

LA MEDIACIÓN FAMILIAR ANTE EL CONSUMO AUDIOVISUAL EN ESCOLARES Y ADOLESCENTES DE FAMILIAS HABANERAS EN EL PERÍODO DE 2015 AL 2018.

Daniela Peralta Parra

Universidad de Artemisa

Lourdes María Ibarra Mustelier

Universidad de La Habana

Resumen:

El consumo audiovisual constituye una de las principales fuentes de ocio para todas las edades, el cual se ha potenciado por el desarrollo desmedido de las tecnologías y su capacidad de transformar la realidad; fenómeno que se ha ido incorporando en todos los grupos etarios, pero son los escolares y adolescentes quienes poseen un mayor índice de consumo audiovisual. El objetivo de esta investigación es caracterizar el proceso de mediación familiar ante el consumo audiovisual en escolares y adolescentes pertenecientes a familias habaneras en el período de 2015 al 2018. Se analiza el papel que desempeñan las familias cubanas ante las prácticas de consumo audiovisual de sus hijos y los estilos de mediación que estos utilizan. Cuyos resultados indican que el consumo audiovisual ocupa un lugar privilegiado dentro de las prácticas habituales de escolares y adolescentes. Se evidencia, que el rol mediador de los padres se centra en el establecimiento de límites y el control de la frecuencia, el horario, el tiempo de consumo; dejando a un lado el visionado en conjunto y la discusión activa de los materiales audiovisuales consumidos.

Palabras claves: consumo audiovisual; mediación familiar; estilos de mediación; escolares; adolescentes.

Abstract:

Audiovisual consumption constitutes one of the main sources of leisure all ages, which has been enhanced by the excessive development of the technologies and its ability to transform reality, a phenomenon that has been incorporated into all age groups, but it is schoolchildren and adolescents who have a higher audiovisual consumption rate. The objective of this research is to characterize the process of family mediation in the face of audiovisual consumption in schoolchildren and adolescents of Havana families in the period from 2015 to 2018. The role played by Cuban families in the audiovisual consumption practices of their children and the mediation styles they use are analyzed. The results indicate that audiovisual consumption occupies a privileged place within the usual practices of schoolchildren and adolescents. It is evident that the mediating role of the parents focuses on setting limits and controlling the frequency, schedule, time of consumption; leaving aside the joint viewing and active discussion of audiovisual materials consumed.

Keywords: *cultural consumption; family mediation; mediation styles; schoolchildren; adolescents.*

1. Introducción

El consumo cultural ha sido estudiado y analizado por varios autores, debido a que los hábitos de consumo de los medios de comunicación y de los contenidos son dinámicos y evolucionan de manera impredecible frente al desarrollo de las tecnologías que influyen de forma directa en la cultura, la sociedad y las economías; así que citando a Canclini (1992), podemos

entender como consumo cultural : “Los procesos de apropiación y uso de los productos, en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica” (p. 6).

Ahora bien, el constante avance y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha posibilitado la introducción de nuevas formas de consumo audiovisual, ya que la industria tecnológica se encuentra en un constante proceso de evolución, debido a la aparición de un gran número de nuevos dispositivos electrónicos para el consumo audiovisual, dígame tablets, teléfonos móviles, computadoras, laptops, etc., los que se van desarrollando cada día más. A lo que se le adiciona el papel asumido por las audiencias, el cual ha ido evolucionando a la par de las tecnologías, y han pasado de ser sujetos pasivos a activos, siendo capaces de crear y divulgar su propio trabajo (Gómez, Paniagua, y Farías, 2015).

En relación a esto es lógico pensar que el creciente acceso a los dispositivos electrónicos llevará hasta el consumidor más alternativas de contenido audiovisual en el horario y lugar en que lo desee, permitiendo así la rápida expansión de las prácticas de consumo audiovisual mediante aparatos móviles e inalámbricos, los cuales se han posicionado por encima de los medios clásicos, debido a las disímiles ofertas que se les ofrece a los usuarios (Montenegro, 2017).

Por otra parte, es necesario señalar que los cambios producidos en nuestro país de tipo políticos, sociales y económicos, y la instauración de una infraestructura tecnológica que, aunque no es de última generación, ni cuenta con los soportes más avanzados en comparación a países desarrollados, ha propiciado que el público cubano varíe sus prácticas de consumo audiovisual, dando paso a una nueva etapa en lo que se refiere a las tecnologías y al consumo de ello, permitiendo así la diversificación de las formas de ocio formales con las que contaba el público cubano hasta el momento.

Condicionando que la presencia del consumo audiovisual en los hogares sea indiscutible, formando parte de la vida cotidiana de las personas, siendo considerado como una de las principales fuentes de ocio para todas las edades y posicionándose como una de las actividades más realizadas por todos los grupos etarios. Pero son los escolares y adolescentes quienes poseen un mayor conocimiento y uso de ellas, tanto así que han sido tildados de “nativos tecnológicos” debido al gran conocimiento y manejo que tienen sobre las tecnologías y materiales audiovisuales en relación a otras edades, pero que a su vez son considerados como las edades más propensas a las influencias de las TIC, las cuales pueden favorecer o entorpecer el desarrollo biopsicosocial de los menores.

Elemento que condiciona que la práctica de consumo audiovisual sea una de las actividades más habituales y de preferencia por parte de escolares y adolescentes, ya que según Rodríguez y Vázquez (2021) los medios audiovisuales producen una parte importante del conjunto de experiencias de las que disponen no solo los niños, sino también los adolescentes; permitiéndoles ir de forma virtual a lugares en los que no estará físicamente y que probablemente de otra forma no conocerían. Puesto que, estos materiales les ofrecen a los escolares y adolescentes la construcción de un mundo ficticio con el que intercambian, y reproducen en diferentes espacios de su vida cotidiana, lo cual aumenta el atractivo por el uso de dispositivos electrónicos y productos audiovisuales.

Siendo necesario destacar que en el siglo XXI las TIC han tomado un papel protagónico en la vida de los individuos, pero especialmente en la vida de los escolares y adolescentes, elemento que está transformando las actividades de ocio y las formas de interacción de estos con su

entorno y la sociedad en su conjunto (Rubio, 2010). Compartiendo la idea de Fernández, Lazkano y Eguzkiza (2018), los cuales refieren que, con el acceso y uso generalizado de estas nuevas tecnologías, Internet y las redes sociales, los escolares y adolescentes han creado un universo propio en el que se han instaurado nuevos patrones de consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales.

Hasta tal punto que las TIC forman parte de la escolarización paralela a la educación formal, ya que culturalizan a los escolares y adolescentes con la diversa información a la cual tienen acceso a través de Internet (Rubio, 2010). Señalando también que las TIC gozan de una cada vez mayor presencia en las aulas, facilitando el acceso a fuentes complementarias durante su formación académica, elemento que se acrecienta cada día más debido a las grandes ofertas que este brinda en el ámbito académico (Eynon y Mamberg, 2011).

Lo cual demanda que los padres o familiares encargados del cuidado y educación de los infantes y adolescentes realicen un proceso exhaustivo de mediación familiar ante los productos consumidos, el tiempo que le dedican a esta actividad, el debate y la estimulación de la criticidad ante los audiovisuales; puesto que la familia constituye uno de los agentes mediadores más determinantes en la relación del niño con los medios de consumo, tal y como señala Sunkel (2002), “la familia/hogar” es el lugar clave de lectura de resemantización de y apropiación de la televisión, siendo las dinámicas familiares las encargadas de organizar las modalidades del consumo televisivo en el hogar influyendo de manera directa la forma de consumir de los más pequeños, siguiendo las pautas marcadas por los adultos con respecto al consumo audiovisual.

De igual forma Orozco (1991) refiere que la familia es la primera comunidad de apropiación del contenido televisivo, y muy especialmente en las etapas escolares, donde se inscriben actitudes, valores, hábitos televisivos y estilos de comunicación bajo la cosmovisión de los padres. Puesto que existe un consenso a la hora de señalar que en las primeras edades –en la infancia y en la adolescencia– la familia condiciona el tipo de relación que el niño establece con la pantalla y la forma en la que se verá afectado por sus mensajes (Torrencillas, 2014).

Dado que la familia ejerce una influencia permanente en los hijos, no solo en sus gustos y preferencias mediáticas que se van desarrollando en ellos, sino también en la forma en la que estos se apropian de lo que ven y/o escuchan en la pantalla (Del Campo y Bériz, 2015). Por consiguiente, la importancia del contexto de recepción y las estrategias de mediación familiar ha cobrado fuerza en los últimos años, puesto que la influencia de los medios de comunicación en la vida infantil pasa a través de los padres, aun cuando estos no sean conscientes del papel mediador que desempeñan o que deben desempeñar. Por lo que la familia constituye una institución que tiene como función la socialización de los hijos, ya que los padres tienen la responsabilidad de educar a sus hijos en cuanto al consumo de productos audiovisuales.

Por lo que Hogan (2001) señala que la visión compartida entre padres e hijos durante el consumo audiovisual permite que los padres tengan conocimiento de lo que consumen sus hijos, pero además pueden influir en el juicio del niño sobre aquello que está consumiendo, ayudándolo a la comprensión de los argumentos que poseen estos materiales y mediar en los efectos potencialmente negativos de estos contenidos.

A causa de esto es necesaria la preparación de los padres y del resto de los miembros de la familia que participan en el proceso de educación de los niños y adolescentes, en aras de que estos efectúen correctamente su rol de mediadores, y de esta forma contribuir al aprovechamiento eficiente de las ventajas que ofrecen los medios de comunicación y demás productos audiovisuales (Ibarra y Calvo, 2018).

Sobre la base de estos elementos fue llevada a cabo la presente investigación, la cual se centró en la sistematización de los resultados obtenidos en los estudios realizados por Fuentes (2014), Calvo (2016), Torriente (2016) y Suárez (2017); debido a que la situación epidemiológica del país imposibilitó la aplicación directa de técnicas para la recogida de datos, y la demanda existente en la línea de investigación de Educación y Desarrollo de la Facultad de Psicología, en particular en la tarea sobre mediaciones familiares, de sistematizar los resultados obtenidos en las investigaciones vinculadas a la caracterización de los hábitos de consumo de escolares y adolescentes y el proceso de mediación familiar llevado a cabo por los padres.

2. Metodología

El objetivo de este estudio es caracterizar el proceso de mediación familiar ante el consumo audiovisual en escolares y adolescentes pertenecientes a familias habaneras en el período de 2015 al 2018.

En el diseño de la investigación se utilizó un enfoque cualitativo de investigación el cual busca comprender, captar, contextualizar e interpretar las interrelaciones culturales, actitudes y motivaciones que se producen en las realidades de los grupos sociales, además del hecho de que los estudios cualitativos se encargan de proveer datos descriptivos de los aspectos intangibles del comportamiento humano, centrándose en aquellos contextos de la problemática social, permitiendo conocer las relaciones o vinculaciones entre las personas, entes sociales y la cultura (Escudero y Cortez, 2018).

Específicamente se utilizó el método de análisis documental, ya que constituye una estrategia para la recogida de datos, la cual no consiste, por supuesto, en la simple transcripción de libros; tampoco se reduce a la elaboración de un resumen de un texto, ni a las meras referencias documentales, sino que se centra en investigar, buscar, averiguar, inquirir sobre cierta información (Maradiaga, 2015).

Para la recogida y análisis de la información se utilizaron las técnicas de revisión bibliográfica y análisis documental, con el objetivo de recopilar, organizar y presentar los datos necesarios para la caracterización del objeto de estudio.

La muestra de este estudio es de tipo no probabilística, y está compuesta por un total de 129 familias, de las cuales hay un total de 79 familias con hijos en edad escolar y 50 con hijos adolescentes. El acceso a la muestra se realizó a partir de las muestras estudiadas en las investigaciones realizadas por Fuentes (2014), Calvo (2016), Torriente (2016) y Suárez (2017).

3. Resultados

3.1. Características del consumo audiovisual de escolares y adolescentes

El consumo audiovisual ocupa un lugar privilegiado entre las actividades habituales de escolares y adolescentes, desplazando a otras actividades importantes y necesarias para estas edades, como la lectura, el estudio, la práctica de ejercicios físicos, la socialización con los coetáneos y la propia familia. Actividad que es realizada ya sea de lunes a viernes, como los fines de semana, aunque en este último espacio con mayor frecuencia. En relación a esto tenemos que, su realización es frecuente y sistemática, evidenciándose elevados porcentajes de consumo, tanto en escolares como en adolescentes, con un alto número de sujetos que lo consumen diariamente.

Se evidencia además que el hogar es el espacio por excelencia para el consumo audiovisual, lo cual está relacionado con la tenencia de dispositivos electrónicos en la vivienda, y se vincula

a su vez al nivel económico de la familia y la posibilidad de estos para la adquisición de dispositivos para el consumo audiovisual. De igual forma, se observa la creciente tendencia al consumo en espacios privados, elemento que ha condicionado que las dinámicas hogareñas con respecto al consumo audiovisual varíen, puesto que la sala que era el espacio tradicional para realizar esta actividad y ha sido sustituida por espacios privados, posibilitando así una mayor libertad para el consumo tanto en los escolares, como en adolescentes.

Estos cambios se reflejan también con los dispositivos electrónicos mediante los cuales los niños realizan esta actividad, ya que se aprecia como las nuevas tecnologías van reemplazando a las que en su momento eran las principales vías para consumir productos audiovisuales, tal es el caso del DVD/CD que fue sustituido paulatinamente por la computadora, debido a los nuevos avances tecnológicos y las disímiles ofertas que este dispositivo le facilita a los usuarios.

Asimismo el consumo audiovisual en solitario de los escolares y adolescentes les otorga mayores libertades en cuanto al horario, tiempo de exposición y los contenidos consumidos; se evidencia que, a pesar de que el horario para el consumo depende de la asistencia o no a clases, ya que el momento de 4:30 a 8:00 pm es el más utilizado para el consumo de lunes a viernes, existen casos donde la realización de dicha actividad se extiende a horarios posteriores a las 10:00 pm, debido a la disponibilidad de medios electrónicos en sus propias habitaciones, destacando además que, durante los fines de semana los horarios para el consumo son más diversos y extensos.

De igual manera, el tiempo de exposición depende de la asistencia o no a clases, ya que durante los fines de semana estos períodos de consumo son más prolongados. Encontrándose como dato curioso que solo un bajo porcentaje de la muestra señala no consumir durante los días entre semana, lo cual está vinculado al nivel educativo de sus padres, ya que a pesar de poseer en su vivienda una gran variedad de medios para el consumo audiovisual, durante estos días, se dedican al estudio y la lectura en su tiempo libre.

En relación al tipo de programas consumidos se evidencia un declive en cuanto al gusto y consumo de animados, ya que en los escolares que se encontraban cursando el cuarto grado este género fue seleccionado como favorito, mientras que, en los escolares de sexto grado y los adolescentes estudiados, este género a pesar de seguir siendo consumido, ya no ocupa el primer lugar, y no está entre los programas preferidos de la muestra.

Sobresaliendo una alta tendencia al consumo de programas cuyo contenido no está destinado para el público infantil y adolescente, los cuales contienen contenidos violentos, escenas eróticas, conflictos adolescentes, banalidades, lenguaje inapropiado, representación de prejuicios y estereotipos sociales, además que poseen en su base filosofías de vida incompatibles con nuestro sistema social. Y debido a la tendencia del consumo en solitario, la función orientadora de los padres no se pone de manifiesto, dando paso a la apropiación de ideales concretos que tipifican la etapa escolar, teniendo como modelos la tendencia consumista que tienen en su base la mayoría de estas producciones.

Otro elemento a destacar es el favoritismo que posee la muestra por las producciones extranjeras sobre las nacionales, ya que en su mayoría los programas que consumen son de origen norteamericano, español, japonés, brasileño o mexicano, y en ellos se recrean realidades muy distantes a las que viven los escolares y adolescentes cubanos.

3.2. Conocimiento de las familias sobre las prácticas de consumo audiovisual

En cuanto al conocimiento que poseen los padres sobre los hábitos de consumo de sus hijos, es posible afirmar de forma general que, estos poseen una noción acertada acerca de las prácticas de consumo de los más pequeños; no obstante, al referirse a aspectos considerados inadecuados, estos muestran un mayor desconocimiento, lo cual refleja el papel desempeñado por ellos ante la actividad de consumo de los infantes y adolescentes.

De igual forma, se observa que los padres tienden a sobrevalorar el tiempo que les dedican sus hijos a otras actividades como el estudio y la lectura; del mismo modo que sobreestiman el tiempo que le dedican al consumo audiovisual y los horarios que los más pequeños le dedican a esta actividad, elemento que puede estar relacionado a que los padres no expresan realmente lo que ocurre con respecto al consumo audiovisual de sus hijos en aras de cuidar su imagen como cuidadores y educadores de los más pequeños.

Control y establecimiento de límites y normas para el consumo audiovisual

El establecimiento de los límites para el consumo audiovisual se ratifica como estrategia de mediación por parte de los padres, predominando el control del horario y el tiempo de exposición, en aras de fomentar el gusto y la realización de otras actividades, como el estudio, el juego, el aseo, la alimentación, ejercicios físicos, lectura, socialización con los otros, entre otras; además de prevenir los posibles efectos negativos que puede provocar la realización de esta práctica durante prolongados períodos de tiempo, dígase: el daño visual y/o mental, la tendencia a la violencia y la adicción a estos medios.

Mientras que, el establecimiento de límites y control sobre los programas consumidos están en dependencia del contenido de estos, puesto que se limitan aquellos materiales cuyo contenido está diseñado para el público adulto, especialmente se controla el visionado de programas que se caracterizan por la presencia de escenas violentas, sexuales, terroríficas; mientras que solo un reducido número de padres hace referencia al control de programas cuyo contenido promueve estilos de vida, valores y modelos consumistas.

Sin embargo, a pesar del establecimiento de estos límites, es pertinente señalar que estas estrategias no son del todo eficientes, puesto que, a pesar del control referido por los padres, los escolares y adolescentes no cumplen del todo estas restricciones, ya que estos sí refieren consumir productos audiovisuales que no están acordes a su edad y en horarios que se extienden hasta largas horas de la noche. Evidenciándose además que las familias con un mayor nivel educativo son aquellas que establecen más límites en torno al consumo audiovisual, siendo preciso señalar que, esto no significa que dichas restricciones sean cumplidas.

3.3. Discusión activa de los contenidos audiovisuales

La discusión activa de los contenidos audiovisuales es realizada en función de acompañar a los más pequeños durante el visionado de los programas, cuando los escolares o adolescentes realizan alguna pregunta o cuando los padres valoran que deben intervenir debido al contenido que posee el material consumido.

No obstante, por lo general los padres asumen una posición pasiva ante los contenidos de los programas, lo cual se refleja en que apenas establecen conversaciones, no suscitan el debate y no aprovechan el visionado en conjunto para el intercambio potenciador. Lo cual está vinculado directamente con la tendencia del consumo individualizado, lo que provoca no solo que los escolares y adolescentes posean mayores libertades de consumo, sino que, limita la posibilidad de llevar a cabo la discusión activa de los contenidos audiovisuales consumidos;

elemento que depende del nivel económico de las familias, y la capacidad de adquisición de diferentes dispositivos electrónicos en el hogar.

4. Conclusiones

Sobre la base de los resultados obtenidos en esta investigación se tiene que el consumo audiovisual proveniente del paquete semanal ocupa un lugar protagónico entre las prácticas habituales de escolares y adolescentes residentes en La Habana en el período de 2015 al 2018, desplazando otras actividades rectoras como el estudio.

La tenencia de dispositivos electrónicos en espacios privados acrecienta la tendencia a la individualización de los espacios para consumir, dificultando la posibilidad de interacción con los otros y la adecuada mediación de los padres ante esta actividad.

Los padres son conscientes del lugar que ocupa esta actividad dentro de las prácticas habituales de sus hijos, no obstante, tienden a infravalorar el tiempo real de consumo y sobrestiman el tiempo que sus hijos le dedican a otras actividades.

La mediación de los padres se centra en el control de frecuencias, horarios, restricción de contenidos, obviando procesos fundamentales como el visionado en conjunto, la discusión activa de los contenidos y la estimulación de la criticidad durante la recepción e interpretación de los mensajes audiovisuales.

Y finalmente, los padres participan en el consumo audiovisual de sus hijos, pero no de forma potenciadora, debido a que existe una gran permisividad y no potencian la conciencia crítica de los más pequeños con respecto al consumo audiovisual.

Referencias bibliográficas

Calvo, S. (2016). La mediación familiar en el consumo audiovisual alternativo infantil. Un estudio comparativo entre familias de los consejos populares Centro Cotorro y Nuevo Vedado. Tesis de diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana. Cuba.

Escudero Sánchez, C. L., y Cortez Suárez, L. A. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. UTMACH. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf&ved=2ahUKEwjm89rF0uz6AhURtTEKHRcaCSkQFnoECDQQAQ&usq=AOvVaw22CLcdrSrh8rIKo8HJbnHu>

Eynon, R., & Marnberg, L. (2011). A typology of young people's Internet use: Implications for education. *Computers & Education*, 56 (3). Consultado el 21 de marzo de 2021. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.09.020>.

Fernández de-Arroyabe-Olaortua, A., Lazkano-Arrillaga, I., & Eguzkiza-Sesumaga, L. (2018). Digital natives: Online audiovisual content consumption, creation and dissemination. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 26 (2). Recuperado de: https://www.scipedia.com/public/Fernandez-de-Arroyabe-Olaortua_et_al_2018a

Fuentes Monzón, S. (2014). La familia cubana ante las nuevas alternativas de consumo audiovisual infantil. Tesis de Diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana. Cuba.

García Canclini, N. (1992). Los estudios sobre comunicación y consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Diálogos de la Comunicación*, (32) 6. Recuperado de: <https://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=browse&id=1029>

- Gómez Aguilar, M., Paniagua Rojano, F., y Farías Batlle, P. (2015). Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales. una aproximación al perfil y programas más comentados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5 (70). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5252331>
- Guillén del Campo, M., y Bériz Valle, T. M. (2015). Mediación familiar en el consumo audiovisual de niños y adolescentes de La Habana. *Alternativas cubanas en Psicología*, 3 (8). Recuperado de: https://www.academia.edu/84063515/MEDIACION_FAMILIAR_EN_EL_CONSUMO_AUDIOVISUAL_DE_NI%C3%91OS_Y_ADOLESCENTES_DE_LA_HABANA
- Hogan, M. J. (2001). Parents and others adults: Models and monitors of healthy media habits. En D. G. Singer, & J. L. Singer, *Handbook of children and the media*. Sage Publications. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://psycnet.apa.org/record/2011-19943-034&ved=2ahUKEwi46MKm8uz6AhVOUjABHXDIAQgQFnoECBMQAQ&usg=AOvVaw3cQu4NBhv11QeiAKgxnsn8>
- Ibarra, L., y Calvo, S. (2018). La mediación familiar frente al consumo alternativo infantil, realidades y retos. *VIII Congreso Latinoamericano de Psicología de la Salud*. 14 al 18 de mayo ALAPSA, 2018.
- Maradiaga Rizo, J. (2015). *Técnicas de investigación documental*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repositorio.unan.edu.ni/12168/1/100795.pdf&ved=2ahUKEwjbj7vX9Oz6AhU1tDEKHTrKD9cQFnoECCoQAQ&usg=AOvVaw3LIFXmNEzDMPu9YR_ZIXIM
- Montenegro Castro, D. T. (2017). *El impacto del consumo audiovisual por Internet en la industria televisiva chilena*. Reportaje de investigación, Universidad de Chile, Escuela de Periodismo, Santiago de Chile. Recuperado de: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/150594&ved=2ahUKEwj13YWHgvT6AhUSfDABHTFGcQFnoECA0QAQ&usg=AOvVaw0vI7fO-lczLpmGkc8j9vqX>
- Orozco, G. (1991). La mediación en juego: televisión, cultura y audiencias. *Comunicación y Sociedad*, 107-128. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.academia.edu/35489090/La_mediacion_en_juego_Televisi%C3%91n_cultura_y_audiencias_1991_&ved=2ahUKEwiGhczlvgT6AhUeVTABHe-ICOWQFnoECAkQAQ&usg=AOvVaw23qwcl0SYJu1khSqjX6ZUV
- Rodríguez Cabrea, Y., y Vázquez Zubizarreta, G. (2021). De la universidad a la cultura audiovisual de los educadores/as de la primera infancia. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 9 (1). Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=S230801323021000100003&lng=es&nrm=iso>
- Rubio, A. (2010). Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social. *Estudios de Juventud*, (88), 201-221. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3254569>
- Suárez Cardenas, I. L. (2017). Caracterización del proceso de mediación familiar ante el consumo audiovisual alternativo de adolescentes. Un estudio comparativo entre familias residentes en zonas urbanas y rurales. Tesis de Diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana. Cuba.
- Sunkel, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En D. Mato, *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder* (págs. 287-294). Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20100916030805/26sunkel.pdf>
- Torrencillas Lacave, T. (2014). La mediación familiar en la recepción televisiva infantil: análisis de los indicadores de mediación preferente y efectiva. *Comunicación y Sociedad* (20), 135-159. DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i20.220>
- Torriente Menéndez, C. (2016). La mediación familiar en el consumo infantil del paquete semanal. Tesis de Diploma. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana. Cuba.