la gran mayoría de las redes sociales es a partir de los 13 años, en virtud de que muchos de los contenidos que puedan llegar a aparecer son para mayores de edad, estos pueden tener palabras altisonantes o imágenes no recomendadas para los niños.

De igual manera existe el riesgo de que en este tipo de redes se puedan encontrar perfiles falsos que pueden ser de adultos que se aprovechan de la cercanía para tratar de seducir con sus ideas e invitaciones a los niñas, niños y adolescentes con fines mal intencionados. Este tipo de redes también ayudan a la exposición de rutinas y condiciones de vida, porque aportan datos socioeconómicos que pueden ser usados en para fraudes, secuestros, etc. Si en dado caso el adulto permitiera al infante tener este tipo de redes resultaría 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. (IFT,2021).

Estas son algunas razones por las cuales las redes sociales no son consideradas como medios audiovisuales y mucho menos aptos para el alcance de los infantes, el permitir que los niños tengan acceso a ellas va a requerir de mucha supervisión

de los padres de familia al momento de utilizarlas, debido a que los contenidos que se llegan a presentar dentro de ellas.

Capítulo 2: Las teorías de comunicación de masas y los nuevos medios audiovisuales

En este capítulo se relacionarán las nuevas formas de ver contenido infantil con las teorías de las masas del enfoque funcionalista de la comunicación presentadas por los autores **Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Carl Hovland**, con la presentación y elección de sus contenidos, así como la manera en que puede influir de comportarse en la sociedad.

2.1 Enfoque funcionalista de la comunicación

Las teorías de las masas son aquellas que se centran en estudiar los comportamientos de un conjunto colectivo de grupos denominadas como masas, que tienen contacto con algún medio o líder de opinión. Las masas pueden contagiarse de las ideas o conceptos de ideas de lo que se les presenta, imitando sin cuestionar nada al respecto, generando que pierdan su autonomía e independencia, quedándose solamente con lo que los líderes de opinión digan.

Dentro de las masas más vulnerables, se encuentran aquellos que al no haber tenido estudios o no conocen mucho acerca del tema, no cuestionan acerca de aquellos que los dirigen, creyendo todo lo que digan cayendo en el juego que tenían planeado.

Una de las teorías con las que podemos relacionar con la presentación de los contenidos en plataformas *streaming*, así como televisión abierta es el **Enfoque Funcionalista de la Comunicación**, la cual es una teoría que afirma **que los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir que intenta persuadir a los espectadores. (Lozano, 2007)**

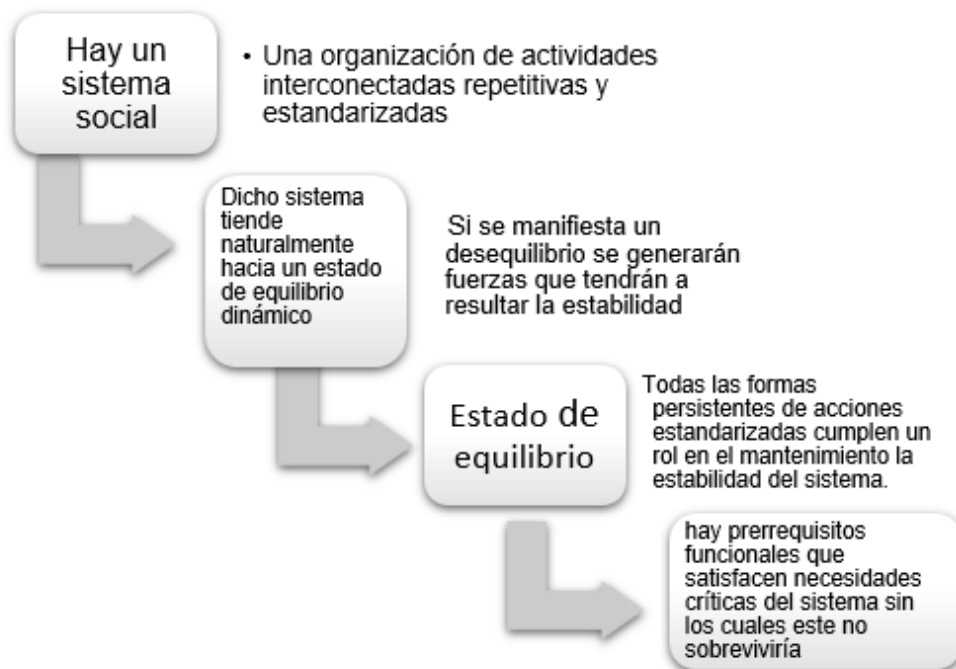
El enfoque funcionalista toma como base a diferentes autores como **Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Carl Hovland**, que además de aportar al enfoque funcionalista, crearon diferentes teorías que ayudan a explicar cómo es que los medios impactan e influyen en la elección de contenidos y lo que se desea ver; algunas teorías aún pueden ponerse en práctica, pero otras han sido

descartadas por la transformación de la sociedad con los medios a lo largo de la historia.

2.1.1 Origen, Representantes y primeras teorías del Funcionalismo

El enfoque funcionalista de la comunicación se originó a partir de la teoría funcionalista en sociología y antropología, que se desarrolló en las décadas de 1930 y 1940, iniciada por los estudios de **Augusto Comte, Herbert Spencer y Émile Durkheim**. El funcionalismo se convierte en el paradigma dominante en la sociología, gracias a las contribuciones de autores como **Bronislaw Malinowski, Radcliffe-Brown, Talcott Parsons y Robert K Merton (Mitchell, 1979, pp.85-88; Cuff y Payne, 1980, pp. 22-54 como se citó Lozano, 2007)**.

Según **Robert K. Merton** (Citado en DeFleur y Ball-Rokeach, 1989p.32) los postulados generales del funcionalismo sobre la naturaleza de la sociedad son cuatro:



Robert K. Merton (citado en DeFleur y Ball-Rokeach, 1989, p. 32 como se citó en Lozano (2007).

En pocas palabras podemos decir que el enfoque funcionalista de la comunicación es una perspectiva que se centra en el estudio de la comunicación desde las funciones que desempeña en la sociedad con las instituciones que difunden mensajes, para que a través de una buena comunicación haya una buena coordinación social y un buen funcionamiento de la estructura social.

el funcionalismo analiza la forma en la que la comunicación ayuda a satisfacer las necesidades y objetivos de las personas, así como los grupos que existen dentro de su sociedad, también se centra en los efectos y consecuencias que puede traer si es que no establecen buenos diálogos generando desorden y desestabilidad.

Harold Laswell fue uno de los primeros en identificar cómo es que el diálogo se daba entre las dos partes, esto lo escribió en su obra la estructura y la función de la comunicación en la sociedad publicada en 1948, en donde a través de un artículo propuso un modelo basado en 5 preguntas clave que ayudarían a comprender el papel de la comunicación en la sociedad estas preguntas son:

¿Quién dice qué?

¿A través de qué canal?

¿A quién?

¿Con qué efecto?

¿Con qué consecuencia?

En esta obra, el sociólogo estadounidense proponía estudiar la comunicación de masas desde dos marcos de referencia: su estructura y sus funciones. Sobre estas últimas Lasswell señala tres funciones:

1. **La supervisión del entorno:** Función de recopilar y distribuir información respecto del entorno. corresponde aproximadamente a la circulación de noticias.
2. **La correlación (interpretación):** Interpretación sobre el entorno y las sugerencias de cómo reaccionar ante los acontecimientos (editoriales, propaganda)

3. **Transmisión de cultura:** Actividades destinadas a comunicar el acopio de las normas sociales de un grupo, información, valores, etcétera, de una generación a otra (secciones culturales, documentales históricos y artísticos, etc). (Lozano, 2007).

Unos años más tarde en 1954 Charles R Wright agregó una cuarta función:

4. **Entretenimiento:** Actividad destinada primordialmente a distraer a la gente, independientemente de los efectos instrumentales que puede tener. (Lozano, 2007).

Actualmente la función que se pone en práctica es la del entretenimiento, esto debido a que la gran mayoría de las productoras estadounidenses se han encargado de difundir miles de contenidos dentro de sus plataformas con el fin de entretener a las personas, en especial a los fanáticos de ciertos programas.

Un ejemplo que podemos mencionar es a la industria de Marvel, que difunde contenidos relacionados con superhéroes y su universo cada año, creando una industria inalcanzable, haciendo que otras productoras como DC quieran competir, llenando a los usuarios de un sinfín de elecciones por ver.

Como conclusión podemos decir que el enfoque funcionalista de la comunicación ha evolucionado a lo largo de los años, ampliando los conocimientos por los teóricos y estudiosos influyendo en campos de los medios de comunicación, la sociología de la comunicación y la teoría de la comunicación organizacional.

A partir de lo establecido por los teóricos mencionados anteriormente, crearon varias teorías que podrían ayudar a entender cómo es que funcionan los medios con las audiencias, los **autores Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, Carl Hovland** entre otros, crearon las teorías de la comunicación conocidas como:

La Teoría de la aguja hipodérmica, Los efectos limitados, El flujo de comunicación de dos pasos, La agenda setting, Los usos y gratificaciones entre otras más, pero las que nos centraremos para esta investigación son las siguientes:

2.1.2. Teoría de la aguja hipodérmica

La Teoría de la Aguja Hipodérmica, también conocida como Teoría Hipodérmica, *Bullet Theory* o Teoría de la Propaganda surge en el período entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial, es decir, entre 1914 y 1930 con el objetivo de estudiar los efectos de la propaganda nazi.

Esta teoría sostiene que la audiencia está compuesta por individuos aislados que reaccionan de forma individual a las diferentes órdenes de la comunicación es decir “cada miembro del público de masas es personal y directamente ‘atacado’ por el mensaje” (Wright, 1975, p. 79). La forma en la que ingresaba el mensaje al sujeto se asemeja a la de una inyección o una bala, ingresando al sistema del público objetivo para que hubiera la reacción planeada.

“DeFleur (1979) señaló que la teoría de la aguja hipodérmica asumía que “ciertos estímulos habitualmente elaborados llegarían a través de los medios a cada uno de los miembros individuales de la sociedad de masas, que cada uno de ellos los percibiría del mismo modo que sus iguales, y que ello provocaría en toda una respuesta más o menos uniforme.” (Lozano, 2007, p.22).

Esta teoría se orientó directamente al área de publicidad y propaganda, por ello **Paul Lazarsfeld y Herta Herzog**, investigaron acerca de si realmente impactaba por igual a todas las masas, para esto se llevó a cabo el estudio de investigación en la campaña de Roosevelt, demostrando que la influencia de la propaganda era baja. A partir de aquí otros investigadores comenzaron a desarrollar la idea de que existen otras formas de llegar a las masas, descartando la teoría por completo. (Euroinnova, S.f)

Aunque sabemos que la teoría no fue aplicable con las audiencias, podríamos decir que actualmente varios programas aún podrían tratar de insertar mensajes indirectos a la población, a través de crítica social política, del calentamiento global, feminismo, entre otros temas, para que el sujeto analice lo que le fue presentando, dando su propio sentido de acuerdo con lo que ha vivido.

Relacionado con los contenidos infantiles, esto va a ser diferente ya que la gran mayoría de los programas están diseñados para sus respectivas etapas de

aprendizaje, por lo que es más complicado presentarles mensajes indirectos que puedan comprender en su totalidad.

2.1.3. Teoría de la influencia de los dos pasos

Al descartar la teoría de la aguja hipodérmica, los investigadores Paul Lazarsfeld y sus colegas decidieron continuar con sus investigaciones en la década de 1940, aún período de la Segunda Guerra Mundial, para tratar de encontrar la razón por la cual los medios de comunicación masiva influían en la selección de candidatos presidenciales, comenzando un nuevo estudio de la comunicación

Para llevar a cabo su investigación utilizaron la metodología de las encuestas, entrevistando a las personas fechas antes de las elecciones. **Paul Lazarsfeld encontró que los medios de comunicación masiva no tenían una influencia decisiva a los votantes, sino que estos eran persuadidos mayormente por miembros de su grupo primarios o de referencia a los que consideraban líderes de opinión.** (Lozano, 2007).

Según lo mencionado por Chaffee y Hernández Ramos en las investigaciones de Lazarsfeld en Ohio, en las elecciones presidenciales estadounidenses de 1940 y las de Elmira (Nueva York) en 1948, concluyeron que:

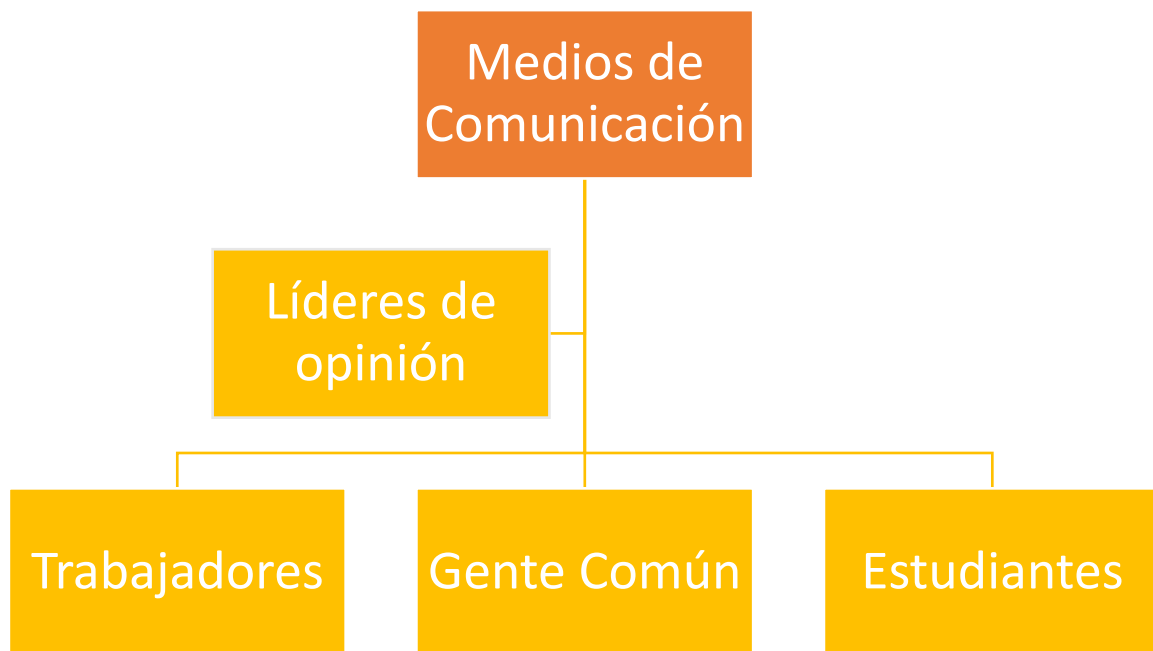
“El impacto de los medios es por lo común muy limitado debido a que la lealtad al partido elegido y las conexiones sociales interfieren y neutralizan los mensajes de los medios masivos en los que no se tiene tanta confianza como en la propia familia los amigos y los compañeros del trabajo. la influencia no va directamente de los medios al individuo, sino que llega a la mayoría de las personas a través de un número pequeño de personas informadas que filtran las noticias para todos los demás llamados líderes de opinión. (Lozano, 2007, p.28).”

Paul Lazarsfeld en conjunto con otros investigadores como Bernard Berelson y Katz, desarrollan así el enfoque de la influencia personal también llamado enfoque de los efectos limitados, destaca la importancia de los contactos personales sobre la exposición de medios de comunicación masiva o de flujo de la comunicación en 2 pasos, enfatizando el proceso de circulación de información y opinión de los medios a los líderes y de estos a sus seguidores así los medios refuerzan predisposiciones valores y actitudes preexistentes.(Lozano, 2007)

En resumen, podemos decir que los individuos más educados serán aquellos que acudan a los medios de masas, las personas seleccionarán aquellos programas que se adecuen con sus opiniones y formas de pensar, del mismo modo se sentirán más seguros con los medios que presenten más información del tema.

Además de ser influidos por lo que se le presenta en los medios y por parte de los líderes de opinión, las personas pueden ser influenciadas por lo que sus familiares, amigos, vecinos o compañeros de trabajo opinen, cambiando así su manera de pensar.

A continuación, se presenta un esquema de cómo es que funciona la teoría de los dos pasos en la sociedad.



Denis McQuail y Sven Windahl, *Communication Models*, Longman, Londres y Nueva York, 1981p. 49 como se citó en Lozano (2007).

Aunque esta teoría se vio aplicada con los líderes de opinión y partidos políticos, en la actualidad las nuevas figuras a los que siguen las personas son a los artistas o *influencers*, siendo estos los que dicten lo que se debe consumir y que no, la llegada de las redes sociales ha ayudado a que diferentes marcas puedan patrocinar sus productos de manera inconsciente, así como los programas que debe uno o no ver.

Es importante que, si en algún momento algún niño tiene contacto con alguno de estas recomendaciones de que ver, se le supervise y se le explique por qué puede o no puede ver el contenido, ya que al igual que los medios pueden influir en su decisión, también influye la convivencia con sus compañeros de clase, entre otros factores que se explicaran más adelante.

2.1.4 Teoría de usos y gratificaciones

Una de las teorías que se relacionan con el tema es **la teoría de usos y gratificaciones**, donde los individuos seleccionan y usan diferencialmente los medios de comunicación para gratificar o satisfacer las necesidades que experimentan, seleccionando diferentes alternativas para satisfacer su entretenimiento optando por ver la televisión, ir al cine, escuchar la radio etc.

Diversos teóricos coinciden en señalar que las raíces de este enfoque se remontan de la década de 1940 cuando Herzog realizó un estudio sobre el por qué las amas de casa escuchaban radio novelas dando como resultado que las gratificaciones que obtenían al exponerse a ellas eran tres: **1) escape emocional 2) obtención de las sugerencias sobre cómo enfrentar ciertos problemas y 3) deseo de experimentarlo lo mismo que los protagonistas.** (Lozano, 2007).

La gran mayoría de las personas buscan escapar de su realidad por cualquier medio, actualmente las personas ya no lo hacen con radionovelas como el estudio presentado por **Herzog**, muchos lo hacen a través de series de televisión, reality shows o a través de diferentes redes sociales, el medio que elijan los hará escapar

un rato de sus problemas, haciendo que olviden su realidad por un rato, ayudándolos a relajarse.

Es a partir de que el usuario esta activo en la elección de lo que desea ver que diferentes servicios han comenzado a crear sus programas especialmente para ellos, gracias a esto se establecieron unos supuestos de los usos y gratificaciones, los cuales son los siguientes:

Supuestos del enfoque de usos y gratificaciones

Se concibe el público como activo	Parte del consumo de los medios es considerada como necesidad del público, ya que dadas sus disposiciones, sean psicológicas o sociales, experimentan una satisfacción de necesidades mediante su conducta en el uso de los medios.
El público busca la iniciativa de la gratificación y la elección de sus contenidos	El público es quien selecciona activamente los mensajes que desde su perspectiva pueden satisfacer sus necesidades, además de brindarles gratificación. Esto rechaza la premisa acerca de los medios son aquellos que influyen en la elección de contenidos pues la audiencia es quien elige que consumir.
Los medios compiten con otras fuentes de necesidades	Las necesidades que se satisfagan a través de los diferentes medios de comunicación, forman parte de un gran espectro de necesidades humanas, por lo que la capacidad para satisfacerlas

	mediante el consumo de los medios va a variar según el caso.
Las personas tienen conciencia de sus intereses sus motivos y del uso que le dan a los medios	Las personas son conscientes para expresar sus intereses y motivos en diferentes situaciones, pueden reconocer su sentir para enfrentar a los medios en una comunicación verbal inteligente y familiar.
La audiencia es la que puede valorar los contenidos de los medios	La calidad y la relevancia social de los mensajes de los medios debe juzgarse en función de los usos que les dan los miembros del público.

Fuente: Katz, Elihu, Jay Blumer y Michael Gurevitch. Usos y gratificaciones de la comunicación de masas en Miguel de Moragas (ed.) Sociología de masas, vol.2 Gustavo Gili, Mass Media, Barcelona, 1986, como se citó en Lozano, 2007.

Dentro de esta teoría, los miembros son aquellos quienes pueden elegir sus contenidos además de poder dar una crítica de estos a través de redes sociales o diferentes medios. Un ejemplo que podemos dar es la aplicación **LetterBoxd**, aplicación en donde usuarios rankean a las películas, generando así que otros puedan ver sus recomendaciones y decidir si ver la película o no.

Tipología de usos de la televisión de McQuail, Blumer y Brown

Según los autores McQuail Blumer y Brown, clasificaron los usos y gratificaciones de la televisión de la siguiente manera:

1. **Diversión:** En este se incluye el escape de la rutina la evasión de los problemas y el desahogo emocional
2. **Relaciones personales:** En el que se incluye la compañía y la utilidad social

3. **Identidad personal:** Que se refiere a la referencia personal que pueden observar de sus personajes en televisión, explorando la realidad y refuerzos de valores
4. **Supervisión:** Se refiera a la obtención de la información

Esta tipología puede ser relacionada con las gratificaciones que pueden obtener los niños al momento del visionado de televisión o plataformas streaming, podemos ejemplificarlo de la siguiente manera:

Entretenimiento: Los niños ven contenido que les resulte divertido y entretenido, buscando programas de televisión, películas o juegos que les brinden diversión por medio del juego.

Relaciones personales: Los niños pueden buscar diferentes contenidos que les permita conectar con sus amigos, estos pueden ser a través de programas de televisión videojuegos u otras plataformas que sean correspondientes a sus edades. El que puedan conectar con otros les brindará la oportunidad de interactuar y poder pertenecer a un grupo de amigos.

Identidad personal: Los niños pueden buscar su identidad a través de lo que se observe en la televisión, identificándose con algún personaje que le brinde un buen modelo de comportamiento digno de admirar y así aprender de sus acciones y valores.

Supervisión: Los niños pueden aprender a través de programas educativos, así como aplicaciones en donde se les pueda proporcionar diferentes formas de aprendizaje acerca de diferentes áreas de conocimiento.

Actualmente es más fácil que los niños tiendan a seleccionar sus propios contenidos, esto gracias a la llegada de diferentes plataformas, por esta razón es importante mencionar que lo que el niño observe en televisión o servicios streaming formará parte de su día a día y podría moldearlo en su forma de ser del futuro.

Hay que tomar en cuenta las respectivas clasificaciones de cada programación, así como tener conciencia de sus edades para no obligarlos a crecer rápido, buscando programas que se adapten a su etapa de conocimiento.

Capítulo 3. El contenido audiovisual infantil y su crecimiento

En este capítulo se presenta una de las formas por las cuales los niños pueden obtener el conocimiento, basándonos en los autores de la psicología Jean Piaget, y la teoría de Albert Bandura, al mismo tiempo se abordará el tema de la supervisión de los padres al momento de ver los contenidos.

3.1. El crecimiento infantil y los nuevos medios audiovisuales.

Es bien sabido que todo lo que rodea a las personas y en este caso a los niños, va a impactar en la forma de su desarrollo y su crecimiento. En la mayoría de los casos, en las familias se procura que los niños crezcan en el mejor entorno posible al brindarles todo lo necesario para que así en un futuro sean personas de bien, aunque los padres pongan todo su empeño para que éste crezca con una buena guía, el exterior le va a enseñar diferentes formas de ver la vida y esto impactará en su crecimiento diario.

Este entorno externo puede ser el colegio, sus amigos y mayormente lo que éste observe en la televisión como de los nuevos medios audiovisuales. Y aunque suene un poco catastrófico dejar que los niños se rodeen de otras formas de conocimiento externas a los padres de familia, realmente no son todos malos para el infante, debido a que todo lo que adquiera le servirá como lección de vida en su crecimiento ayudándole a formar nuevas experiencias en su día a día.

El exponer a los niños al medio televisivo puede traer tanto ventajas como desventajas para su desarrollo dependiendo del contenido que observe, Rojas (2008), menciona que es necesario tener en cuenta que el desarrollo neurológico y emocional del niño es distinto del adulto, la maduración cerebral finaliza alrededor de los 18 a 20 años, de igual manera resalta que en los niños menores de 5 años existe una marcada capacidad de fantasía y perciben las imágenes de la TV como reales y verdaderas, antes de los 10 años la capacidad de razonamiento crítico y relacional está limitado. Por eso mismo la autora menciona que se recomienda que los menores de 10 años no deberían estar expuestos a telenovelas, ni noticieros de

TV cuyo sensacionalismo y crudeza de imágenes pueden provocar trastornos del sueño y miedos que alteran su diario vivir.

Si vemos este tipo de crecimiento relacionado con su neurodesarrollo y desde una perspectiva psicológica podemos mencionar a Jean Piaget, quien menciona que los niños comienzan a construir activamente su conocimiento a través de acciones sensoriales y motrices en interacción con el medio, posteriormente ocurre el desarrollo cognoscitivo que se divide en etapas que le permiten mejorar la capacidad de construir, organizar y diferenciar esquemas complejos, dando lugar a los niveles de estadio evolutivo. Piaget las clasifica de la siguiente manera: *Etapa Sensoriomotor*, *Etapa preoperacional*, *Etapa de operaciones concretas*, *Etapa de operaciones formales*. (IFT,2021).

3.1.1. Etapa Sensoriomotora

La primera **etapa sensoriomotora** abarca desde el momento en el que nace el ser humano hasta que cumple 2 años, momento en el cual el bebé ya comienza a adquirir el lenguaje y articular frases simples, esta primera etapa del desarrollo cognitivo está basado por la interacción física del entorno a través de un juego que es experimental y se puede asociar también a experiencias que surgen de la interacción con personas, objetos o animales. En esta etapa, los bebés juegan para satisfacer sus necesidades mediante transacciones entre ellos mismos y el entorno. (Londoño, 2019).

En este período del ser humano podría decirse que el contacto televisor-niño es casi nulo, ya que el sentido de la vista apenas se va a adaptando a lo que el entorno le ofrece, debido a que pasó 9 meses en el vientre de su madre en un espacio de oscuridad; por esto es por lo que no es recomendable que tengan acceso al uso de pantallas u otros objetos que puedan lastimar su visión del recién nacido, lo ideal es que cohabita en un ambiente en el que sus ojos se adapten al mundo. Además de esto la atención de los niños en este momento está más puesta en los padres de familia o cuidadores, a lo que estos puedan enseñarle, ya sea juegos, palabras, objetos, etc.

3.1.2. Etapa Preoperatoria

La segunda etapa que postula Jean Piaget, una de la que nos centraremos para hacer relación con la televisión y los servicios OTT, es la **etapa preoperatoria**. En esta etapa de la niñez temprana abarca las edades de 2 a 7 años, aquí se generaliza el pensamiento simbólico o capacidad representacional que surgió durante la etapa sensoriomotora. Esta función simbólica adquirida por el infante es la capacidad para usar símbolos o representaciones mentales como son las palabras, números o imágenes a las que la persona ha atribuido significado, pero a pesar de que el niño ya sea capaz de distinguir símbolos aún no es capaz de usar la lógica. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

La forma en la que el infante adquiere diferentes habilidades dentro de esta etapa de crecimiento y desarrollo cognoscitivo, fueron clasificadas por Jean Piaget de dos maneras: el primero son los *avances cognoscitivos dentro de la niñez temprana* y el *segundo son los aspectos inmaduros del pensamiento preoperacional*, ambos van a hacer que el infante apropie comportamientos de conducta para así poder aprender a convivir con su exterior.

3.1.2.1. Los avances cognoscitivos dentro de la niñez temprana

El primero es el **uso de símbolos**, en este los niños no tienen que estar en contacto sensoriomotor con un objeto, persona o evento para pensar en él, esto se refiere a que el infante es capaz de recordar cosas que vio varios meses antes y preguntar por ellos, además pueden imaginar que objetos o personas tienen propiedades distintas de las que en verdad poseen. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012). Este tipo de comunicación a través de símbolos es la que ayuda a los niños a poder comunicarse con sus padres, cuidadores o compañeros de la escuela, pero al mismo tiempo trae consigo la preocupación de dejar ver a los niños cualquier contenido que se presente en televisión por el hecho de la imitación.

Los niños preescolares demuestran la función simbólica por medio del incremento de la imitación diferida, el juego de simulación y el lenguaje. La imitación diferida, que adquiere mayor solidez después de los 18 meses, se basa en la representación mental de un suceso observado antes. En el *juego de simulación*, llamado también *juego simbólico*, *juego de fantasía*, *juego de representación* o *juego imaginativo*, los

niños pueden hacer que un objeto, como una muñeca, represente o simbolice otra cosa, como una persona. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012 p. 228).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, el niño podría ser influenciado por lo que vea, escuche y esté rodeado, para crear sus juegos. Para esta etapa de la niñez, el infante ya tiene acceso al televisor u otros dispositivos móviles, por esta razón se sugiere supervisar los contenidos a los que tenga acceso, así como a los diferentes juegos que éste invente, pues podría imitar a su superhéroe favorito de alguna caricatura que haya visto o en otros casos escenas que haya observado en algún comercial o video de YouTube.

Hay que mencionar que gran parte de lo que se presenta en televisión son mensajes a través de signos y símbolos, que adquieren sentido y significado con base en códigos (perceptivos, de reconocimiento, estéticos, morales, sexuales, etcétera) y que tienen una relación directa con las formas de vida social adoptadas por la comunidad y van de acuerdo con las relaciones sociales de una sociedad determinada. En este sentido la televisión, es transmisora de conocimientos socializadores y es elemento clave en la conformación de los esquemas conceptuales y de la apropiación que del mundo hacen los sujetos. (Ahumada, 2010)

Estos símbolos y significados que observe el infante lo ayudarán a conectar con el mundo, no solamente para recordar objetos que vio en los programas de televisión, en el juego de la memoria y aprendizaje de vocabulario, sino que también aprenderá de la socialización, comenzará la iniciativa de querer conversar con diferentes personas, adultos o niños y adaptará a su vivencia los valores que se transmitan dentro de la televisión.

Otro de los avances que se dan en esta etapa es la **comprensión de identidades**, aquí los niños saben que las modificaciones superficiales no cambian la naturaleza de las cosas, esto se refiere a que los niños comienzan a identificar si, por ejemplo, su maestro está disfrazado de pirata, ellos saben que sigue siendo su maestro. En esta etapa también se da la **comprensión de causa y efecto**, esto se refiere a que se dan cuenta de que los sucesos son motivados por ciertas causas. Usan esta capacidad para ordenar aspectos de su vida, a partir de clasificar a las personas

como “buenas”, “malas”, “simpáticas”, “tacañas”, entre otros adjetivos, también pueden distinguir las cosas de las vivas a las inanimadas. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

El poder distinguir entre las características de las personas o personajes que ve en la televisión ayudará al infante a poder simpatizar con su familia o compañeros del colegio, así como aprender a distinguir lo que se debe de hacer y lo que no en varias circunstancias, un ejemplo que podemos mencionar es el hecho de no decir mentiras porque si lo haces te crecerá la nariz como a **Pinocho**, que aunque los niños distingan lo que es real y lo que no es real, el efecto de la acción ocurrida generará que el niño tenga miedo de mentir por el hecho de que le crecerá la nariz o hasta los mismos padres de familia pueden recurrir a esa historia para que el niño diga la verdad al momento de realizar alguna travesura.

También dentro de esta etapa el niño obtiene la **capacidad para clasificar**, esto significa que comenzará a organizar objetos, personas y eventos en categorías significativas, así mismo ya tienen **comprensión del número**, ya pueden contar y trabajar cantidades y se da lo que se conoce como **la teoría de la mente**, esto se refiere a que son conscientes de la actividad mental y del funcionamiento de su propia mente. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

Varios de los programas difundidos en televisión como en medios audiovisuales se centran en enseñar a los niños precisamente estos conceptos, se puede notar la capacidad de clasificar y la comprensión del número en los programas en donde les enseñan a aprender y a diferenciar los colores, repitiéndolos en inglés y en español, también les enseñan a contar diferentes objetos o animales que se encuentren en la pantalla, comúnmente lo hacen a través de dinámicas o con canciones, con esto ayudan a los niños con el juego de la memoria.

3.1.2.2. Aspectos inmaduros del pensamiento preoperacional

Todo lo que aprenda el niño en esta etapa le va a servir para su desarrollo en las siguientes etapas, así como la comprensión de su mundo como el que comparte con los demás y es precisamente el hecho de aprender a convivir con los demás lo

que genera que el infante pueda llegar a tener comportamientos que podrían clasificarlos como “malos”, pero son comportamientos que debe de adquirir para estar con la sociedad.

Una de las características principales del pensamiento preoperacionales es la **centración**, esto es la tendencia a concentrarse en un aspecto de la situación e ignorar al resto. De acuerdo con Piaget, los preescolares llegan a conclusiones ilógicas porque no pueden descentrarse, es decir, pensar en varios aspectos de la situación a la vez. La concentración puede limitar el pensamiento de los niños pequeños relativo a relaciones sociales y físicas. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012, p. 230).

Y es a partir de esta concentración que los niños pueden llegar a adquirir un comportamiento de **egocentrismo**, los niños pequeños suelen concentrarse tanto en su propio punto de vista que no pueden considerar el de otra persona, creen que el universo gira a su alrededor, este egocentrismo puede ayudar a explicar por qué a los pequeños a veces les resulta difícil separar la realidad de lo que sucede dentro de su cabeza. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

Debido a este comportamiento desarrollado en esta etapa, muchos programas infantiles enseñan el hecho de compartir con los demás, así como la empatía que mencionamos anteriormente, no es coincidencia que cada episodio de alguna caricatura infantil termine con alguna lección para el personaje.

La historia más común que se les presenta a los niños es en la que un personaje esconde algo que debía de compartir, pero al enterarse sus amigos de lo que hizo le dejan de hablar, para al finalizar el episodio darse cuenta de que su acto fue erróneo y es así como el personaje principal pide perdón y todos terminan felices. Episodios diseñados para combatir este tipo de comportamientos relacionados con el egocentrismo, también podría sugerirse que el padre de familia o cuidador explique al infante lo sucedido con el personaje y tenga mejor comprensión de la lección.

Otro aspecto inmaduro del pensamiento que se desarrolla es el **razonamiento transductivo**, esto significa que no usan el razonamiento deductivo o inductivo; saltan de un detalle a otro y ven causalidad donde no existe, también se da el **animismo**, que es atribuir vida a objetos inanimados y por último se da la

incapacidad para distinguir la apariencia de la realidad, esto es que confunden lo que es real con la apariencia externa, confunden los objetos, (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012). Un ejemplo muy marcado en esta última característica es que pueden creer que tienen en la mano una varita mágica o un sable de luz cuando en realidad es una rama de árbol, esto es común en niños que han visto *Harry Potter* o *Star Wars* y quieren pertenecer a estos mundos de magia o las galaxias.

Estos aspectos negativos ayudan a aprender a comportarse de diferentes maneras con sus compañeros y familia, pero al mismo tiempo también da una oportunidad a la imaginación, creación de historias y en algunos casos imitación de lo que vean en la televisión, pero todos estos elementos son los que hacen al infante disfrutar de una buena niñez, lo que no debemos olvidar es que se deben de corregir los malos comportamientos y enseñar las razones de porque no deben de hacerse las acciones.

3.1.2.3. Medios de Comunicación en la niñez temprana

Como bien hemos mencionado, en esta etapa preoperatoria los niños son capaces de comprender símbolos y gracias a esto pueden entender la naturaleza simbólica de la televisión, debido a esto les resulta fácil imitar las conductas presentadas en esta. A la edad de tres años los niños son consumidores activos de los medios y son capaces de prestar mayor atención a los diálogos y narrativas. (Huston y Wright, 1983, como se citó en E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

Que el niño preste atención a los diálogos y a las narrativas permiten que los niños aprendan a comunicarse de diferentes maneras y una de esas es a través del lenguaje, la exposición a la televisión o a los medios audiovisuales durante los primeros años de vida puede estar asociada con el desarrollo cognoscitivo, y aunque se mencione que este desarrollo puede llegar a ser pobre, se han encontrado avances cognoscitivos en niños mayores de dos años que son expuestos a programas que siguen un plan educativo. (Kirkorian et al., 2008, como se citó en E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

Es gracias a ese avance cognoscitivo que comúnmente se les sugiere a los padres primerizos que pongan a sus hijos programas en un segundo idioma distintito al de su lengua materna, el más común siendo el inglés, esto para que el niño aprenda desde pequeño vocabulario, expresiones y formas de hablar, facilitándole la comprensión del idioma cuando ingrese al jardín de niños o la primaria y aunque no se les ponga en otro idioma, existen programas que mezclan los idiomas para la enseñanza, un caso podría ser Dora la Exploradora.



Imagen 7. Bluesclueslive [[@bluesclueslive](https://www.instagram.com/bluesclueslive)], (6 de septiembre 2022), Grab a book and read [IMAGEN] Instagram. <https://bit.ly/3Gcz1NF>

El contenido que se le presente a los infantes va a ser un mediador importante para su crecimiento, es por esta razón que los padres tienen que limitar el tiempo que permanezcan sus hijos frente a la pantalla y seleccionar programas de calidad y diseñados para la edad de los niños, debido a que en esta etapa de la niñez aún no son conscientes de todos los contenidos que se les presentan.

3.1.3. Etapa de operaciones concretas

Esta etapa de la infancia abarca de los 7 a 12 años, también es conocida como la niñez media, en esta etapa los niños empiezan a usar la lógica para llegar a conclusiones válidas, pero para lograrlo necesitan situaciones concretas y no abstractas. También pueden categorizar aspectos de la realidad de una forma mucho más compleja, además de esto el pensamiento del infante deja de ser tan egocéntrico. (Londoño, 2019). Esta etapa de niñez abarca escolarmente lo que se le conoce como nivel básico o primaria, aquí el infante como bien se menciona aprenderá con las diferentes materias escolares a comprender cómo funciona el mundo real, pero también aprenderá de la convivencia con otros niños de su edad, experimentando sentimientos sociales y morales de cooperación. Asimismo,

comenzará a notar las diferencias de gustos de contenido entre sus compañeros de clase, abriendo así su brecha para buscar lo que le guste o podría gustar ver.

3.1.3.1. Avances en habilidades cognoscitivas durante la niñez media

Al igual que la etapa preoperacional, en este período también existen avances que se desarrollan conforme el niño o niña va creciendo, la gran mayoría de estos que se desarrollan son relacionadas con la lógica-matemática, el primero es la **categorización**, esta ayuda a los niños a pensar de manera lógica, incluye habilidades complejas como la *seriación* (capacidad para ordenar objetos a lo largo de una dimensión), *inferencia transitiva* (comprensión de la relación entre dos objetos conociendo la relación de cada uno con un tercer objeto) e *inclusión de clase* (comprensión de la relación entre el todo y sus partes. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012).

También se desarrolla **el razonamiento inductivo y deductivo**, los niños que se encuentran en esta etapa de operaciones solo utilizan el inductivo, a partir de observaciones de objetos o sucesos, con estos sacan conclusiones generales acerca de la clase como de todo, las conclusiones inductivas tienen que ser tentativas porque siempre es posible encontrar nueva información. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012). Gracias a que el niño puede generar conclusiones, puede comenzar a predecir lo que puede llegar a pasar en su película favorita o serie de televisión ayudándolo a de igual manera poner en práctica esas predicciones en su día a día.

Como esta etapa abarca hasta los 12 años, etapa en la que comienza la adolescencia, se desarrolla el **razonamiento deductivo**, aquí comienza con una afirmación de una premisa general acerca de una clase y la aplica a todos sus miembros particulares. Si la premisa es verdadera para toda la clase y el razonamiento es sólido, entonces la conclusión deber ser cierta. (E. Padilla, D. Feldman, Martorell, 2012). Esto lo puede hacer gracias a todo lo adquirido en su etapa escolar, debido a que es capaz de comprender mejor como es que suceden

los hechos y comienza a dejar de lado las hipótesis basadas en fantasía y comienza a enfrentarse a la realidad.

Dentro de esta etapa se le presentan al niño o niña programas en el que el protagonista debe de resolver sus problemas a través de la lógica, recabando información de los objetos que tenga a la mano al momento de la situación y varias ideas que pueda crear para solucionar su problema.

Una caricatura que podemos poner como ejemplo es *Marvel's Spiderman* (Spiderman de Marvel), estrenada en el año 2017 por DisneyXD, esta caricatura te cuenta la historia de Spiderman pero desde otra perspectiva, teniendo a un Peter Parker que asiste a una preparatoria de chicos super dotados amantes de la ciencia, gracias a esta presentación del héroe en un ambiente escolar, enseña a los espectadores, en este caso a los niños, a combatir el mal a través de diferentes maneras, teniendo así un episodio completo en el que Spiderman combate el crimen gracias al método científico, explicando paso a paso como se realiza este procedimiento, así los niños y niñas pueden aprender de ciencia mientras ven a su héroe favorito.

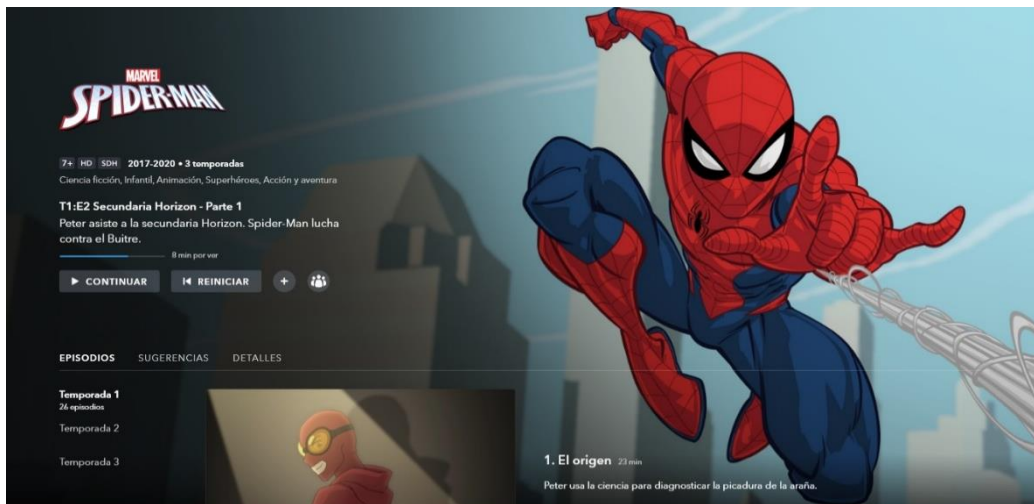


Imagen 8. Marvel, Spiderman (Disney Plus) Fátima Vázquez, (14 de noviembre 2022), [captura de pantalla]

3.1.4. Etapa de operaciones formales

Por último, se encuentra la etapa de operaciones formales que esta comienza desde la adolescencia, aquí aparece la lógica formal y la capacidad para trascender la realidad manejando y verificando hipótesis de manera exhaustiva y sistemática, también a partir de este momento se forma la personalidad y la inserción afectiva e intelectual en la sociedad adulta. (IFT,2021).

En esta etapa se deja de percibir a la persona como un niño, comienzan a presentarle más responsabilidades que en un momento no tenía, además comenzará a enfrentar los cambios físicos de la etapa de preadolescencia, este período es un brinco complicado, porque puede que aún le gusten contenidos infantiles, pero por querer encajar en algún círculo social, comenzará el conflicto interno de si dejar los gustos de “niños” por los gustos de “grandes”.

En esta etapa no nos centraremos pues queda fuera del rango de edad de la investigación, pero no queda de más informar acerca de cómo concluye la etapa de aprendizaje según lo mencionado por Jean Piaget.

3.2. Teoría de Albert Bandura o Aprendizaje Vicario y los medios audiovisuales

Como bien hemos mencionado a lo largo de este capítulo, la televisión y los servicios OTT forman parte de nuestra vida diaria y para los más pequeños del hogar este medio de comunicación es el que los acompaña la gran mayoría de las tardes después del colegio. “El medio televisivo coexiste con la escuela, la familia, el grupo de amigos, la iglesia, etc., por lo que debe cuestionarse que es lo que el televidente puede o debe hacer con la televisión.” (Ahumada, 2005, p.82). Este poder de decisión lo pueden realizar las personas adultas, pero para un niño en *la etapa sensoriomotora y preoperatoria* este tipo de decisiones le es difícil, puesto que no distinguen del todo el contenido que sea apto para sus respectivas edades.

La diferencia entre la realidad y la ficción resulta menos perceptible para el espectador, no porque éste no sepa distinguir lo real de lo que es creación inventada, sino porque la ficción se capta de manera irreflexiva como si se tratara de la realidad. Este tipo de lenguaje y carácter emocional influye especialmente a ciertos tipos de población como

los niños: debido a la abundancia de los espacios de ficción ya que los espectadores tienen cierta propensión a tomar como ficción lo que ven en pequeña pantalla y a proyectar en la realidad y la ficción idénticos tintes emocionales. (Sedeño,2005).



Imagen 9. Spiderman [@spiderman], (18 diciembre de 2021), *Spidey Saturdays are full of more web-slinging fun!*

Y esto sucede al presentarles películas de superhéroes en modalidad *live action*, comúnmente un niño que termina de ver “el hombre araña”, comienza a imitar al héroe y quiere trepar muros o lanzar telarañas, lo mismo con la mujer maravilla o cualquier personaje que se presente, los niños quieren imitar a quienes admiran, ya sea su forma de hablar, vestir o lo que hacen.

Y aunque haya frases que impacten en el aprendizaje moral de los infantes dentro de los contenidos ofrecidos y difundidos, también hay programas que muestran lo contrario a lo que deberían aprender, conteniendo lenguaje inapropiado o escenas subidas de tono.

Pero esto no es culpa del niño ya que parte de su aprendizaje se basa en la imitación y observación de sus personajes favoritos dentro de la televisión, este comportamiento podemos relacionarlo con la **Teoría de Albert Bandura**.

La teoría expuesta por Albert Bandura mejor conocida como *aprendizaje vicario u observacional*, explica que las personas pueden adquirir nuevas conductas sin la presencia de un reforzador obvio o de practicar directamente el comportamiento, lo único necesario en el aprendizaje puede ser que una persona observe a otra para llevar a cabo una determinada conducta, posteriormente el observador puede replicarlos cuando se le proporcione la oportunidad de reproducirlo que es más probable cuando el modelo observador recibe una recompensa visible. (Bandura, 1983 como se citó en Sánchez R, 2022).

Esta teoría se ve aplicada en todos los aspectos de nuestra vida, no solamente está enfocado con los más pequeños, siempre estamos en constante aprendizaje de lo

que observamos a nuestro alrededor, un ejemplo sería el no meter las manos al fuego porque nos quemamos, otro ejemplo sería el repetir acciones como frenar el automóvil cuando el semáforo está en rojo y avanzar cuando se pone en verde, hay miles de ejemplos de formas en las que hemos adquirido conocimiento y seguimos adquiriéndolo, pero esto se ve más reflejado dependiendo de lo que vemos en televisión, redes sociales y diferentes plataformas de *streaming*.

Es muy común que se nos queden en la mente palabras que hemos escuchado de nuestro programa favorito, formas de actuar y a veces hasta de vestir, estos comportamientos los vamos añadiendo a nuestra vida para sentirnos parte del programa o de la comunidad a la que hace referencia. Toda esta teoría está relacionada a lo que es un proceso de modelamiento, con el cual se puede adquirir aprendizajes a través de modelos, este proceso se divide en cuatro etapas:

La primera etapa es **la atención**, prestar interés a una acción para que enriquezca nuestro aprendizaje, la segunda etapa es la **retención**, que es recordar todo aquello a lo que hemos prestado atención, retenerlo y hacerlas resurgir para reproducirlas con nuestro comportamiento, la tercera es la **reproducción**, que es traducir las imágenes y descripciones al comportamiento actual, estas van mejorando con la práctica. Por último, está la **motivación** necesaria para reproducir una conducta, estar motivados a imitarla, esto puede ser en virtud de *refuerzos pasados* (algo que nos ha gustado aprender anteriormente), *refuerzos prometidos* (aquellos beneficios futuros que nos empujan a querer aprender) o *refuerzos vicarios* (nos da la posibilidad de recuperar el modelo como refuerzo). (Sánchez R, 2022).

Este proceso de modelamiento lo podemos ver reflejado en cualquier acción de aprendizaje, podemos relacionarlo con las recetas de cocina, deportes, ejercicios de matemáticas, entre otras acciones más que realizamos diariamente para nuestro aprendizaje de vida, pero este tipo de modelamiento también se ve reflejado a través de lo que se observa en los programas de televisión, de hecho, existen programas infantiles como lo que era *Art Attack* o *Mister Maker*, en dónde enseñan a los niños a cómo hacer manualidades y otras actividades.

Pero hay que mencionar que, aunque existan algunos programas que sean enriquecedores para que los niños puedan realizar ese tipo de actividades relacionadas con el aprendizaje, existen otros programas que se exhiben en los medios que podrían generar que el infante adquiriera comportamientos no ideales.

Albert Andura identificó en su investigación, que nuestras percepciones de la realidad social están influenciadas por experiencias vicarias de los medios de comunicación masiva, especialmente los audiovisuales, estos son los que determinan la percepción de lo exterior, reproducen en sus prácticas narrativas los elementos básicos que desencadenan la actividad de la observación. Al mismo tiempo, son capaces de fijar ciertas marcas o referencias que instruyen los mecanismos de autocontrol del individuo en sus comportamientos. (Sánchez R, 2022).

Es tanta la influencia de los medios con los seres humanos que muchas veces pueden determinar la forma de ser en un periodo corto de tiempo, adquiriendo la personalidad de su personaje favorito, pero algunas veces puede ocurrir que el infante se sienta identificado con el antagonista y no con el héroe y es ahí cuando debe de tenerse cuidado.

Dentro de esta teoría también se postula que el aprendizaje de las conductas a través de los medios, por ejemplo, aquellos que tienen un carácter agresivo aumentan la propensión a la agresividad e incluso conducen a que personalidades violentas de la ficción audiovisual puedan aparecer como modelos de referencia, efectos que se acentúan en etapas de 'observación' cognitiva social tan intensa como es la infancia y la juventud. Este tipo de violencia no se produce de manera automática, pero si puede aumentar la posibilidad de que se repita la conducta aprendida en su entorno social (Infoamérica, s.f.).

Esto nos indica que los medios de comunicación no sólo producen efectos de entretenimiento e información, sino que también puede contribuir a la difusión de ejemplos y modelos a seguir en las personas, siendo también estos modelos promotores de la modernización, del progreso y de las tendencias, así como de lo

que se debe o no se debe hacer, afectando así a todos los consumidores de estos medios y en especial los más pequeños del hogar.

Albert Bandura predijo que nuevos desarrollos en la tecnología de la comunicación permitirían a las personas observar cualquier contenido cuando quisieran, hecho que estamos viviendo en la actualidad a través de las plataformas OTT y en la difusión y adopción de tendencias a través de redes sociales. De acuerdo con esta teoría, el uso cada vez mayor de este tipo de modelos simbólicos, provocaría que padres y madres, docentes y otros modelos de roles tradicionales ocuparan papeles menos prominentes en el aprendizaje social. Y es así como en nuestros días las viejas normas de educar a los niños han tenido que aliarse con los nuevos medios de comunicación para el aprendizaje continuo. (Sánchez R, 2022).

Por este motivo la supervisión adulta mientras los niños observan contenido ya sea en televisión abierta y plataformas *streaming* es indispensable para el crecimiento de los niños y la comprensión de su mundo con el tecnológico, esto sin exceder a la prohibición de contenidos en su totalidad.

Capítulo 4. La supervisión adulta y el contenido infantil

En este capítulo, se hablará acerca de la supervisión adulta al momento en el que los niños ven la televisión, las ventajas que tiene el uso del control parental y también se presentarán las ventajas y desventajas del uso del control parental que se encuentran dentro de la aplicación de Disney Plus.

4.1. La supervisión adulta durante el visionado

La familia es un factor importante al momento de ver contenidos en la televisión como en servicios OTT, ya que en muchos casos los padres de familia o cuidadores se encargan de seleccionar los contenidos que el infante verá; tener una comunicación asertiva dentro de este entorno es muy importante y enriquecedora ya que si los padres se interesan de los gustos de sus descendientes favorecerá en el proceso de crecimiento y de convivencia con el medio.

El estilo de comunicación básico en el hogar es simétrico porque es afectivo. En la familia la comunicación es de tinte predominantemente emocional; lo que se espera que esté presente son los sentimientos, y sentimientos positivos, porque el consenso social es que los miembros de la familia se intercambian cariño y basan sus relaciones en códigos donde cuentan mucho las manifestaciones afectivas. (Loscertales y Núñez 2006, p.8).

Basándonos en la relación que tenga con sus padres y los sentimientos que el niño reciba a través de sus progenitores, ayudarán en su convivencia con su entorno y recepción de valores que éste transmita a sus compañeros o familiares mismos, además de esto hay que tomar en cuenta que dentro de esta comunicación familiar existen temas que deben de hablarse para que den lugar a buenas relaciones externas de su hogar.

Los padres deben de enseñar acerca del estatus social de sus miembros en el interior del hogar, así como del estatus de los miembros en el exterior (amistades y ocupaciones), asimismo, comentar de los aspectos económicos, relaciones personales, los padres de familia deben de acompañar a sus hijos al momento de formación de personalidad, en el autoconcepto y la autoestima. (Loscertales y Núñez, 2006).

Es importante subrayar que el desarrollo infantil no es algo fijo y universal que sigue los mismos patrones en todos los lugares y condiciones, sino que la trayectoria de cada niño depende en gran medida de la diversidad de situaciones en que se desarrolla. Por tanto, toda acción destinada a influir sobre el desarrollo (en el caso que nos ocupa, la acción desde los medios audiovisuales) debe identificar esa diversidad mediante la investigación y contemplarla a la hora de establecer pautas de acción concretas. (Instituto Oficial de Radio y Televisión Dirección General de las Familias y la Infancia (MTAS), 2005, p.16).

Es muy diferente el comportamiento y los gustos de un niño que solo tiene televisión abierta a otro que tiene acceso al cable o las plataformas *streaming*, aunque la gran mayoría ya tenga acceso a diferentes plataformas, va a variar lo que vean en sus hogares, así como sus temas de conversación con sus grupos sociales que conviva diariamente, esto en parte coopera con los niños a que se sientan identificados con diferentes grupos de convivencia y también es bueno para su proceso de crecimiento y socialización, ya que es necesario convivir con personas que vengan de familias con diferentes vicios para generar el lazo de respeto y amistad.

Todos estos elementos además de definir en parte los comportamientos, expectativas e ilusiones del mundo, también ayudan a que los niños distingan que tipos de contenidos les gusta ver. El receptor de la comunicación es un sujeto activo capaz de seleccionar los medios y los contenidos que desee ver, esto para satisfacer sus necesidades; pero estos satisfactores de los medios, compiten con otros como las circunstancias y los intereses de los receptores, podemos decir que el ambiente sociofamiliar del infante definido como lo que es el número de personas con las que convive, su estatus económico, quién le ayuda en sus tareas escolares, así como sus hábitos de ocio y de televisión, serán los que definan lo que le interesa al infante ver. (Flores, 2005).

Podemos mencionar que en algunos casos los padres de familia son los que eligen los contenidos de sus hijos, a veces escogiendo contenidos actuales u otras veces mostrándoles el contenido que veían cuando eran jóvenes y aunque en ocasiones el niño si le guste lo que sus padres o cuidadores pongan, otras veces les aburrirá y preferirá quitarles el control o el dispositivo móvil para poner lo que más les agrade a ellos.

Tanto la televisión abierta como las plataformas *streaming* ofrecen bastantes contenidos para los niños, se ha hecho la comparación de los años de antaño en redes sociales, donde los niños no se aburrían con solo una televisión y lo que ofrecía, ahora los niños tienen acceso a tantas plataformas que a veces no saben que ver o tienden a aburrirse de manera inmediata de lo que se les presenta y cambian la película o caricatura a los 5 minutos o menos de su reproducción, generando con esto una falta de atención.



Los niños suelen recurrir a la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones así como para obtener información, pero muchas de estas motivaciones personales resultan un factor externo al niño, el infante ve televisión porque le es impuesta, éste la ve porque no tiene otro remedio, la televisión en muchos casos constituye la única compañía del infante y a veces se convierte en una especie de niñera, el ver televisión es un hábito que se refuerza a través de gestos, sonrisas y aprobaciones verbales que los adultos le transmitan. (Santoro, 1990, como se citó en Canales, 2003).

Imagen 10. Supervisión de niños al momento de ver televisión. Lucía Ríos Vázquez, (6 mayo 2022).

Muchas veces los padres de familia por estar trabajando o realizando actividades domésticas, no prestan atención de lo que sus hijos realizan o de los contenidos que observe, por lo que la televisión, las plataformas OTT, videojuegos o cualquier aparato electrónico con el que conviva se convierte en la mejor distracción para ellos.

Anteriormente no existían tantos riesgos al momento de dejar que el niño se distrajera con los aparatos electrónicos, pero ahora existe la preocupación de que pueda acceder a páginas de internet que no son para sus respectivas edades y caer en páginas que ofrezcan contenido para adultos o caer en los peligros del internet como

es la difusión de datos personales, entre otros factores más que puedan dañar su desarrollo.

De acuerdo con el del Instituto Federal de Telecomunicaciones (2018), se identificaron dos elementos importantes en cuanto al desarrollo de la niñez, la primera: **una sociedad con mayor acceso a la información y la segunda el surgimiento de nuevas configuraciones familiares.**

Respecto a los cambios sociales por el mayor acceso a la información, se resalta la aparición del Internet y la globalización, que forman parte de la vida de los niños dándoles más diversidad para construir su identidad. Y hablando acerca del aspecto de nuevas configuraciones de la familia, en la actualidad el cuidador primario ya no es solo el padre o la madre, los niños tienen más referentes y figuras de autoridad [...], crecen con familias con padres separados, madres solteras y familias monoparentales, etc. (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2018).

Existe la típica escena en la que el padre o madre de familia llega a su hogar y lo primero que quiere hacer es descansar, a lo que prosigue a prender el televisor, como llegan tan cansados a veces no se percatan que los niños están viendo lo mismo que ellos y a pesar de que éste no entienda lo que están transmitiendo se siente feliz de estar un tiempo con su progenitor.

Lazo (2005), menciona que para llegar a la televisión de calidad que se quiere, los padres deben tomar conciencia de su importancia como guías de los contenidos que consumen sus hijos, también hay que mencionar que la mayoría de los niños suelen adecuarse de forma frecuente a lo que ven sus padres, a sus gustos, por el simple hecho de compartir un tiempo con sus ellos.

Los padres de familia o cuidadores deben de dedicar un tiempo a platicar con sus hijos acerca de lo que se presenta en la televisión, así como ellos interesarse en los gustos de sus descendientes, los niños son seres individuales que se encuentran descubriendo el mundo por lo que necesitan conocer acerca de lo que se le comparte dentro de su núcleo familiar tanto social, para aprender y generar

experiencias de vida, pero es recomendable que haya una guía para la toma de decisiones.

El hecho de que los niños compartan el tiempo de exposición al medio televisivo con sus padres y/o madres afecta a la calidad en la recepción de los mensajes. Los niños que suelen dialogar con sus progenitores o tutores durante el proceso de visionado presentan un mayor nivel de actividad con el medio, comprenden con más claridad los valores y contravalores que se introducen en las imágenes y saben diferenciar la realidad de la ficción. Por el contrario, quienes no acostumbran a conversar con sus padres al respecto y, por tanto, no cuentan con pautas, suelen confundir la interpretación de los significados. (Lazo,2005, p.281).

No solamente se sugiere que los padres vean televisión con los niños para explicar lo que sucede, sino que este tiempo con sus hijos ayudará a que tengan una mejor convivencia familiar y entre ambos puedan llegar a conocerse en un ambiente diferente al que sea solamente corregir y establecer reglas, sino como lugar en el que compartan gustos e intereses en común.

4.2. Controles parentales en los medios audiovisuales

Anteriormente la tarea de supervisar los contenidos era un poco complicada puesto que la televisión abierta solo ofrece contenido infantil en ciertos horarios establecidos y canales, pero gracias a la llegada de los servicios OTT, varias plataformas sino es que la gran mayoría tienen acceso restringido solamente a espacios de contenido infantil conocido como el famoso “control parental”, y si el niño intenta salir de esta sección manda un mensaje al padre de familia.

Los controles parentales son una herramienta que auxilia a los padres a supervisar los contenidos no dirigidos hacia las infancias que se encuentran en internet, algunas de las funciones específicas de este control son:

- Bloquear contenido no apto para su edad, ver qué hacen hijas e hijos en internet.
- Limitar el tiempo de uso de los dispositivos, autorizar la descarga de las aplicaciones que soliciten hijas e hijos.
- Bloquear el uso de los dispositivos, geolocalizar a hijas e hijos, con conocimiento de su parte, a través de su teléfono móvil, y realizar llamadas de emergencia. (Secretaría de Gobernación, 2021).



Imagen 11. Entrada a Perfiles Disney+. Fátima Vázquez, (3 noviembre 2022) [captura de pantalla]

Esa es una solución eficaz que muchos padres de familia agradecen a los creadores de las diferentes plataformas, pero la lucha de esta supervisión de contenido infantil no solo queda en manos del control sino también queda con ellos, ya que muchas veces los mimos niños por curiosidad o juego, tienen a meterse a los perfiles de la aplicación dónde no está el control parental establecido.

Según el Instituto Federal de Telecomunicaciones en su Estudio Cualitativo Las Audiencias infantiles y el Consumo de Contenidos en Plataformas Over the Top (OTTs), las familias con hijos entre 2 y 4 años mencionaron que este control parental tiende a ser fácil y eficaz, debido a que en estas edades los niños y niñas aún son moldeables, los padres sintonizan los contenidos para ellos, y regularmente los acompañan; también determinan el tiempo de duración de la conexión. En cambio, familias con hijos entre 5 y 8 años, mencionaron que el control es flexible porque recién se inicia una etapa de ajuste en la relación padres e hijos, esto por la inevitable separación entre ellos por el hecho de entrar al colegio, en esta transición se permite que los niños elijan que ver porque se encuentran en etapas de exploración de nuevas visiones y conocimientos. (IFT,2021).

El uso del control parental en las edades de la niñez temprana es mucho más fácil de imponer para los padres de familia, por el hecho de que no tienen el poder de

decisión autónoma, para muchos el problema de esta falta de control comienza unos años antes de llegar a la adolescencia o en esta misma etapa.

Según el informe del IFT (2021), en las familias con niñas, niños y adolescentes entre 9 y 14 años, se percibe que ya hay una gran libertad en cuanto a la elección de contenidos, en estas etapas de la vida, los padres prácticamente desconocen lo que consumen sus niñas, niños y adolescentes. En esta etapa el niño y adolescente comienzan a decidir lo que quieren compartir con sus progenitores, de sus mismos gustos o experiencias de vida, es por esta razón que suele existir una tendencia de cuadros de rebeldía y en muchos casos suelen resolverles los conflictos a través de castigos o imposición de una autoridad que no se ha estructurado desde la primera infancia.

Existe otra vertiente acerca de los padres y el uso del control parental que se ha manifestado en estos últimos años, este se ha presentado en los padres primerizos, que están tan acostumbrados a su rutina y vida en solitario que muchas veces olvidan que tienen hijos en los primeros meses, o en algunas ocasiones puede que dejen de lado la supervisión por las distintas actividades que realizan.

Estos padres primerizos u olvidadizos están concentrados en múltiples asuntos, y están inmersos en sus propias dinámicas de consumo de contenidos OTT 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 que no prevén de los riesgos, mucho menos se preocuparán de los criterios que tienen los niños para elegir lo que es adecuado o no para su edad. (IFT, 2021).

Actualmente los padres de familia están más en contacto y familiarizados con la tecnología, que dejan de estar al pendiente de sus hijos, por sus ocupaciones, preocupaciones y por sus mismas dinámicas de consumo excesivo de contenidos digitales, por lo que consideran “normal” que los niños estén en contacto de un aparato electrónico o en ocasiones se les brinda como medio de distracción. Debido a esta normalización de consumo, los niños pueden generar prácticas adictivas a los medios digitales, y es ahí cuando los padres se dan cuenta que ya es muy tarde para establecer prácticas de controles parentales.

El uso de los controles parentales no solamente está relacionado con los que se encuentran dentro de las plataformas de streaming, sino que también deben de ser impuestos desde una forma verbal. Los padres de familia tienen la responsabilidad de regular la conducta de sus hijos en función de su seguridad, desarrollo, salud mental y emocional, para que se lleve a cabo esta función de responsabilidad, los padres de familia necesitan estar actualizados acerca de los impactos del consumo desmesurado de los contenidos de los servicios OTT'S, saber más acerca de lo que sus hijos observan, los sitios dónde navega y con quién se relaciona.

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. (IFT, 2021, p. 124).

Los progenitores no sólo deben de concentrarse en la prohibición de los contenidos sino más bien en desarrollar junto con sus hijos el **conocido desarrollo del pensamiento crítico** al momento que ven televisión o las diferentes plataformas OTT, el realizar esta lectura crítica de los mensajes ayuda a que se aproveche el medio para la reinterpretación, realizándolo como un juego inteligente.

Con la perspectiva de la lectura crítica se defiende la importancia de compartir con otras personas las ideas expresadas por la televisión, con esta mirada, se salva esa función que se le ha adjudicado a la televisión de cuidadora de la infancia, además de esto si lo vemos desde el punto de vista creativo, es saludable “jugar” a descubrir qué dicen los programas y cómo lo dicen, valorando que características tienen los personajes de tal o cual serie, cómo visten o cómo se expresan. Es posible aventurar desde la propia casa cuántas mujeres profesionales aparecen en una serie u otra, etc. (Loscertales y Núñez, 2006).

De este modo la televisión y las plataformas *streaming* dejan de ser un medio de pura distracción y se convierte en medio de reflexión de sucesos y de aprendizaje, pero igual puede existir un uso inadecuado de la televisión mientras se tiene una postura crítica, y esto puede suceder cuando se le niega el uso de la televisión al

infante o se sostiene que es un electrodoméstico inútil o en dado caso se le prohíbe ver la televisión como norma establecida.

Se hace un uso negativo (o no adecuado) de la televisión cuando no se la pone en cuestión y se considera que lo que ella dice “es la realidad”. Se hace un mal uso también cuando se la “aleja” de la vida cotidiana sin valorar que tiene un potencial educativo, informativo o de entretenimiento. E incluso, si se ignora su potencial de facilitador psicosocial, porque la televisión orienta, porque rompe soledades y crea lazos interactivos, porque consolida grupos y acerca a las personas a su entorno; porque puede dar matices a la identidad grupal de las personas. (Loscertales y Núñez, 2006, p.40).

Además de este pensamiento crítico y de la enseñanza al infante acerca de la reflexión al momento de ver la televisión o plataformas OTT, entran en juego los modelos de crianza que beneficiarán o perjudicarán el comportamiento de los niños al momento de observar contenidos, dependerá del modelo que se le establezca para su respectivo desenvolvimiento y obediencia de horarios.

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. (IFT,2021, p.124).

Aunque muchas veces los niños les temen a sus padres de la reprimenda que tendrán prefieren aplicar la frase conocida como: “mejor pedir perdón que pedir permiso”, es así como tenemos momentos en lo que los niños fingen estar dormidos escondiendo dispositivos móviles debajo de la almohada para después pasarse horas jugando videojuegos, viendo series a largas horas de la noche. Muchas veces los padres regañan de una forma relajada, pero hay otros que no lo hacen y comienzan con chantajes, es ahí cuando podría ponerse en riesgo la relación que existe entre padre e hijo, hay que enseñar las ventajas y desventajas que existen del uso de los dispositivos sin caer en un modelo de crianza exageradamente flexible.

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. (IFT, 2021, p. 125)

Estos modelos de crianza generan que el niño deje de verlo como su padre de familia y lo ve más como un amigo, por lo mismo deja de respetar las normas y reglas que se establecieron en el hogar, teniendo así a padres consentidores y sumisos de sus propios hijos, con temor de alzar la voz para no dañar a su hijo, haciendo así que el niño o adolescente pueda caer en el libertinaje.

El establecer un modelo de crianza nunca ha sido fácil de llevarse a cabo, de hecho, el traer a un niño al mundo trae consigo mucha responsabilidad y cuidado, por eso se menciona que primero sanes tus heridas de la infancia para no repetir patrones con tu descendencia. Criar a un niño trae consigo el método conocido como prueba y error, por esto mismo se les recomienda a los padres de familia asistir a terapia familiar, para tratar de encontrar el mejor modelo de crianza, de igual manera se les sugiere que sus hijos los vean como sujetos de respeto y credibilidad para determinar desde los primeros años de la infancia las reglas y normas de convivencia con el medio, mediante el diálogo y un buen acompañamiento.

4.3. Consejos para una buena convivencia padres e hijos con los medios

Los consejos siempre son buenos para todos, pero en especial para los padres primerizos o que no saben mucho acerca del mundo de los infantes, estos consejos que les dan suelen ser acerca de cómo cuidarlos del mundo exterior, enfermedades, dolores estomacales, entre otras situaciones que puede haber, pero a veces son pocos los consejos que se les dan referentes con el medio televisivo o en la actualidad con las plataformas OTT o dispositivos móviles.

Castells y Bofarull en su libro *Enganchados a las pantallas* (2002), ofrecen varias normas para tener un buen uso con la televisión, aunque éstas fueron creadas cuando aún no estaban establecidos los servicios OTT, son útiles a la hora de ver cualquiera de los contenidos infantiles en cualquier medio audiovisual, estas normas son las siguientes:

1. **Se aconseja que se vea la televisión en familia**, esto favorece el diálogo crítico y educativo ante los contenidos que el niño observe.

2. **No es deseable que el niño consuma televisión solo**, ya que podría fomentar el aislamiento y la inhibición del niño con la convivencia con los demás.
3. **No ver la televisión durante las comidas**, debido a que no favorece la digestión y rompe la comunicación.
4. **Evitar que el niño se acueste tarde por culpa de la televisión**, el exceso de esto podría causar trastornos del sueño y de mal rendimiento escolar y hablando de cuando prender o apagar la televisión.
5. **No se debe enviar al niño a la cama en la mitad de un programa o película interesante**, es preferible que lo vea entero o que no lo empiece, con esto pueden evitar confrontaciones a la hora de ir a dormir.
6. **Los padres y educadores deben seleccionar previamente los programas cuando los niños sean pequeños, y hacerlo juntamente con los niños cuando sean mayores**, dentro de esta norma se sugiere que la televisión se vea como una forma de premio al terminar los deberes.
7. **Permitir que el niño hable durante la visión de la televisión**, para ayudarlo a comprender lo que estén observando en ese momento, resolver sus dudas y fomentar la comunicación entre padres e hijos.
8. **Los padres y educadores deben hacer comentarios y críticas sobre los espacios televisivos**, para alertarlos sobre los efectos de la publicidad u otros contenidos que aún no deben de observar.
9. **Dosificar el tiempo de visión de la televisión para que haya tiempo de hacer otras cosas**, se sugiere que no sean más de una o dos horas diarias según la edad y evitar verla en días de exámenes.
10. **Los padres y educadores no deben olvidar que sus propios hábitos televisivos serán adoptados por sus hijos**, ellos deben de poner el ejemplo al momento de apagar la televisión y realizar diferentes actividades para que sean imitadas por sus hijos. (Castells y Bofarull como se citó en Loscertales y Núñez, 2006)

Estos consejos pueden ser de ayuda al momento de educar a los niños con la convivencia con el medio audiovisual, pero como bien se menciona en el último

punto, los padres deben de cuidar de sus propios hábitos para una buena enseñanza, será inevitable que el niño vea televisión o tenga contacto con algún dispositivo electrónico, pero se necesita de diferentes normas como controles parentales para no generar adicción y pasar un buen momento mientras se observan los contenidos.

Hay que mencionar que estas normas deben de realizarse de una buena forma y no como imposición, hay que ver la televisión como un premio o un modo de relajación y distracción temporal y no como un castigo para el infante, el aprender a distinguir cuando ver la televisión y cuando no también favorecerá en la disciplina que el niño se vaya formando de manera saludable, así en un futuro le será más fácil realizar diferentes tareas en tiempos que se imponga.

4.4. Los contenidos infantiles y su clasificación de contenido

Es importante que los niños vean contenido que sea apto para su edad con la supervisión de sus progenitores, no todo es malo relacionado con que los niños vean televisión, al contrario, puede traer muchos usos y aprovechamientos como son: la integración de las familias, el desarrollo armónico de la niñez y la adolescencia, les ofrecen herramientas educativas, les brinda una difusión de los valores artísticos, cívicos, históricos y culturales, del mismo modo les transmite el concepto del desarrollo sustentable, también enseña valores de igualdad entre hombres y mujeres, y ayuda a la divulgación del conocimiento científico y técnico (SEGOB, 2021).

Hay que resaltar el hecho de que los niños que ven televisión abierta como de paga, además de ver el contenido que se les ofrece, están expuestos a un sinnúmero de comerciales que se transmiten cada media hora o menos, estos comerciales suelen ser de comida rápida, juguetes, bebidas alcohólicas, entre muchos otros más que ve diario, para evitar que el niño observe imágenes que no son idóneos para su edad, la Secretaría de Gobernación (SEGOB) (2021), emitió los Lineamientos de Clasificación de Contenidos Audiovisuales de las Transmisiones Radiodifundidas y del Servicio de Televisión y Audio Restringidos (LCCATRSTAR), documento en el

cual se establecen los horarios en los que se deben transmitir los distintos programas, para proteger a niñas, niños y adolescentes del contenido inapropiado al que pueden tener acceso.

Es gracias a esto que se establecieron las indicaciones respectivas que aparecen siempre al comenzar un programa, mismas siglas que son utilizadas en el cine, con las cuales los padres de familia pueden corroborar si realmente es bueno el contenido que se presentará.

De acuerdo con la modificación de los lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos publicados en el Diario Oficial de la Federación el 21 de agosto de 2018 en el título segundo, capítulo primero. Se menciona que los concesionarios y programadores que presten servicios de radiodifusión deberán transmitir contenidos según la clasificación de las franjas horarias, las cuales son las siguientes: Clasificación (AA) en cualquier horario, (A) en cualquier horario, (B) de las 16:00 a las 5:59 horas, (B15) de las 19:00 a las 5:59 horas, (C) de las 21:00 a las 5:59, (D) de las 00:00 a las 5:00 horas. Esto con la finalidad de salvaguardar el interés superior de la niñez, y que quien supervise los contenidos disponga de las herramientas necesarias para el consumo responsable de los contenidos (Diario Oficial de la Federación, 2018).

Este tipo de clasificación no solamente está diseñada para los padres de familia, ellos mismos pueden enseñarles las siglas a sus hijos, esto para que ellos desde edades tempranas tomen responsabilidad con lo que ven en la televisión o diferentes plataformas.

La clasificación AA según Prieto (2018), es la que todos identificamos como la hecha para los niños, hablando de violencia, en este tipo de programas no deben presentar temas, escenas o diálogos que la contengan, incluyendo la física, verbal o psicológica, sea esta real, ficticia o animada. Este tipo de contenido no debe de utilizar la violencia para resolver conflictos, tienen que resolverlos dando una solución fácil y positiva.

En cuestión de temas de adicciones, no deben presentar contenidos relacionados con sustancias lícitas o ilícitas que causen adicciones ni conductas adictivas que afectan la salud o la integridad. Tampoco deben presentar temas, mensajes, escenas, diálogos, situaciones de relaciones y actividades sexuales ni desnudez. Por último, pero no menos importante, deben presentar lenguaje claro, sencillo y de fácil comprensión, sin que sea descortés o con doble sentido, no deben de incluir conductas ofensivas, denigrantes o discriminatorias, sino que, por el contrario, deben propiciar el uso correcto del lenguaje (Prieto, 2018).

Varios de los programas infantiles que podrían entrar en esta categoría son los diseñados para los niños menores de 6 años en los que su principal objetivo es enseñar lecciones y valores a los pequeños del hogar, podemos poner de ejemplo programas como plaza sésamo: *Dora la Exploradora*, *Pepa Pig*, *Pocoyó*, *Pistas de Blue*, *Paw Patrol*, *La princesita Sofía*, entre muchos ejemplos más que existen, que se transmiten en televisión abierta, de paga y plataformas streamig.



Imagen 12. Paw Patrols [@pawpatrol], (8 de abril de 2022), *Paw Patrol La Película ganador del premio Canadian Screen Awards* [poster], Instagram. <https://bit.ly/3Pz9qAt>.

La siguiente clasificación de contenido infantil es la A o mejor conocida como el contenido dirigido para todas las audiencias, en el aspecto de la violencia al igual que la clasificación AA, Prieto (2018) menciona que no deben presentar uso de la violencia de cualquier tipo como forma de entretenimiento, pero al contrario de clasificación anterior, los temas de conflicto pueden incluir agresividad mínima en trama y personajes, siempre y cuando estén justificados por el contexto del programa y se muestren las consecuencias negativas. En el rubro de las adicciones puede aparecer de forma ocasional además de presentarse con una finalidad educativa y preventiva, mostrando las consecuencias negativas de su consumo. Y hablando de sexualidad, los programas no deben

presentar imágenes del cuerpo humano de manera erótica ni escenas de relaciones sexuales, sino únicamente de una manera afectivo, educativo o con fines científicos. (Prieto, 2018).

En el lenguaje deben presentarlos de una manera clara, sencilla y de fácil comprensión, sin expresiones que sean consideradas como ofensivas, pueden usarse de manera excepcional cuando la trama y contexto del programa lo justifiquen y no se muestren como una característica positiva de la personalidad, asimismo, no deben contener diálogos o efectos con connotaciones denigrantes, ni discriminatorias (Prieto, 2018).



Imagen 13. MiraculousLadybug [@miraculous], (5 de enero de 2021), *We are so happy to announce that the Miraculous World, New York United Heroez is now* [Poster] Instagram. <https://bit.ly/39GGINP>

Dentro de esta clasificación se encuentran los programas y series que van del rango de edad de 6 a 12 años, de los cuales existen una cantidad inmensa de programas de los que el niño tienen acceso, programas como: *Miraculous Ladybug*, *Marvel Rising*, *Soy Luna*, *Power Rangers*, *icarly*, *los Thudermans*, *Ben 10*, *los padrinos mágicos*, *películas de Disney*, *Dreamworks*, entre muchos otros más, de los cuales cualquier público puede disfrutar.

Estas clasificaciones mencionadas anteriormente son las que utilizamos en nuestro país y se muestran al inicio de cada programa en la televisión abierta, pero gracias a la llegada de las plataformas OTT, los padres de familia tienen que habituarse a la clasificación que proviene de Estados Unidos conocido como *TV Parental Guidelines*, traducido como Pautas Paternales de la Televisión, esta clasificación al igual que la utilizada en nuestro país cuida que los niños no observen contenidos con violencia gráfica, lenguaje soez y contenido sexual no apto para su edad.

A continuación, se presenta una tabla con la clasificación, definición y un ejemplo de programación de la clasificación emitida por Estados Unidos:

Tabla 1. Clasificación de TV Parental Guidelines

Clasificación	Definición	Ejemplos de programas con esa clasificación.
TV-Y	<p>Todos los niños: Este programa está diseñado para que sea apropiado para todos los niños.</p>	<p>Dora la Exploradora, Peppa Pig, Jorge el curioso, La oveja Shawn, La doctora Juguetes, Paw Patrol, Super Monstruos, Celo y Cuqín, Thomas y sus amigos, Masha y el oso. Talking Tom, Teletubbies. Bluey.</p>
TV-7	<p>Adecuada para niños a partir de los 7 años: El contenido de este programa está destinado a niños de 7 años en adelante. Más apropiado para niños que ya han adquirido las habilidades del para distinguir entre la ficción y la realidad. Los temas y elementos de este programa pueden incluir violencia de fantasía moderada o violencia cómica y pueden atemorizar a niños menores de 7 años. Por lo tanto, se recomienda a los padres que decidan si este programa es adecuado para los niños más pequeños.</p>	<p>Miraculous, Travieso de la Mansión a la calle, El Avatar; La leyenda de Aang, jefe en Pañales de vuelta, Mascotas Unidas, Alvin y las ardillas, la vida de Dug, Escandalosos.</p>

TV-7FV	<p>Dirigido a niños mayores-Violencia Fantasía:</p> <p>Los programas que presentan violencia de fantasía que puede ser más intensa o combativa que la de otros programas de esta categoría.</p>	Miraculous, Marvel's Spiderman, Ultimate Spiderman, Xmen, Gravity Falls, DC SuperHeroeGirls
TVG	<p>Apto para todo público:</p> <p>No contiene violencia o contiene muy poca, no presenta lenguaje inapropiado ni situaciones o diálogos de naturaleza sexual.</p>	Naruto, Bob Esponja, Los Pingüinos de Madagascar, icarly, Victorious, Los Avengers; los héroes más poderosos de la Tierra, Drake y Josh, Kung Fu Panda, Como entrenar a tu dragón
TV-PG	<p>Se sugiere orientación de los padres:</p> <p>El tema en sí puede requerir de la guía de los padres o el programa presenta una de las siguientes características: Algún diálogo sugestivo (D), lenguaje grosero ocasional (L), algunas situaciones de naturaleza sexual (S), o violencia moderada (V).</p>	Más Allá de la Luna, Sailor Moon, Sam y Cat, Victorious, Minions y sus amigos vol 1, Hora de Aventura, Teen Titans, Los Simpsons
TV14	Se recomienda enfáticamente la supervisión de los padres	Sailor Moon, Demon Slayer, One Piece, Dragon Ball, Los caballeros del

	Este programa contiene material que los padres pueden considerar inadecuado para niños menores de 14 años. Este programa presenta una o más de las siguientes características: diálogos sumamente sugestivos (D), lenguaje grosero fuerte (L), situaciones intensas de naturaleza sexual (S), o violencia intensa (V).	Zodiaco, Stranger Things, El stand de los besos, Loki, WandaVision, SheHulk, Rick y Morty, Andor, Glee.
TV-MA	Se recomienda enfáticamente la supervisión de los padres Este programa presenta una o más de las siguientes características: diálogos sumamente sugestivos (D), lenguaje grosero fuerte (L), situaciones intensas de naturaleza sexual (S), o violencia intensa (V).	Sword Art Online, A través de mi ventana, After, El juego del calamar, #Vivo, Mañana, 13 Reasons why, Game of Thrones

TV BOSS, (S.f), Qué significan las clasificaciones de TV, TVBOSS. <https://bit.ly/3sRKZEC>

Este tipo de clasificación aparece regularmente en las plataformas como Netflix y Claro Video, se puede ver en los detalles de la película, programa, caricatura etc. También aparece al comenzar el programa unos 5 segundos de lado izquierdo de la pantalla, Disney Plus y HBO manejan su clasificación a partir de números: **0+**, **7+**, **13+**, este tipo de clasificación es un poco más fácil de comprender y de recordar para todas las personas, pero hay que tener cuidado con la clasificación en cada plataforma.

El contenido de las clasificaciones B y B15 tienen un rango de edad que madres, padres y personas supervisoras deben tomar en cuenta. Su papel es fundamental para discernir cuál material de dichas clasificaciones pueden ver hijas e hijos y cuál requiere de su acompañamiento para observar el contenido y en su caso brindar la orientación necesaria. (SEGOB, 2021, p.19).

Hay que mencionar que además del uso de clasificación para los diferentes programas infantiles que se transmiten, las televisoras también deben respetar los horarios para la emisión de comerciales ya que no es conveniente que un niño vea un comercial de preservativos al momento de ver televisión, también es responsabilidad de los padres que si están viendo contenido fuera de los horarios infantiles tomar la obligación de evitar que el niño vea esos contenidos no aptos o aclarar dudas respecto a lo que observen y el vocabulario que escuchen.

El artículo 4o constitucional señala que en todas las decisiones y actuaciones del Estado se velará y cumplirá con el denominado “principio del interés superior de la niñez”, garantizando de manera plena sus derechos. Asimismo, determina que el diseño, ejecución, seguimiento y evaluación de las políticas públicas dirigidas a la niñez, responderán a este mismo principio. (IFT, 2018, p. 3).

Es deber constitucional del Estado atender, velar y proteger el interés de la niñez, así como el hecho de diseñar programas aptos para los niños y niñas de México, programas que sean de calidad y respetando sus derechos, así como la difusión de estos mismos, porque al igual que los adultos son habitantes de nuestro país.

Se puede destacar que la televisión infantil tiene mucho que trabajar, no solamente en la creación de programas innovadores que contengan historias que sean realmente adecuadas para los pequeños, sino que también que se enfrenta al constante cambio derivado de las nuevas tecnologías, la inmediatez de los contenidos y el uso del internet sin barreras.

Es trabajo de todos que los niños crezcan en lugares oportunos y se desenvuelvan conviviendo con la tecnología sin miedo a que lleguen a enfrentarse con contenidos que no comprendan, el diálogo con sus progenitores y profesores es lo más indispensable para que su mente pueda reconocer la diferencia entre la realidad y la ficción, además de que la conversación con sus compañeros de clase lo ayudarán a distinguir su espacio y del mismo modo saber que contenidos le gusta ver y cuales no son los parecidos con su estilo de vida.

Capítulo 5. ¿Disney Plus o televisión mexicana abierta?

En este capítulo se presentará un análisis acerca de lo que ofrece la plataforma Disney Plus, tipos de contenidos, controles parentales y estadísticas basadas en el Instituto Federal de Telecomunicaciones, con el fin de brindar información de la aplicación para las infancias.

Además, se abordará de los efectos que tuvo la televisión mexicana abierta frente a los canales que ofrecían contenidos de la compañía Disney. Asimismo, se hablará de los contenidos que actualmente se les ofrecen a los niños y los que prefieren ver según el Instituto Federal de Comunicaciones 2021- 2022 y las diferentes adaptaciones que ha tenido que realizar la televisión frente a los servicios OTT

5.1. Fenómeno de Disney Plus en México

Tras la llegada de Disney Plus a México en noviembre del 2020, los mexicanos han podido disfrutar de todos los contenidos relacionados con la industria del ratón más rico del mundo, teniendo contenidos de Disney, Pixar, Marvel, *Star Wars* y más. Disney Plus fue esperada por todo el mundo desde su anuncio, pero los latinos fueron los que tuvieron que esperar todo un año después de su lanzamiento para poder adquirirla y disfrutar de todo lo que ofrece.

La llegada de plataforma ocasionó desequilibrio en otros servidores OTT, uno de los más afectados fue Netflix, debido a que tuvo que retirar las películas y series de su nuevo adversario. El hecho de que poco a poco se fueran retirando contenidos de Disney, así como de todas las productoras que ha adquirido a lo largo de los años de las plataformas, generaba en la audiencia ansiedad y miedo de nunca más poder ver las películas de la compañía, generando así enganche de la plataforma sin ni siquiera aún ser estrenada.

Disney supo aprovechar ese miedo o dependencia a sus contenidos y lo utilizó a su favor al momento de lanzar la plataforma mundialmente, además de esto hay que mencionar que tuvo un buen equipo de mercadotecnia y publicidad para generar enganche en todas las personas, pero en especial con los adolescentes y jóvenes

adultos, (*Millennials y la generación Z*), debido a que gran parte de publicidad fue difundida a través de redes sociales, como lo son *Facebook, Twitter, Instagram y Tiktok*, vendiéndoles la plataforma a través del **marketing de nostalgia**, el cual utiliza iconos del pasado para atraer la atención del consumidor y hacerle revivir momentos felices, generando un estado de ánimo muy positivo, propicio para conectar con la audiencia a un nivel emocional elevado. El sentimiento de nostalgia deriva del anhelo de revivir un pasado que se ha idealizado, y **combina muchos recuerdos diferentes con una fuerte asociación** entre ellos. (Gutiérrez, 2019).

Disney Plus ofrece revivir los clásicos de la infancia de todas las generaciones que han crecido con los contenidos de Walt Disney así como de los diferentes estudios que ha adquirido la compañía, es gracias a esto que personas que crecieron con televisión abierta que veían los contenidos de Disney en el canal 7 y los que tenían cablevisión y observaban dichos programas o películas en Disney Channel, contrataron la plataforma para revivir el pasado y mostrarles contenidos de antes a las nuevas generaciones.

Además de esto, la plataforma pudo tener un mayor alcance con las audiencias a través de una de las extensiones de la compañía ya establecida en México varios años atrás, la cual es *Radio Disney*, estación que se encargó de regalar a los radioescuchas membresías gratis con diferentes dinámicas y juegos relacionados con los contenidos que se encontrarían en la plataforma, causando emoción en las familias mexicanas, actualmente la estación sigue regalando membresías, invitaciones a las *premiers* de las



Imagen 14. RadioDinseyMéxico [@radiodisneymx], (21 de septiembre 2022), Ya está disponible en @disneyplusla... [Imagen] Instagram. <https://bit.ly/3gCZ9Xj>

películas de la plataforma, así como objetos relacionados a los contenidos que se estrenen en las plataformas de Disney Plus y Star Plus.

Otro factor relacionado a tener membresías gratis fue el hecho de brindar a los *influencers*, y a los actores de series de Disney Latinoamérica un año de membresía, haciendo que ellos mostrarán en redes sociales una breve presentación de todo lo que ofrece la plataforma y el uso de la aplicación en diferentes dispositivos electrónicos.

Toda esta estrategia de mercadotecnia ayudó a la compañía a poder acceder a los hogares de los mexicanos de una forma más rápida, pero no solo eso, sino que hubo otro factor dentro de la plataforma que hizo que el público se encariñara de la aplicación a primera vista; lo que favoreció a que las familias se interesarán en contratarlo fue el diseño de su presentación y las opciones que ofrecía al momento de crear los perfiles.

Por lo general las aplicaciones al momento de crear los perfiles, te dejan colocar una imagen de un personaje a cada perfil, este ícono dependerá de los contenidos que ofrezca cada aplicación, Disney Plus ofrece colocar imágenes de los personajes más famosos como: *los clásicos de Disney* (Mickey Mouse, Minnie Mouse, Goofy etc.), *Marvel*, *Star Wars*, *National Geographic*, *Los Muppets*, *X-Men*, *Disney Channel*, *Princesas de Disney* entre otros más; conforme ha ido evolucionando la aplicación más personajes han sido agregados a la opción de los perfiles.

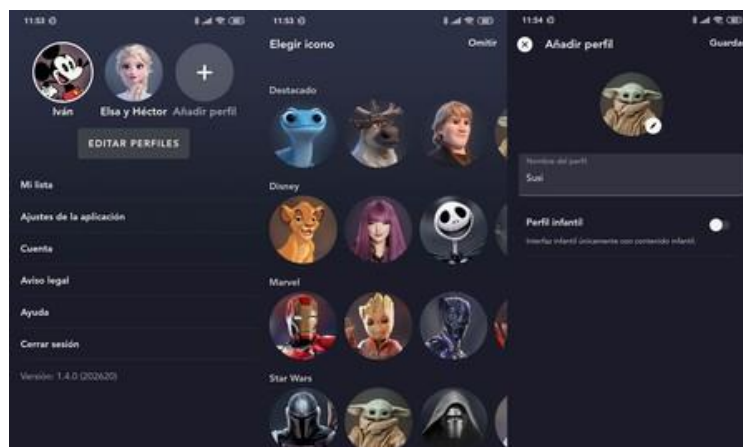


Imagen 15. Linares Iván, (2020) Hasta 7 perfiles y 4 pantallas simultáneas, IMAGEN, <https://bit.ly/3INoidD>

El hecho de tener una gran gama de personajes emocionó al público mexicano al momento de crear los perfiles y las cuentas, hubo familias o grupos de amigos que se ponían de acuerdo para poner los personajes de una misma serie o película. Fue tanta la emoción de tener Disney Plus que los jóvenes publicaban en redes sociales lo felices que estaban de por fin tener la plataforma, así como poder ver los contenidos que habían “perdido” de otras plataformas, esta acción de publicidad involuntaria favoreció a la plataforma a posicionarse en el mercado mexicano.

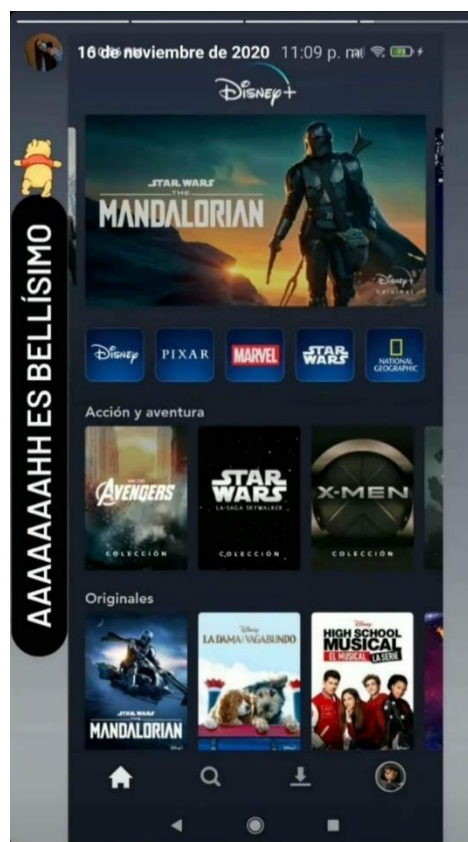


Imagen 16. Estreno de Disney+ en México. Andrea Vargas, (16 noviembre 2020). [captura de pantalla].

5.2. Controles parentales dentro de la aplicación y sus contenidos

Disney Plus desde un inicio se posicionó como una plataforma para los niños del hogar o mejor conocida como apta para todo público, esto debido a todos los contenidos que ofrece la aplicación, además de que la gran mayoría de las personas piensan en Disney como la empresa encargada de crear solamente historias con dibujos animados, lo cierto es que a lo largo de los años Disney se ha tenido que adaptar a diferentes contenidos y formas de transmitir historias para seguir impactando con todas las generaciones, pero a pesar de esto sigue manejando su principal objetivo el cual es crear animación.

La aplicación es tan accesible que los padres de familia del estudio realizado *Las audiencias infantiles y el consumo de contenidos en plataformas Over The Top*, presentado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (2021) mencionaron que la consideraban principalmente para los niños más pequeños de entre 3 y 6 años, denominándola como “El Netflix para niños pequeños”, al mismo tiempo reconocieron que es fácil y rápida la descarga. Al ser asociada al público infantil, proyecta seguridad y tranquilidad para confiar en la libertad de los niños para consumir los contenidos que este servicio ofrece. 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; los padres encuestados en esta sección se encontraban dentro del período de prueba de dicha plataforma.

Fue tanto el reconocimiento de la plataforma dirigida a un público infantil que la compañía ideó otra plataforma en la cual solo se podrían subir contenidos con clasificaciones que rebasaran las edades de 15 años, fue así como a los pocos meses del lanzamiento de la plataforma infantil se estrenó la conocida como Star+.

Star Plus ofrece series y películas de la cadena adquirida FOX, así como títulos originales locales e internacionales, así mismo permite a los usuarios ver deportes de la cadena ESPN. En esta plataforma se encuentran series como: *Los Simpson*, *Modern Family*, *Homeland*, *American Horror Story*, *Greys Anatomy*, películas como: *LOGAN*, *La propuesta*, *La favorita*. Dentro de la categoría de ESPN se incluyen los

eventos esperados de la US OPEN, eliminatorias Qatar, The Masters, entre otros más. También se incluyen contenidos de las **ligas**: UEFA Champions League, NBA, NFL, MLB, NHL, ATP y muchas más. (STAR PLUS, S.f).

A partir de la llegada de Star+ se creó un nuevo modelo para dividir los contenidos infantiles de los que son para adultos, esto fue ventaja para la compañía debido a que le convenía en su negocio y para los usuarios fue un poco molesto, debido a que tenían que pagar más para tener ambos servicios, pero viéndolo de una forma de restricción de contenido podría ser ventajoso para que los niños no accedan a contenidos no aptos para ellos.

Durante los años de 2020 y 2021, la plataforma Disney Plus tenía contenidos aptos para todo público, existía el control parental parecido a los de las demás plataformas existentes, pero no era tan estricto como lo es ahora, a partir del 29 de julio de 2022 se modificó la forma en la que se puede acceder a ver contenidos en cada perfil, esto gracias a que se agregaron al catálogo contenidos que pertenecen al mundo de Marvel con clasificación B15, estamos hablando de *Daredevil*, *Jessica Jones*, *Luke Cage*, *Iron Fist*, *The Defenders*, *Cloak and Dagger* y *The Punisher*. Anteriormente estos títulos pertenecían a Netflix y habían sido canceladas, pero gracias a la adquisición de las franquicias por parte de Disney, fueron incluidas al catálogo de Disney Plus, y con esto da esperanzas a los fans de las series para que haya futuras producciones, (Herrera, 2022), actualmente se han hecho breves *cameos* de los personajes en series como *She Hulk* y *Hawkeye*, pero aún no hay noticias confirmadas de futuras temporadas.

Con la llegada de estos contenidos, el control parental de Disney Plus tuvo que innovarse para seguir siendo apta para todo público, concentrándose a que el público infantil no acceda a los contenidos con clasificación 16+ y 18+. Para esto se tuvo que realizar una nueva acción al momento de crear nuevos perfiles y a los usuarios con perfiles ya creados se les pedía que indicarán que tipo de contenidos querían para ese perfil.

“Con una suscripción a Disney+ en Latinoamérica, tienes que actualizar los controles parentales de tu perfil para acceder al catálogo completo que incluye contenido 16+ y 18+. Puedes restringir el contenido, así como agregar un PIN de

bloqueo en cada perfil. También puedes dejar los controles parentales como están y seguir disfrutando Disney+ en un ambiente 14+ con la opción de modificarlos cuando quieras en Editar perfiles”. (Disney Plus,2022).

Y a partir de este momento la aplicación se divide en tres secciones de público, el **infantil, el de personas mayores a 14 años y personas mayores a 16 y 18 años**, haciendo así que continúe siendo una aplicación apta para todo público. Se necesita de supervisión de los padres de familia o adultos mayores al momento de asignar los perfiles y enseñarles a los niños el perfil al que únicamente deben meterse, ya que podrían confundirse con el de perfil asignado con clasificación 14+.

5.2.2. Perfil Infantil

A continuación, se presentan imágenes y características de cómo es que se diferencian los perfiles dentro de la aplicación. Primero hablaremos del **perfil infantil**, al crear un perfil nuevo se despliega una lista de opciones para que selecciones a que rango de edades pertenecerá, al colocar la opción de Perfil Infantil te crea una entrada diseñada especialmente para los infantes menores de 14 años, este perfil no pide tener un PIN o contraseña para poder acceder a este y tiene funciones simplificadas para que el niño pueda usarla sin ningún problema.

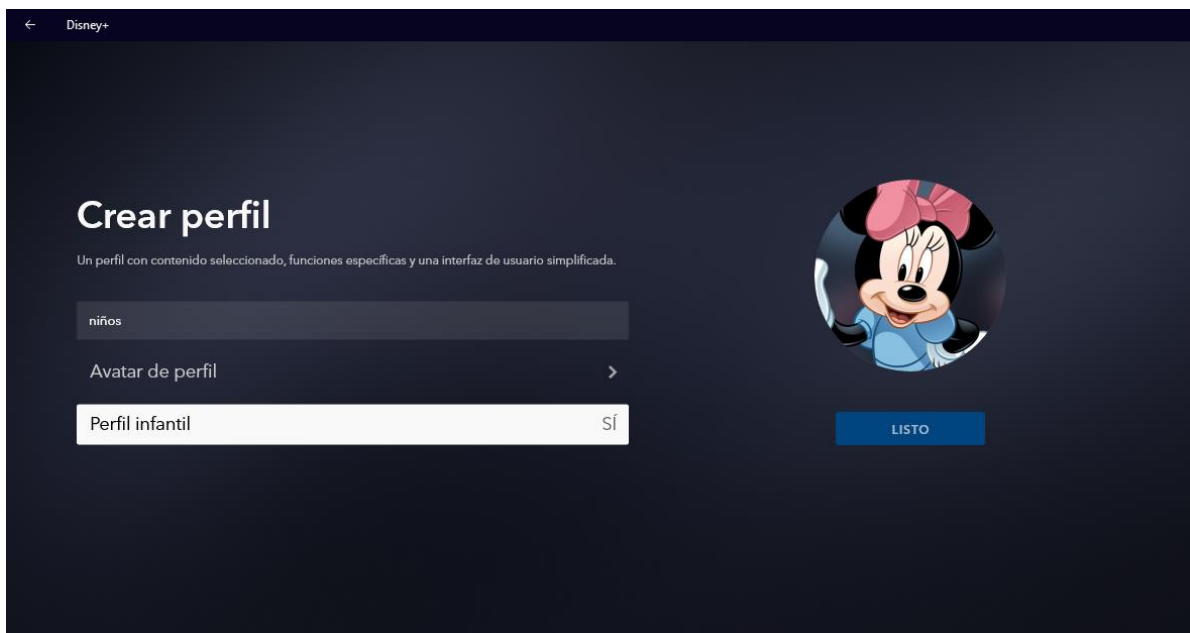


Imagen 17. Creación de Perfil Infantil (Disney Plus) Fátima Vázquez, (14 de noviembre 2022), [captura de pantalla]

Una de las diferencias que tiene el perfil infantil con los otros perfiles son los colores que tiene al momento de ingresar a la sección, estos son de un color azul celeste con morado, esto para hacerlo más llamativo y atractivo para poder usarla, sigue respetando los colores establecidos de Disney Plus, pero un poco más iluminados. Los contenidos que se ofrecen en este perfil se dividen en 6 categorías dentro del menú principal: *Mickey Mouse y compañía*, *Princesas*, *Disney Junior*, *Super héroes*, *Acción y Aventura* y por último *Animales y Naturaleza*.

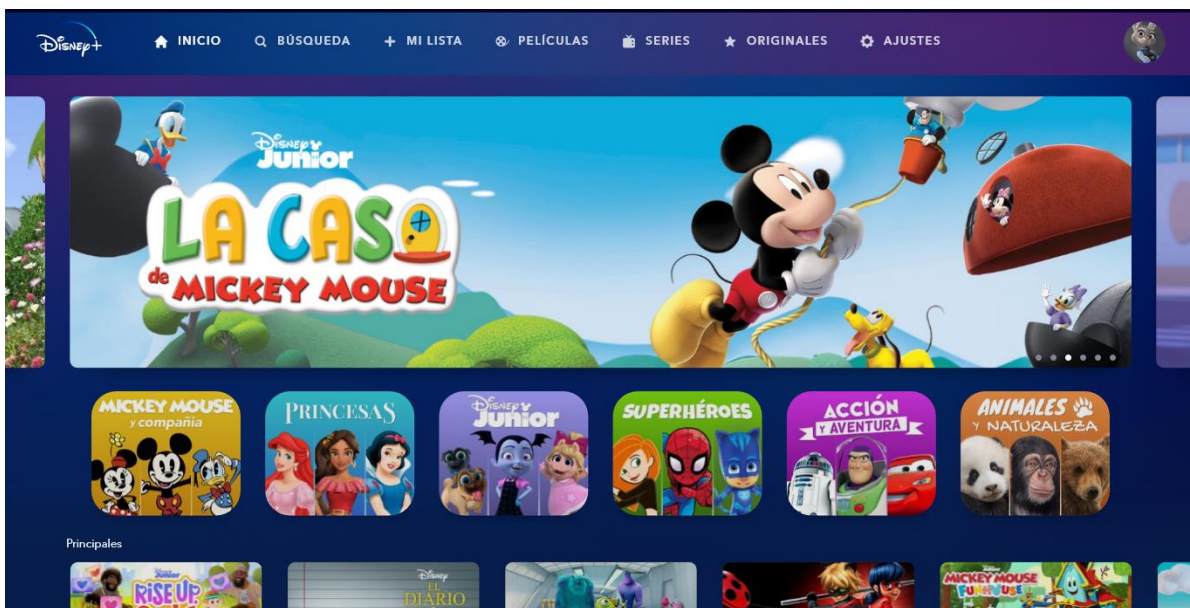


Imagen 18. Inicio Perfil Infantil (Disney Plus) Fátima Vázquez, (14 de noviembre 2022), [captura de pantalla]

En la sección de *Mickey Mouse y compañía*, se despliegan todos los contenidos relacionados al ratón Mickey Mouse y sus amigos, con series recientes, así como de las primeras transmitidas en la televisión, de igual manera puedes ver cortometrajes y películas protagonizadas por estos personajes como: *Los tres mosqueteros*, *Fantasia*, etc. En la sección de *Princesas*, puedes ver todas las películas de las princesas Disney, desde *Blanca Nieves* hasta la última película estrenada de princesas *Raya*, también series que se transmiten en Disney Channel y canal 7 de televisión abierta como: *Las aventuras de Rapunzel* y *Elena de Avalor*.

En la sección de *Disney Junior*, se presentan todas las series de caricaturas que se transmitían en el canal de cable que llevaba el mismo nombre, programas como: *Bluey*, *PJMASKS*, *Muppet Babies*, *Fancy Nancy*, *Doctora Juguetes*, *La princesita Sofia*, entre muchos más, de igual manera estos programas se transmitían de igual manera en el canal 7 los sábados por la mañana. En el apartado de *Super héroes* solamente se muestran caricaturas de los héroes de Marvel como: *Spiderman*, *Xmen*, *Los Avengers*, así como otros creados por Disney como: *Kim Posible*, *Grandes Heroes*, entre otros, la opción de las películas protagonizadas por actores está bloqueada, debido a la clasificación de estas.

En el apartado de *Acción y Aventura*, se despliegan todas las películas animadas de *Walt Disney Pictures* y de *Disney Pixar*, así como las series animadas de *Star Wars* y varias películas y series que se presentaban en *Disney Channel*, y por último en *Animales y Naturaleza*, se muestran documentales relacionados a animales en su hábitat natural, hay contenido de *Disney Nature* y muy pocos de *National Geographic*. De igual manera existe la posibilidad de poder ver cortos animados, live actions de las películas de Disney y todos los contenidos aptos para niños menores de 14 años, este perfil es muy fácil de manejar y accesible para los niños, no hay riesgo que caigan en contenidos no aptos para su edad.

5.2.3. Perfil para mayores de 14 años

Al igual que el perfil infantil, se necesita especificar el rango de edad al cual será dirigido, para este perfil se necesita señalar al momento que se crea que no se desea tener el catálogo completo, esto para que al adolescente no se les muestren contenidos para mayores de 18 años, en específico series y películas.



Imagen 19. Creación de Perfil por edades 14+, Fátima Vázquez, (14 de noviembre de 2022), [Captura de pantalla]

Este perfil tampoco te pide contraseña para poder ingresar, ya que están restringidos los contenidos para personas mayores, esto podría ser un problema si hubiera en algún hogar un perfil para niños y uno para personas mayores de 14 años, debido a que el niño podría ingresar al perfil sin ningún problema y ver series o películas que no corresponden a su edad, por esta razón es indispensable la supervisión de un adulto al momento de que los niños accedan a los perfiles o en dado caso que se le permita ingresar y observar algún contenido, permanecer junto con el infante.

A partir del perfil para mayores de 14 años los colores de la plataforma se vuelven un poco más oscuros de azul oscuro con gris, dominando el gris, para darle un poco más de seriedad a los contenidos junto con la clasificación. Los contenidos que se ofrecen en este perfil se dividen en 5 categorías principales dentro del menú principal: *Disney*, *Pixar*, *Marvel*, *Star Wars* y por último *National Geographic*, cada categoría va a tener un submenú para que los interesados en la sección puedan

escoger con más facilidad lo que desean ver, este perfil tiene mucho más contenido, ya que aquí se mezclan los infantiles con los dirigidos a personas mayores de 14 años.

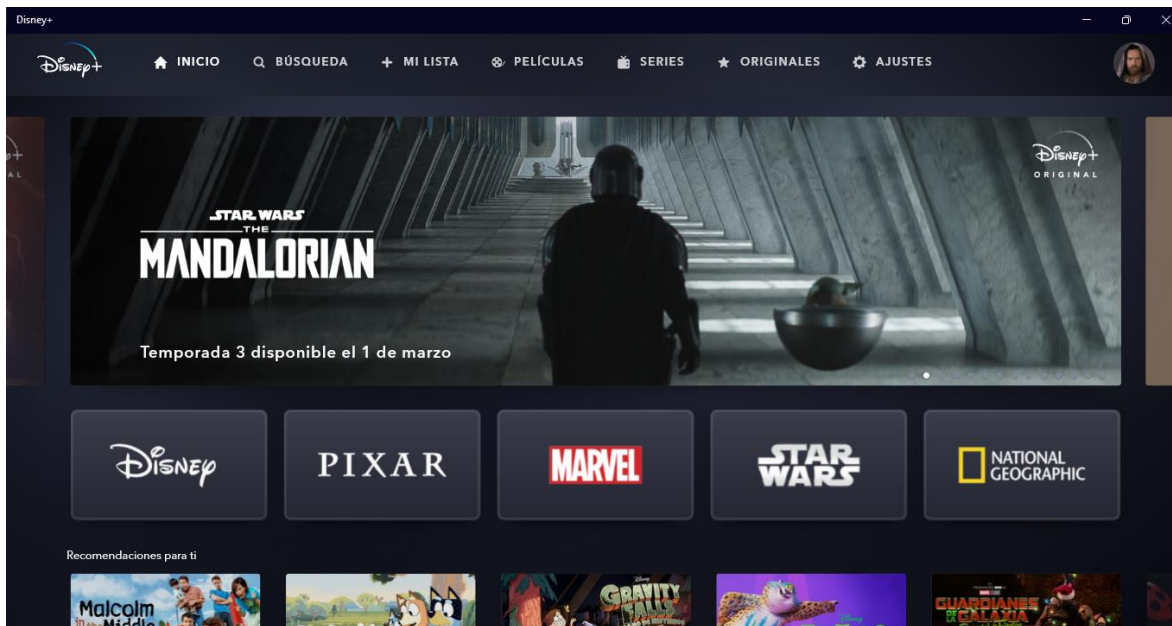


Imagen 20. Inicio Perfil Infantil 14+, (Disney Plus) Fátima Vázquez, (14 de noviembre 2022), [captura de pantalla]

En la sección de *Disney*, se muestran los contenidos creados por la compañía *Walt Disney Pictures*, películas animadas, películas en formato Live-action, y cortometrajes, así mismo se ofrecen las películas y series que eran difundidas en los canales de cable Disney Channel, Disney XD y Disney Junior, que de igual manera se transmitían en televisión nacional pero no tan seguido como lo hacían esos canales. También ofrece documentales acerca del trabajo de la animación dentro de los estudios, los parques de Disney, escenarios de Broadway entre otros más, de igual manera se encuentra el apartado de *Originales*, que te despliega todas las series y películas que se han creado exclusivamente para la plataforma, entrando de todo tipo de géneros, pero la gran mayoría son continuación de películas del estudio animado.

En la sección de Pixar, se encuentran los contenidos del estudio de animación aliado de Disney, teniendo a las películas clásicas desde *Toy Story* hasta su más reciente producción *LightYear*, así mismo se encuentran los cortometrajes que se

han realizado para presentarse antes de que comenzarán las películas en los cines, así como los más recientes presentados en el programa *The SparkShorts*, el cual fue diseñado para descubrir nuevos storytellers (contadores de historias), explorar nuevas técnicas de storytelling y experimentar con nuevos métodos del desarrollo de producciones animadas. (Jim Morris, 2019). También se encuentran detrás de cámaras de cómo se hacen las películas y recorridos en los estudios de Pixar.

En el apartado de Marvel te despliega todas las películas de superhéroes, incluyendo las películas de *Iron man*, *The Avengers*, *Xmen* y *Spiderman*, de esta última aún falta por integrarse cintas debido a que no son propiedad completa de Disney, también se incluyen las series estrenadas en el periodo de pandemia que complementan al universo cinematográfico, así mismo te ofrece caricaturas de los héroes desde las clásicas hasta las modernas. En la parte de Star Wars, se encuentran las películas que iniciaron este mundo galáctico, así como las más recientes creadas por Disney, también se presentan las series estrenadas en la plataforma para darle continuidad y contexto a la historia, así como caricaturas relacionadas al universo.

En la sección de National Geographic se encuentran los documentales que realiza este canal de entretenimiento, ofreciendo contenido de la naturaleza, contemplando la flora y la fauna, culturas antiguas, lugares exóticos y biografías de personajes históricos importantes en la vida de la humanidad.

Un perfil con contenido más variado y fácil de manejar podría considerarse como un perfil para todo público, ya que a pesar de que sea clasificado para personas mayores de 12 años, niños menores de esa edad acceden a ver contenidos de Marvel y Star Wars, para conectar con sus amigos del colegio o con los mismos padres de familia. Asimismo, comienzan a descubrir series de Disney que podrían gustarles. Las edades que podrían empatizar con este perfil serían los niños que se encuentran en la **etapa de las operaciones concretas** según lo menciona Jean Piaget, varios de los contenidos que se encuentran ahí podrían ayudarle en su desarrollo.

Es importante supervisar que niños menores de 7 años accedan a este perfil ya que no todos los contenidos de ese perfil son adecuados para ellos, para los niños mayores de esa edad, se recomienda la supervisión de los adultos al momento de estar en la aplicación y enseñarle a la diferencia entre lo ficticio y lo real.

5.2.4. Perfil para mayores de 18 años

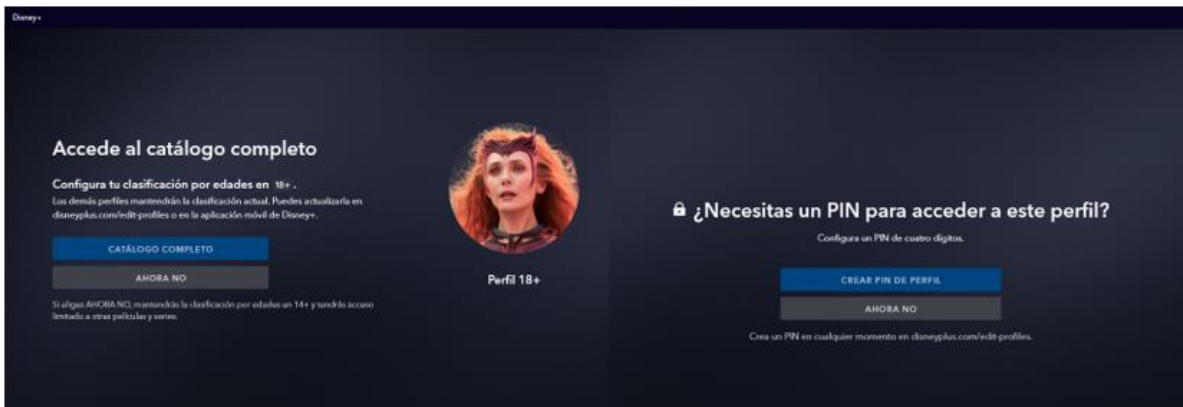


Imagen 20. Creación de Perfil para mayores de 18 años (Disney Plus) Fátima Vázquez, (14 de noviembre 2022), [captura de pantalla]

El perfil creado para mayores de 18 años es el único que pide contraseña para poder acceder a los contenidos, desde el momento en el que indicas que quieres ese rango de edad te pide poner una clave de 4 dígitos, esto evitará que niños accedan al perfil de adultos. Lo que ofrece, así como su diseño son muy parecidos al perfil con clasificación 12+, lo único que cambia son los contenidos agregados de Marvel: *Daredevil*, *Jessica Jones*, *Luke Cage*, *Iron Fist*, *The Defenders*, *Cloak and Dagger* y *The Punisher*.

Es una buena forma de tener el control parental establecido en casa y se recomienda que se establezca para tener una mejor supervisión con los infantes, esta es una ventaja que tiene Disney Plus en cuanto a seguridad a comparación con otras plataformas, pero se debe de tener cuidado con el perfil 12+ debido a que no existe pin de acceso y cualquier niño podría ver contenidos de ese perfil, pero a pesar de esto, podría considerarse como la plataforma más amigable y confiable con el público infantil.

5.3. Efecto Disney Plus en la televisión abierta de México

Disney Plus llegó para quedarse y modernizar la forma en que nuevas generaciones accederán a sus contenidos, su arribo a nuestro país trajo consigo cambios inesperados frente a la televisión abierta y de paga, tal fue el caso que el pasado 31 de marzo de 2022, la compañía decidió terminar las transmisiones y cerrar los canales **DisneyXD, Nat Geo Wild, Nat Geo Kids, Disney XD, FXM y Star Life**, que pertenecían a la televisión de cable de toda Latinoamérica, para solamente centrarse en tenerlos en la plataforma. (Milenio Digital, 2022).

Una situación parecida le pasó a la televisión abierta con Azteca a finales de 2021 y principios del 2022, el canal 7 en su mayoría de contenido infantil que transmitía era del catálogo de Disney: cortos, caricaturas, series y *reality shows*, etc. Con la llegada de la plataforma tuvo que retirar los contenidos del ratón debido a que no hubo renovación de contrato inmediata con Azteca a principios del 2022. Gil Barrera (2021) en su columna de opinión *El Gráfico*, mencionó que los productos de Disney les daban números de al menos dos millones de espectadores y al transmitirlos en Azteca Siete hacían una buena contención para que la competencia no destrozara la audiencia de Azteca uno.

El perder los contenidos de Disney no le convino a Azteca y por eso mismo buscó ofrecer contenido de diferentes cadenas televisivas y compañías, aliándose así con la cadena de HBO y transmitir contenidos como *Harry Potter, Crepúsculo, Maze Runner* y *El señor de los Anillos* que anteriormente le pertenecían al canal 5, de igual manera adquirió varias películas infantiles del estudio *Dreamworks* y *BlueSky*.

Asimismo, el canal decidió apostarle al *anime* y de alguna forma llegar al público *otaku*, transmitiendo los clásicos como: *Dragon Ball*, una retransmisión de *Los caballeros del Zodiaco* y por primera vez en la historia de la televisión mexicana abierta, el conocido como *One Piece*. (Staff Cine PREMIERE, 2022).

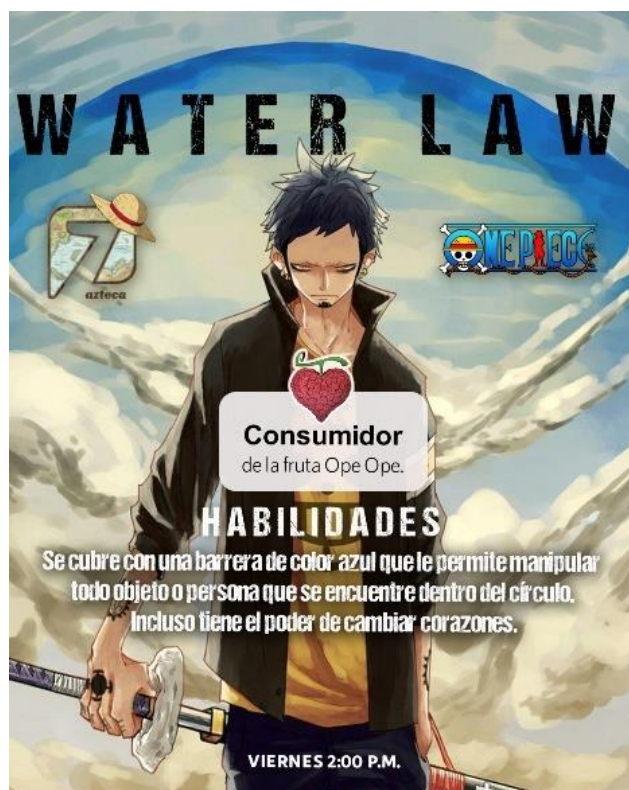


Imagen 21. Azteca7 [@aztecasiete], (14 de octubre 2022), [Imagen] Facebook, <https://bit.ly/3Qg3nSd>

A principios de 2022, los contenidos de Disney dejaron de ser vistos en las pantallas del país, pero actualmente aún se siguen transmitiendo contenidos de la compañía del ratón, ya no con la misma frecuencia con la que se hacía en años anteriores, ni tampoco todos los contenidos del catálogo, pero la presencia de la compañía Disney sigue presente en el canal 7 con un convenio diferente. Una de las estrategias que tuvo en conjunto con la plataforma Disney Plus, fue estrenar los primeros 2 episodios de la reciente serie latinoamericana estrenada: *Siempre fui yo*, para generar engancho con los televidentes y así prosiguieran a continuar viéndola en la plataforma. (Pérez, 2022).

Azteca 7 así como los demás canales de televisión abierta que transmiten contenido de otras cadenas televisivas o casas productoras, tendrán que buscar una solución para sus barras programáticas, ya que no sabemos si en algún futuro las plataformas no permitan la transmisión de sus contenidos, aunque esto traería

consigo afectaciones sobre la población que no tiene los suficientes recursos para pagar servicios OTT'S.

5.4. Canales de televisión abierta y los niños de México

La barra programática de los canales de la televisión abierta de México es fácil de recordar por los televidentes, es así como muchas veces las personas saben cuánto tiempo corresponde a la programación y cuánto tiempo es de comerciales, anteriormente las personas observaban los comerciales sin ningún problema, pero en la actualidad, las personas tienden a tener poca paciencia para continuar viendo sus programas. Si antes existía una competencia de ratings entre canales para mantener a las audiencias en un solo canal, ahora tienen que enfrentarse a mantener la atención del público fuera de los dispositivos electrónicos y plataformas que tengan al alcance.

Sedeño (2005), menciona que la televisión aparece dominada por la solemne idea de la estética de la fascinación, si un programa no llega a fascinar será considerado aburrido o carente de interés, provocando que las televisoras se centren en generar programas de entretenimiento que de cualquier otra índole. Es así como en televisión abierta, gran mayoría de los programas difundidos son de entretenimiento, de concurso o contenidos de otro género como lo son las películas, series y caricaturas de países extranjeros, teniendo menor cantidad de producciones diseñadas y creadas en México para informar, brindar aprendizaje que sean dirigidos a los pequeños del hogar.

De acuerdo con el Instituto Oficial de Radio y Televisión Dirección General de las Familias y la Infancia (MTAS), existen las llamadas **Dietas Audiovisuales**, que son el conjunto de oferta cultural que puede ser ofertada en la televisión, en ellas se concreta la influencia de los medios en el desarrollo infantil. Existen tres tipos: la primera es la **dieta audiovisual potencialmente accesible a los niños**, ofrece la creación y distribución audiovisual, la segunda es la **dieta ofertada o parrilla televisiva**, que es el conjunto de iniciativas públicas y privadas de contenidos audiovisuales que son programados, y por último está la **dieta audiovisual**

específica, que es la recibida concretamente por un segmento determinado de población, a ella se le llega partiendo de la dieta potencial, con el juego de factores eco-culturales y familiares. (Instituto Oficial de Radio y Televisión Dirección General de las Familias y la Infancia (MTAS),2005).

Esta forma de presentar contenidos a través de diferentes dietas audiovisuales y barras programáticas es ideal para segmentar a los públicos para que observen los contenidos, publicidades y propagandas respectivas a las edades a las que van dirigidos. Asimismo, existe la fragmentación de los canales de televisión a partir de su género, en los cuales cada televisora se encargará de distribuir su programación respetando sus barras programáticas.

Hablando del público infantil mexicano, existen canales que son muy conocidos por la población, debido a que transmiten caricaturas, películas, series y programas infantiles, la dificultad con estos canales es que, además de presentar los contenidos con clasificación AA y A en horarios matutinos, también llegan a presentar contenidos con clasificación B en horarios nocturnos, a los cuales los niños pueden acceder sin ninguna restricción.

Según el Instituto Federal de Telecomunicaciones en su Informe Especial Niños y Niñas 2022, Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales. Se detectó que en el año 2021 de los canales: **Imagen Televisión, Canal 5, Azteca 7, Canal Once, Canal 22, Mexiquense TV, Azteca Uno, Las Estrellas y Multimedios**, transmitieron de su oferta programática 14.08% contenidos dirigidos a niñas, niños y adolescentes, y de estos canales analizados se encontraron alrededor de 209 títulos dirigidos al público infantil, de los cuales 70.9% eran dirigidos a niñas y niños entre 6 y 12 años, mientras que el 22.8% son contenidos para niñas y niños en edad preescolar.

Además de esto hay que mencionar que de todas las producciones transmitidas su mayoría eran de Estados Unidos, contando con 60 producciones identificadas, seguido de México y Japón. La gran mayoría de los programas que se presentan de estos países entran en los géneros de caricaturas, series de televisión, películas y animes, los cuales son constantemente retransmitidos un sinnúmero de veces por la

televisión abierta. Los canales con mayor audiencia en ese año fueron **el canal de las estrellas** con 1.68% de audiencia infantil, seguido del **canal 5** con 1.55% y **el canal 7** con 0.86% dentro de los cuales destacaron los géneros de telenovelas con 1.81% de espectadores seguido de dramatizados con 1.57%, caricaturas con 0.86% y por último los infantiles con 0.05%. (IFT,2021).

Aquí podemos notar que el género preferido de los infantes no corresponde a los que son dirigidos para su edad y a pesar de que exista un canal cultural que se encarga de crear contenidos infantiles nacionales, no fue de los preferidos dentro de las estadísticas del 2021. Once Niñas y Niños transmitió 44 títulos únicos, donde se identificaron 33 dirigidos a niños en edad escolar y 11 a niños en edad preescolar, así mismo se identificó que en la oferta del canal la mayoría de las producciones son procedentes de México, con 19 títulos. (IFT, 2021).

Los contenidos de la televisión abierta de México van cambiando conforme pasa el tiempo, acorde llegan las tendencias, así como los gustos de los espectadores; los infantes van creciendo rodeados de los contenidos ofrecidos en la televisión, así como de los presentados en los nuevos medios audiovisuales, gracias a que tienen más accesibilidad de elección es más fácil que un niño caiga en un efecto de visionado y adicción a la televisión, así como a los dispositivos móviles.

En el estudio más reciente *Niveles de Audiencia de Televisión En Niñas y Niños de 4 a 12 años de Edad Informe Trimestral (julio, agosto y septiembre 2022)* se menciona que la población de las edades mencionadas, registraron un nivel de encendido promedio de 14.30% durante el trimestre de 2022; es decir, que 1,282,653 niñas y niños tuvieron la televisión encendida, también se identificó que la televisión abierta fue la más vista por los infantes teniendo un 35.75% de audiencia, mientras que el consumo de otras señales y dispositivos fue la segunda opción teniendo un 34.25% de participación. (IFT,2022)

La cantidad de niños que tuvieron la televisión encendida demuestra cómo es que pasan sus tiempos de recreación en el hogar y a pesar de que haya tanta tecnología los niños siguen prefiriendo la televisión abierta de México, pero podemos observar que los servicios OTT y otros dispositivos, están a punto de alcanzar a la televisión

en niveles de audiencias. Que el niño elija donde ver contenidos dependerá de su accesibilidad con los dispositivos y los recursos que este tenga en su hogar, pero es un hecho que a los niños les gusta pasar su tiempo libre viendo el televisor.

Uno de los puntos que llaman la atención del estudio es que el momento en el que ven más televisión según el informe, es de las 21:00 a las 21:30 horas con un encendido de 27.13%. Mientras que, para el total personas, el horario de mayor porcentaje de encendidos se registró de las 21:30 a las 22:00 horas con 29.57%. (IFT,2022). Podemos notar que los horarios en los cuales los niños observan televisión corresponden a una barra programática nocturna, momentos en los cuales la gran mayoría de los programas difundidos corresponden a una clasificación B, conteniendo escenas inapropiadas o contenido con mal lenguaje.

Podemos suponer que estos horarios son en el tiempo en el que los niños pasan tiempo con su familia, están cenando o es la distracción que ven antes de ir a dormir. Es importante resaltar este punto ya que sus intereses van a estar de acuerdo con lo que se transmiten en esos horarios, se debe de tener atención y supervisión al momento de ver la televisión abierta ya que podrían afectar en su neurodesarrollo, más siendo lo último que ven en el día antes de ir a descansar.

Relacionado a esto, los géneros con más rating en niñas y niños del trimestre de julio a septiembre del 2022 fueron los géneros de Caricaturas y Series, así como los deportes y telenovelas. Los canales más vistos fueron el **Canal 5, las Estrellas, Azteca 7 e ImagenTv.** (IFT, 2022).

Estos canales suelen transmitir programas en su mayoría importados de otros países, como películas y series, así mismo se dedican a crear *reality shows*, que en su mayoría son aptos para todo el público; programas como *Master Chef, La Máscara, El Exatlón, La Voz, Escape Perfecto, entre otros*, podrían ser vistos por los infantes sin tanto problema de que existan palabras ofensivas o imágenes no adecuadas, ya que en su mayoría las censuran en posproducción. Por el contrario de los programas como: *La rosa de Guadalupe, A cada quien su santo, o telenovelas de cualquier índole*, podrían contener temas que los niños no son capaces de interpretar y comprender por la edad en la que se encuentran, se debe

de ver la televisión abierta con conciencia de los horarios en los que transmiten lo adecuado para niños.

Relacionado al uso de diferentes señales y dispositivos en la Encuesta Nacional de Consumos de Contenidos Audiovisuales 2022 del IFT se menciona que, para el primer trimestre de este año, 65% de las niños y niños encuestados ven contenidos por internet, pasando en promedio 2.6 horas al día, teniendo servicios OTT favoritos a YouTube con un 76% seguido por Netflix 39%, Disney Plus con 12% y YouTube Kids 9%. El tipo de contenido favorito de los infantes son las películas, series, caricaturas/programas infantiles y anime, a continuación, se muestra una tabla con todo lo que los infantes observan por internet. (IFT,2022).

Gráfica 3: Consumo de Contenidos por Internet



Instituto Federal de Telecomunicaciones, (2022), Encuesta Nacional de Consumos de Contenidos Audiovisuales 2022. Consumo de Contenidos por Intener <https://bit.ly/3CJvkME>

Lo que se observa por las infancias tanto en televisión abierta como en streaming son muy parecidos, teniendo como favoritas a las películas, series y caricaturas, lo que cambia es el hecho de que tienen más acceso a los animes, videos de entretenimiento creados por *youtubers*, *influencers* o creadores de contenido, teniendo más exposición a escenas, temas y vocabulario para jóvenes adultos, que

muchas veces son creados para generar chistes de doble sentido, teniendo así a infancias que conozcan de estos temas a edades muy tempranas.

5.5. Adaptación de la TV con los medios audiovisuales

Actualmente la televisión se encuentra tratando de encontrar una forma de poder competir contra los servicios streaming, es así como varios canales de televisión abierta sino es que la mayoría han optado por la creación de sus páginas web y aplicaciones de sus propios canales. Lo cierto es que a comparación de lo que ofrecen en la televisión abierta, sus páginas y aplicaciones aún tienen mucho que trabajar y más en las secciones que son creadas para un público infantil.

Una de las páginas de internet que tiene una buena interfaz y un sistema de control en el que los niños mexicanos pueden acceder, navegar, así como conocer los contenidos sin ningún riesgo es el servidor de **ON, Niñas y Niños**, del Canal Once.

La página la puedes encontrar como **oncenasyninos.tv**, está creada a base de colores llamativos como el naranja, rosa mexicano, amarillo y violeta, todos estos colores forman parte del logo institucional transmitiendo a los niños un espacio creado con alegría, fantasía, y creatividad.

El servidor está muy completo, te muestra la cartelera en vivo de los programas que se presentan en el canal de televisión y los horarios en los cuales puedas verlos.

También dentro del menú te despliega secciones que la que los niños pueden indagar sin ningún problema y puedan seguir aprendiendo junto con los personajes del canal. El menú se divide en 8 secciones, la primera es el Home, dónde te muestran un resumen de lo que ofrece el canal, así información de contacto. Su segunda sección lleva por nombre, **ON Recomienda**, en dónde



Imagen 23. Página Web de Canal Once, ON Niñas y Niños Fátima Vázquez, (14 de enero 2023), [captura de pantalla]

recomiendan libros infantiles, brindando una breve reseña, su respectiva ficha técnica y una imagen del cuento.

Su siguiente sección es la llamada como **Mira más**, en esta te despliega las 19 producciones originales elaboradas por el canal, ofreciendo todas las temporadas y episodios, para verlos las veces que quieran. En la sección **ON en línea**, ¡ofrece a los niños ver un episodio de las producciones extranjeras a las que tiene acceso el canal, una de las más populares es *Operación Ouch!*, serie del Reino Unido.

De igual manera les ofrecen a los niños a través del apartado **Acuérdate de...** infografías de las efemérides más importantes como lo es *el día del niño, el día de la bandera, el día de los abuelos*, y también de figuras históricas importantes como *Julio Verne, Cri-cri, Astrid Lindgren*, entre muchos otros más.

La página incluye una sección de **Juegos On**, apartado en el cual les muestran a los niños juegos descargables y videos para que puedan hacer manualidades y actividades para que puedan aprender mientras se divierten. La última sección es **Equipo ON**, en la que presentan a través de mini biografías a los conductores de los programas.

A pesar de que el canal once no sea el preferido para las infancias de México, según datos del IFT, su página y contenido audiovisual que ofrece dentro de ésta es muy completo y enriquecedor para el desarrollo de los niños, es un canal y un sitio web muy seguro, como tal no tiene control parental pero no es necesario ya que la gran mayoría de los contenidos mostrados con clasificación A, con un rango de edad de 3 a 9 años en su mayoría de los programas.

Las otras televisoras populares y favoritas por los infantes como lo son canal 5 y azteca 7 en donde se difunden contenidos infantiles, deberían seguir el ejemplo de canal once ya que además de tener el servidor oficial del canal, se dedicaron a crear uno especial en el que los niños estén seguros.

Las páginas web de canal 5 y Azteca 7 tienen la desventaja de que realmente no fueron creadas para la difusión de contenidos audiovisuales sino como complementos de sus canales canal, brindando información de los horarios de

transmisión de los programas, notas informativas relacionadas a lo que transmiten, principalmente temas de farándula. Canal 5 ofrece en su página sus contenidos originales como lo son: *Me caigo de risa*, *Cuatro Elementos*. Azteca 7 si tiene la opción de poder ver la transmisión en vivo, así como varios capítulos de caricaturas infantiles como *Hotel Transilvania* y *Lego*, pero su interfaz no es segura para el público infantil; si el niño se encuentra navegando y explorando los contenidos, puede toparse con algunas notas periodísticas con imágenes explícitas de los artistas a los que hagan referencia en ésta, también tiene muchos anuncios emergentes que redireccionan a diferentes páginas de internet.

La televisión abierta tiene que seguir buscando la forma en la cual pueda adaptarse con la tecnología, pero por el momento es mejor que los niños sigan disfrutando de los contenidos infantiles de una manera tradicional, en los canales que ofrezcan contenido con clasificaciones A o AA, respetando los horarios de transmisión.

5.6. Contenidos Ideales para las infancias en TV. Abierta y plataformas OTT

Generar conciencia acerca de la cercanía de los contenidos de los nuevos medios, así como de la televisión abierta de México es responsabilidad tanto de los padres de familia, los medios de comunicación y el Estado, es un trabajo que debe de llevarse a cabo en conjunto para que no caigan con contenidos indebidos y los obliguemos a crecer rápido haciendo con esto que no disfruten de su infancia por querer seguir a figuras públicas o modelos de personajes que observan en la pantalla chica.

Fuenzalida (2006), menciona que quienes se deben de preocupar por mejorar la calidad de la televisión infantil son tres grandes ejes complementarios de trabajo:

- **Las políticas de emisión y creación de canales:** Se tiene que enfrentar el cambio desde programas, barras o franjas infantiles hacia la creación de canales para niños.
- **El texto televisivo:** Son nuevos esquemas multimediales de producción y nuevos contenidos televisivos, se refiere a los modelos ficcionales lúdico-dramáticos con personajes protagonistas infantiles, que permiten la

identificación emocional del niño y el reconocimiento de sus capacidades, que ayudan a aliviar sus frustraciones y a fortalecer su autoestima, programas que enseñan capacidades personales para vivir en el mundo real.

- **La recepción:** El desarrollo de herramientas para facilitar a padres y profesores el diálogo y la discusión acerca de los programas que ven los niños y el aprovechamiento de estos. (Fuenzalida, 2006).

Que se cumplan estas funciones por parte de los 3 ejes mencionados puede sonar un poco complicado debido a la falta de acuerdos que puedan llegarse a realizar entre medios y el gobierno, pero esto no es imposible de ejecutarse ya que existen diferentes programas infantiles que han sido realizados con uniones estatales y televisivas a lo largo de la historia de la televisión.

Un ejemplo de un programa infantil que tuvo impacto internacional en las audiencias a finales del 2022 que cumple con estas características de unión entre los medios, estado y receptores es la caricatura llamada **Bluey**, que además de ser un programa dirigido al público infantil, es bien recibido por todas las audiencias, en especial padres primerizos y personas que tuvieron una infancia complicada, este fenómeno se dio debido a conceptos que se abordan en la trama de los episodios.

Bluey es una caricatura que fue estrenada por ABC Kids en el año 2018, fue producida con la asistencia del Gobierno Australiano, creado por *Joe Brumm*, producido con la asistencia y distribución de la BBC Worldwide y el Gobierno de Queensland, así mismo fue comisionado por Australian Broadcasting Corporation y British Broadcasting Corporation. El programa fue estrenado por el canal **Disney Junior** y actualmente puede verse por **Disney Plus** y **canal 7** en televisión abierta.



Imagen 21. Officialblueytv [@officialblueytv], (9 de julio de 2021), Grab your mates and a balloon... [Imagen] Instagram. <https://bit.ly/3kzIzJu>

El programa infantil nos cuenta la historia de **Bluey**, una perrita pastor ganadero que junto con su hermana menor *Bingo*, conocen el mundo a través de la imaginación y juegos en los que involucran a su papá *Bandit* y su mamá *Chilli*, conforme Bluey aprende de la convivencia interpersonal con sus compañeros de clase, amigos del vecindario, y familia lejana. Cada episodio tiene diferentes lecciones de vida, enseñanzas de comportamientos, valores, resiliencia, amor familiar y una nueva percepción de lo que son las familias modernas, teniendo temas como el famoso *homeoffice*, diversidad cultural, diferentes modelos parentales, tipos de familias que existen, entre otros temas que ayudan a la buena comunicación entre hijos y padres de familia.

Bluey es el ejemplo perfecto de que se pueden realizar programas infantiles adaptables para todo público que se puedan transmitir en televisión abierta y servicios streaming que aborden temas de actualidad, enseñando a los padres de familia nuevos modelos de crianza. La serie fue clasificada como “*el mejor show de de nuestros tiempos*”, por el *New York Times*, ya que está impregnada de la filosofía de la llamada *crianza positiva o crianza respetuosa*. (Gómez, 2022).

El crear y ofrecer contenidos de calidad para niños y la familia es posible, se necesita de la observación de lo que a los niños les gusta hacer para poder llegar al público infantil, pensar como un niño, involucrando también a los padres de familia que observan los contenidos con ellos. El productor de Bluey *Joe Brumm*, se basó en sus experiencias personales, en especial de las vividas con sus hijas, para darle vida a los personajes principales de la serie, también dio la importancia del juego dentro del desarrollo infantil, reflejando la realidad de aprendizaje vivencial y social que tienen los infantes mientras interpretan sus propias historias (Gómez,2022), siendo este tipo de narrativa en la que los niños son los protagonistas de sus historias, lo que ha llevado al éxito mundial a la serie de las perritas australianas.

El realizar programas infantiles es un gran reto, se deben de establecer objetivos y metas claras con respecto a lo que quieren representar dentro de la trama principal del programa a desarrollar, recordemos que la televisión al igual que los demás medios de comunicación son procesos tecnológicos transmisores de información

que integran el esquema general de la llamada industria de la cultura. La televisión funciona como un agente socializador, difunde valores, normas y costumbres consideradas por los grupos sociales como parte de su realidad social inmediata (Ahumada, 2005).

Lo ideal es crear producciones de contenidos diseñados para que el público pueda aprender y reflexionar de los acontecimientos de la sociedad, reflejar todo lo que sucede y podría suceder en un futuro, generando así conciencia del mundo. Cada género televisivo o cinematográfico va a definir lo que quiera mostrar en pantalla, pero algo que hay que resaltar es que no se deberían de crear contenidos solo con el fin de tener miles de audiencias, sino caemos en la creación de contenidos denominados como únicamente para el consumismo, con historias aburridas, repetitivas, malas o en el peor de los casos sea considerado como un contenido basura.

El término “televisión basura” o “TV basura” viene dando nombre, desde la década de los noventa, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia. La telebasura puede quedar definida por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes. (De los Heros Arboccó y O’ Brien Arboccó, 2012, p.44).

Actualmente es muy fácil encontrar este tipo de contenidos en redes sociales, que, aunque no entren dentro de los servicios OTT, es fácil que los infantes puedan acceder a ellos a través de videos de YouTube. La tendencia de encontrar estos contenidos con altos niveles de morbo y que provocan risa es por el hecho de conseguir nuevos seguidores, tener la mayor cantidad de *likes* y compartidos, para que así puedan monetizar con sus canales los creadores de contenido, así como algunas empresas.

Va a ser inevitable que en este mundo lleno de tanta tecnología y medios audiovisuales los niños accedan a este tipo de videos, es responsabilidad de los creadores de contenido y productores televisivos de realmente segmentar a su

público, especificar hacia dónde va dirigido y promover la creación de programas que sean realmente enriquecedores para el conocimiento.

De acuerdo con el Instituto Oficial de Radio y Televisión Dirección General de las Familias y la Infancia (2005), existen orientaciones para impulsar la creación de programas infantiles y juveniles de calidad, mencionan que sería conveniente **fijar en términos de impacto positivo el objetivo de la producción audiovisual destinada al público infantil**. Se tendría que fomentar la creación de equipos de creación y de formación específica, así como la participación de los padres de familia, escuela, comunidad, para que se hablen de las necesidades y pautas de acción.

Asimismo, **es necesario que los creadores de programación infantil busquen la integración de los aspectos de entretenimiento, desarrollo y educación en proyectos de diseño con previsible éxito**, esto para poder seguir evolucionando en los nuevos contenidos, en sus tramas educativas y términos de éxito comercial. Y hablando de **las políticas de promoción y financiación de la creación audiovisual deberían perseguir una cultura y un diseño activo y consciente de los modelos y contenidos audiovisuales**. (Instituto Oficial de Radio y Televisión Dirección General de las Familias y la Infancia (2005))

Las infancias de México, así como de todo el mundo necesitan de producciones televisivas de calidad, que sean realizadas con una investigación precisa, con objetivos claros de lo que se quiera mostrar y una supervisión precisa de las autoridades para definir si realmente tienen la calidad requerida para ser presentada a los públicos infantiles.

Las televisoras y productoras deben de tomar en cuenta que el crear contenidos infantiles no es solamente realizarlos con base de dibujos animados o los que contengan un lenguaje muy infantil, sino que deben de segmentar a las audiencias para los cuales irá dirigido, al mismo tiempo idear contenidos que sean adaptables para la televisión abierta y el *streaming*.

Capítulo 6. Estudio *Papillons* para conocer los hábitos de consumo de televisión abierta y plataformas OTT

El presente capítulo presentará los resultados obtenidos por parte del estudio *Papillons* (*mariposas en francés*), para conocer la preferencia y hábitos de consumo de los medios tradicionales y digitales por parte de niñas y niños de las edades de 8 a 11 años del Estado de México, Municipio de Nezahualcóyotl.

6.1. Definición de la Metodología por utilizar

ANDER EGG Ezequiel (1982) define a la metodología como el conjunto de operaciones o actividades que, dentro de un proceso preestablecido, buscan de manera sistemática conocer y actuar sobre la realidad social, ésta hace referencia a los supuestos epistemológicos.

Como todas las técnicas sociales, la metodología y práctica del Trabajo Social están configuradas por la integración y fusión de 4 componentes: **el estudio de la realidad, la programación de actividades, la acción social y la evaluación de lo realizado**. Es esencial que, en cada una de estas fases, la participación de la misma población elegida se encuentre en contacto en tanto sea posible en cada circunstancia para mejorar el estudio. (Ander Egg (1982) como se citó en Gordillo, 2007)

Dentro de la Metodología se debe de llevar a cabo un método para comprobar las hipótesis o supuestos de la investigación. Ander Egg (1982) menciona que existen cuatro métodos comportados en las metodologías de Trabajo Social y sus correspondientes técnicas en cuanto a los fines propuestos en los diferentes momentos o fases del proceso global de la praxis del **Trabajo Social: Métodos y técnicas de investigación Métodos y técnicas de programación Métodos y técnicas de ejecución Métodos y técnicas de evaluación**. (Ander Egg(1982) como se citó en Gordillo, 2007).

6.2. ¿Investigación Cualitativa o Cuantitativa?

Para llevar a cabo dicha investigación, se eligió uno de los dos métodos de estudio, pero antes de mencionar cuál es el que se ocupó para llegar a las conclusiones, se dará una breve explicación de qué es una investigación cualitativa y cuantitativa.

Según **Arturo Monje (2011)**, la **investigación cualitativa** se interesa en captar la realidad social a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto. El investigador induce las propiedades del problema estudiado a partir de la forma como “orientan e interpretan su mundo los individuos que se desenvuelven en la realidad que se examina. No parte de supuestos derivados teóricamente, sino que busca conceptualizar sobre la realidad con base en el comportamiento, los conocimientos, las actitudes y los valores que guían el comportamiento de las personas estudiadas. (Monje, 2011).

Por el contrario, **la metodología cuantitativa** usualmente parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica con base en los cuales formula hipótesis sobre relaciones esperadas entre variables que hacen parte del problema que se estudia. Su constatación se realiza mediante la recolección de información cuantitativa orientada por conceptos empíricos medibles, derivados de conceptos teóricos con los que se construyen las hipótesis conceptuales. El análisis de la información recolectada tiene por fin determinar el grado de significación de las relaciones previstas entre las variables. (Monje, 2011).

Para dicha investigación se llevó a cabo una encuesta de tipo cuantitativa en el que se preguntó a los niños acerca de sus tiempos de visionado, programas favoritos, dispositivos y plataformas que tienen para comprobar la hipótesis planteada al inicio del documento.

6.3. Diseño de instrumento de captación de información

Encuesta Papillons: Los contenidos infantiles en los medios audiovisuales

Objetivo: El objetivo del presente cuestionario es conocer las preferencias de contenidos audiovisuales en Televisión y en Internet de los niños de educación básica de las edades de 8 a 11 años del Estado de México del municipio, estudiantes de la ***Escuela Primaria, Centro Escolar Miguel Hidalgo.***

SECCIÓN 1: Datos Generales:

Niña:

Niño:

Edad:

8 años

9 años

10 años

11 años

*Las edades fueron seleccionadas según lo mencionado por Piaget acorde con la forma en la que aprenden conocimientos, **la etapa a la que corresponden es de 7 a 12 años, también es conocida como la niñez media**, en esta etapa los niños empiezan a usar la lógica para llegar a conclusiones válidas, pero para lograrlo necesitan situaciones concretas y no abstractas. **También pueden categorizar aspectos de la realidad de una forma mucho más compleja, además de esto el pensamiento del infante deja de ser tan egocéntrico.** (Londoño,2019). * Las edades seleccionadas se basan en lo explicado por Piaget, pero hubo cambio debido a que a los 12 años comienza la adolescencia y a los 7 años los niños aún no saben leer.

Grado Escolar:

Segundo de Primaria

Tercero de Primaria

Cuarto de Primaria

Quinto de Primaria

SECCIÓN 2 Dispositivos en el Hogar

¿Tienes televisión en tu casa?

Si

No

¿Tienes Internet en tu casa?

Si

No

¿Qué aparatos electrónicos tienes en tu casa?

Celular

Ipad o Tableta

Laptop

Computadora de Escritorio

Smart TV

Otra...

¿En qué aparatos te gusta ver tus programas favoritos?

Celular

Ipad o Tableta

Laptop

Computadora de Escritorio

Smart TV

Otra...

¿El celular que utilizas para ver tus programas es tuyo o de tus papás?

Del Niño/Niña

Padre de Familia o cuidador

SECCIÓN 3 Medios Audiovisuales y el contenido infantil

¿Por dónde te gusta ver tu programación favorita?

Televisión abierta

Plataforma Streaming (Netflix, Disney Plus, Amazon Prime, HBO, etc)

YouTube

¿Te gusta ver tus programas favoritos en alguna de estas plataformas?

Netflix

Disney Plus

Amazon Prime

HBO MAX

STAR+

CLARO VIDEO

BLIM

Otra...

De la siguiente lista, ¿Qué programas te gusta ver?

*La lista de programas fue seleccionada con anterioridad gracias a una entrevista realizada a 17 niñas y niños de las edades mencionadas al inicio para saber qué es lo que realmente les gusta ver sin caer en suposiciones de lo que podrían observar, además se dejó el espacio de otra opción para que se sintieran libres de mencionar alguno de sus programas favoritos que no estuvieran en la lista. *

- Miraculous Ladybug
- El increíble mundo de Gumball
- Los jóvenes Titanes
- Tortugas Ninja
- Naruto
- Demon Slayer
- Los Escandalosos
- Bob Esponja
- Avatar: La leyenda de Aang
- Spider-Man
- La familia Peluche
- Una familia de 10
- Merlina
- IT
- Ben 10
- Super Mario Bros: La película
- Canal de YouTube Mr. Beast
- Canal de YouTube Genial
- Pokémon
- Stranger Things
- El Gato con Botas: El último deseo
- Avengers
- La peor Bruja
- El chavo del 8
- Los Thunderman
- One Piece
- Lay Lay
- Otra...

¿Cuánto tiempo pasas viendo la televisión?

1-2 hrs

2-4 hrs

4-6 hrs

8-10 hrs

¿Ves la televisión con tus papás?

Si

No

Algunas veces

5.3.2. Tipo de muestra

Tipo de muestra no probabilística por convivencia y por cuotas 25 niños y 25 niñas de educación básica de segundo a quinto de primaria

6.3.3. Técnica:

La técnica que se llevó a cabo para comprobar el supuesto del trabajo fue la **Encuesta**, que según lo mencionado por Sierra Bravo (1994), **la encuesta** significa la observación que consiste igualmente en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad, es el procedimiento sociológico de investigación más importante y el más empleado. (Sierra (1994) como se citó en Casas J, Repullo J.R. y Donado J, 2003)

Entre sus características se pueden destacar las siguientes:

La información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos, a través de las manifestaciones realizadas por los encuestados, 2. la encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras. 3. El interés del investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, sino la población

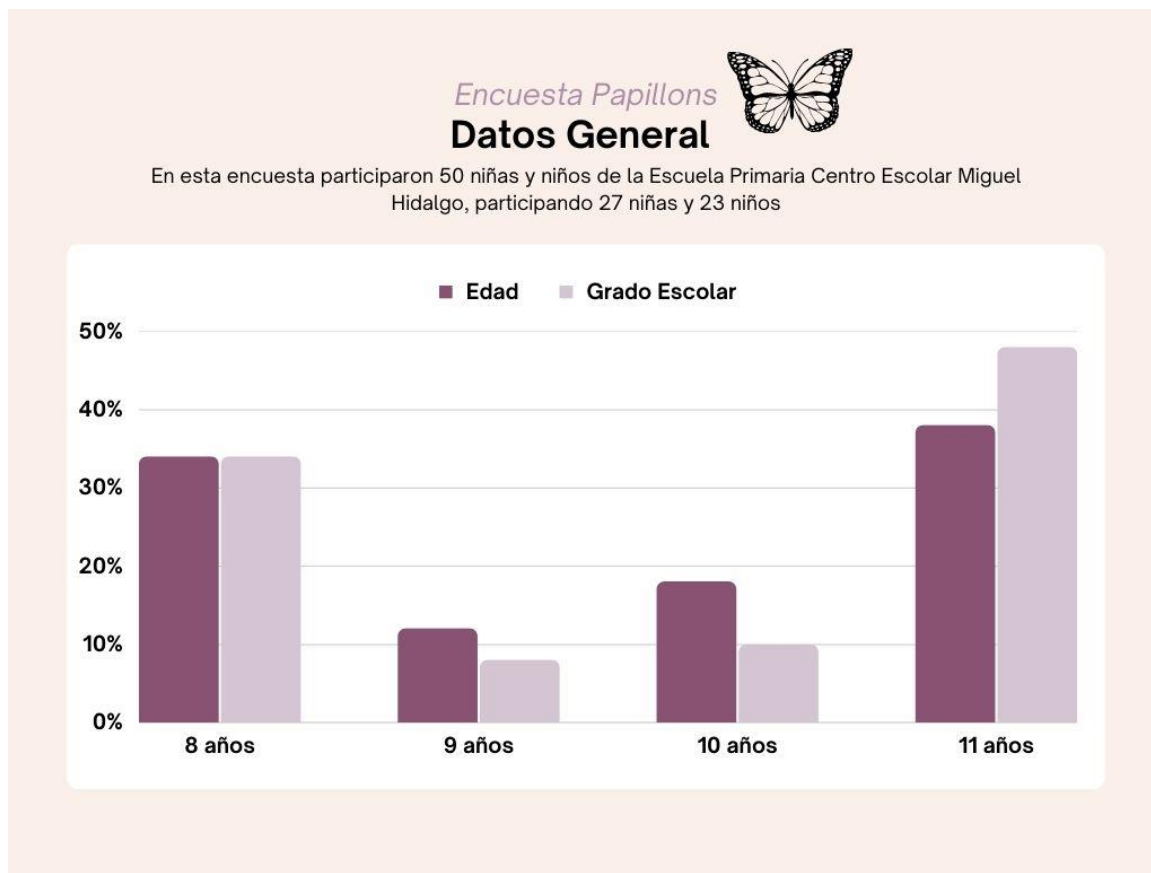
a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas. Permite la obtención de datos sobre una gran variedad de temas. (Sierra (1994) como se citó en Casas J, Repullo J.R. y J. Campos, 2003).

6.4. Resultados

La encuesta **Papillons** fue aplicada a **50 niños y niñas de las edades de 8 a 11 años**, residentes del **Estado de México del municipio de Nezahualcóyotl Norte**, estudiantes de la **Escuela Primaria Centro Escolar Miguel Hidalgo**, con el objetivo de conocer las preferencias de los contenidos audiovisuales en Televisión y en Internet, teniendo como resultado los siguientes datos:

6.4.1. Datos Generales

Del cuestionario aplicado participaron **27 niñas y 23 niños**, destacando mayor intervención los niños de **11 años (38%)**, seguidos de los niños de **8 años (34%)**, para continuar con los de **9 años (12%)** y finalizar con los niños y niñas de **10 años (12%)**. De los niños encuestados un **34% cursa segundo de primaria, 8% va en tercero de primaria, 10% en cuarto de primaria y 48% en quinto de primaria**.

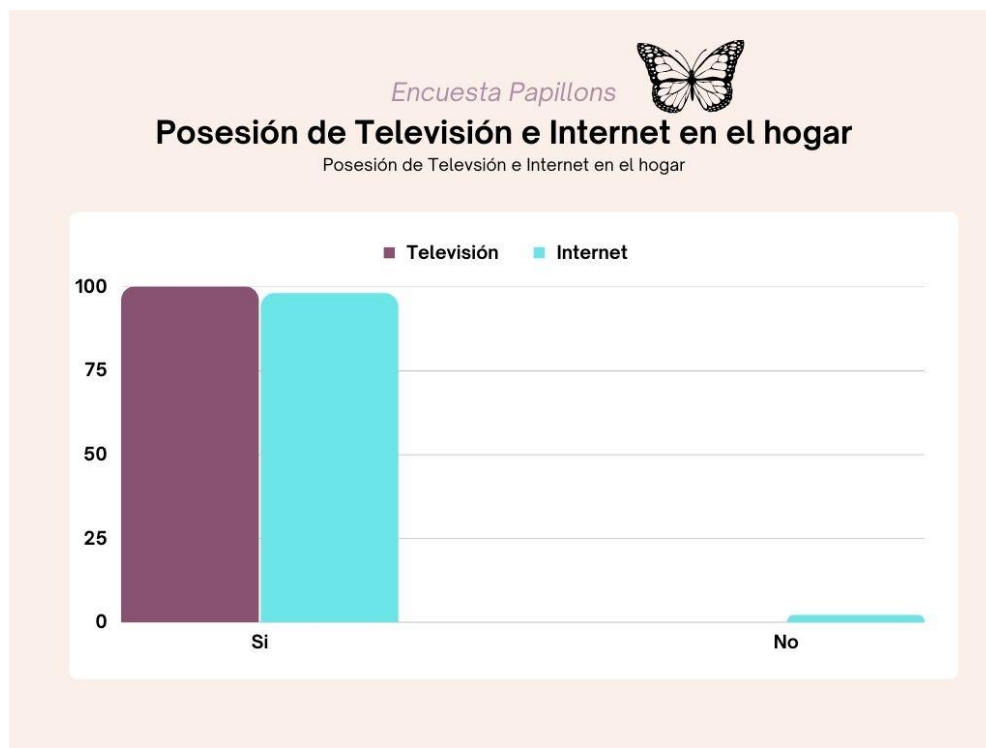


6.4.2. Dispositivos en el hogar

En esta sección se cuestionó a los niños acerca de la posesión de bienes que tienen en sus hogares, en los que se incluyen la televisión, el internet y aparatos electrónicos en el hogar. Asimismo, se cuestionó a los niños acerca del dispositivo que prefieren para ver sus programas favoritos, teniendo como resultado lo siguiente:

6.4.2.1. Posesión de Televisión e Internet en el hogar

De las niñas y niños encuestados **el 100% mencionó que cuenta con televisión en su casa**, acerca de la posesión del internet, **un 98% mencionó que, si cuenta con éste, mientras el 2% comentó que no cuenta con la red en su hogar.**

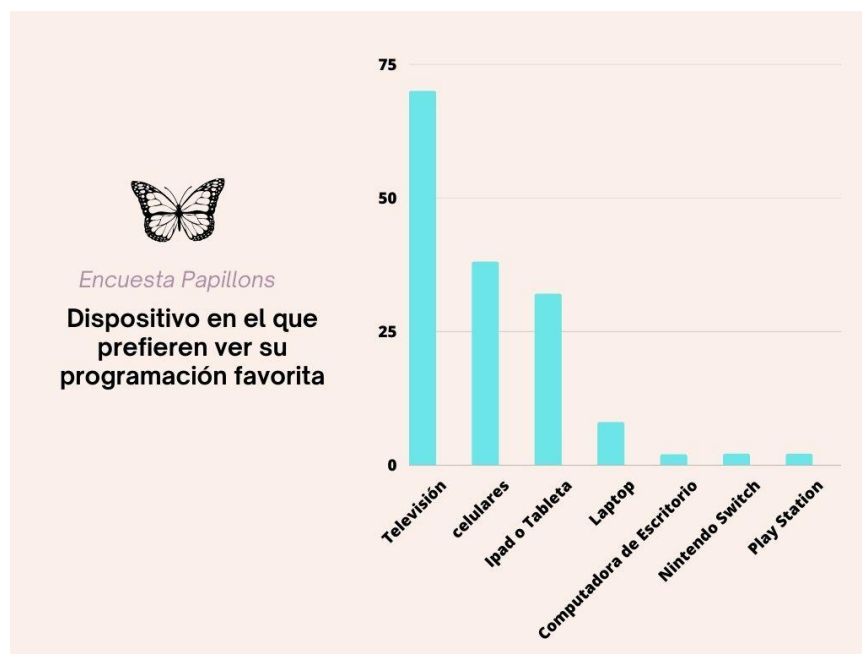


6.4.2.2. Aparatos electrónicos en el hogar

Los aparatos electrónicos que poseen en su hogar a parte de la televisión fueron los siguientes: **Celular un 86%, Ipad o Tableta 36%, Laptop 48%, Computadora de escritorio 18% Smart TV 72%, Televisión convencional 8% Play Station 2% y Nintendo 2%.**

6.4.2.3 Dispositivo en donde prefieren ver su programación favorita

Los dispositivos en donde prefieren ver su programación favorita fueron los siguientes: Los niños mostraron mayor interés por ver sus programas **en la televisión**, para verlos de una manera más “grande” **teniendo un 70% de preferencia**, seguido de la televisión están **los celulares teniendo un 38%** de uso para ver sus programas, además del celular, también mencionaron que les agrada pasar tiempo del visionado en el **Ipad o Tableta teniendo un 32%** de niños que pasan su tiempo en ésta. Los dispositivos menos preferidos por los niños fueron la **Laptop con 8%, Computadora de escritorio con un 2%, Nintendo un 2% y Play Station con 2%.**



Hay que mencionar que, de las niñas y niños encuestados, **un 60% tiene celular propio, contra un 40% de niños que utilizan el celular de sus padres o cuidadores**, reflejando la situación actual con el uso del dispositivo a cortas edades.

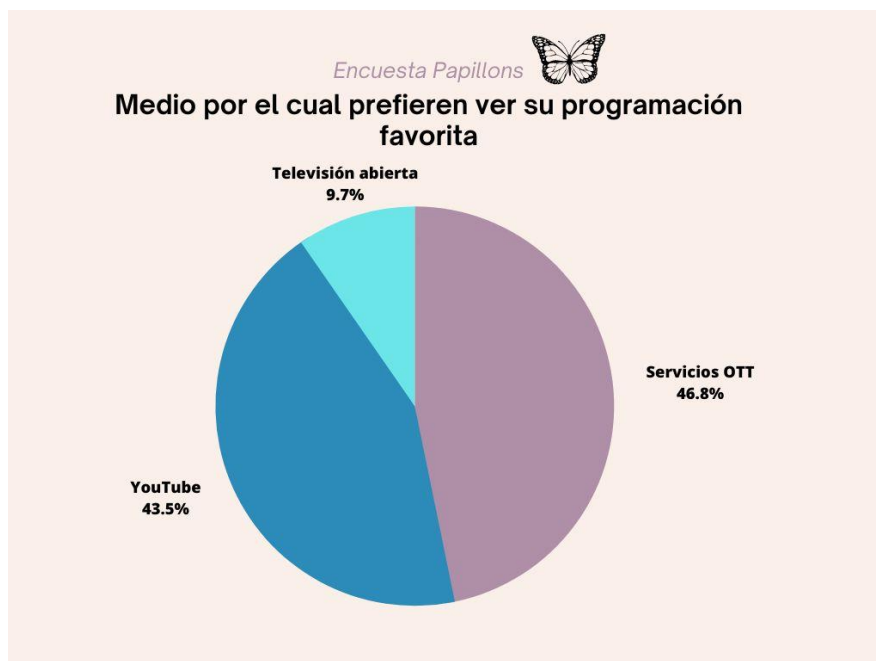
6.4.3. Medios Audiovisuales y el contenido infantil

En este apartado de la encuesta, se cuestionó a los niños acerca del medio por el cual prefieren ver su programación favorita incluyendo la televisión convencional y los diferentes servicios OTT, además de esto se investigó acerca de las diferentes plataformas que poseen, así como sus programas favoritos, con el objetivo de comprobar la hipótesis.

6.4.3.1. Medio por el cual prefieren ver su programación favorita

Los niños mencionaron que su medio favorito son las plataformas *streaming*, o servicios OTT (**Netflix, Disney Plus, Amazon Prime, HBO, etc.**) con un **58%**

Seguido de las plataformas se incluye el servicio de suscripción gratuita **YouTube con un 54%** y para concluir **un 12% mencionó que les gusta ver lo que la televisión abierta mexicana les ofrece**



6.4.3.2 Plataformas en donde prefieren ver su programación favorita

La plataforma más mencionada por parte de las infancias fue **Netflix**, teniendo un **81,6% de preferencia**, la plataforma que se posiciona en el segundo lugar es **Disney Plus** con un **69,4%** de preferencia y el tercer lugar lo ocupa **Amazon Prime** con un **32,7%**.

Las plataformas que le siguen son **HBO MAX** con **24,5%**, **STAR Plus** con **14,3%**, **Claro Video** **6,1%**, **Crunchyroll** **4%**, **Vix** **2%**, **Pluto TV** **2%** **Mercado video** **2%**, **Paramount Plus** **2%**.

De los niños que participaron en el cuestionario **solamente 4% no posee ningún servicio de streaming**.



6.4.3.3 Programas favoritos

La lista de programas fue seleccionada con anterioridad gracias a una entrevista realizada a 17 niñas y niños de las edades mencionadas al inicio para saber qué es lo que realmente les gusta ver sin caer en suposiciones de lo que podrían observar, además se dejó el espacio de otra opción para que se sintieran libres de mencionar alguno de sus programas favoritos que no estuvieran en la lista.

Los resultados de sus preferencias son los siguientes:

- Super Mario Bros: La película- 72%
- Bob Esponja- 70%
- Los Escandalosos- 64%
- Spider-Man- 56%
- Canal de YouTube 'Mr. Beast'- 54%
- Miraculous Ladybug- 52%
- Merlina- 50%
- El chavo del ocho- 50%
- El Gato con Botas: El último deseo- 48%
- El increíble mundo de Gumball- 44%
- La familia Peluche- 44%
- Pokémon-42%
- Los jóvenes Titanes- 42%
- Avengers- 38%
- Avatar: La leyenda de Aang- 36%
- Una familia de diez- 34%
- Stranger Things - 32%
- IT- 26%
- Tortugas Ninja- 30%
- Naruto- 24%
- Demon Slayer- 24%
- Ben 10- 22%



- Canal de YouTube 'Genial'- 18%
- La peor Bruja-16%
- Los Thunderman- 14%
- One Piece-14%
- La rosa de Guadalupe- 8%
- Lay Lay- 4%
- Harry Potter- 4%
- Gravity Falls- 4%
- Paddington- 2%
- Canal de YouTube 'Mis Pastelitos'- 2%
- Canal de YouTube 'Soy Regi Chow'- 2%
- Canal de YouTube 'Fede Vigevari'- 2%
- Como dice el dicho 2%
- 31 minutos- 2%
- Mulán- 2%
- La leyenda de Korra- 2%
- Paw Patrol- 2%
- Canal de YouTube 'Las ratitas'- 2%
- Darwin y Newts- 2%
- Jurassic Park- 2%
- Pixeles- 2%
- Las pistas de Blue- 2%
- Clifford, el gran perro rojo- 2%
- La CQ- 2%
- Edén- 2%
- Inuyasha- 2%
- Thundercats- 2%
- Dragon Ball- 2%



6.4.3.4 Tiempo del Visionado

El mayor tiempo de visionado registrado por las infancias fue **de 2 a 4 horas, teniendo un 40% de niños viendo televisión**. Otros mencionaron que pasan viendo sus programas favoritos de **1 a 2 horas teniendo un 38%**, a continuación, respondieron los niños que pasan **de 4 a 6 horas, obteniendo un resultado del 22%** y por último solamente el **4%** mencionó que ve la televisión entre **6 a 8 horas**.

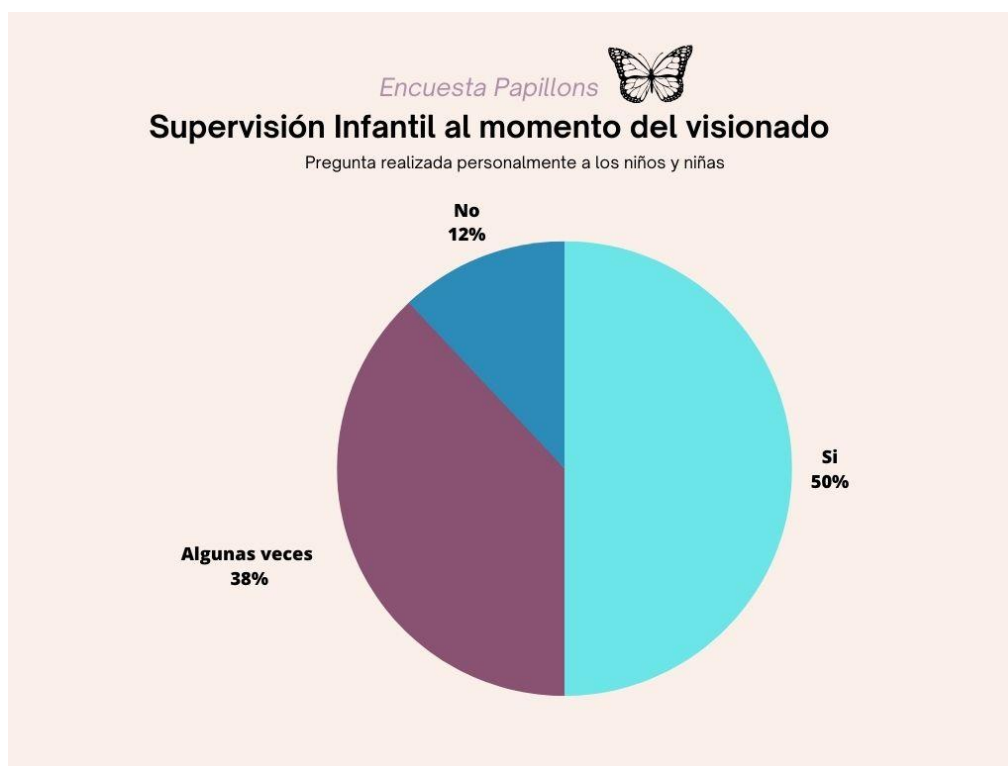
Aunque se creía que los niños pasaban más de 8 horas viendo sus programas favoritos la realidad es que no es así, pues ninguno mencionó la cantidad, además de que el tiempo en la escuela y diferentes actividades no se lo permite.



6.4.3.5 Supervisión infantil al momento del visionado

Una de las preguntas claves de este cuestionario era saber si los padres de familia pasaban tiempo de calidad con sus hijos al momento de ver sus programas favoritos, por lo que la pregunta fue dirigida especialmente a los niños y comentaran si verdaderamente estaban presentes sus padres con ellos, los resultados fueron los siguientes:

Un 50% de los niños y niñas mencionaron que, si ven televisión con sus padres o cuidadores, un 12% dijo que no compartían el tiempo con ellos mientras que un 38% mencionó que algunas veces si llegan a ver sus programas con ellos.



Varios de los padres de familia que estuvieron presentes al momento de realizar la encuesta a sus hijos fueron cuestionados acerca del uso del control parental, teniendo como resultado que de los 10 padres encuestados **un 75% mencionó que se siente en confianza con el uso del control parental** debido a que pueden ver todo lo que su hijo anda haciendo, no solamente en los servicios OTT, sino también

en otras plataformas como lo es Whats App y Facebook, ya que utilizan la opción de Google Family Link, para estar atentos a ellos y les permite bloquear ciertas páginas o videos no adecuados.

Por otro lado, **un 25% mencionó que no se siente en confianza con los controles parentales** porque es muy ambiguo acerca de lo que es adecuado o no es adecuado para los niños, mencionando que a veces YouTube muestra videos que no corresponden a sus edades. Asimismo, hubo padres que mencionaron no utilizarlo porque no saben cómo funciona y tienen confianza acerca de lo que ven sus hijos.

6.5. Conclusión general del trabajo de campo

A través de la encuesta realizada podemos observar que la hipótesis mencionada al inicio del proyecto se cumplió ya que las niñas y los niños mencionaron que prefieren ver sus programas favoritos en los diferentes servicios OTT en lugar de los ofrecidos en la televisión mexicana abierta, reflejando con esto la migración tecnológica que se está llevando a cabo en los medios de comunicación y en especial con los diferentes programas que se ofrecen en ambos lados.

Otro de los puntos que tenemos que resaltar es que todos contaron con televisión, porque el dispositivo es casi indispensable en los hogares, podría decirse lo mismo del internet, pero en este caso solamente un niño no cuenta con recurso, mostrando que aún existen hogares que a pesar de que sea indispensable para la educación, habrá familias que por falta de recursos o diferentes factores aún no puedan contar con éste.

Aunando con el uso de dispositivos hay que mencionar el hecho de que niños menores de 10 años ya cuentan con un celular propio, reflejando cómo son los niños en la época de los años 2020, siendo la generación que ha crecido con la tecnología y no saben cómo podría ser una vida sin internet. Cada familia tendrá sus razones por las cuales se les deja a los niños tener celular a edades tempranas, pero también tendrán que hacerse responsables de las aplicaciones que utilice, así como a los sitios de internet que accede.

Al contrario, a lo que se suponía, Netflix es la plataforma más querida de los niños, a pesar de que Disney Plus contenga contenidos especialmente para ellos, queda como su segunda en preferencia. Algo que sorprendió al momento de realizar la encuesta fue la mención de la plataforma de **Crunchyroll**, servicio que brinda a los usuarios contenido de Japón, relacionado con el mundo del anime, que la gran mayoría son clasificación **B o TV-MA**, programas que no corresponden a sus edades, pero debido a la pandemia, los animes tomaron popularidad no solamente con los niños sino también de diferentes rangos de edad como lo son los adolescentes y jóvenes adultos.

Que los niños vean los contenidos de esta aplicación requiere de supervisión adulta, por el vocabulario que llega a presentarse y el tipo del diseño de los personajes en la animación pues los animes tienen a exagerar ciertas zonas del cuerpo de los hombres y en especial de las mujeres.

Hablando de sus programas favoritos, **la gran mayoría son caricaturas o live-actions de sus héroes favoritos**, por lo que podría decirse que no están tan expuestos a contenido para adultos, a excepción de los programas como ***Merlina, La familia peluche, Una familia de diez y La Rosa de Guadalupe***, programas donde se utiliza diferente léxico en el que se incluye el doble sentido, temas que contengan violencia exagerada que incluyen escenas de guerra y la presentación de asesinatos grotescos y en el último mencionado presentación de casos reales en donde pueden incluirse temas **de drogadicción, maltrato a la mujer, abuso sexual entre otros temas, que el niño podría malinterpretar sin una buena orientación del tema.**

Acerca del visionado, podría decirse que de 2 a horas viendo televisión es un buen tiempo para ellos, pues necesitan distraerse un poco de sus actividades escolares y recreativas, ver un rato su programación favorita acompañado de sus padres le ayudará a construir una mejor relación con ellos y la observa solo puede ser buena oportunidad de plática con sus progenitores en algún momento.

Conclusiones.

Es un hecho que los contenidos infantiles difundidos en la televisión abierta y de los nuevos medios audiovisuales siempre van a dar de que hablar, esto relacionado a los programas que se ofrecen actualmente y los que se ofrecieron en décadas pasadas, se comentará de ellos por la trama que abordan o por las tendencias que lleguen a haber en las redes sociales.

Los niños de ahora se encuentran más conectados que antes y son los primeros en ver las imágenes más recientes de los programas; los niños siempre van a necesitar de una distracción diferente a la de los juegos recreativos, el ver la televisión puede ayudarles en su aprendizaje, en su forma de desarrollarse socialmente y como manera de entretenimiento.

A pesar de que la tecnología haya traído consigo diferentes formas de consumir contenidos con nuevos dispositivos y servicios OTT, la televisión abierta de México seguirá existiendo y brindando su programación para todas aquellas personas que no puedan adquirir un servicio. Actualmente existe una competencia entre ambos servicios por lo que la televisión nacional abierta deberá encontrar la forma de seguir conectando con las personas y en especial con los niños.

Los contenidos que se ofrecen en ambos servicios son muy parecidos, sino es que los mismos, la diferencia es que, en la televisión abierta, los niños están expuestos a un sinnúmero de comerciales, así como programas que no son creados para sus respectivas edades. En cambio, con los servicios OTT, los niños pueden ver sus caricaturas o películas sin interrupciones y sin problemas relacionados a encontrarse con anuncios no respectivos para sus edades.

Los controles parentales diseñados y establecidos en los servicios de streaming, así como dispositivos móviles son la mejor opción al momento de supervisar lo que ven. En casos en los que ambos padres o cuidadores se encuentren ausentes gran parte del tiempo, pueden utilizarse para establecer límites y la duración que el niño pasará frente al dispositivo. Aún hay varias configuraciones que pueden mejorar de los controles parentales dentro de las plataformas, pero es la mejor estrategia para

vigilar el tiempo del visionado. No hay que olvidar el rol que se tiene como figuras paternas al momento que se realiza la actividad.

El nuevo modelo de crianza con la tecnología puede ser un poco difícil de sobrellevar, ya que se les permite a los niños navegar con dispositivos desde edades muy tempranas, en cualquier lugar, así como cualquier momento del día, pero con una comunicación familiar asertiva y enseñanza acerca de cómo utilizar la tecnología de una manera sana y amigable, podremos tener buenos modelos de crianza aprovechando los diferentes recursos que nos pueden ofrecer los servicios.

De igual manera, el dejar que los niños vean programas que no son diseñados para sus edades respectivas, podría hacer que el niño o niña sea influenciado a lo que su personaje favorito haga, repitiendo expresiones, formas de vestir, así como de actuar. En caso de que el padre de familia o cuidador decida permitir ver contenidos de clasificación B, es responsabilidad del adulto explicar todo lo que se presenta en pantalla.

Aunado a esto, hay que mencionar que los niños van a estar expuestos a diferentes contenidos y experiencias fuera del hogar, uno de estos es en el ambiente escolar. Gracias a las *TIC'S* en los colegios, es más fácil que los profesores pongan videos musicales o informativos como forma auxiliadora del conocimiento dentro del salón de clases, esta técnica de enseñanza y de aprendizaje se puso más en práctica dentro de las aulas gracias a la llegada de la pandemia.

Durante el encierro obligado, las escuelas tuvieron que adoptar la modalidad de “clases en línea”, en donde en la gran mayoría de los casos, los profesores tenían que encontrar la manera en la que los niños no perdieran la atención, una de estas técnicas que adoptaron fue el poner videos de *YouTube*, *películas*, y *caricaturas*, para mantener a los niños atentos a las clases. Como esta nueva técnica de aprendizaje fue funcional para los niños, ahora en las escuelas se da la clase con normalidad y al final presentan contenidos audiovisuales como forma de repaso de lo que vieron en el día.

Gracias al uso de estas herramientas dentro de las escuelas y de la convivencia con sus compañeros de clase, los niños tienen más accesibilidad a contenidos que en ocasiones no se les permite ver en sus hogares, y en varios casos podría suceder que comiencen cuestionamientos acerca de las reglas relacionadas al uso del televisor dentro del hogar, así como confusión entre lo que se le presenta en la escuela y lo que le enseñan en casa.

Es de real importancia que los cuidadores o padres de familia presten atención a lo que los niños comenten, enseñarles que existen contenidos que aún no pueden ver por la edad que tienen, así como explicar que cada familia va a ser diferente y cada una tendrá sus propias normas de convivencia en el hogar, así como reglas del uso del televisor o dispositivos móviles.

Disney Plus es la plataforma ideal para las infancias de México, así como de otras partes del mundo, no solamente por los controles parentales que tiene, sino por todo el contenido que conforma la plataforma. Disney Plus sabe adecuar los contenidos dependiendo de la región en la que se encuentre, por lo que, dentro de nuestro país nos muestra contenidos originales de Latinoamérica que enriquecen a la cultura de los hispanohablantes, haciendo comunidad entre todos los televidentes de la plataforma.

Además de esto hay que mencionar que Disney siempre ha tratado de crear contenidos que se adecuen con lo que estamos viviendo en la actualidad, teniendo así series en las que los protagonistas interactúan con la tecnología, el internet, las redes sociales e innovaciones para el futuro; igualmente ofrece al público películas que hacen que los niños se sientan identificados con los personajes, motivándolos a lograr objetivos y metas, así como el conocimiento de nuevas culturas y países, ayudándoles a expandir su horizonte para conocer partes de todo el mundo.

Sabemos que los nuevos contenidos no van a ser de agrado para las generaciones pasadas, debido al fenómeno de nostalgia de los contenidos que observaban ellos cuando eran pequeños, pero siempre es bueno plasmar la realidad, así como lo que viven los niños a diario en nuevos programas, para que se sientan a gusto con lo que se les presenta y puedan disfrutar de lo que ven.

La televisión abierta de México tiene que encontrar la manera de crear diferentes contenidos para llegar a las nuevas generaciones y en especial a los niños, el crear sitios web para subir sus programas puede servir, pero los padres de familia se sienten más seguros al dejar a sus hijos con los contenidos presentados en las plataformas. La página creada por canal 11 es un buen ejemplo para seguir, la única desventaja que tiene el sitio web de “ON Niñas y Niños”, es que no tiene mucho bagaje de contenidos para todas las edades, está más enfocada para niños menores de 8 años, pero en cuanto a seguridad de los niños es un buen sitio de entretenimiento.

Los contenidos infantiles tienen mucho que ofrecer solo basta de una mejor difusión, aprovechar de los nuevos medios audiovisuales, redes sociales, *marketing digital*, para llegar a más personas, a padres de familia que pueda interesarles lo que se ofrecen en los canales o plataformas.

Existen muchas maneras en las cuales la televisión y plataformas podrían trabajar en conjunto para crear contenidos adecuados para las infancias de México, es momento de actualizarse en la manera tradicional de promover contenidos, apoyarse de encuestas para saber qué es lo que realmente necesitan los programas infantiles, hay que identificar lo que los padres de familia quieren para sus hijos, apoyarse de la tecnología sin pasar a los extremos, conservando ese toque de lo que se ofrecía en un inicio a los niños de nuestro país.

Los infantes de ahora tienen la oportunidad de aprender de todos los contenidos que se les pueden ofrecer dentro de las plataformas, es una tarea muy complicada el querer controlarlos, no solamente hablando relacionado a los contenidos audiovisuales sino de su forma de ser, porque la esencia de un niño es la curiosidad, la diversión, la inocencia y la alegría, debemos de tratar que eso que los hace únicos no desaparezca, dejarlos disfrutar de sus respectivas etapas y no forzarlos a crecer de manera rápido.

El disfrutar de una buena infancia ayuda a que existan buenos adultos en el futuro, seamos los adultos que necesitábamos cuando éramos niños, platiquemos con las infancias, aprendamos de ellos, juguemos con los y las niñas de México, por

momentos traigamos de regreso a nuestro niño interior, porque a partir de la convivencia todos aprendemos cosas que no sabíamos o enseñamos a los demás de temas que los enriquecerán; el televisor y los diferentes dispositivos nos mantienen conectados gran parte de nuestro día, pero a veces es bueno desconectarse un rato para disfrutar de las personas que nos rodean y de la vida misma.

Glosario.

TDT: La Televisión Digital Terrestre (TDT) es el resultado de la aplicación de la tecnología digital a la señal de televisión para luego transmitirla por medio de ondas hercianas terrestres, es decir, aquellas que se transmiten por la atmósfera sin necesidad de cable o satélite y se reciben por medio de antenas UHF convencionales. La TDT ofrece un mayor número de canales, una mejor calidad de imagen y sonido, así como la posibilidad de incorporar servicios interactivos, entre otras ventajas.

Servicios OTT: Cualquier tipo de contenido multimedia de transmisión por Internet, este incluye servicios basados en suscripciones con las que los consumidores pueden acceder a contenido a la carta sin tener que contratar a un proveedor tradicional de satélite o cable, aquí entran las plataformas como Netflix, Disney Plus, HBO, etc. Los espectadores de este tipo de servicios pueden ver contenido OTT en una amplia gama de dispositivos, como teléfonos móviles, consolas de videojuegos y tabletas, pero la mayor parte de la visualización se lleva a cabo en televisiones conectadas o mejor conocidas como CTV.

COVID-19: Es un virus que forma parte de la familia de virus “Coronavirus”, que recibe su nombre por su forma en “corona”. Es el más reciente de los coronavirus, identificado en el 2019 y causa la enfermedad llamada COVID-19, responsable de la pandemia de los años 2020 a 2022.

STREAMING: El streaming es el concepto que hace referencia a la visualización de vídeos o música en tiempo real a través de una serie de plataformas destinadas a la transmisión de estos contenidos.

CTV: La televisión conectada (CTV) hace referencia a los dispositivos que están conectados a Internet y permiten a los espectadores retransmitir vídeos y música, así como navegar por Internet.

Plataformas: Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la **ejecución de diversas aplicaciones o programas** en un

mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos.

Youtubers: Son usuarios que introduce y comparte vídeos llamativos en la red social YouTube con el objetivo de causar interés a la comunidad de seguidores de la que dispone y que esta vaya en aumento.

Influencers: Los influencers son personas que cuentan con cierta credibilidad acerca de un tema. Pueden popularizar un negocio y fomentar su visibilidad online.

Animé: El **concepto** de animé, aparece con más frecuencia relacionado a una **palabra japonesa** que alude a la **animación**. La palabra, se usa para nombrar a los **dibujos animados de origen japonés**. El anime es un fenómeno cultural y de entretenimiento que goza de gran popularidad a nivel internacional. Se trata de un **arte** que está vinculado al **manga** (las historietas japonesas), el **cosplay** (el uso de disfraces) y otras disciplinas y tendencias.

Otakus: Es un concepto de la lengua japonesa que no forma parte del **diccionario** de la **Real Academia Española (RAE)**. En tierra nipona, un otaku es alguien que **siente fascinación o atracción por un cierto tema**. Trascendiendo lo que sucede dentro de esta nación asiática, se emplea la noción de otaku para nombrar a la **persona** que admira ciertos elementos de la **cultura** de **Japón**, como las historietas conocidas como **manga** o los dibujos animados que reciben el nombre de **anime**.

Millennials: Se conoce como millennial a los miembros de la Generación del Milenio o Generación Y, un grupo que integran las personas nacidas entre el comienzo de la década de 1980 y el inicio de la década de 2000. Los millennials, de acuerdo a los sociólogos, comparten determinadas características más allá de las diferencias individuales y culturales. A nivel general, se dice que un millennial es un individuo familiarizado con el uso de la tecnología digital. Se trata de sujetos que crecieron mientras Internet se masificaba y que, en este marco, adoptaron el universo virtual como propio.

Reality Shows: Reality show es una expresión de la lengua inglesa que tiene un uso frecuente en nuestro idioma. El concepto, que puede traducirse como “espectáculo de la realidad” o “demostración de la realidad”, se refiere a un formato televisivo que pretende mostrar sucesos reales que le ocurren a la gente común en un determinado marco. Una de las características más importantes de un reality show es que sus protagonistas son individuos reales, no personajes de ficción. Las personas que participan de un reality show, en teoría, no son actores, no representan a ningún personaje ni deben seguir un guion o libreto.

Papillons: Palabra derivada del francés que es traducida al español como Mariposas.

Referencias:

- Ahumada Barajas Rafael. (2005). *La TV y la Educación ¿Una relación interconectada?* Plaza y Valdés Editores
- Ahumada Barajas Rafael. (2010). *TV. Su influencia en la percepción de la realidad Social*. Porrúa. <https://bit.ly/401VmVj>
- Álvarez Clara Luz. (2020). Audiencias Infantiles en Televisión Abierta. *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, 2386-4567 (13), 78-101 <https://bit.ly/3BPoByr>
- Amazon. (2020). ¿Qué es OTT? Una guía completa sobre la transmisión libre. *Amazon ads*. <https://advertising.amazon.com/es-mx/library/guides/what-is-ott>
- Amazon. (S.f). Explicación de la publicidad de TV conectada. *Amazon ads*. <https://ads.amazon/3ZT7qbs>
- Canales Rodríguez Macarena. (2003) *Propuesta de programa de televisión formativo para niños: Análisis de audiencia y producción* [Tesis de Grado: Universidad de las Américas Puebla] <https://bit.ly/3n2PdWd>
- Carlos Camacho (S.f). Televisión analógica y televisión digital. *ICELUI*. <https://www.icel.edu.mx/blog-television-analogica-y-digital/>
- Casas Anguita J. Repullo Labrador J.R. y Donado Campos J. (2003), La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I), *Aten Primaria* 31 (8):527-538, <http://bitly.ws/tJtp>
- De los Heros Arboccó Manuel y O'Brien Arboccó Jorge. (2012). Impacto de la "Televisión Basura" en la mente y la conducta de los niños y adolescentes, *Psicología: Revista de la Facultad de Psicología y Humanidades*, 20(2),43-57 <https://bit.ly/3lPxjqS>
- Diario Oficial de la Federación (Ed.) (2020) *MODIFICACIÓN a los Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos, publicados el 21 de agosto de 2018*. <https://bit.ly/3lK9gJM>

- E. Padilla Diane, Duskin Feldman Ruth, Martorell Gabriela. (2012). *Desarrollo Humano*. Mc Graw Education <https://psicologoseducativosgeneracion20172021.files.wordpress.com/2017/08/papalia-feldman-desarrollo-humano-12a-ed2.pdf>
- Editorial Etecé. (S.f). ¿Qué son las redes sociales? Concepto, Editorial Etecé. <http://bitly.ws/PHh7>
- Equipo editorial, Etecé. (2021), Redes Sociales. *Concepto*, <https://bit.ly/3H692Gq>
- Espectáculos, (2022, agosto, 10), Disney supera por primera vez a Netflix en suscriptores en sus plataformas de “streaming”. *El Universal*, <https://bit.ly/3qRLU6K>
- Estavillo Flores María Elena. (2014). *Los Servicios OTT: provisión de contenidos vs televisión abierta y de paga*. Gaceta IFT. http://www.ift.org.mx/sites/default/files/ott_pdf_0.pdf
- Euroinnova. (S.f). Aprende sobre qué es la Aguja Hipodérmica en *Euroinnova*. <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-la-teoria-hipodermica>
- Flores Domínguez Antonio S. (2005) en Aguaed, J. I (coord.). 1.2.4 Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles. *Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*.25, 280-281. <https://bit.ly/2ZccMno>
- Fuenzalida Valerio. (2006). Los niños y la televisión. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, marzo (093) 40-45. <https://bit.ly/3m5oxVN>
- García Góngora Lorena Angie. (2017, abril, 27), Piratería de contenidos audiovisuales en Facebook, *CERLALC*, <https://cerlalc.org/pirateria-de-contenidos-audiovisuales-en-facebook/>
- Garrera Bil, (2021, diciembre, 19). Se va Disney de la señal de Azteca. *El Gráfico*, <https://bit.ly/3GGhfC7>

- Giraldo Valentina, (2019). Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen? *Rockcontent*. <https://bit.ly/3WARfwH>
- Gobierno de España. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (S.f). *Televisión Digital (TDT)*. Gobierno de España. <http://bitly.ws/Pywo>
- Gobierno de México. (S.f). *¿Qué es el SARS-CoV-2?* Gobierno de México. <https://bit.ly/3HwEM9a>
- Gómez Urzaiz. (2022, diciembre, 4). Más raro que un perro azul: así es 'Bluey', la serie de dibujos australiana que bate récords en Disney+. *El País*. <https://bit.ly/3kEJM2k>
- Gordillo Forero Andrea Natty. (2007). Metodología, método y propuestas metodológicas en Trabajo Social. *Revista Tendencia & Retos* (12), 119-135. <http://bitly.ws/PoNH>
- Gutiérrez Lucia, (2019, diciembre, 27). Marketing y Nostalgia, fórmula mágica para llegar al consumidor. *KANLI. Digital Media Agency*. <https://bit.ly/3jSI0dx>
- Hernán Diazgranados. (2021, abril,30). Padres usan la tecnología para distraer a sus hijos durante el confinamiento, *Kaspersky daily*, <https://latam.kaspersky.com/blog/padres-usan-la-tecnologia-para-distraer-a-sus-hijos-durante-el-confinamiento/21800/>
- Herrera Mauricio, (2022, junio, 28). Daredevil', 'Jessica Jones', 'The Punisher' y las series del MCU de Netflix en Disney+: cuándo y a qué hora estarán disponibles en México. *Xalaka*. <https://bit.ly/3ZgZy3m>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Comunicado 47/2022). *ESTUDIOS E INVESTIGACIONES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DE LA OFERTA, RECEPCIÓN Y APROPIACIÓN DE CONTENIDOS DE RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET*. Unidad de Medios y contenidos audiovisuales. <https://bit.ly/3QX5hpm>

- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ed) (2018). *Estudios sobre oferta y consumo de programación infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida abril 2018*. <https://bit.ly/2YIBHip>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ed) (junio, 2021). *Las 10 de la TDT*. <http://www.ift.org.mx/conocenos/pleno/integrantes-del-pleno/apagon-analogico>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ed) (junio, 2021). *LAS AUDIENCIAS INFANTILES Y EL CONSUMO DE CONTENIDOS EN PLATAFORMAS OVER THE TOP*. <https://bit.ly/3GHlig5>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ed.) (2021). *Niñez mexicana pasó 4 horas 44 minutos diarios frente al televisor durante el primer año de la pandemia por Covid-19. (Comunicado 38/2021) 03 de mayo*. <https://bit.ly/3pfoWHf>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ed.) (2022). *Niveles de Audiencia de Televisión En Niñas y Niños de 4 a 12 años de Edad Informe Trimestral (julio, agosto y septiembre 2022)*. <https://bit.ly/3HuRZPB>
- Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ed.) (2022). *Reporte ENCA 2022, Encuesta Nacional de Contenidos Audiovisuales 2022*. https://somosaudiencias.ift.org.mx/subsecciones/2#documento=https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/01reportefinalenca2022_vpa.pdf&id:20
- Instituto Federal de Telecomunicaciones, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2023, junio, 19). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los Hogares (ENDUTIH) 2022*. <http://bitly.ws/PyuS>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, Secretaría de Comunicaciones y Transporte, Instituto Federal de Telecomunicaciones (2021, junio, 22). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2020. Comunicado de Prensa Núm 352/21*. <http://bitly.ws/Kasb>

Instituto Oficial de Radio y Televisión Dirección General de las Familias y la Infancia (MTAS) (Ed.) (2005), *Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios* <https://bit.ly/3n112MH>

José Carlos Lozano Rendón. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas. Segunda Edición*. Pearson Educación.

Lazo Marta Carmen. (2005) en en Aguaed, J. I, (coord.).1.2.5 Los padres y madres, principal referente de lo que los niños ven en la pantalla. *Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*.25, 281. <https://bit.ly/2ZccMno>

León Luna Ariel. (2019, noviembre, 17). Las series que Disney le quitó a Netflix. *El Universal*, <https://bit.ly/3LsRrKD>

Londoño Camila, (2019, agosto, 09). Según Jean Piaget, estas son las 4 etapas del desarrollo cognitivo. *Eligeeducar*, <https://eligeeducar.cl/acerca-del-aprendizaje/segun-jean-piaget-estas-son-las-4-etapas-del-desarrollo-cognitivo/>

Loscertales Felicidad, Trinidad Núñez. (2016). *La familia y los medios de comunicación. Una guía para orientar a las familias sobre el uso de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías*. Comunidad de Madrid. <http://bitly.ws/PH9B>

María Vidal Ledo, Alfredo Rodríguez Díaz. (2010), *Multimedias educativas, EDUCACIÓN MÉDICA SUPERIOR* ISSN 0864-2141, <https://bit.ly/3BwhqVs>

Milenio Digital, (2022, marzo, 2022). Disney XD y cuatro canales más se van hoy de televisión de paga en México, *Milenio*, <https://bit.ly/3CsnO8Z>

Monje Álvarez Carlos Arturo, (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guía Didáctica*. Neiva. <https://bit.ly/3D2GtGv>

Peiró Rosario, (2017, agosto, 4). Youtuber, *Economipedia*, <https://bit.ly/3wtsbgE>

Peiró Rosario, (2017, diciembre, 13). Influencer, *Economipedia*, <https://bit.ly/3jajNiN>

- Peiró Rosario, (2019, diciembre, 09). Suscripción. *Economipedia*, <https://bit.ly/3f3Biii>
- Peiró Rosario, (2019, septiembre, 07). Suscripción. *Economipedia*, <https://bit.ly/3BSEOVl>
- Peiró Rosario, (2019, septiembre, 14). Streaming. *Economipedia*, <https://bit.ly/3H4SK0f>
- Pérez Normal, (2022, junio, 10). Karol Sevilla estrena hoy 'Siempre fui yo'. *Siete 24 noticias*, <https://bit.ly/3Xee6Pv>
- Pérez Porto, J., Gardey, A. (10 de diciembre de 2013). Definición de reality show - Qué es, Significado y Concepto. *Definición*. <https://definicion.de/reality-show/>
- Pérez Porto, J., Gardey, A. (23 de enero de 2019). Definición de millennial - Qué es, Significado y Concepto. *Definición*. <https://definicion.de/millennial/>
- Pérez Porto, J., Gardey, A. (7 de enero de 2013). Definición de otaku - Qué es, Significado y Concepto. *Definición*. <https://definicion.de/otaku/>
- Pérez Porto, J., Merino, M. (30 de octubre de 2015). Definición de anime - Qué es, Significado y Concepto. *Definición*. <https://definicion.de/anime/>
- PIXAR, (S.f), Sparkshorts. Pixar Artists' Projects, *PIXAR*, <https://bit.ly/3Ctz98x>
- Prieto Rodríguez Samuel. (2018, ago, 22). La nueva clasificación de contenidos de TV, *Samuel Prieto R.* <https://bit.ly/3P8wXa7>
- Rincon Omar. (1995). La Televisión Educativa: Lugar de Encuentro de Todo un País. *REVISTA UNIVERSIDAD EAFIT- Vol .31 No.99. 75-80* <https://bit.ly/3kc58Uy>
- Rodríguez Escámez Adhámína. (2005) en Aguaed J, I, (coord.). Los efectos de la televisión en niños y adolescentes. *Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación.25.* <https://doi.org/10.3916/C25-2005-053>
- Rojas Valeria. (2008). Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil. *Revista chilena de pediatría (79 Supl (1))* 80-85. <https://bit.ly/3nhw6YF>

- Sánchez Mauricio R. (2022, mayo,13). Aprendizaje vicario o aprendizaje observacional de Bandura. *Mente ciencia*. <http://bitly.ws/PHoy>
- Sánchez Vilchis María Elena. (2015) *Televisión abierta y niños: una reflexión desde su consumo* [Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Estado de México] <https://bit.ly/3aLa22U>
- Secretaría de Gobernación. (2021). *Guía Parental, ¿Cómo supervisar y acompañar a la niñez y a la adolescencia para una nueva navegación segura?* Secretaría de Gobernación. Dirección de Imagen. <https://bit.ly/3QxM2TP>
- Sedeño Valdellós Ana María. (2005) en Aguaed, J. I, (coord.). 1.2.3 Emoción y hábitos de los niños frente a la televisión. *Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*.25, 280-281. <https://bit.ly/2ZccMno>
- Staff CinePremiere, (2022, julio, 23), One Piece llegará a México, *Cine Premiere*, <https://bit.ly/3CpZSmk>
- Star+ Centro de Ayuda, (2022), ¿Qué puedo ver en Star+?, *Star+*, <https://bit.ly/3vHNJWc>
- The Walt Disney Company, (2019, noviembre, 12). Disney+ Launches Today- and a New Era of Disney Entertainment Begins, *The Walt Disney Company*, <https://bit.ly/3S9R4H2>
- Toscano Cruz M^a de la O. (2005), en Aguaed, J. I, (coord.).3.3.5 Orientación hacia el consumo abusivo de televisión en la infancia. *Comunicar, Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*.25, 357-358. <https://bit.ly/2ZccMno>
- UNICEF, (2017), *Estado Mundial en la Infancia 2017, Niños en un Mundo Digital*, ISBN 978-92-806-4940-6, <https://www.unicef.org/media/48611/file>
- Uriarte Máxima Julia. (2020, mayo, 15). Historia de la Televisión. *Características*. <https://bit.ly/3Q7qc05>

Wright, C. (1975). *Mass Communications: A Sociological Approach*, Nueva York, Estados Unidos: Random House.

Youtube, (S.f), Youtubekids, Una experiencia en línea más segura para tus hijos, *YoutubeKids*, <https://www.youtube.com/kids/safer-experience/>