

# GRADO EN MAGISTERIO EN EDUCACIÓN INFANTIL

CURSO 2024/2025

Facultad de Educación. Universidad de Cantabria

Los padres, madres o tutores legales como modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas del segundo ciclo de Educación Infantil en la Comunidad Autónoma de Cantabria. Una aproximación cualitativa

Parents and legal guardians as models of consumption of digital content through screens of their children of the second cycle of the Early Childhood Education in the Autonomous Community of Cantabria. A qualitative approach

Autor/a: María Ibáñez Oreña  
Director/a: Irina Salcines Talledo  
Fecha: 19/06/2025

## Resumen

La sociedad actual presenta unas particularidades que están desencadenando cambios en las formas de vida. Estas transformaciones parecen estar promovidas por la digitalización y el consumismo, rasgos definitorios de las comunidades contemporáneas. En esta coyuntura, el papel de las familias como modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital resulta clave. Por consiguiente, la finalidad de la presente investigación es profundizar en el consumo a través de pantallas de contenido digital que llevan a cabo padres, madres o tutores legales y, a su vez, ahondar en las consideraciones que realizan respecto al impacto de su consumo en sus hijos y/o hijas. Además, se exploran las medidas emprendidas relativas al consumo a través de pantallas establecidas por estos. La investigación se enmarca en la metodología cualitativa, y la entrevista semiestructurada es la técnica seleccionada. Así pues, la muestra se compone de cuatro madres y padres de la Comunidad Autónoma de Cantabria con hijos y/o hijas en el segundo ciclo de Educación Infantil. Entre los hallazgos de la investigación destaca que, en presencia de los menores los padres y madres hacen un uso preferente del *Smartphone* para la comunicación, aunque no se limita ningún espacio o tiempo concreto. No obstante, se indica la preferencia por el visionado compartido en los espacios comunes del hogar. Igualmente, reconocen su rol como modelos de consumo a través de pantallas, y el impacto que esto tiene en sus hijos y/o hijas por lo que tratan de evitar el consumo en su presencia. Por lo tanto, afirman haber establecidos medidas orientadas a ofrecer un buen modelo, que además valoran positivamente. Todo esto incide en la relevancia de continuar emprendiendo investigaciones y medidas orientadas a la formación y a la información de las familias para conseguir un consumo a través de pantallas saludable.

**Palabras clave:** Consumo a través de Pantallas; Contenido Digital; Padres, Madres o Tutores Legales; Modelado; Educación Infantil; Investigación Cualitativa.

# **Abstract**

The current society shows some particularities that are triggering changes on the ways of living. These transformations seem to be promoted by the digitization and consumerism, defining traits of contemporary communities. At this juncture, the role of the families as consumption models of digital content through screens is key. Therefore, the purpose of the current investigation is to delve deeper into the consumption of digital content through screens carried out by parents and legal guardians, and, in turn, to delve into the considerations of the impact of their consumption on their children. Besides, the undertaken measures related to consumption of digital content through screens established by them are explored. The investigation is framed within the qualitative methodology, and the semistructured interview is the selected technique. So, the sample is composed of four mothers and fathers from the Autonomous Community of Cantabria with children in the second cycle of Early Childhood Education. Among the findings of the investigation, the parents making a preferential use of the Smartphone for communication in the presence of the minors stands out, although it is not limited to a specific space or time. Nevertheless, the preference for the shared viewing in the common spaces of the home is indicated. Likewise, they recognize their role as consumption models through screens, and the impact that it has on their children, so they try to avoid the consumption in their presence. Thus, they claim to have established measures orientated to offer a good model, that they value positively. All this affects to the relevance of continuing undertaking investigations and measures orientated to the training and the information of the families to achieve a healthy consumption through screens.

**Keywords:** Consume through Screens; Digital Content; Fathers, Mothers and Legal Guardians; Role Model; Early Childhood Education; Qualitative Research.

# Índice

1. Introducción .....	6
2. Marco teórico .....	8
2.1. Características de la sociedad del siglo XXI.....	8
2.1.1. Características de la configuración de la sociedad actual .....	8
2.1.2. El consumo como un rasgo de la nueva sociedad .....	10
2.1.3. El consumo a través de pantallas .....	12
2.1.4. Situación de la sociedad española respecto al consumo a través de pantallas	13
2.2. La familia en la sociedad actual.....	15
2.2.1. Estructuras familiares actuales .....	15
2.2.2. Relevancia del contexto familiar en el desarrollo de los niños y niñas del segundo ciclo de Educación Infantil.....	17
2.3. El consumo a través de pantallas en el contexto familiar .....	20
2.3.1. Delimitaciones conceptuales previas: consumo y pantallas .....	20
2.3.2. Conocimiento y consumo a través de pantallas de contenido digital en familia	22
2.3.2.1. Conocimiento y consumo de los padres, madres o tutores legales .....	22
2.3.2.2. Conocimiento y consumo de los niños y niñas de 3 a 6 años de edad .....	27
2.3.3. Efectos del consumo a través de pantallas de contenido digital en familia .....	31
2.4. Recomendaciones y buenas prácticas relacionadas con el consumo a través de pantallas de contenido digital en familia .....	38
2.4.1. Recomendaciones y buenas prácticas para los niños y/o niñas .....	38
2.4.2. Recomendaciones y buenas prácticas para los padres, madres o tutores legales	
40	
3. Objetivos .....	43
4. Metodología .....	44
4.1. Tipo de investigación y método.....	44
4.2. Muestra .....	45
4.3. Instrumento .....	46
4.4. Análisis de datos.....	48
5. Resultados .....	50

5.1. Consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan los padres, madres o tutores legales de menores .....	50
5.2. Consideraciones de padres, madres o tutores legales respecto al impacto del consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan en presencia de sus hijos y/o hijas .....	58
5.3. Medidas que emprenden los padres, madres o tutores legales respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas.....	61
5.4. Otros resultados emergentes.....	67
6. Discusión y conclusiones.....	69
7. Referencias bibliográficas.....	76
8. Anexos.....	86
Anexo 1: Instrumento de recogida de datos .....	86
Anexo 2: Relación objetivos generales, objetivos específicos e instrumento de recogida de datos .....	90
Anexo 3: Plantilla de valoración por jueces expertos del guion de la entrevista .....	93

# **1. Introducción**

El impacto de las pantallas en la vida diaria es una preocupación latente en la sociedad contemporánea. Las repercusiones de las pantallas no son ajenas a la vida familiar, un contexto en el que padres, madres o tutores legales parecen constituirse como modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital para sus hijos y/o hijas.

La presente investigación se encuentra estructurada en cinco epígrafes que organizan la información que se presenta, facilitando así el seguimiento y comprensión de cada uno de ellos. Así pues, los apartados en los que se divide el estudio son: marco teórico, objetivos, metodología, resultados y, por último, discusión y conclusiones. En vista de ello, se especifica el contenido de los diferentes apartados explicitados a continuación.

En primer lugar, se localiza el marco teórico de la investigación, en el que se recoge información relativa a las variables objeto de estudio. Para ello, se ha llevado a cabo una exhaustiva búsqueda de información a través de la literatura publicada en este ámbito. A su vez, dicha información se ha estructurado en diversos subapartados para otorgar coherencia y orden. Por tanto, los subapartados que se pueden consultar hacen referencia a las características de la sociedad del siglo XXI; a la familia en la sociedad actual; al consumo a través de pantallas en el contexto familiar, y a las recomendaciones y buenas prácticas relacionadas con el consumo a través de pantallas de contenido digital en familia. A lo largo de estos epígrafes se pueden encontrar las investigaciones, hallazgos y argumentaciones de diversos autores e informes nacionales e internacionales en relación con la temática objeto de estudio.

En segundo lugar, se presentan los objetivos de la investigación, que han sido elaborados a partir del problema de investigación. Cabe destacar la presencia de tres objetivos generales, concretándose cada uno de ellos en dos objetivos específicos. Gracias a estos, se clarifica la finalidad de la investigación, teniéndose también en consideración la aparición de resultados emergentes que sobrepasen estos propósitos iniciales.

En tercer lugar, se expone la metodología de la investigación, distribuyéndose su explicación en cuatro subapartados, que hacen referencia al tipo de investigación y método; a la muestra seleccionada; al instrumento diseñado *ad hoc* y posteriormente validado por un tribunal de jueces expertos, y al proceso relativo al análisis de datos, en el que se recogen los códigos, categorías y subcategorías establecidas para el análisis. Por lo tanto, se trata de una investigación cualitativa, en la que la técnica seleccionada es la entrevista semiestructurada, razón por la cual se ha elaborado un guion de preguntas dirigido a 4 madres y padres de la Comunidad Autónoma de Cantabria que componen la muestra.

En cuarto lugar, se presentan los resultados obtenidos tras analizar los datos extraídos de los testimonios compartidos por los padres y madres entrevistados con el soporte del programa *Atlas.ti*. La información detallada se acompaña de citas textuales y *networks* y, a su vez, responde a los objetivos de la investigación.

En quinto lugar, se muestran la discusión y las conclusiones que se extraen de la totalidad de la investigación, relacionándolas con las representaciones recogidas en la literatura publicada al respecto. Asimismo, se ponen de manifiesto las posibles líneas de investigación futuras, al igual que las limitaciones detectadas en el transcurso del estudio.

Por último, se indica la bibliografía consultada a lo largo de la investigación, e igualmente se expone la información recogida en los anexos.

Por lo tanto, en el presente estudio se pretende responder a los siguientes interrogantes: ¿Cómo es el consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan los padres, madres o tutores legales de menores del segundo ciclo de Educación Infantil en Cantabria y cuál es su valoración al respecto? ¿Cómo consideran que impacta el consumo que realizan en sus hijos y/o hijas ¿Cuál es su valoración sobre el modelo que ofrecen? ¿En qué medida emprenden acciones y cuáles para ofrecer buenos modelos de consumo a través de

pantallas de contenido digital a sus hijos y/o hijas? ¿Cómo valoran las acciones emprendidas?

## 2. Marco teórico

En el momento actual, la preocupación de padres, madres o tutores legales en torno al consumo a través de pantallas de contenido digital es creciente, especialmente tras la aparición de posibles consecuencias negativas vinculadas al consumo abusivo a través de pantallas. Además, los efectos negativos asociados al consumo a través de pantallas de contenido digital parecen tener mayores repercusiones en los niños y niñas. Dicho esto, la presente investigación trata de recoger la información actual existente referente al consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por parte de los padres, madres o tutores legales -quienes son modelos para los niños y niñas-, así como de sus hijos y/o hijas.

### 2.1. Características de la sociedad del siglo XXI

#### 2.1.1. Características de la configuración de la sociedad actual

La sociedad está experimentando profundos cambios que han surgido -y continúan haciéndolo- durante el presente siglo. De ahí que se puedan observar transformaciones en las distintas esferas que intervienen en la vida de la población actual. Tales modificaciones versan sobre la producción y el consumo, así como sobre las relaciones interpersonales (Carrasco-Rivas et al., 2017). Según López-Pérez (2017) esta nueva era comienza tras dos sucesos importantes como son el término de la Guerra Fría y la caída del Muro de Berlín que dan paso a la era de la Globalización caracterizada por la omnipresencia de la tecnología y las telecomunicaciones.

Como se ha adelantado, uno de los rasgos a tener en cuenta para comprender el funcionamiento de la sociedad digital es la Globalización presente en todos los ámbitos de la vida de la comunidad. Tal concepto es delimitado por Bauman (2010) como la necesidad mutua existente entre los residentes de un mundo en el que la dependencia no conoce de fronteras, lo que da lugar a un consumismo

cuya influencia se extiende a escala global, repercutiendo en todos los ámbitos de la vida de la población, entre los que se destacan las relaciones familiares. Igualmente, este autor añade que el tiempo juega un papel fundamental, debido a que los actos de los habitantes actuales de la sociedad repercutirán en el futuro. Como se ha indicado, todos los actos tienen consecuencias, pudiendo darse a escala global. De la misma forma, Roca (2017) hace referencia a la sociedad digital, que nace con la llegada de la tecnología -un nuevo descubrimiento que ha cambiado sustancialmente las formas de vida, la política, la economía, o la interacción social, entre otros-. Por tanto, la Globalización y la digitalización son dos señas de identidad de la sociedad del momento.

Consecuentemente, la digitalización de la sociedad ha supuesto la aparición de notables cambios, en este sentido Han (2021) indica que estas transformaciones conllevan una desnaturalización del mundo, a causa de la aparición de un orden digital que elimina el orden terreno. Al mismo tiempo, es preciso subrayar el surgimiento de una infocracia, ya que la digitalización ha conducido a la sociedad a la exposición a una gran cantidad de información de forma constante (Bauman, 2007; Han, 2022).

Asimismo, el contexto actual es profundamente cambiante y, por tanto, dista mucho de ser predecible, tal vez por esta razón a los individuos de la generación actual solo les preocupa aquello que acontece en el presente, en la actualidad (Bauman, 2010). En cierto modo, el futuro es incierto y eso condiciona a las generaciones que viven un presente impredecible y veloz. Así, las personas que habitan en el presente circunscriben sus preocupaciones al ahora, y a su vez consideran que las habilidades y capacidades de las que hacen uso en la actualidad pueden volverse obsoletas en un futuro cercano, razón por la que valoran la flexibilidad, dado que les permitirá deshacerse de los conocimientos infériles y adquirir nuevos aprendizajes útiles en el contexto de una sociedad cambiante e impredecible, en la que el olvido y la velocidad son dos ideas clave de su desarrollo (Bauman, 2010; Díez & Cabrera, 2017; Guerrero, 2021; Prensky, 2001). Igualmente, la irreflexión (Bauman, 2007), la necesidad de gratificación instantánea y frecuente (Hari, 2023; Prensky, 2001), el exceso de positividad

(Han, 2012) que conduce a la ausencia de dolor y sufrimiento (Han, 2013), así como las modificaciones vivenciadas en las relaciones sociales, en las que el orden digital ha eliminado la conexión (Han, 2021), caracterizan a los y las habitantes del siglo XXI.

Por tanto, la sociedad ha experimentado sucesivos cambios que se plasman en las formas de vida y características de los nuevos ciudadanos y ciudadanas del mundo. No obstante, en la configuración de los aspectos definitorios de las comunidades del presente, el consumo ha tenido – y tiene- un papel notable, ya que la globalización ha permeado en múltiples elementos de la vida en sociedad.

### 2.1.2. El consumo como un rasgo de la nueva sociedad

Así, el consumismo se postula como otro rasgo definitorio de la sociedad contemporánea de consumidores que, en este caso, implica aceleración, exageración y, en último término, desperdicio como consecuencia de las dos características anteriores (Bauman, 2007). Más aun, no se valoran las posesiones porque las cosas son fugaces, es decir, desaparecen prontamente (Han, 2021). Lo descrito guarda estrecha relación con la imposibilidad de la población de satisfacer sus deseos en su totalidad, consecuentemente, sus expectativas nunca se ven cumplidas íntegramente (Bauman, 2010). Las necesidades de los consumidores son incesantes porque el sistema así lo ha determinado. Los deseos de los individuos están prescritos por la sociedad, de tal forma que permiten que el sistema avance. Por ende, los consumidores se convierten, a su vez, en productos (Bauman, 2007; Hidalgo, 2020) y, la finalidad última de las Redes Virtuales es la satisfacción de la necesidad imperante de la población de compartir información (Bauman, 2007). En este contexto, resulta imprescindible hacer alusión al papel preponderante del engaño (Bauman, 2010), y en consecuencia de la dependencia que la mentira genera en el consumidor o consumidora, quien permanece ajeno a la ausencia de veracidad (Han, 2021).

Precisamente, estos comportamientos sustentan la sociedad consumista en la que la vida “ahorista” conduce hacia necesidades reemplazadas de forma

constante gracias a la disponibilidad de las tiendas *online*, que permiten consumir en cualquier momento (Bauman, 2007; 2010), en un intento por “adquirir y acumular” (Bauman, 2007, p. 57). Ante esta realidad, los sentidos y el deseo se bloquean (L’Ecuyer, 2012).

Resulta significativo señalar que la necesidad que emerge en el individuo de mantenerse al día guarda relación con el objetivo de alcanzar el sentido de pertenencia a una comunidad, lo que conduce a una notable contradicción, ya que el consumo en sí mismo constituye un acto puramente individual, en el que la presencia del otro no es obligada (Bauman, 2007). En esta línea, las Redes ofrecen la oportunidad de satisfacer las demandas bajo la idea de una falsa libertad (Bauman, 2010), que puede estar influida por el principio de imitación (Reig, 2017) y que se resume en la libertad de elegir (Han, 2021). A este respecto, L’Ecuyer (2012) acusa al consumismo de ser uno de los culpables de que el asombro se encuentre en peligro.

Por otro lado, con el objetivo de responder a las incessantes necesidades que vienen fijadas por el mercado -el nuevo espacio social- los adultos trabajan más para poder costearse las compras que les impone la sociedad consumista (Bauman, 2007), lo que conduce a la ausencia de tiempo y a la velocidad en la vida familiar (Han, 2021). Esta situación lleva a las personas a lo que Han (2012) denominó “Sociedad del Rendimiento” que se caracteriza por el cansancio, el aislamiento y la división. Este distanciamiento tiene como resultado lo que Bauman (2010) designa como la “materialización del amor”. Esta idea contrasta con haber alcanzado la libertad, aunque esta es tan solo aparente pues tras ella se esconden la vigilancia, el control, o la explotación (Han, 2021). La cantidad de tiempo que invierten en el trabajo les separa de sus hogares, y de quienes se encuentran en estos: sus hijos y/o hijas.

En síntesis, el consumismo contagia a las personas, especialmente en lo que se refiere a la satisfacción de sus necesidades, convirtiéndolas al mismo tiempo en consumidores y productos. Para lograrlo, enmascaran el engaño a través de una falsa libertad con el propósito de generar una dependencia del consumo en los individuos. No obstante, la aparición de las tecnologías también ha repercutido

en la estructuración de la sociedad, así como en el consumo descrito. Por lo tanto, la presencia de la tecnología está impactando directamente en las formas de vida de la población adulta, así como en la infancia.

### 2.1.3. El consumo a través de pantallas

La digitalización se ha expresado en la sociedad de múltiples formas, siendo su repercusión tal que Roca (2015) alude a una revolución digital, y Newport (2021) añade que, las nuevas tecnologías han introducido profundas modificaciones de una forma inesperada y no planificada. En esta línea, cabe mencionar que en el momento actual se está produciendo un traspaso desde la sociedad líquida (Bauman, 2010) hacia la era de la tecnología gaseosa caracterizada por la presencia invisible de los dispositivos digitales que han conquistado todos los espacios y tiempos como si de un gas se trataran, así como por el aumento de la velocidad de conexión y la disminución del tamaño de estos (Hidalgo, 2020). La invisibilidad de las pantallas en la era gaseosa orienta a las personas hacia un mundo intangible (Han, 2021). Este paso hacia una nueva era surgió en el año 2020 (Hidalgo, 2020) y está modificando, entre otras, las formas de colaboración, participación, identidad y pertenencia (Roca, 2017), lo que obliga a adentrarse en una fase de descubrimiento de estas nuevas herramientas (Roca, 2015). En conclusión, ningún muro parece detener la influencia de las pantallas que secuestran los tiempos y espacios disponibles para la ciudadanía.

De igual forma, esta ausencia de muros se deja ver a través del análisis del mundo real y del mundo digital, ya que la separación entre ambos resulta imperceptible (Díez & Cabrera, 2017). Por consiguiente, la comunicación cara a cara deja sitio a otras formas de comunicación que no requieren de la presencia física y cercana del otro (Christakis & Fowler, 2010). Así pues, estas pantallas roban el tiempo disponible (Moll, 2017), suponiendo una interferencia en la relación (Villar-Cabeza, 2023), aunque resulta paradójico, ya que la aceptación social es considerada uno de los refuerzos que impulsan el consumo a través de pantallas (Newport, 2021). Esta tendencia conduce según Han (2021) a la anulación del humano y a una falsa idea de libertad, que Han (2022) denomina la “libertad de la yema de los dedos” (p.20). Las distracciones han existido

siempre, pero el verdadero poder de estos dispositivos reside en su prevalencia, en la posible adicción que pueden generar en las personas, así como en la omnipresencia de estos dispositivos (McDaniel, 2019), todo ello unido a la sensación de intranquilidad que emana de un ser humano que cree que su autonomía se ha visto perjudicada (Newport, 2021). En definitiva, los algoritmos están pensados para que el consumo a través de pantallas no cese (Hari, 2023), yendo en detrimento de la interacción familiar y generando una menor cantidad de oportunidades compartidas (Michavila et al., 2020), y al mismo tiempo transformando la atención (Hari, 2023). Así, el contacto físico relegado a un segundo plano conduce a la incomunicación con el entorno, y lleva a la paradoja de que un medio que se pensó precisamente para mejorar la comunicación sea el que dificulta e impide su efectividad (Masip, 2018). Esto lleva a los ciudadanos, de manera irremediable, a la vigilancia (Han, 2022).

En suma, la presencia invisible de pantallas genera una omnipresencia de estas en todos los ámbitos de la vida contemporánea. El rol de las pantallas es tan marcado que se puede hablar de una sociedad gaseosa. Sin embargo, es preciso concretizar el lugar que ocupa España en este panorama para comprender el poder de las pantallas en el moldeamiento de la sociedad.

#### **2.1.4. Situación de la sociedad española respecto al consumo a través de pantallas**

A propósito, la Fundación Telefónica (2023) señala que la sociedad actual es digital, y la asiduidad en el uso, al igual que las diferentes posibilidades que se vinculan a los dispositivos se explican porque el 96.5% de las viviendas españolas poseen conexión a Internet, y precisamente esta conectividad contribuye a la digitalización. Igualmente, los datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024) encajan con lo expuesto por la Fundación Telefónica (2023), ratificando la existencia de la digitalización del mundo contemporáneo, ya que refieren que un 95.8% de la población enmarcada entre los 16 y los 74 años ha utilizado Internet en los tres meses previos a la realización de la encuesta, así como un 96% de los infantes de 10 a 15 años. Por su parte, la actividad más realizada en 2024 en Internet es la comunicación -95.3%-.

seguida del entretenimiento -89.8%- y la información -87.3%- (INE, 2024). Ahora bien, resulta apropiado señalar que, tanto las ventas de ordenadores, como de *Smartphones* y *Tablets* se han visto reducidas en el año 2022. En contraposición, aumentan las ventas de dispositivos de realidad virtual, al igual que de dispositivos IoT -*Internet of Things*- (Fundación Telefónica, 2023). Igualmente, es preciso remarcar que la información a nivel nacional recogida en el INE (2024), así como por la Fundación Telefónica (2023) relativa a los menores es sustancialmente inferior que la presentada en torno a los adultos, puesto que los datos que se presentan no recogen apenas información sobre los menores. En el caso del INE (2024) los datos reflejan las tendencias de los niños y niñas a partir de 10 años.

Por otro lado, la existencia de brechas digitales referentes al acceso, a las habilidades digitales, o al equipamiento TIC -Tecnologías de la Información y de la Comunicación- caracterizan a la sociedad española, aunque es cierto que, en España la brecha de acceso a Internet apenas está presente. Ahora bien, respecto al dominio de habilidades y conocimientos digitales existe una mayor brecha entre las personas que se adhieren a la tercera edad frente al resto de generaciones, ya que su uso de pantallas se limita a la mensajería. Por su parte, resulta adecuado mencionar la existencia de la brecha asociada al equipamiento TIC, que hace referencia a la disponibilidad de dispositivos, concretamente de *Tablets* y ordenadores que se encuentran menos extendidos que los *Smartphones* (Fundación Telefónica, 2023). Igualmente, factores como la situación geográfica, la cultura, la generación de pertenencia, el género o la discapacidad constituyen una brecha que entorpece la digitalización y conducen hacia la exclusión social (Confederación Española de Organizaciones Empresariales [CEO], 2021). Por esta razón, la CEOE (2021) establece una serie de estrategias y objetivos para acabar con esta desigualdad en materia de digitalización, tales como la creación de un Observatorio de la Brecha Digital, el fomento de confección de planes de formación para aquellas personas que se encuentren en riesgo de exclusión, o asegurar el equipamiento de todos los hogares mediante ayudas suministradas por la Administración; de hecho, estas propuestas se incluyen dentro del Plan Digital 2025. Esta toma de medidas deja

entrever la creciente preocupación por el uso de dispositivos electrónicos por parte de los menores, concretamente por las consecuencias que esta utilización desmesurada puede acarrear en la salud de las criaturas (Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad [ONTSI], 2024).

Tras haber analizado la situación a nivel nacional, resulta conveniente comprobar si las tendencias en la digitalización siguen el mismo patrón a nivel autonómico, por ello se analizará la situación actual en la CCAA de Cantabria. Así pues, la digitalización de la sociedad cántabra sigue la misma tendencia que el conjunto del país. Prueba de ello es que el acceso a Internet se sitúa en un 94.7% en 2022, (Fundación Telefónica, 2023), mientras que un 94.3% de la población residente en Cantabria de entre 16 y 74 años, y un 94.5% de los menores de 10 a 15 años afirman haber usado Internet en los 3 meses anteriores a la recogida de datos (INE, 2024). De nuevo, la información referente a menores es sustancialmente menor respecto a la existente sobre la población adulta.

En síntesis, la situación descrita en relación con la digitalización de la sociedad, y en consecuencia de las transformaciones observadas en otros planos de la vida, también repercuten directamente a las familias, así como a los integrantes de la unidad familiar. En definitiva, la comunidad actual está compuesta por una gran diversidad de personas, entre ellas, los padres, madres o tutores legales y sus hijos y/o hijas. Por lo tanto, es primordial conocer el estado de la familia en la actualidad.

## 2.2. La familia en la sociedad actual

### 2.2.1. Estructuras familiares actuales

En la actualidad el modelo familiar está experimentando múltiples transformaciones a causa de las modificaciones que está sufriendo la sociedad del siglo XXI. Así, la familia es definida por Álvarez-Tabares y Rodríguez-Guerra (2012) como un entramado relacional que requiere de interacción, así como de contacto mutuo, y en cuyo seno se estructuran los valores, las actitudes y las normas tanto de los individuos como de la propia sociedad en la que se inscriben.

Ahora bien, esta definición engloba una gran diversidad de tipologías familiares existente en el momento actual. En primer lugar, se encuentra la tradicional familia nuclear, constituida por un matrimonio heterosexual y sus respectivos hijos y/o hijas. A su vez, se observa la existencia de la familia extensa, en la cual convergen los familiares de diversas generaciones (Urdiales-Bermúdez et al., 2021). Por su parte, los divorcios contribuyen a la creación de familias reconstruidas formadas por los hijos y/o hijas de los miembros de la pareja pertenecientes a las relaciones anteriores (Álvarez-Mora & Monteros-Obelar, 2019; Urdiales-Bermúdez et al., 2021). En relación con lo expuesto, en ciertas ocasiones las personas deciden no contraer matrimonio, y en su lugar constituyen una pareja de hecho, o bien un hogar unipersonal cuando no tienen pareja. Igualmente, en la sociedad actual habitan familias monoparentales caracterizadas por contar con una única figura adulta en el hogar, no obstante, esta tipología familiar puede surgir a raíz de la viudedad. Por otro lado, se encuentran las familias homoparentales configuradas por parejas homosexuales y las familias adoptivas, educativas o de acogida (Urdiales-Bermúdez et al., 2021).

Igualmente, conviene comentar una serie de datos que afectan a la configuraciones y dinámicas de las familias de la sociedad actual. Así, en 2023 en un 60.9% de los casos ambos padres, madres o tutores legales trabajaban, frente al 9.1% en el que ninguna de las personas constitutivas del matrimonio tenía trabajo (Instituto de Política Familiar [IPF], 2024). Por otro lado, las familias monoparentales constituían en 2023 un 13% (IPF, 2024), frente al 10.4% que representaban en 2020 (INE, 2020). Es reseñable el hecho de que estos hogares suelen estar conformados por madres en un 81.3% de los casos. Además, la causa principal de la creación de modelos familiares monoparentales es el divorcio. En este sentido, los divorcios se encuentran al alza, situándose en 2022 en 81.302 en España. De estos, un 54% de los casos tenían hijos y/o hijas (IPF, 2024). Por último, conviene subrayar que la edad elegida por las mujeres para tener su primer bebé era en el 2022 de 33.15 años, lo que conecta directamente con la crisis de nupcialidad que está provocando un descenso de los nacimientos (IPF, 2024).

Ciertamente, los cambios que se suceden en la sociedad repercuten directamente en las estructuras familiares que se han ido adaptando a los mismos. Ahora bien, la tarea realmente relevante que debe desempeñar el contexto familiar se vincula con garantizar el desarrollo armónico de sus hijos y/o hijas, y para ello padres, madres o tutores legales deben velar por establecer un vínculo afectivo que se construye a partir de un vínculo seguro y relaciones de calidad. De ahí que, sea preciso dedicar un epígrafe al contexto familiar como factor determinante del desarrollo de los menores.

## 2.2.2. Relevancia del contexto familiar en el desarrollo de los niños y niñas del segundo ciclo de Educación Infantil

El contexto familiar es comúnmente el primer entorno de vinculación de las criaturas, y en él se forja el apego. En otras palabras, el apego se define como el vínculo afectivo que se crea entre el niño o niña, y sus padres, madres o tutores legales (Guerrero, 2021), quienes conforman uno de los microsistemas descritos por Bronfenbrenner (1981), en el que por medio de las interacciones recíprocas del menor con el entorno se determina su desarrollo. De igual forma, la interacción que se produce entre la familia y sus hijos y/o hijas es explicada por la Teoría del Apego desarrollada por Ainsworth et al. (1978) y Bowlby (1999). Lo dicho hasta aquí supone que los ambientes en los que crece el menor determinan su desarrollo (Guerrero, 2021).

Asimismo, el factor clave que determina el ajuste psicológico en los niños y niñas no es la cantidad de relaciones, sino la calidad de estas, que se mide a partir del tipo de intercambio, en el que no hay que perder de vista que la influencia entre los miembros de la unidad familiar es bidireccional (Shaffer, 1994). En lo que toca al logro de un afecto seguro entre los padres, madres o tutores legales y sus hijos y/o hijas Siegel (2011) indica que para su consecución se requieren cinco elementos básicos: la colaboración, entendida como una comunicación sintonizada entre los miembros del núcleo familiar, que no debe ser necesariamente verbal, sino que puede incorporar elementos no verbales; el diálogo reflexivo, en el que la familia del menor reconoce sus estados mentales y actúa en consecuencia; la reparación, la coherencia narrativa y la

comunicación emocional, pues es la figura adulta la que debe guiar al menor a la hora de calmar sus estados emocionales negativos. En esta línea, Shaffer (1994) destaca la necesidad de sensibilidad parental ante los hijos y/o hijas, entendida como la habilidad de ponerse en el lugar del otro, siendo esta una característica no dicotómica, de tal forma que puede variar en los distintos contextos, así como en el tiempo. De forma similar, Guerrero (2018) menciona la protección y la seguridad; la autonomía; la descodificación; el ser visto y la responsividad como características que deben procurar las figuras de apego en el marco de un contexto marcado por la coherencia, la estructura y los límites (Guerrero, 2021).

Estos elementos señalados por Siegel (2001) y apoyados por los postulados de Shaffer (1994) parecen confluir en la definición que Barajas-Villaluenga et al. (2010) exponen sobre parentalidad positiva. Este concepto hace referencia a la necesidad de que las conductas de las familias estén dirigidas al desarrollo íntegro de los niños y niñas, por medio del establecimiento de relaciones positivas con sus hijos y/o hijas, la orientación, y el reconocimiento y la supervisión del derecho de estos. La familia desempeña tareas tales como la instauración de límites, aunque estas labores se ven alteradas por la acción de factores externos, como son el contexto psicosocial, las necesidades evolutivas de los niños y niñas, y las capacidades de los padres, madres o tutores legales. No obstante, también existen factores de protección como la estimulación, la estabilidad emocional de la familia, las expectativas, un establecimiento de normas entendible por los implicados en su cumplimiento, el afecto, la confianza, el apoyo, y las relaciones positivas que se establecen con la familia extensa (Barajas-Villaluenga et al., 2010).

A este respecto, es relevante señalar que los cambios que se suceden en la sociedad modifican las formas de influencia que se ejercen sobre la población (Bandura, 2001). En este sentido, el aprendizaje puede desarrollarse a través de la experiencia directa, o bien por medio de la observación, siendo de vital importancia el rol de los modelos como ejemplos de comportamiento y la activación de la atención, la memoria, los procesos de reproducción motora, el

refuerzo y la motivación (Bandura, 1971). Algo semejante ocurre con las neuronas espejo, que se conectan cuando los individuos llevan a cabo una acción, o bien observan a otra persona llevar a cabo una determinada conducta (Guerrero, 2021).

Por lo tanto, teniendo en cuenta la relevancia del modelado y del rol de los padres, madres o tutores legales como principales modelos, especialmente, durante los primeros años, es preciso repensar las formas de relación entre los niños, niñas y sus familias en el marco de una sociedad digitalizada en la que las relaciones se han visto modificadas (Ramírez-García et al., 2020). En esta línea, en la construcción de la identidad personal, se requiere de la presencia de otros distintos al yo, constituyéndose así la relación que establece el menor con el entorno como un punto clave, pero para que esto se produzca familias, niños y niñas deben estar conectados a la realidad, aunque en la actualidad el contexto en el que se produce dicha relación sea el mundo digital (Villar-Cabeza, 2023). En lo que sigue, las familias deben priorizar el tiempo de calidad con sus hijos y/o hijas, a pesar de las obligaciones a las que deben responder y al estrés al que están sometidos por las demandas de la sociedad actual (González-Fernández et al., 2018), pues no deben olvidar que el entorno familiar debe resultar predecible y los cuidados han de ser consistentes (Shaffer, 1994). Además, este entorno debe ofrecer a las criaturas la oportunidad de experimentar diversos estímulos, ya que la ausencia de estos puede ser perjudicial (L'Ecuyer, 2012).

Siguiendo lo argumentado hasta el momento, la familia tiene un papel clave en el desarrollo de las criaturas a su cargo, debiendo cumplir una serie de especificaciones que velan por el progreso de los menores. Con todo, cabe subrayar el impacto del consumo a través de pantallas de contenido digital en la vida familiar, ya que su llegada a los hogares ha introducido notables modificaciones, que repercuten no solo a nivel individual en cada uno de los miembros que componen la unidad familiar, sino también en las relaciones e intercambios que tienen lugar en el hogar.

## 2.3. El consumo a través de pantallas en el contexto familiar

### 2.3.1. Delimitaciones conceptuales previas: consumo y pantallas

Teniendo en cuenta las aproximaciones a la sociedad de consumo que se han expuesto en los epígrafes precedentes, resulta necesario efectuar una delimitación del término consumo. Por ello, cabe señalar que autores como Bauman han estudiado en profundidad dicho término, por lo que sus aportaciones serán recogidas a continuación. Por consiguiente, es necesario aludir a que el consumo es trivial, siendo una acción que se realiza en el día a día de forma rutinaria, sin requerir una planificación previa, ya que además es un aspecto irrenunciable e inherente a la vida de los individuos independientemente de la época en la que habiten, y forma parte de las funciones que desempeña el ser humano para su supervivencia biológica (Bauman, 2007). Asimismo, la modernidad líquida actual acarrea que la gratificación sea instantánea, y a veces única, siendo desechados los elementos adquiridos más adelante (Bauman, 2010), puesto que existe una gran variabilidad de deseos y las necesidades parecen no ser satisfechas, dado que el atractivo asociado a lo novedoso supera a lo imperecedero (Bauman, 2007). Además, es reseñable el hecho de que el consumo permite el disfrute individual y solitario (Bauman, 2010), y a su vez el tiempo que dura es fácilmente delimitable (Bauman, 2005). Por tanto, recogiendo lo apuntado por este autor, se concluye que el consumo es una acción cotidiana y solitaria, inherente a la naturaleza humana, ya que está dirigida a la supervivencia biológica, que está experimentando notables modificaciones como consecuencia de la instauración de una modernidad líquida, lo que conlleva una insatisfacción de las necesidades, una necesidad de gratificación inmediata y la eliminación instantánea de los elementos adquiridos. Lo señalado debe entenderse desde el contexto de consumo a través de pantallas.

Siguiendo con lo argumentado, cabe recordar que esta información expuesta ha de ser interpretada teniendo en cuenta la digitalización de la sociedad, y por tanto del consumo. A este respecto Castells (2024) señala que la producción, almacenamiento e intercambio de información de forma digital interviene en las

sociedades moldeándolas. De hecho, esto parece guardar relación con la cultura consumista en la que están inmersos los ciudadanos y ciudadanas, lo que les impulsa a llevar una vida consumista en la que la satisfacción de los deseos y necesidades no se entiende como el propósito de esta sociedad, sino que, en su lugar, la transformación de los consumidores y consumidoras en bienes de consumo parece ser el objetivo (Bauman, 2007). En esta línea, los patrones de comportamiento instaurados en los consumidores y consumidoras de la sociedad contemporánea actúan sobre otros aspectos de la vida cotidiana, dentro de los cuales se sitúa el contexto familiar (Bauman, 2010). De hecho, las relaciones personales se han visto influenciadas por la sociedad de consumo que se ha insaturado, en la que las personas que la habitan se caracterizan por sus veloces acciones dirigidas hacia los artículos que les son expuestos, así como por la compulsividad y la adicción por las compras (Bauman, 2005).

Por otro lado, se está experimentando una producción veloz y en grandes cantidades de contenidos en formato digital, que son generados no solo por personas, sino también por maquinas. Esta producción incesante e inmensa se asume es consecuencia del uso generalizado de Internet y el aumento de las personas que hacen uso de este (Castells, 2024). De lo expuesto por este autor se extrae que los contenidos digitales hacen referencia a cualquier contenido que puede ser consumido gracias al acceso a Internet. En esta línea Lázaro (2020) hace referencia a los y las usuarios como espectadores pasivos de la enorme y rápida cantidad de información a la que son expuestos, lo que devuelve de nuevo a concepto de infoxicación ya abordado.

En cuanto a la delimitación del concepto pantallas, se tomará la definición expuesta por la RAE que indica que son aquellas superficies en las que aparecen imágenes (Real Academia Española [RAE], 2025, definición 4), además se puede añadir que son dispositivos digitales marcados por la ubicuidad en los que las acciones voluntarias están comenzando a desaparecer (Hidalgo, 2020). Teniendo en cuenta esto, las pantallas engloban en su definición a las *Tablets*, *Smartphones*, televisiones, ordenadores, así como al resto de las pantallas que forman parte de la vida cotidiana de la población de la contemporaneidad

(Michavila et al., 2020). No obstante, en el presente trabajo el término pantallas se refiere a los *Smartphones*, *Tablets*, televisiones, y ordenadores. Esta selección se sustenta en los datos aportados por el ONTSI (2024) y la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC, 2025), que apuntan al *Smartphone*, al ordenador portátil, a la televisión, a la *Tablet* y al ordenador de mesa como los dispositivos tecnológicos con mayor presencia en los hogares españoles. A este respecto, Han (2022) sugiere que en la infocracia actual la población se ha convertido en un emisor activo, dejando atrás el papel pasivo al que les relegaba el visionado de la televisión.

Con esto se quiere ofrecer una delimitación conceptual que amplie el entendimiento de estos términos determinantes para la comprensión del tema de la presente investigación. En lo que sigue, se persigue ofrecer información relativa al conocimiento y consumo a través de pantallas de contenido digital en el contexto familiar, en el que se examinará tanto el consumo referente a padres, madres o tutores legales, como el consumo llevado a cabo por sus hijos y/o hijas, así como el efectuado de forma conjunta.

### 2.3.2. Conocimiento y consumo a través de pantallas de contenido digital en familia

#### 2.3.2.1. Conocimiento y consumo de los padres, madres o tutores legales

Los padres, madres o tutores legales, tal y como se ha señalado, son las figuras de referencia de los menores y ofrecen modelos de comportamiento, por esta razón, es preciso aludir al nivel de conocimiento que poseen los padres, madres o tutores legales en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital, pues sus saberes pueden condicionar sus actuaciones. En relación con esta temática, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2021) apunta a la obligación de los Estados parte de asistir a padres, madres o tutores legales en materia digital, proveyéndoles del conocimiento preciso para el fomento de la autonomía de los menores, a la vez que se procura protegerlos desde el marco de la empatía. Agregado a lo anterior, los conocimientos que poseen las familias respecto a la cultura digital son cruciales, ya que estas actúan como referentes

(Díez & Cabrera, 2017) y a su vez la carencia de conocimientos las conduce hacia la ausencia de orientación a los menores al respecto (Bona, 2021).

En cuanto al nivel de conocimiento demostrado por las familias sobre el *Smartphone* y la *Tablet*, González-Fernández et al. (2020) apuntan un alto nivel del mismo. Además, se especifica que el conocimiento varía en función del género y de la edad. Los individuos pertenecientes al género masculino poseen un mayor conocimiento en relación con los *Smartphones* y las *Tablets*. Respecto a la edad, se encuentran datos que indican que a menor edad de las personas existe un mayor conocimiento. No obstante, también poseen un mayor control sobre estos dispositivos los adultos pertenecientes a familias monoparentales, así como las madres con un escaso nivel de estudios (González-Fernández et al., 2020). En cambio, en lo concerniente a la competencia digital parental cabe indicar que esta es escasa, lo que supone una dificultad en el traspaso intergeneracional de conocimientos (Díez & Cabrera, 2017). Esta insuficiente competencia digital parental es apoyada por Prensky (2001) a través de la distinción que establece entre “los nativos digitales” y “los inmigrantes digitales”. Esta diferenciación entre grupos nace a partir de un suceso relevante en la historia reciente: la democratización de las pantallas, que facilitó el acceso a los dispositivos digitales a las clases medias, permitiendo que un gran número de personas comenzaran a familiarizarse con las pantallas en la década de 1980 (Moll, 2017). Retomando esta diferenciación entre conceptos, cabe especificar que el término “inmigrante digital” hace referencia a aquellas personas que aun no habiendo crecido en un entorno digitalizado se han adaptado a este, aunque sin adquirir el nivel de dominio y conocimiento propio del “nativo digital”, generándose así un obstáculo en la transmisión de conocimientos intergeneracional (Prensky, 2001). El resultado de esta desigualdad en el nivel de conocimientos acarrea una alteración de la jerarquía familiar (Carrasco-Rivas et al., 2017), por lo que las familias requieren más información respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital (Zabala, 2021) ya que, de esta manera, adquirirán nuevos conocimientos que transferir a sus hijos y/o hijas (Ballesta-Pagán & Cerezo-Máiquez, 2011). Sin embargo, Desmurget (2019) justifica la inexistencia de “inmigrantes digitales”, ya que considera que los

adultos pueden adquirir un nivel de competencia adecuado en materia digital gracias a la práctica continuada.

No solo es necesario aludir al conocimiento que poseen las familias en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital, sino también a sus propios patrones de consumo. En este sentido, Zabala (2021) destaca que los hábitos de uso de los adultos definirán los hábitos de sus hijos y/o hijas. Al igual que la familia como primer contexto socializador determina muchas conductas que adquieran los niños y niñas, también repercute directamente sobre el uso de dispositivos móviles que realizan sus hijos y/o hijas, muchas veces condicionado por las necesidades de la sociedad impulsadas por el consumismo, la escuela y el trabajo (Carrasco-Rivas et al., 2017). En esta línea, es imprescindible hacer referencia a la doble condición del adulto destacada por Michavila et al. (2020), quienes señalan que estos son usuarios y usuarias, al mismo tiempo que padres, madres o tutores legales, lo que repercute en su uso y les hace enfrentarse a un dilema: disfrutar de las pantallas mientras advierten de sus riesgos.

La doble condición de las familias requiere que actúen como referentes, ofreciendo lo que Zabala (2021) denomina “ejemplos digitales”, ya que son usuarios y usuarias, pero también educadores y educadoras (Díez & Cabrera, 2017; Michavila et al., 2020).

Ahora bien, algunos estudios recogen que para las familias las pantallas conllevan mayores beneficios que riesgos (Michavila et al., 2020; Rideout & Robb, 2020). En lo que se refiere a los riesgos se menciona la distracción o la despersonalización, mientras que respecto a los beneficios relatan la conectividad y el acceso a la información (Michavila et al., 2020) o bien los aprendizajes que se extraen de su uso y la potenciación de la creatividad (Rideout & Robb, 2020). Sin embargo, otros estudios como el efectuado por Besoli et al. (2018) se focalizan únicamente en los *Smartphones* e indican que las familias señalan una paridad entre los peligros y las ventajas de sus usos.

Con todo, la percepción que poseen las familias respecto a un mayor número de beneficios en relación con el consumo a través de pantallas de contenidos

digitales puede deberse a la ausencia de contundencia de las autoridades, ya que la carencia de medidas prohibitivas puede conducirlas a pensar que los peligros no existen. No obstante, las instituciones deben velar por los derechos de la infancia, en lugar de adoptar un papel de cómplices como consecuencia de su inacción (Villar-Cabeza, 2023).

Así pues, cabe destacar que el consumo a través de pantallas de contenido digital se ha normalizado, y a su vez se ha generalizado en la sociedad actual (ONTSI, 2021). Esta situación descrita encaja con el hecho de que las pantallas están diseñadas de tal forma que promueven la accesibilidad de todos los agentes interesados en su uso (Desmurget, 2019). De ahí que, la población haga una valoración positiva sobre el *Smartphone* como medio de comunicación efectiva con familiares- entre los que se incluyen la familia extensa y sus hijos y/o hijas- (González-Fernández et al., 2020; ONTSI, 2021). En este sentido, Besoli et al. (2018) hacen una clasificación de los usos del *Smartphone* en tres grupos. El primer grupo se refiere a los usos relacionados con la comunicación, que se constituye como una de las principales razones que justifican el consumo a través de pantallas de contenido digital, por encima de los usos relacionados con la recreación (Besoli et al., 2018; ONTSI, 2022). Por otro lado, se observan usos conectados con el entretenimiento, y por último usos prácticos. En relación con lo expuesto, un 80% de los encuestados emplean Internet en tareas relacionadas con la interacción social y familiar, actividades financieras, búsqueda de información para la resolución de los problemas diarios, o bien para la planificación de actividades recreativas (ONTSI, 2024). A su vez, un 70% aluden a un uso de pantallas con el objetivo de emplear las Redes Sociales, para tareas relacionadas con las Administraciones públicas, comprar *online*, o bien efectuar búsquedas de información en bases de datos. A partir de ahí, el ONTSI (2021) destaca el uso y consumo de fotos, contenidos audiovisuales, música, contenido educativo, periódicos, revistas, radio, libros, videojuegos y webs. Masip (2018) añade la utilización de Redes Sociales, las compras *online* y el despertador.

Por otro lado, las familias encuestadas por Michavila et al. (2020) mencionan que las pantallas son un soporte para la planificación de las actividades familiares, y para exemplificar señalan que, un 61% de los padres, madres o tutores legales apuntan a una mejora en la comunicación con sus parejas gracias a las pantallas y, añaden que un 34% de las familias participantes en el estudio señalan que las pantallas han afianzado la relación con sus hijos y/o hijas. Sin embargo, existe cierta incoherencia, pues un 37% afirma que las pantallas suponen una barrera en la comunicación con sus parejas por la mañana y por la noche, y 1 de cada 10 padres, madres o tutores legales aseguran que las pantallas constituyen en sí mismas una fuente de conflictos.

Por su parte, el dispositivo más utilizado es el *Smartphone*, seguido del ordenador portátil, el ordenador de sobremesa y la *Tablet*, entre otros; e igualmente es destacable el hecho de que la tenencia de un *Smartphone* se sitúa en un 98% de la población, la posesión de una *Tablet* en un 59.3%, mientras que un 70.7% tienen televisores inteligentes en su hogar, y un 77.3% cuentan con ordenadores portátiles (ONTSI, 2024). Por su parte, en las viviendas españolas se encuentran 2.8 *Smartphones*, 1.3 *Tablets* y 2.3. televisiones en 2019 (Michavila et al., 2020).

En cuanto al tiempo de uso, en el informe AIMC (2024) se indica que el tiempo medio diario de conexión a Internet era en 2023 de 3 hora y 57 minutos, frente a las 3 horas y 46 minutos que expone el ONTSI (2024), quienes no tienen en cuenta el tiempo dedicado a actividades laborales, académicas y a las Redes Sociales en este recuento. No obstante, en la población no consumidora de Redes Sociales este consumo medio diario se desploma hasta las 2 horas y 28 minutos (ONTSI, 2024). Ahora bien, en 2024 el tiempo medio de consumo a través de pantallas incrementó hasta las 4 horas diarias (AIMC, 2025).

Agregado a lo anterior, cabe recordar la importancia que otorga Bandura (1971) al modelo que los padres, madres o tutores legales ofrecen a sus hijos y/o hijas, por ello es relevante mencionar el consumo a través de pantallas de contenido digital que hacen las familias mientras comparten espacios y tiempos con sus hijos y/o hijas. Algunas familias muestran su preocupación por el modelo que

ofrecen a sus hijos y/o hijas (Hiniker et al., 2016), mientras otras familias parecen completamente absorbidas por su *Smartphone* durante los momentos de la comida (Radesky et al., 2014), emplean su *Smartphone* en el coche sin utilizar el manos libres, con las distracciones que esto puede acarrear (Roney et al., 2013), utilizan los dispositivos digitales para calmar o mantener en silencio a los niños y niñas (Radesky et al., 2016a; Salcines-Talledo et al., 2022), o bien tratan de usar las pantallas como una herramienta para entretenir a los niños y niñas, y evitar que se conviertan en una molestia (Zabala, 2021). Es más, los propios niños y niñas son conscientes de las distracciones de sus padres, madres o tutores legales (Robb et al., 2019). Ahora bien, Moser et al. (2016) señalan que el uso de *Smartphones* durante las comidas se ve disminuido cuando hay un menor junto al adulto.

Por tanto, las familias parecen hacer un consumo a través de pantallas de contenido digital en presencia de menores, por lo que es necesario comprobar la existencia de consecuencias en el consumo de los niños y niñas. Sin embargo, en primer lugar, es preciso exponer la información referente al conocimiento y consumo de los niños y niñas de 3 a 6 años de edad.

#### 2.3.2.2. Conocimiento y consumo de los niños y niñas de 3 a 6 años de edad

En cuanto a los conocimientos adquiridos por los menores en torno a esta temática, es preciso volver nuevamente al término “nativo digital” acuñado por Prensky (2001; 2011), que nace con el objetivo de contar con un concepto válido para definir las características que poseen las nuevas generaciones. La principal distinción que se extrae entre estos individuos y aquellos que nacieron antes de la última década del siglo XX es haber crecido rodeados de pantallas. Como resultado de estos cambios en el entorno Prensky (2001) afirma que esta generación piensa y procesa la información de manera sustancialmente diferente a las generaciones precedentes -que recibieron el nombre de “inmigrantes digitales”- y añade la posibilidad de que se hayan producido una serie de transformaciones en las personas que se adscriben a estas generaciones, tales como cambios en el cerebro, o bien en la habituación a recibir gran cantidad de estímulos de forma rápida, y por ende a la multitarea.

Por otro lado, se observan posiciones contrapuesta a la expuesta por Prensky (2001; 2011) sobre la existencia de “los nativos digitales” sostenidas por diversos autores (Desmurget, 2019; Díez & Cabrera, 2017; García, 2017; Lázaro, 2020; Martí, 2017; Roca, 2017), quienes contraargumentan la existencia del término de “nativo digital”, justificando su falta de fundamento. Por un lado, el concepto de “nativo digital” parece presentar la idea de que la generación que engloba es uniforme, cayendo así en una falacia (Desmurget, 2019). Desde este punto, Roca (2017) señala que la tecnología es solo un descubrimiento más, y por tanto el auge de las pantallas no supone la creación de nuevas generaciones, sino de cambios en la sociedad que van a tener que enfrentar estas generaciones venideras. De igual manera, los “nativos digitales” no tienen de forma natural (Lázaro, 2020) e innata una competencia digital, sino que tienen que desarrollarla (García, 2017). Prueba de ello es la dificultad de esta generación para clasificar, procesar, evaluar la pertinencia, o bien resumir la información a la que tienen acceso gracias a Internet y a las pantallas (Desmurget, 2019). Dicho de otra manera, ser competente requiere saber, es decir, saber ser y saber hacer (Moll, 2017). Igualmente, ser competente en materia digital exige poseer una serie de habilidades analógicas, tales como la autorregulación; la habilidad de discernir aquello que pertenece al ámbito privado de lo que compete al ámbito público; la habilidad de cuidarse de los riesgos que supone el consumo a través de pantallas; la habilidad de buscar la verdad y defenderla; la habilidad de socialización; la habilidad de comprender el impacto del consumo a través de pantallas sobre la identidad propia o la habilidad de saber desconectar de las pantallas, entre otras (García, 2017; Zabala, 2021). En conclusión, el uso de pantallas no implica la adquisición de la competencia digital (Martí, 2017; Moll, 2017). Más aun, cuando la sociedad digital actual obliga a sus ciudadanos y ciudadanas a comprometerse con el aprendizaje continuo, al igual que con el desarrollo de habilidades de forma constante (Lázaro, 2020), de hecho, los propios usuarios y usuarias de pantallas mencionan la velocidad a la que se generan los avances tecnológicos -61.7%- (AIMC, 2024). Esto supone que los “nativos digitales” se hacen (Lázaro, 2020), porque nacer en un momento preciso de la historia no implica ser un experto en dispositivos digitales (Bona, 2021). En

su lugar, Díez y Cabrera (2017) acuñan el concepto de “huérfanos digitales” para referirse a lo que Prensky (2011; 2011) denomina “nativos digitales”.

En cuanto al conocimiento y consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por los niños y niñas de 3 a 6 años de edad cabe destacar la presión que ejercen la publicidad a la que están expuestos en su vida diaria y las influencias de las experiencias de sus iguales con la tecnología (Carrasco-Rivas et al., 2017). Así, a la edad de dos años, la posesión de los niños y niñas de sus propios dispositivos digitales móviles supera a la televisión. Ahora bien, la Asociación Americana de Pediatría (AAP, 2022) ha analizado el uso en los menores de 5 a 18 años apuntando a que la televisión es el medio más usado entre los niños y niñas. Así, Kabali et al. (2015) aluden a un uso diario de la televisión en niños y niñas de 1 año -43.5 %-, y de dos años de edad -76.6%- . Igualmente, es destacable el hecho de que la mitad de los niños y niñas de 4 años posean una *Tablet* (Kabali et al., 2015). Por su parte, el INE (2024) señala que un 96% de los infantes de 10 a 15 años emplean Internet, mientras que un 69.6% utilizan *Smartphones*. Cabe mencionar que no existen en el INE datos referentes a los niños y niñas que se encuentran por debajo de los 10 años de edad. En este punto es remarcable que, los niños y niñas cuyos padres, madres o tutores legales hacen uso de móviles son más propensos a tener su propio *Smartphone* (Mascheroni & Ólafsson, 2015).

Asimismo, Radesky et al. (2020) relatan los usos de *Smartphones* y *Tablets* por parte de niños y niñas que se encuentran entre los 3 y los 4.99 años de edad, concluyendo que la media de uso de estos dispositivos se sitúa en 115.3 minutos diarios, encontrándose con un mayor tiempo de uso de pantallas durante los días que constituyen el fin de semana- sábados y domingos-. Igualmente, la investigación efectuada por Kabali et al. (2015) fija el tiempo de uso de los niños y niñas de entre 1 y 4 años en 45 minutos de televisión, 27 minutos frente a dispositivos digitales móviles visualizando contenido audiovisual, 22 minutos haciendo uso de aplicaciones, y para concluir 15 minutos jugando a videoconsolas. En suma, el tiempo de uso total diario se sitúa en 109 minutos - 1 hora y 49 minutos-. Igualmente, Madigan et al. (2019) llevaron a cabo un

estudio longitudinal mediante el cual comprobaron que los niños y niñas de 3 años consumían pantallas alrededor de 3.6 horas al día frente a las 1.6 horas de los infantes de 5 años de edad.

En lo referente a las aplicaciones más usadas Radesky et al. (2020) destacan diferencias entre los usuarios y usuarias de IOS y Android. A pesar de estas desigualdades en las preferencias de uso, *Youtube* y *Youtube Kids* se postulan como las aplicaciones más empleadas, seguidas por *Netflix* y otras plataformas que ofertan series y películas, los buscadores, la galería y las fotos. En menor porcentaje se sitúan el uso de diversos juegos, tales como *ABC Kids Toddler Tracing Phonic*, -siendo estos juegos empleados por usuarios y usuarias consumidores de Android- *LEGO Juniors*, *My talking Tom 2*, *Roblox* -siendo estos juegos empleados por consumidores y consumidoras de IOS- *PBS Kids Game* y *ABC Mouse* -que constituyen juegos empleados por los usuarios y usuarias de ambos sistemas operativos-. En definitiva, los principales usos de los niños y niñas se corresponden con aquellas aplicaciones que reproducen contenidos audiovisuales, con los buscadores, con los juegos, así como con la cámara y con la galería. No obstante, sorprende que en lo referente a la comunicación tan solo se observen aplicaciones como *Facebook Messenger* -5.6%- y *Face Time* -16%- . Los resultados expuestos en este estudio encajaban con los presentados por Kabali et al. (2015) quienes apuntan a *Youtube* como la aplicación con mayor público entre los niños y niñas de 1 a 4 años de edad. De igual forma, se nombra la relevancia de los contenidos relacionados con el entretenimiento y la educación. Asimismo, los datos presentados por Radesky et al. (2020) concuerdan con que los motivos que empujan a los niños y niñas al consumo a través de pantallas de contenido digital guardan relación con las actividades recreativas focalizadas en el entretenimiento y en la evasión (Cánovas et al., 2014; Carrasco-Rivas et al., 2017; Cebollero-Salinas et al., 2021). De hecho, un 27% de los niños y niñas de 2 a 4 años usan pantallas en los restaurantes (Rideout & Robb, 2020). Entre estos usos es preciso mencionar el juego, el visionado de videos, la escucha y descarga de música, la fotografía, la mensajería, las llamadas, las Redes Sociales o la búsqueda de información en Internet (Cánovas et al., 2014; Carrasco-Rivas et al., 2017; ONTSI, 2021).

Como se ha venido expresando, el consumo a través de pantallas de contenido digital de padres, madres o tutores legales puede tener lugar en presencia de sus hijos y/o hijas, quienes también emplean estos dispositivos. Ahora bien, este consumo no es inocuo, prueba de ello son todos los efectos que se relatan en la literatura actual. Por tanto, a continuación, se detallan los efectos del consumo a nivel familiar.

### 2.3.3. Efectos del consumo a través de pantallas de contenido digital en familia

Una vez abordado qué pantallas emplean los niños, niñas, padres, madres o tutores legales, así como el uso que hacen de estas, es necesario referenciar los riesgos o beneficios que se pueden extraer de un consumo abusivo de estas.

En primer lugar, un informe realizado por el ONTSI (2024) confirma que la opinión de la población respecto al uso de dispositivos por parte de los niños y niñas alude a un tiempo excesivo de los menores frente a estos dispositivos electrónicos. En relación con lo expuesto, el porcentaje de personas que consideran que las pantallas suponen un riesgo para los niños y niñas ha aumentado con respecto a años anteriores, y, por lo tanto, las personas que encuentran beneficios en su uso han disminuido también (ONTSI, 2024). En esta misma línea, Roca (2017) indica la existencia de riesgos, pero también de oportunidades. La proximidad a los riesgos, o a los beneficios dependerá del uso que se haga de las posibilidades que ofrece Internet (Delgado, 2017), y ha de tenerse en cuenta que las pantallas, según Bona (2021), pretenden posibilitar unas formas de vida más sencillas. Igualmente, la AAP (2022) señala la existencia tanto de riesgos como de beneficios generados por el uso de pantallas, aludiendo a beneficios como las posibilidades de comunicación sin el requerimiento de la presencia del otro, las facilidades para el trabajo colaborativo gracias a las conexiones que ofrece Internet, la promoción de la participación en las comunidades, y el acceso a diversidad de información.

Por su parte, Villar-Cabeza (2023) se muestra contundente al expresar la inexistencia de beneficios en el aprendizaje de los menores, pues sostiene que

las consecuencias del uso de pantallas impactan notablemente en los niños y niñas, ya que estos se encuentran en su período de desarrollo, no existiendo ningún beneficio en el acceso temprano a pantallas por parte de los menores. En esta línea, respecto al acceso temprano a pantallas Desmurget (2019) destaca la relevancia de los años que constituyen la infancia para un adecuado desarrollo cerebral. En contrapartida, Zabala (2021) no se muestra tan tajante, y señala que, “Ni todos los niños con acceso son adictos, ni todos los que viven con pantallas están sanísimos y bien atendidos” (p.67). Sin embargo, Cánovas et al. (2014) encuentran una ventana de oportunidades en la introducción de las pantallas bajo la supervisión parental y Bona (2021) señala la necesidad de educar a los menores sobre pantallas antes de que se produzca el primer acceso a estas. Por consiguiente, se encuentran posiciones encontradas a la hora de detectar ventajas y desventajas en el consumo a través de pantallas de contenido digital. Ahora bien, algunos de los riesgos que se han detallado durante este epígrafe desaparecerían si existiera la posibilidad de desconexión de estas pantallas omnipresentes (Hidalgo, 2020).

En lo que se refiere a la población adulta el ONTSI (2024) indica que estas personas encuentran un mayor número de beneficios al consumir contenido digital a través de pantallas. Además, se acompañan los datos expuestos de una explicación que remarca que las consecuencias se ven acrecentadas cuando este uso sobrepasa las 5 horas diarias. Directamente relacionado con lo expuesto hasta el momento, el 36.9% de la población española admite encontrarse con obstáculos para la desconexión digital, un 61.4% señala la necesidad de saber desconectar de las pantallas y un 40% de la ciudadanía reconoce que la tecnología constituye en sí misma un obstáculo a la interacción social y familiar, y merma la concentración (ONTSI, 2024). Por su parte, en el informe elaborado por AIMC (2025) se señala que un 44.1% de los usuarios y usuarias admiten permanecer casi continuamente conectados. Esta información concuerda con la expuesta por González-Fernández et al. (2020), quienes aluden a las pantallas como un obstáculo a la relación paternofilial, ya que el consumo a través de pantallas de contenido digital merma la atención que los padres, madres o tutores legales prestan a sus hijos y/o hijas. De hecho, las

consecuencias se agravan a medida que el uso de estos dispositivos es más acusado, aunque las puntuaciones referentes a la dificultad para la desconexión y a la dependencia de los dispositivos electrónicos parecen haber disminuido en 2023, a pesar de que la omnipresencia de las pantallas supone la aparición de diversidad de consecuencias, tales como la ansiedad, el estrés, los dolores de cabeza, o la adicción (ONTSI, 2024). Cánovas (2015) va más allá y profundiza en las consecuencias que pueden tener las TICs en el cerebro adulto, en tanto que las pantallas contribuyen a potenciar cambios y alteraciones en este órgano en el que se encuentran los lóbulos prefrontales, cuyo desarrollo puede mantenerse hasta los 30 años. Por lo tanto, los efectos de las pantallas también pueden percibirse en el cerebro adulto.

De la misma manera, la interacción entre los menores y sus padres, madres o tutores legales se puede ver perjudicada por el consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por los adultos. Las interacciones familiares han sufrido cambios cuantitativos tras la llegada de las TICs (Carvalho et al., 2015), y los propios miembros del entorno familiar aluden a la necesidad de prestarse atención mutuamente cuando están juntos (Hiniker et al., 2016). Esta ruptura en las relaciones se produce por el uso de las pantallas que entorpece su curso, es más, un 95% de los menores señalan haberse sentido ignorados por sus padres, madres o tutores legales cuando estos estaban haciendo uso de las pantallas (Masip, 2018), a pesar de que los niños y niñas se muestren interesados en lo que sus padres, madres o tutores legales hacen en sus *Smartphones* (Radesky et al., 2014). Como resultado de esta carencia de interacción con sus padres, madres o tutores legales los niños y niñas muestran diferentes rangos de comportamiento, desde la aceptación de la falta de atención, hasta las búsquedas de atención, recibiendo respuestas negativas por parte de sus padres, madres o tutores legales (Radesky et al., 2014). Las familias olvidan prestar atención a los menores, no observándolos lo que podría poner en peligro su integridad física, así como su bienestar emocional (Elias et al., 2021), ya que la necesidad de atención surge en las criaturas a partir de los 3 años (Guerrero, 2018). Igualmente, conviene recordar que las familias ostentan una doble condición -como usuarios y usuarias, a la vez que miembros de la familia que

ofrecen ejemplo y establecen normas-. Por ello, pueden encontrarse con dilemas entre aquello que quieren hacer, y aquello que deben hacer (Moser et al., 2016). Esta doble condición puede tener graves consecuencias para los menores, en tanto que las pantallas generan una barrera en la interacción entre las familias y las criaturas, pudiendo llegar a ser percibidos estos momentos como abandonos (Hidalgo, 2020; Michavila et al., 2020). Igualmente, el propio ejemplo ofrecido por los padres, madres o tutores legales se puede relacionar con el consumo desadaptativo (Roca, 2015).

Siguiendo lo expuesto, cabe señalar que varios estudios hacen uso del SFP *Still-face paradigm*- (Myruski et al., 2018; Rozenblatt-Perkal et al., 2021; Stockdale et al., 2020) para estudiar la relación entre padres, madres o tutores legales con sus hijos y/o hijas. Por un lado, se ha concluido que estas interferencias en la interacción aumentan el estrés de las criaturas, aumentando su ritmo cardiaco (Rozenblatt-Perkal et al., 2021). Además, el afecto se torna negativo, el uso de juguetes se reduce, al igual que el compromiso con los padres, madres o tutores legales, y los intentos del menor de captar la atención del adulto cuando la familia está haciendo uso de pantallas en su presencia (Myruski et al., 2018). Asimismo, los actos autoreconfortantes en los niños y niñas aumentan en estas circunstancias, así como los intentos de escape (Stockdale et al., 2020).

En síntesis, estas distracciones reducen las interacciones verbales y no verbales, así como las formas de apoyo ejercidas por los padres, madres o tutores legales, produciéndose un descenso de ambas cuestiones a medida que se produce un mayor uso de las pantallas (Radesky et al., 2015). Estas interrupciones a la interacción reciben el nombre de *technoference*, y afectan a la relación provocando mayores problemas internalizados, al igual que externalizados (McDaniel & Radesky, 2018). Asimismo, cabe mencionar que la dependencia del *Smartphone* ha recibido el nombre de “nomofobia” (Bahl & Deluliss, 2015).

De cualquier modo, existen infinidad de consecuencias asociadas al consumo a través de pantallas de contenido digital para la población en general. En primer lugar, la atención es expuesta por Hidalgo (2020) y Couso (2024) como una de

las afectadas por el uso de pantallas, así como por la incesante aceleración (Hari, 2023) que conduce a un fraccionamiento de la atención (Han, 2012). Igualmente, la atención conjunta se desvanece ante el consumo a través de pantallas (Villar-Cabeza, 2023). La sucesión de estímulos constantes conduce a la multitarea, en la que la atención cambia constantemente al focalizarse en distintos aspectos del entorno de la persona (Oliver, 2017). Ante esa multitud de estímulos el silencio se evapora (Han, 2021). Esta carencia de silencio debe ser entendida en el contexto de la infoxicación -es decir, como la sobrecarga de información- (Cornella, 2004; 2013) y la infocracia (Han, 2022), donde el principal obstáculo radica en localizar información relevante (Cornella, 2004).

Ahora bien, la multitarea es, en realidad, inexistente pues lo que se produce es la alternancia constante entre actividades (Couso, 2024; Hari, 2023), lo que conduce hacia una regresión: la hiperatención (Han, 2012). Precisamente, esta falacia respecto a la multitarea deteriora la concentración a través de 4 formas. La primera de ellas hace referencia al coste de alternancia que supone que se requiera más tiempo, y por tanto se actúe de forma más lenta. Por otro lado, se observa el “efecto cagada”, que alude a la mayor cantidad de errores que se cometen al alternar entre tareas. Asimismo, la creatividad se ve aminorada. Por último, el recuerdo sobre las acciones realizadas se ve reducido (Hari, 2023). Igualmente, la impulsividad y la dispersión son consecuencias directas del uso continuado de pantallas (Desmurget, 2019; Guerrero, 2021). Por tanto, la atención, al igual que el resto de las funciones ejecutivas, se ve disminuida a medida que se tiene acceso a mayores masas de información (Villar-Cabeza, 2023), generándose un círculo vicioso irrompible sin actuaciones dirigidas a su cese (L'Ecuyer, 2012). Por su parte, la apatía es una consecuencia destacada por varios autores (Hidalgo, 2020; L'Ecuyer, 2012), al igual que la disminución de la regulación emocional (Guerrero, 2021).

La fatiga visual (Couso, 2024; ONTSI, 2024), al igual que la alteración de los ciclos de sueño son otra consecuencia de las pantallas, en este caso, de la luz azul (AAP, 2022; Couso, 2024). Esta alteración de las horas de sueño repercute en la concentración (Hari, 2023). Estrechamente relacionado con lo expuesto por

estos autores, Fowler y Noyes (2017) aluden a la presencia del teléfono en la habitación durante las horas destinadas a dormir, y advierten sobre las interrupciones del sueño que acarrean las notificaciones recibidas durante la noche.

En efecto, la autonomía es otra pérdida que tiene que enfrentar el ser humano a causa de la dependencia de las pantallas para desarrollar tareas que se pueden efectuar sin su soporte (Han, 2021), lo que se explica por el desaprendizaje que está viviendo el ser humano (Hidalgo, 2020). De hecho, las pantallas generan incomodidad, ya que conducen a una pérdida de control y a una falta de autonomía (Newport, 2021). Además, esta falta de autonomía se extiende a la gestión emocional, en la que prima un locus de control externo (Villar-Cabeza, 2023). La impaciencia es nombrada por varios autores (Desmurget, 2019; Hidalgo, 2020; Oliver 2017), que apuntan hacia esta como consecuencia de la necesidad de que los deseos se cumplan de forma inmediata (Oliver, 2017) y se genere dopamina (Hidalgo, 2020). Con todo, esta inmediatez en la satisfacción se da cuando se usan dispositivos, pero no ocurre lo mismo en el mundo real (Hidalgo, 2020).

Como ya se ha adelantado, el mundo actual está repleto de estímulos constantes que se suceden a gran velocidad, no dejando espacio al aburrimiento (Cousu, 2024). Para que este estado emocional pueda emerger es necesaria la ausencia de estímulos, lo que conducirá a una búsqueda de estos (Oliver, 2017). Experimentar aburrimiento no es negativo, ya que en estos momentos se fomenta la creatividad. Por tanto, la ausencia de aburrimiento disminuye la creatividad (Han, 2012; Oliver, 2017; Villar-Cabeza, 2023), siendo esta otra consecuencia del uso continuado de pantallas (Guerrero, 2021). Asimismo, L'Ecuyer (2012) alude a la pérdida del asombro como consecuencia directa de un uso abusivo de pantallas, que a su vez conduce a una pérdida de interés, lo que repercute en la ausencia de motivación.

Igualmente, Michavila et al. (2020) añade a estas consecuencias la carencia de actividades en el exterior, la disminución de oportunidades de interacción social, la reducción de la infancia, el insomnio, o los cambios en el sistema de valores,

por ejemplo. Por su parte, la privación de la empatía es destacada por diversos estudios como una consecuencia directa del uso de pantallas (Couso, 2024; Han, 2021; Hidalgo, 2020; Michavila et al., 2020). Además, el egocentrismo se adentra en las características humanas que definen a la sociedad actual, al creer que cada uno tiene el control del mundo (Han, 2021), lo que encaja con el hecho de que la atención dirigida únicamente hacia el yo parezca inundar las conversaciones actuales (Hari, 2023).

Aparte, el ONTSI (2021) alude al riesgo de aislamiento social a causa de un uso excesivo de dispositivos como uno de los miedos crecientes entre la población de 21 a 25 años, mientras que en los rangos de mayor edad esta preocupación se mantiene estable. En esta línea, la generación actual es tachada de priorizar la soledad o el individualismo. Por tanto, la interacción social se ve reducida, ya que el individualismo y la socialización son contrarios y al mismo tiempo la comunicación olvida el cara a cara para focalizarse en una comunicación con aquellos que no se encuentran en el mismo espacio (Hidalgo, 2020). Así, aparece la soledad y desaparece la presencia del otro (Han, 2021). A este respecto, conviene mencionar el “síndrome de la puerta cerrada”, que hace referencia al aislamiento social que puede acarrear un uso de pantallas en presencia de otras personas, puesto que reduce los espacios comunes, ya que los individuos deciden encerrarse en su habitación para su consumo (Moll, 2017). Entonces, la presencia se desvanece no dejando espacio a la interacción cara a cara, en un momento en el que los niños y niñas requieren la presencia de las personas en ausencia de pantallas, de tal forma que puedan sentirse escuchados y mirados (Ramis, 2021). A este respecto, Han (2021) asume como consecuencia la desaparición del otro como voz y como mirada, lo que genera que el mundo pierda su alteridad. Igualmente, la soledad parece evaporarse, pues no queda tiempo para que los pensamientos se sucedan en la mente de quienes hacen un uso continuado de dispositivos (Newport, 2021). En línea con lo mencionado con anterioridad, para lograr un apego seguro los niños y niñas requieren ser vistos y responsividad, es decir, que se facilite una respuesta adecuada a cada una de las necesidades del menor (Guerrero, 2018).

En resumen, se observa la existencia de un efecto de desplazamiento porque el tiempo dedicado a los dispositivos digitales no puede emplearse para desempeñar otro tipo de actividades (Christakis, 2010), como son la lectura (Desmurget, 2024; McArthur et al., 2020). En cuanto a la lectura -individual o compartida-, el tiempo destinado a la misma -ya sea en papel o en formato digital- se sitúa en los 32 minutos diarios en los niños y niñas de 0 a 8 años, frente a los 24 minutos de visionado de televisión o la 1 hora y 29 minutos que invierten en ver videos en plataformas como *Netflix* o *Youtube* (Rideout & Robb, 2020). Estos datos concuerdan con los presentados en apartados anteriores en los que se incidía sobre las tendencias de consumo de los niños y niñas.

Los efectos expuestos requieren de actuaciones para contribuir a la disminución de su afectación, o bien a la erradicación de estos. De igual manera, el seguimiento de recomendaciones puede contribuir a reducir el impacto del consumo a través de pantallas de contenido digital en el contexto familiar.

## 2.4. Recomendaciones y buenas prácticas relacionadas con el consumo a través de pantallas de contenido digital en familia

### 2.4.1. Recomendaciones y buenas prácticas para los niños y/o niñas

En lo concerniente a los efectos del consumo a través de pantallas, Cánovas (2015) señala que estos son eludibles, pero para ello primero se deben detectar los problemas que emergen del uso de las TICs, y a partir de ahí emprender acciones educativas orientadas a frenarlos. Por tanto, una vez relatados los riesgos de un consumo excesivo a través de pantallas, es preciso aludir a las recomendaciones. Son infinidad las obras actuales que ofrecen claves a las familias sobre cómo actuar ante un consumo abusivo por parte de los menores, o bien sobre cómo llevar a cabo una acción preventiva (Carrasco-Rivas et al., 2017; Díez & Cabrera, 2017; Michavila et al., 2020; Moll, 2017; Oliver, 2017; Zabala, 2021).

Las recomendaciones y buenas prácticas efectuadas por los niños y niñas guardan estrecha relación con las actuaciones que llevan a cabo sus padres, madres o tutores legales respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital. Así, conviene señalar que un 84% de las familias españolas empleaba una serie de normas de uso en 2020, porcentaje que está aumentado (Michavila et al., 2020). Entre las normas implementadas por las familias en torno al consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por los menores se pueden destacar las siguientes. En primer lugar, las pantallas suelen prohibirse durante los momentos de la comida, o bien se da acceso a las mismas tras la realización de las tareas escolares (Carrasco-Rivas et al., 2017). Por tanto, una de las reglas impuesta por las familias tiene que ver con implantar unos horarios de consumo, seguida de la delimitación de su utilización a ciertos espacios del hogar (Díez & Cabrera, 2017; Michavila et al., 2020; Roca, 2015). Por ello, es preciso delimitar un tiempo de uso, así como los tipos de uso permitidos (AAP, 2022) de forma consensuada entre padres, madre, tutores legales, hijos y/o hijas (Zabala, 2021). Así pues, las pantallas aparecen en muchas ocasiones en los hogares en forma de refuerzo o premio, en otras palabras, como la consecuencia a las conductas de los niños y niñas (Carrasco-Rivas et al., 2017), pero Couso (2024) indica que se debe evitar el uso de las pantallas con este propósito. Esto ha de entenderse desde un prisma en el que el refuerzo positivo intermitente forma parte del mundo digital (Newport, 2021).

Con todo, la hiperconectividad conduce -en algunas ocasiones- a la hipervulnerabilidad (Lázaro, 2020). En este sentido, cabe mencionar la necesidad de controlar los contenidos a los que tienen acceso los menores, por ejemplo, mediante la presencia del adulto en el espacio en el que el menor está haciendo uso de un dispositivo digital (AAP, 2022; Couso, 2024; Díez & Cabrera, 2017; Roca, 2015), bien por medio del visionado conjunto, así como del diálogo en torno a lo que sucede en la pantalla (Roca, 2015). Así, tienen cabida las conversaciones que versan sobre las experiencias digitales de adultos y menores. En esta línea, los diálogos en torno a la seguridad digital se tornan imprescindibles (Díez & Cabrera, 2017), aunque no deben eclipsar las conversaciones (Zabala, 2021). Por último, se recomienda explicar a los

menores las consecuencias que pueden surgir a raíz de un uso continuado de las pantallas (Couso, 2024), desde la confianza y la vigilancia (Díez & Cabrera, 2017).

Las medidas mencionadas han de ser acompañadas con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019) que sugiere no exponer a las pantallas a las criaturas de 3 a 4 años durante más de una hora al día. En esta línea, el Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2023) enumera una serie de recomendaciones en relación con el uso de tecnología en menores de 0 a 6 años, tales como que los padres, madres o tutores legales tienen la responsabilidad de regular el uso de sus hijos y/o hijas, tanto en cantidad como en calidad y deben priorizar el entorno cercano frente al entorno digital, ya que ofrece mayores oportunidades de experimentación, y por último, se menciona la compañía del adulto como un recurso esencial.

#### **2.4.2. Recomendaciones y buenas prácticas para los padres, madres o tutores legales**

A cerca del rol de los padres, madres o tutores legales en el acceso de los infantes a las pantallas, cabe señalar que, son ellos y ellas quienes deben reflexionar sobre para qué y por qué permiten la conectividad de sus hijos y/o hijas. Entonces, se plantean según Zabala (2021) dos escenarios de convivencia en torno a las pantallas: el consumo paralelo en que el cada miembro del hogar hace uso de una pantalla en el mismo espacio a la vez que se generan diálogos intermitentes y, por otro lado, se exponen situaciones de actividad mediática asimétrica conjunta, en las que se requiere la intervención de padres, madres o tutores legales. Esta implicación puede tomar la forma de diversas enseñanzas cuyo objetivo es la regulación del uso de pantallas. De cualquier forma, se debe producir un desplazamiento de la atención de los riesgos a la enseñanza de estrategias a las familias (Zabala, 2021).

Para comenzar, es preciso abordar el hecho de que las reglas fijadas respecto al consumo a través de pantallas difieren de unos hogares a otros, dado que son las familias quienes deciden sobre este asunto. Es más, las familias son las responsables de que los infantes adquieran hábitos digitales saludables, y por ello han de realizar un acompañamiento en el que la interacción es clave (Zabala, 2021). Por consiguiente, no existe una forma generalizada y eficaz basada en una educación digital (Michavila et al., 2020). Los padres, madres o tutores legales delimitan una serie de espacios, así como de tiempos en los que usar las pantallas está permitido.

Es necesario insistir en que los padres, madres o tutores legales deben adquirir desde el inicio de la crianza una actitud, ya sea de prohibición, de libertad, o de acompañamiento frente a las pantallas. En otras palabras, deben tomar decisiones clave que configurarán los hábitos de sus hijos e hijas desde la cercanía, la responsabilidad, los aprendizajes, la comunicación, así como la normalización de la tecnología (Zabala, 2021). Para ello, es necesaria una educación en valores (Lázaro, 2020).

Por otro lado, las pantallas son omnipresentes, y por esta razón su regulación se torna una tarea compleja, más aún cuando los propios adultos deben controlar el uso que hacen de estas (Carrasco-Rivas et al., 2017). Así pues, el hecho de que los niños y niñas contemplen a sus familiares hacer un uso continuado de las pantallas no constituye irremediablemente un mal ejemplo, debido a que lo verdaderamente determinante son la intención y la actitud, así como el grado de integración de las pantallas en la vida familiar (Zabala, 2021). No obstante, Oliver (2017) destaca la necesidad de saber desconectar (Bona, 2021) y ocuparse de relaciones que impliquen el cara a cara. Aun así, el buen ejemplo requiere diálogo, al igual que reflexión y el compartir el uso de pantallas entre las familias y sus hijos y/o hijas (Zabala, 2021). Los padres, madres o tutores legales deben compartir sus experiencias en la sociedad digital con los niños y niñas (Zabala, 2021), partiendo de un modelo coherente (Roca, 2015).

En cuanto a las actuaciones dirigidas a las familias estas logran disminuir el tiempo de consumo a través de pantallas, ya que estas medidas tienen el poder de ayudar al menor en su autorregulación. En definitiva, cuando se conocen los riesgos del uso prolongado de las pantallas y se recomienda a los padres, madres o tutores legales el establecimiento de límites, el tiempo de consumo se reduce considerablemente (Desmurget, 2019). Asimismo, se enumeran unas recomendaciones dirigidas a las familias. En primer lugar, las pantallas deben permanecer en un segundo plano, sin dar lugar a interrupciones durante las comidas o el juego en el que esté involucrado el menor. En definitiva, evitar la multitarea en todos los contextos (Couso, 2024; Villar-Cabeza, 2023).

De esta manera, un informe de AIMC (2024) recoge las opiniones de usuarios y usuarias en relación con el control parental, y refleja un creciente aumento en cuestiones relacionadas con el control personal ejercido por la propia familia, así como la asistencia de programas de filtro o bloqueo de ciertos contenidos. Resulta conveniente diferenciar las estrategias de control parental en cinco categorías (Livingston et al., 2011). Consecuentemente, se establece el co-uso - el padre, la madre o el tutor legal se encuentra presente y puede llegar a compartir el consumo a través de la pantalla con sus hijos y/o hijas-, la mediación activa -implica el diálogo entre la familias y sus hijos y/o hijas sobre el consumo de dispositivos digitales con el objetivo de guiar a los infantes-, la mediación restrictiva -se imponen unas normas por parte de la familia-, la monitorización - los padres, madres o tutores legales consultan a qué contenidos ha tenido acceso el menor tras haber hecho uso de dispositivos digitales-, y las restricciones técnicas -emplear herramientas como softwares para el control del uso de los niños y niñas (Livingstone et al., 2011). No obstante, los padres, madres o tutores legales parecen focalizarse en el tiempo de uso digital por encima de la supervisión de los contenidos o informaciones a los que acceden sus hijos y/o hijas (García-Rojas et al., 2023).

En esta línea, Salcines-Talledo et al. (2022) aluden a la existencia de regulaciones respecto al uso de pantallas en las familias. A este respecto Ramírez-García et al. (2023) mencionan que el uso compartido es el tipo de

mediación parental empleado con menos frecuencia por los padres, madres o tutores legales. En contraposición, la mediación activa es la más aplicada (Ramírez-García et al., 2023), así como las estrategias restrictivas (Garmendia-Larrañaga et al., 2015). Igualmente, la mediación técnica y la monitorización son las estrategias menos empleadas por las familias en España (Garmendia-Larrañaga et al., 2015). Sin embargo, variables como la edad de los padres, madres o tutores legales, el número de menores a su cargo, así como la etapa educativa que se encuentra cursando el niño o niña son determinantes (Ramírez-García et al., 2023). Relacionado con lo anterior, la calidez emocional, al igual que la protección moderada son patrones que se repiten entre los padres, madres o tutores legales (Ramírez-García & Gómez-Moreno, 2020). Aparte, Zabala (2021) distingue dos tipos de estrategias que pueden ser implementadas en el ámbito familiar según la intención de quien o quienes las establezcan. Por consiguiente, se pueden identificar las estrategias focalizadas en la restricción de aquellas orientadas al desarrollo de habilidades.

Por último, es preciso aludir a la responsabilidad de las autoridades, quienes deben establecer medidas respecto a la regulación y prohibición de estos dispositivos por debajo de los 16 años (Villar-Cabeza, 2023).

### **3. Objetivos**

Los objetivos a los que se pretende dar respuestas en el curso del presente estudio se enumeran a continuación:

- Profundizar en el consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan los padres, madres o tutores legales de menores del segundo ciclo de Educación Infantil en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
  - Reflexionar sobre los usos que padres, madres o tutores legales detallan respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital que ejercen en presencia de sus hijos y/o hijas.

- Abordar cuáles son los lugares y tiempos de consumo a través de pantallas de contenido digital de padres, madres o tutores legales en presencia de sus hijos y/o hijas.
- Ahondar en las consideraciones de padres, madres o tutores legales respecto al impacto del consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan en presencia de sus hijos y/o hijas.
  - Recoger las valoraciones de padres, madres o tutores legales respecto al modelo que ofrecen a sus hijos y/o hijas.
  - Profundizar en los posibles efectos del modelo de padres, madres o tutores legales en sus hijos y/o hijas.
- Explorar las medidas que emprenden los padres, madres o tutores legales respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas.
  - Indagar sobre el uso de acciones para ofrecer buenos modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital a sus hijos y/o hijas.
  - Recoger cuáles son las valoraciones de los padres, madres o tutores legales sobre las medidas que implementan para ofrecer a sus hijos y/o hijas buenos modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital.

## **4. Metodología**

### **4.1. Tipo de investigación y método**

La presente investigación se ha desarrollado siguiendo la ruta cualitativa, sustentando dicha elección en la necesidad de recoger la realidad subjetiva en torno a las percepciones de los padres, madres o tutores legales respecto a su rol como modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital (Hernández et al., 2006). Por ende, se pretende analizar la realidad desde la perspectiva e interpretaciones de quienes la habitan, tratando de buscar

similitudes y diferencias entre las experiencias descritas por los agentes entrevistados (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Igualmente, el método cualitativo escogido es la fenomenología, puesto que se busca la reflexión subjetiva de los participantes sobre sus experiencias con relación al consumo a través de pantallas (Albert, 2007). Asimismo, la investigación que aquí se desarrolla se sustenta en el paradigma interpretativo, en tanto que se busca la interpretación y comprensión (Albert, 2007) de los padres, madres o tutores legales respecto a su rol como modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital para los menores.

## 4.2. Muestra

Con la finalidad de recoger las percepciones de los padres, madres o tutores legales se ha seleccionado una muestra compuesta por 4 familias con hijos y/o hijas del segundo ciclo de Educación Infantil, es decir, infantes de 3 a 6 años de edad. De igual manera, se han elegido a familias residentes en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Por su parte, respecto a la selección de la muestra, cabe especificar que se ha optado por llevar a cabo un muestreo no probabilístico incidental. La muestra se ha conformado a partir de sujetos que han sido escogidos para su participación por la accesibilidad a los mismos (Sáez-López, 2017).

En cuanto a las características descriptivas de las familias entrevistadas, se ha velado por la constitución de una muestra equitativa respecto al género. En consecuencia, tal muestra está conformada por dos madres y dos padres. Por otro lado, las padres y madres constitutivos de la muestra tenían al menos un hijo o hija cuya edad oscilaba entre los 3 y los 6 años. En su mayoría la muestra está conformada por familias con dos menores a su cargo, salvo en uno de los casos en el que la familia tenía un único hijo.

### 4.3. Instrumento

Particularmente, en la presente investigación se ha adoptado la técnica de la entrevista semiestructurada a familias para la recolección de los datos que posteriormente se analizan -véase Anexo 1-. El instrumento elaborado plantea preguntas que permiten obtener información para responder a los objetivos generales y específicos que se persiguen en la investigación -véase Anexo 2-.

Por tanto, la técnica de recogida de datos seleccionada es la entrevista puesto que se pretende que el investigador o investigadora y los sujetos de la investigación interaccionen entre sí a través del diálogo (Kvale, 2011) en un ambiente natural, a la vez que cotidiano (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Además, se ha recurrido a la utilización de la entrevista semiestructurada por la abertura de los interrogantes que se plantean, aunque no se deben perder de vista los objetivos del estudio (Sáez-López, 2017). Gracias a esta interacción se adquiere información relevante sobre la vida personal, laboral y social, los sueños, las ideas, las opiniones, los miedos, o las expectativas de los individuos entrevistados, en otras palabras, se sigue un propósito específico para obtener conocimientos sobre su forma de interpretar el mundo (Kvale, 2011). En este caso, la figura del entrevistador o entrevistadora se encarga de leer las preguntas y de mantener una interacción con los sujetos que forman parte de la muestra (Sáez-López, 2017).

Con respecto a la elaboración del instrumento de recogida de datos, cabe destacar que se han seguido distintos pasos. En primer lugar, se ha desarrollado una exhaustiva revisión bibliográfica de la literatura existente con el propósito de ofrecer una definición adecuada sobre los conceptos que se vinculan al problema de investigación. Posteriormente, se han descrito las variables objeto de estudio. Seguidamente, se ha comprobado la conveniencia de los instrumentos existentes, constatándose la inexistencia de guiones de entrevistas adaptables al problema y a los objetivos de la investigación. Por consiguiente, se ha desarrollado un guion de preguntas semiestructuradas diseñado *ad hoc*. Consecutivamente, la primera versión del guion de la entrevista se envió a un

panel de jueces expertos, que fue seleccionado por su trayectoria en relación con la temática objeto de estudio con la intención de refinar la validez del contenido expuesto en el instrumento a través de sus comentarios en relación con la pertinencia y la adecuación del contenido (Sáez-López, 2017). Para ello, se ha remitido una plantilla de validación del contenido a los jueces expertos - véase Anexo 3-, que fue adaptada de Salcines-Talledo (2015) y Salcines-Talledo y González-Fernández (2015). Así, la retroalimentación aportada por los jueces expertos ha permitido elaborar una segunda versión del guion de preguntas.

Por tanto, el guion de preguntas resultante se compone de 5 bloques: en primer lugar, un bloque introductorio que se orienta hacia interrogantes que tratan de explorar el contexto familiar, que se han construido teniendo en cuenta las investigaciones dirigidas por Radesky et al. (2016b) y Lauricella et al. (2015); un segundo bloque que busca indagar en la tenencia de pantallas en el hogar, así como en el acceso que tienen los distintos integrantes de la unidad familiar a estas. Las preguntas que en este se exponen han sido adaptadas a partir de la investigación de Radesky et al. (2016b), así como a través de las afirmaciones expuestas por Lauricella et al. (2015); el tercer bloque recoge el modelo ejercido por padres, madres o tutores legales sobre sus hijos y/o hijas, para cuya redacción se han tomado como ejemplo los estudios llevados a cabo por Radesky et al. (2016b), Rideout y Hamel (2006) y Mann et al. (2025); el cuarto bloque explora los efectos observados por las familias en sus hijos y/o hijas en relación al consumo a través de pantallas de contenido digital en el hogar; el quinto y último bloque contempla los interrogantes referentes a las medidas instauradas por las familias que persiguen el propósito de ser buenos ejemplos en materia de consumo a través de pantallas de contenido digital.

Por otro lado, conviene señalar que se cumplimentó el cuestionario del Comité de Ética de la Universidad de Cantabria, lo que permitió comprobar que no era necesario que dicho comité efectuara una evaluación. Asimismo, se contó con el consentimiento informado de los padres y madres participantes.

#### 4.4. Análisis de datos

Una vez ejecutada la recogida de datos por medio de las entrevistas pertinentes, se ha proseguido con el análisis cualitativo de los mismos. Para ello, a nivel textual se han grabado las diversas entrevistas con padres y madres para su posterior transcripción. Tras haber completado este último paso, las transcripciones extraídas son analizadas con el programa *Atlas.ti*. La utilización de este programa ha facilitado la tarea de codificación y categorización de la información obtenida a través de las entrevistas a familias, así como la asociación de los temas de las respectivas categorías (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Igualmente, se han recopilado las citas que se han considerado significativas en relación con los objetivos y el problema de investigación del presente estudio. Cabe mencionar que, la categorización se ha llevado a cabo de forma deductiva-inductiva, pues se han tenido en cuenta las categorías preestablecidas configuradas a partir del guion de las entrevistas y, a su vez, se han incluido nuevas categorías emergentes que han surgido al analizar el contenido de los datos recogidos en la entrevista. Por otro lado, a nivel conceptual se han analizado los distintos componentes del nivel textual con el fin de buscar interpretaciones y relaciones entre ellos.

Con el fin de aportar credibilidad, transferibilidad, dependencia y confirmabilidad a esta investigación de corte cualitativo se han llevado a cabo triangulaciones (Ruiz, 2003). Por tanto, se optado por efectuar una triangulación de sujetos y una triangulación de datos para excluir los posibles sesgos y contrastar la información aportada por cada uno de ellos y ellas (Sáez-López, 2017).

Así, tras dar por finalizado el proceso de categorización, tanto deductiva, como inductiva se presenta la Tabla 1 en la que se recogen los códigos, categorías, así como subcategorías empleadas.

**Tabla 1**

*Códigos, categorías y subcategorías seleccionadas para el análisis de datos*

Categoría	Código	Subcategoría	Código
-----------	--------	--------------	--------

	Acceso a las pantallas por parte de los y las integrantes de la unidad familiar	C_A
	Tenencia de pantallas en el hogar	C_T
	Consumo de padres, madres o tutores legales en presencia de sus hijos y/o hijas	C_PH
	Consumo de padres, madres o tutores legales de forma general	C_G
C Consumo realizado por padres, madres o tutores legales de contenido digital a través de pantallas	Consumo de padres, madres o tutores legales realizado de forma conjunta con otros miembros de la unidad familiar	C_C
	Lugares de consumo de padres, madres o tutores legales en presencia de sus hijos y/o hijas	C_LPH
	Lugares de consumo de padres, madres o tutores legales de forma general	C_LG
	Tiempos de consumo de padres, madres o tutores legales en presencia de sus hijos y/o hijas	C_TPH
	Tiempos de consumo de padres, madres o tutores legales de forma general	C_TG
	Diferencias en el consumo según el género de padres, madres o tutores legales	C_DG
	Valoraciones de padres, madres o tutores legales sobre el modelo que ofrecen a los menores	CI_VM
	Efectos percibidos por los padres, madres o tutores legales en sus hijos y/o hijas como consecuencia del modelado ejercido en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital	CI_EM
	Consecuencias negativas observadas por padres, madres o tutores legales cuando sus hijos y/o hijas consumen contenido digital a través de pantallas	CI_CP
CI Consideraciones de padres, madres o tutores legales sobre el impacto de las pantallas en sus hijos y/o hijas	Acciones llevadas a cabo por padres, madres o tutores legales destinadas a ofrecer buenos modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital a sus hijos y/o hijas	MEV_ABM
	Acciones llevadas a cabo por padres, madres o tutores legales vinculadas al establecimiento de normas en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas	MEV_NH
	Cambios emprendidos por los padres, madres o tutores legales en relación con las medidas emprendidas	MEV_CE
	Razones por las que se han implementado las medidas detalladas relacionadas con el modelo ofertado por padres, madres o tutores legales	MEV_R
MEV Medidas emprendidas por padres, padres o tutores legales respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital y valoración de las mismas	Valoraciones sobre las medidas que implementan como padres, madres o tutores legales para ofrecer un buen modelo a sus hijos y/o hijas	MEV_V
	Delimitación del buen consumo a través de pantallas de contenido digital según padres, madres o tutores legales	MEV_PBC
	Delimitación del mal consumo a través de pantallas de contenido digital según padres, madres o tutores legales	MEV_PMC

Impacto de la omnipresencia de las pantallas en la vida familiar	ICF	Consecuencias positivas relatadas por padres, madres o tutores legales vinculadas a la omnipresencia de las pantallas	ICF_CP
		Consecuencias negativas relatadas por padres, madres o tutores legales vinculadas a la omnipresencia de las pantallas	ICF_CN

Nota. Fuente: Elaboración propia.

## 5. Resultados

En el presente apartado se exponen los resultados obtenidos por medio del análisis de los datos cualitativos extraídos a partir de la información obtenida por medio de la realización de las entrevistas semiestructuradas referenciadas con anterioridad. Por consiguiente, para la presentación de la información analizada por medio de *Atlas.ti*, se ha decidido seguir el orden de los objetivos planteados para la investigación actual. Se han narrado los resultados ilustrando con citas textuales o *networks* algunos de los testimonios de padres y madres participantes.

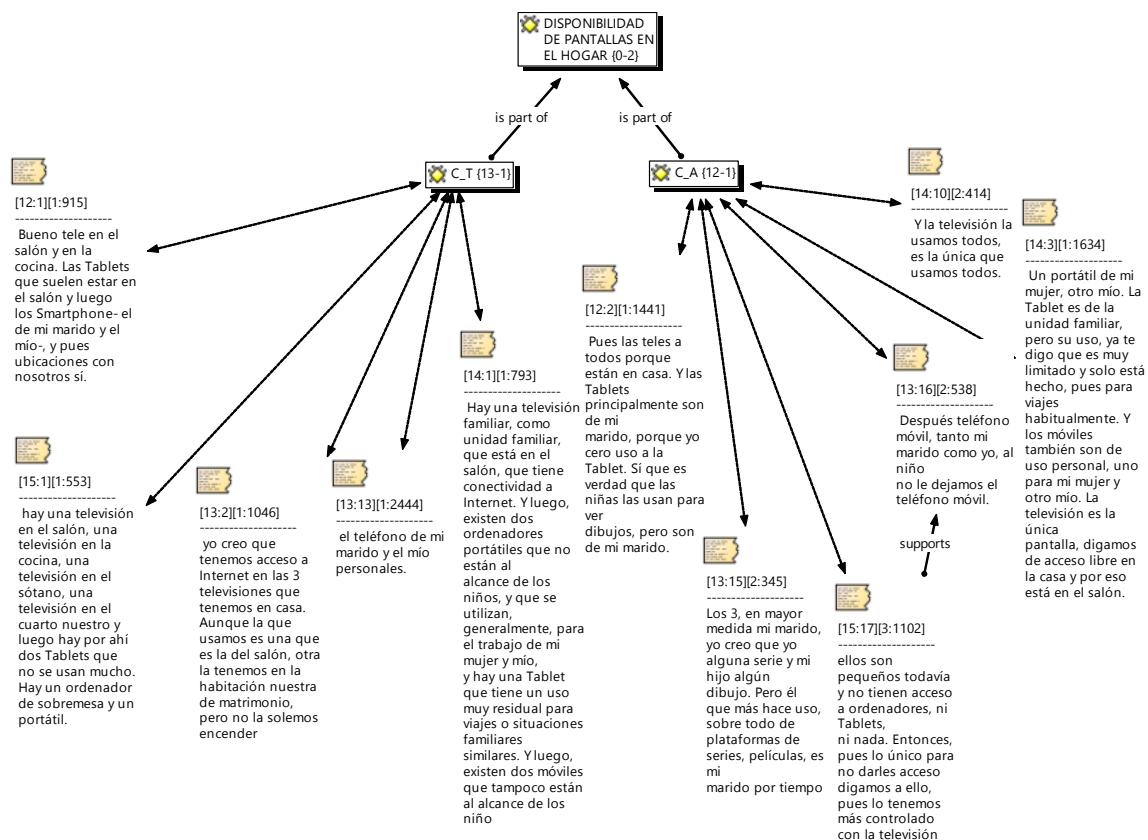
### 5.1. Consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan los padres, madres o tutores legales de menores

En primer lugar, se presentan los resultados que aportan información respecto a los dispositivos que poseen y al consumo a través de pantallas de contenido digital que ejercen en presencia de sus hijos y/o hijas. En este sentido es destacable que madres y padres mencionen la presencia de televisiones con acceso a Internet en sus hogares -situadas principalmente, en el salón, y con una menor presencia en los dormitorios de los matrimonios, así como en la cocina-. Esta pantalla suele ser empleada por todos los integrantes de la unidad familiar y también es referida al apuntar hacia el visionado conjunto. La *Tablets* también son mencionadas por padres y madres, sin embargo, se indica que el consumo de contenido digital a través de estas se limita al consumo de los menores de dibujos, o bien a los viajes por su fácil transporte. Por su parte, los portátiles y los ordenadores también son nombrados por los y las entrevistados,

no obstante, se indica que los menores no tienen acceso a los mismos y su uso está focalizado en el trabajo de los adultos. Los *Smartphones* también son descritos como las pantallas empleadas por padres y madres. Dicha información, se recoge en la Figura 1 en forma de *network*.

**Figura 1**

*Network “Disponibilidad de pantallas en el hogar”*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir del programa *Atlas.ti*.

Como se puede observar, la televisión parece tener una gran presencia en los hogares de las familias participantes, existiendo más de una y estando distribuidas en diferentes estancias. Además, los padres y madres exponen la tenencia en sus hogares de todas las pantallas seleccionadas para la investigación.

Por otro lado, se observa una mayor preferencia por la tecnología en uno de los dos integrantes del matrimonio constatada por la mayoría de los padres y madres entrevistados:

*F1: "De hecho, en casa tengo un núcleo duro, que mi marido le mira mucho más que yo".*

*F2: "Es que de primeras mi marido es una persona muy conectada, le apasiona el tema de Internet, yo soy más o menos opuesta".*

*F3: "Los dos no teníamos las mismas visiones exactamente o los dos no tenemos el mismo nivel de adicción a las pantallas. En mi caso, creo que es menor y en el suyo era un poco mayor".*

En lo referente al consumo a través de pantallas de contenido digital efectuado por los padres y las madres entrevistados en presencia de los menores, todos citan el uso del *Smartphone* para el envío de mensajería instantánea -es decir, para la comunicación- por medio de *WhatsApp* o para responder llamadas -especialmente cuando son urgentes-. Igualmente, son referidos otros usos tales como el visionado de videos en *YouTube*, el uso de *Telegram*, la reproducción de música, el entretenimiento, la lectura de recetas, del periódico o de artículos:

*F1: "WhatsApp lo que más en presencia de ellas, porque yo no me pongo alguna serie de Netflix en presencia de ellas porque no estoy a eso".*

*F3: "Mientras se está comiendo los móviles quedan alejados de la escena y no se consultan en ninguna circunstancia, al menos que sea una llamada directa de padres o algún tipo de emergencia".*

*F4: "Pues cuando uso Smartphone ver los mensajes, buscar así entretenimiento, navegar por Telegram y buscar cosillas. También a veces busco algún video de cómo arreglar alguna cosa, pero bueno suele ser poco tiempo o un video muy corto".*

No obstante, la *Tablet* y el ordenador tienen una nula presencia, y su consumo se vincula a cuestiones relacionadas con el trabajo:

*F2: "Sobre todo el teléfono móvil, ordenador muy poco y Tablet nada".*

*F3: "Sí que es verdad que, en ocasiones yo aprovecho el rato que ellos están después de comer viendo dibujos en inglés, para yo sentarme con ellos, y*

*aunque sea una cuestión física, al menos estoy con ellos sentado mientras estoy con el portátil”.*

Por su parte, la televisión parece tener una relevancia anecdótica y restringirse al visionado conjunto:

*F1: “La tele, como no sea para ver alguna vez que ponemos dibujos con ella (...) yo la tele tampoco, prácticamente en presencia de ellas no la veo”.*

*F4: “Y no pongo la tele cuando están ellas tampoco”.*

Analizando estas citas se puede concluir que el mayor consumo se efectúa a través del *Smartphone* y está orientado a la comunicación. En contrapartida, los padres y madres refieren otros tipos de consumo predominantes en su vida diaria, además del *Smartphone* ya señalado. De ellos, es relevante compartir un mayor consumo de los padres y madres entrevistados en lo que se refiere a los momentos en los que los menores no se encuentran presentes, o bien aluden a un consumo en el hogar para cuestiones laborales:

*F1: “Cuando hago tardes y noches en el trabajo, y no hay trabajo sí que miro más el móvil porque igual, pues si no hay nada, hemos revisado todo y tal sí que me pongo a ver algo en el móvil, ya bien sea de comprar, o bien sea una serie de Netflix (...) Instagram, por ejemplo, es que lo miro más en el trabajo, no cuando estoy con ellas (...) El ordenador si le uso que es poquísimo, es a nivel laboral, o sea por si tengo que hacer un trabajo, algún póster, alguna publicación”.*

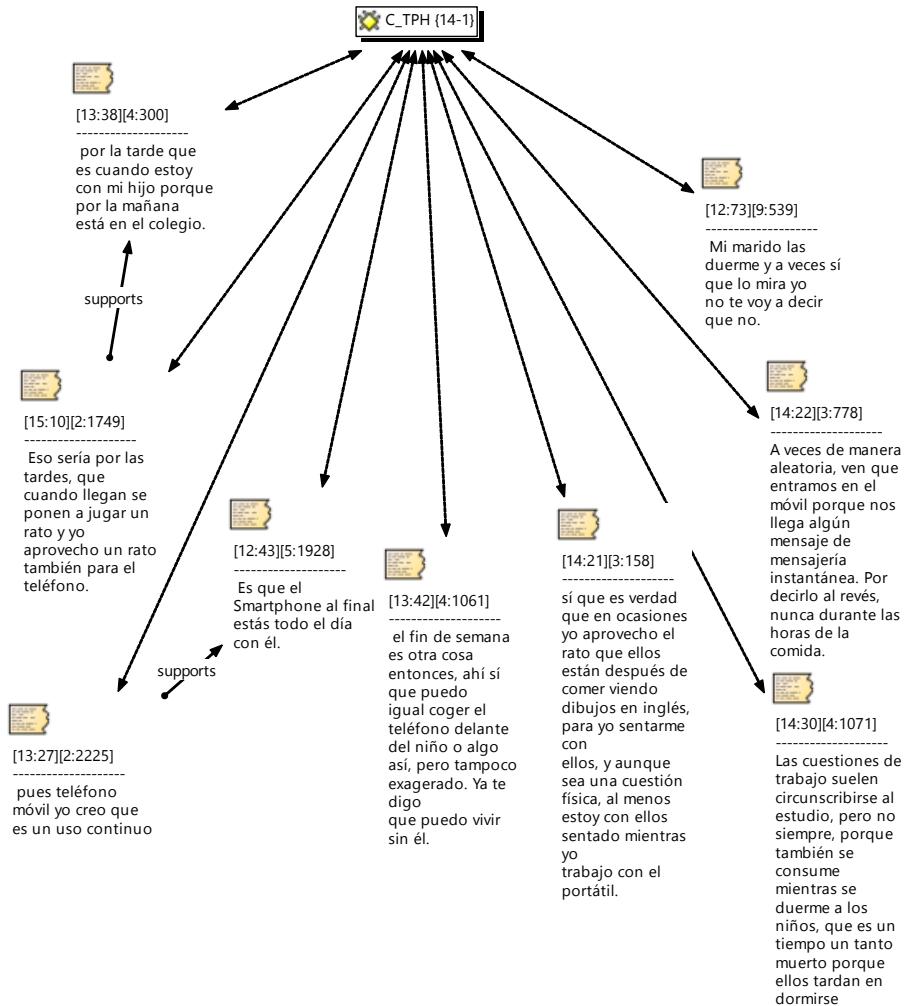
*F4: “Yo el ordenador de sobremesa, sobre todo para ver series y a mí me gusta trastear con aparatos, y buscar información, también para buscar cosas de trabajo, información para estudiar oposiciones y tal (...) Cuando estoy en la calle, si tengo un rato, pues puedo acceder a ver una serie o algo, pero tampoco veo mucho porque no tengo mucho tiempo para ver series normalmente”.*

Tras la lectura de estas citas, se puede deducir la relevancia del trabajo, incluso en el hogar, ya que ocupa un papel en todas las intervenciones de los padres y madres participantes.

En lo referente a los tiempos de consumo a través de pantallas de contenido digital llevados a cabo por madres y padres frente a sus hijos y/o hijas, estos son expuestos en la Figura 2. Principalmente, se remite a un uso constante del *Smartphone* por medio de *WhatsApp* o respondiendo a llamadas y en menor medida se reconoce el consumo a través del ordenador. Asimismo, se indica que el consumo se produce -entre semana- mayoritariamente por las tardes, ya que por las mañanas los menores se encuentran en la escuela. También se aprovechan los momentos de juego de los menores para consultar el *Smartphone*, de forma puntual en las comidas, mientras acuestan a los niños y niñas, o durante los tiempos de juego de las criaturas. No obstante, otros padres y madres expresan que no consumen contenidos digitales durante las comidas o al menos lo intentan. Una de las madres indica que su consumo en presencia del menor aumenta durante el fin de semana, aunque no en exceso, el resto no apuntan hacia un mayor consumo.

## **Figura 2**

*Network “Consumo de padres, madres en presencia de menores”*



*Nota. Fuente: Elaboración propia a partir del programa *Atlas.ti*.*

Se puede concluir que el consumo a través del *Smartphone* es continuo e indiferenciado, y en uno de los casos se destaca su consumo en los momentos en los que sus hijos y/o hijas están entretenidos. A su vez, dos familias confiesan consumir pantallas mientras duermen a sus hijos y/o hijas.

Esta información contrasta con la presentada en torno a los momentos en los que los padres y madres llevan a cabo un consumo a través de pantallas de contenido digital en su vida diaria, especialmente, en aquellos en los que indican que los menores no están delante:

*F1: “También cuando hago tardes y noches en el trabajo y no hay trabajo sí que miro más el móvil porque igual pues si no hay nada, hemos revisado todo y tal sí que me pongo a ver algo en el móvil (...) Sin duda cuando más uso yo mi teléfono es trabajando”.*

*F3: “Luego, los adultos vemos la televisión cuando los niños se han ido a la cama, que es a partir de las nueve y media o diez, diez y media. Es cuando nosotros consumimos algo de televisión en las plataformas”.*

Examinando lo señalado por las familias, se demuestra que el momento prioritario de consumo de contenido digital a través de pantallas es en el trabajo, o bien durante la noche, cuando los hijos y/o hijas se encuentran durmiendo. Asimismo, se revela que el consumo tiende a ser a través de la televisión por las noches, y en el *Smartphone* en el trabajo y a lo largo del día en diferentes momentos.

En general, los lugares en los que se lleva a cabo un consumo a través de pantallas de contenido digital mencionados por las familias cuando se encuentran con sus hijos y/o hijas se circunscriben al hogar, concretamente, al salón. Aunque, las familias apuntan a un uso continuado del *Smartphone*, por lo que no es posible delimitar un espacio concreto:

*F2: “El salón puede ser, o sea en el sofá. Es un momento de ocio de no estar haciendo nada”.*

*F3: “Habitualmente de manera indiscriminada porque desde la cocina cuando se está mirando una receta por Internet, hasta cuando les estoy durmiendo que estoy leyendo un artículo en el móvil. Entonces, el consumo es indiscriminado por las habitaciones”.*

*F4: “Los niños suelen estar siempre en la cocina o en el salón y luego ya se van a dormir. Entonces, esas dos estancias es donde más están y en donde cuando lo piden, a veces se les pone algo de dibujos”.*

En conclusión, los espacios comunes muestran una mayor prevalencia en lo que se refiere al consumo de padres y madres en presencia de sus hijos y/o hijas. Igualmente, de los testimonios de las familias en lo referente a los tiempos, se puede deducir un consumo a través de pantallas en el dormitorio de sus hijos y/o hijas. Sin embargo, al relatar los espacios en los que padres y madres efectúan un consumo diario de pantallas se repiten los ya nombrados -la cocina o el salón- a los que se añaden los ya comentados con anterioridad al detallar los momentos de consumo: el trabajo -en tres de los casos- o el dormitorio -en dos de los casos:

*F1: "Sin duda cuando más uso yo el teléfono es trabajando".*

*F2: "Y en el salón, sobre todo en el salón porque en la habitación tenemos una tele, pero ya te digo que no, lo tengo un poco vetado".*

*F3: "Y la de la de la habitación, pues cuando ya nos echamos y después de hablar un rato y eso, pues ya vemos una serie o vemos un poco, pues las noticias o lo que echen en algún programa de entretenimiento".*

Parece existir una tendencia a consumir la televisión en familia para el visionado conjunto de contenido infantil -series o películas- o de plataformas como YouTube:

*F2: "En cuanto a ver películas y series alguna vez sí que es conjunto, o en algún momento en familia, incluso de ver alguna peli infantil o algo así poco (...) Entonces sí que igual el móvil para hacer alguna cosa así, para enseñarle algún cuento, algo así de YouTube, pero móvil para enseñarle algo más concreto y la televisión para ver algún dibujo animado en alguna plataforma".*

*F3: "Conjuntamente es la televisión, y eso, las programaciones que están disponibles en distintas plataformas o en YouTube".*

En cuanto a las razones que los llevan a hacer un consumo a través de pantallas de contenido digital, un padre y una madre revelan, prioritariamente la comodidad, y la totalidad de entrevistados y entrevistadas subrayan las cualidades de las diferentes pantallas que les mueven a optar por unas u otras:

*F2: "Bueno, pues según mi necesidad o comodidad uso una cosa u otra. Si me apetece ver una serie, pues uso la televisión porque es más grande, el lugar es más cómodo, el sofá, el salón... Si es consultar mensajes o algo así o mandar un correo electrónico a una familia, al trabajo, buscar recursos didácticos... suelo hacerlo casi siempre con mi teléfono por comodidad, porque en cualquier momento lo puedo mirar, lo tengo disponible, lo puedo llevar al cole. No estoy muy habituada a usar el ordenador, el portátil. Sobre todo, uso el móvil".*

*F3: "En mi caso es la comodidad. El móvil es la comodidad de acceso que puedo consultar fuentes o prensa o artículos en cualquier posición, en cualquier momento, es decir, no hace falta más infraestructura. El portátil lo utilizo por el teclado y por la velocidad de procesamiento, pero sobre todo por el teclado. Es lo que más me permite. La Tablet en los viajes porque es pequeña y reducida de*

*dimensiones, y entonces me permite ver en una pantalla grande, pero con reducidas dimensiones genéricas. Y la televisión siempre la utilizamos para ver la televisión y porque es muy grande, entonces es lo más cómodo para la vista”.*

## 5.2. Consideraciones de padres, madres o tutores legales respecto al impacto del consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan en presencia de sus hijos y/o hijas

Para dar respuesta a este objetivo, en primer lugar, se han recogido las valoraciones de padres y madres respecto al modelo que ofrecen a sus hijos y/o hijas. Por tanto, cabe destacar que las entrevistadas expresan su descontento hacia su forma actual de consumir a través de pantallas contenido digital, es decir, mencionan no ser un buen ejemplo para sus hijos y/o hijas:

*F1: “Yo soy consciente muchas veces de lo que hago mal con el móvil, pero aun así lo consumo (...) Yo sé que ahora estoy haciendo algo y me llega un WhatsApp e igual dejo de hacer lo que estaba haciendo y miro el WhatsApp (...) Y si yo no lo hago bien, ¿cómo les voy a dar un ejemplo bueno para hacerlo bien?”*

*F2: “Ya te digo que la perfección no existe y lo hacemos muchas veces mal.”*

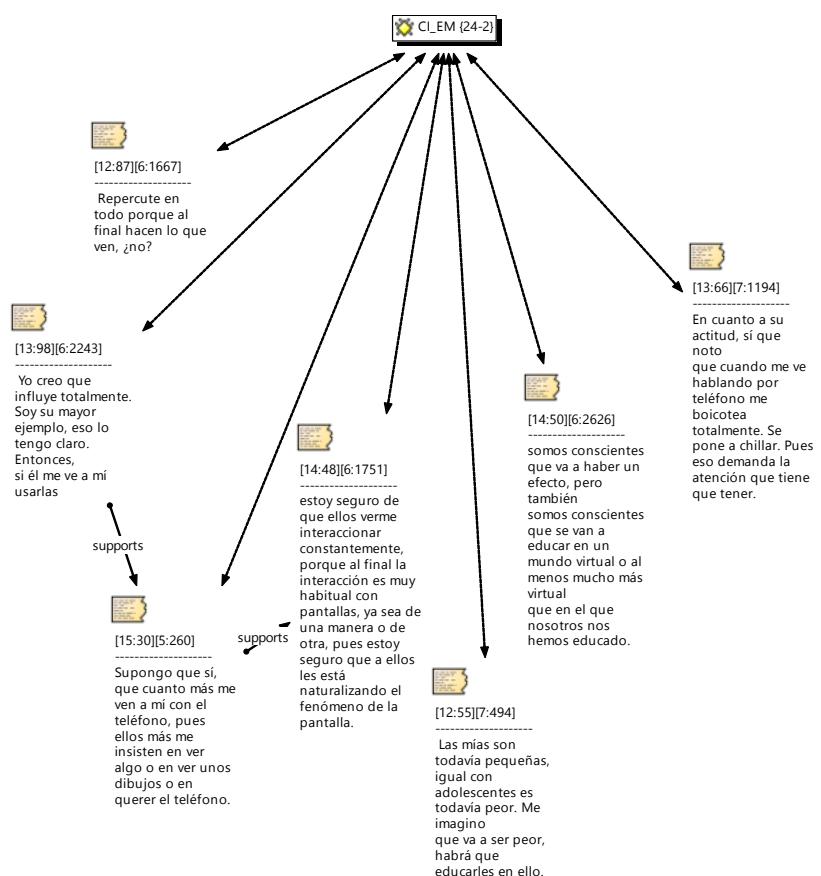
Ambas madres ponen el foco sobre sus errores y en la conciencia que tienen sobre los mismos. Parece resultarles complejo subsanarlos por los cambios que implica esto. Asimismo, uno de los padres indica haber llevado a cabo cambios en sus hábitos de consumo dirigidos a mejorar su consumo de pantallas para evitar las consecuencias que este estaba teniendo sobre su hija:

*F4: “Cuando estaba yo con los videos que la niña se acercaba por detrás y se ponía a mirarme a ver qué veía. Entonces he visto que no jugaba. En vez de estar jugando entretenida con su imaginación, sus juegos y sus muñecas, pues se dedicaba más a la pantalla. También perdía mucho tiempo para hacer otras cosas, para trabajar y para todo.”*

En segundo lugar, respecto al impacto del modelo de padres y madres en sus hijos y/o hijas, analizando los relatos de las familias, se encuentra que estas advierten una heterogeneidad en los efectos observados en los menores como consecuencia del consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por ellos y ellas. Desde esta óptica, se pueden agrupar dichos efectos en torno a seis categorías: repercusión global por imitación o modelado, alteración de la imagen que ostentan los niños y niñas sobre sus padres y madres, temor hacia las consecuencias futuras de la omnipresencia de la tecnología, distorsión de la realidad en los niños y niñas, cambios de actitud y la pérdida de interés en otras actividades. Ahora bien, la totalidad de madres y padres participantes en las entrevistas resaltan su rol como modelos y ejemplos de un buen consumo lo que se plasma en la Figura 3.

**Figura 3**

*Network “Consideraciones de madres y padres respecto al efecto de su modelado en sus hijos y/o hijas”*



*Nota.* Fuente: Elaboración propia a partir del programa *Atlas.ti*.

Por ende, de la información presentada por medio de la *network* se extrae que las familias sostienen una firme idea sobre la relevancia de sus acciones, en tanto que se consideran un ejemplo clave para sus hijos y/o hijas. Van más allá, y reconocen que en un futuro los efectos de su modelo serán, si cabe, mayores, dado que sus hijos y/o hijas tendrán un mayor acceso a pantallas.

Por su parte, también se mencionan las consecuencias que extraen del consumo a través pantallas de contenido digital ejercido por los menores, lo que otorga mayor relevancia al modelado de las familias. Entre ellas, se destaca la agresividad o el nerviosismo que surgen tras el visionado del contenido digital a través de pantallas y la frustración que se origina ante el impedimento de acceso a las mismas. Es más, una de las madres incide en que las desventajas del consumo a través de pantallas de los menores superan a las ventajas. En estas afirmaciones se exponen las consecuencias del acceso al consumo a través de pantallas de contenido digital de niños y niñas en edades tempranas. Dos de las familias relatan diferentes reacciones negativas ante la ausencia de pantallas, que parecen enfatizar el hecho de que la dependencia hacia las mismas se gesta con prontitud:

*F2: “Ahí vemos que en el momento muy bien, le gustan, nosotros estamos más liberados, etcétera, pero después su comportamiento no compensa en ese sentido. (...) Después de él ver dibujos es bastante más agresivo que si pasa una tarde, por ejemplo, sin ver dibujos, sobre todo cuando se los quitas. Se frustra tanto, se pone tan nervioso que pega. No sabe cómo hacer y te pega o chilla”.*

*F3: “Cuando en algún momento por algún motivo determinado hemos eliminado los dibujos de después de comer, pues ha habido una enorme frustración, porque ese espacio era un espacio de ocio que ellos consideraban suyo y cuando nosotros hemos dicho que no es suyo, que es una ganancia que se les da, pues ha habido unos lloros y unos llantos eternos”.*

### 5.3. Medidas que emprenden los padres, madres o tutores legales respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas

En primer lugar, conviene puntualizar que cuando se preguntó específicamente por la delimitación de buen y mal consumo, las familias manifestaron concepciones diversas. Por un lado, al referir el buen consumo dos participantes aludieron a cuestiones relativas al control, así como a la capacidad de desconexión y a su vinculación con la salud:

*F2: “La verdad es que nos puede ayudar un montón, es super ociosa, tiene muchas ventajas, pero con un control de ella, algo que sea sano. Pues eso, sobre todo el tiempo, ya el contenido cada uno con sus gustos”.*

*F3: “Un buen consumo o una salud digital, desde mi punto de vista, es ser capaz de desconectar del móvil durante el tiempo que tú consideres o salir de casa sin móvil. Eso es una buena señal de que no estás intoxicado por ello. Y personalmente, creo que el no ser un ludópata del consumo digital, por decirlo metafóricamente, también es una buena señal”.*

Si bien otra entrevistada, considera que el buen consumo no existe, y se apoya en las vivencias carentes de pantallas del pasado cercano:

*F1: “Es que realmente no creo que sea un buen consumo nada. O sea, antes vivíamos sin ellos”.*

Por otro lado, en lo que respecta a un mal consumo la delimitación del concepto es contraria a la presentada en torno al buen consumo, por lo que se observa cierto consenso. Por ello, gran parte de las familias identifican el consumo permanente de pantallas, así como la dependencia generada hacia estas:

*F1: “Mal consumo sería en adultos la dependencia”.*

*F3: “Lo que veo muchas veces en adolescentes, que es un permanente uso del móvil para perder el tiempo. No hay una finalidad en el uso de las tecnologías, sino que es simplemente una especie de borrachera digital permanente en la cual ellos lo único que hacen es consumir”.*

En esta línea, una de las madres participantes sostiene sus argumentaciones con ejemplos que ha observado en su vida diaria. De esta forma, logra transmitir la afectación de la atención o de las relaciones sociales:

*F1: “El no poder leer un libro porque tenemos más adicción a mirar un móvil que a leer un libro (...) Mal consumo realmente es estar en una mesa tomando algo con alguien y estar mirando el móvil en vez de atenta a la conversación de lo que te dice la otra persona”.*

Es más, del discurso de uno de los participantes se extrae la preocupación porque este consumo exagerado de pantallas repercuta directamente a sus hijos y/o hijas:

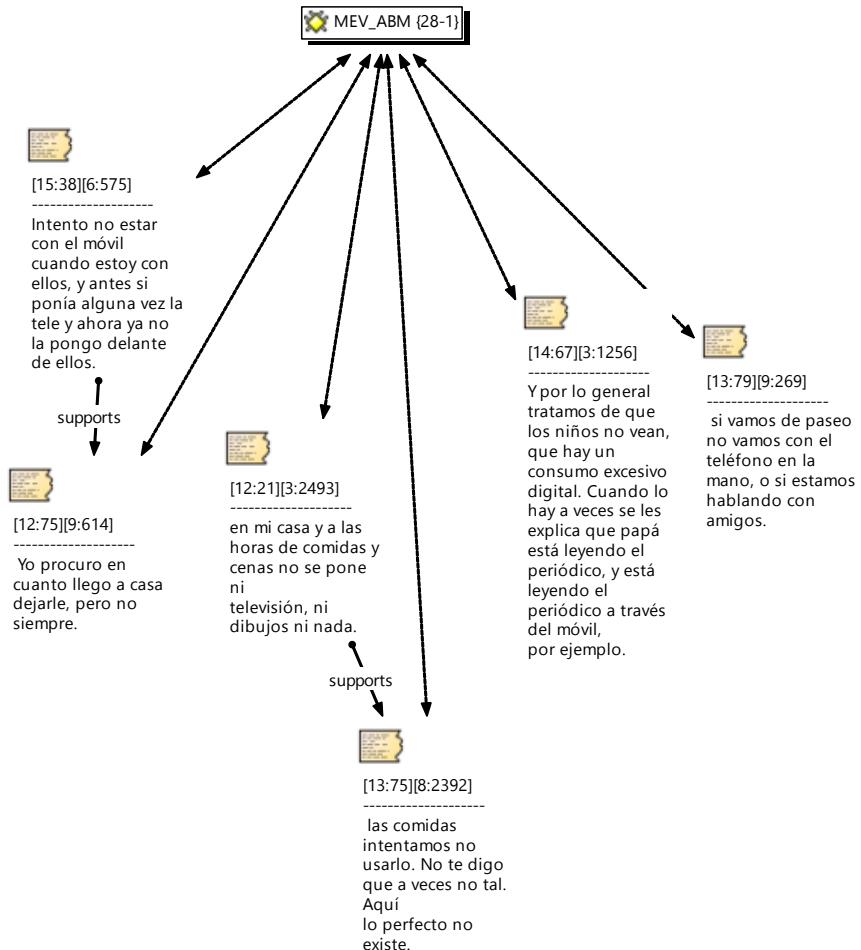
*F4: “Supongo que un mal consumo sería estar muchas horas, ver contenido inapropiado delante de ellos y no hacerles caso”.*

A continuación, se recogen las respuestas relacionadas con las medidas implementadas en su hogar vinculadas al consumo a través de pantallas de contenido digital, con especial atención, a aquellas medidas dirigidas a proporcionar a sus hijos y/o hijas un buen modelo de consumo.

En primer lugar, se formularon interrogantes a las familias que trataban de indagar en las medidas establecidas para ofrecer un buen modelo de consumo a través de pantallas de contenido digital a sus hijos y/o hijas. Se revela la presencia de una norma recurrente instaurada por los madres y padres entrevistados: la restricción de pantallas durante las horas de las comidas, así como una preocupación ante que los menores conciban que su consumo es excesivo por lo que tratan de emplearlas en menor medida. Estas citas se muestran a continuación a través de la Figura 4 en formato *network*.

#### **Figura 4**

*Network “Medidas implementadas por las familias para ofrecer un buen modelo”*



*Nota. Fuente: Elaboración propia a partir del programa *Atlas.ti*.*

Atendiendo a sus exposiciones, cabe resaltar que un único padre refiere el uso de explicaciones a los menores sobre qué está haciendo cuando consume a través de pantallas contenido digital. Gracias a estas aclaraciones, los niños y niñas pueden comprender que el consumo tiene un por qué, que no es un consumo vacío. Teniendo en cuenta sus aportaciones, se observa una emergente preocupación por la aparente desaparición de la comunicación cara a cara en detrimento de aquella efectuada a través de pantallas en alguna familia participante:

*F2: "Hablar con la persona que tienes cara a cara".*

*F3: "Impusimos otra norma, que a veces discutimos por ella, que es que siempre que haya una comunicación física hay que someter la que no es física".*

Ciertas familias también han compartido los cambios que han implementado en las medidas dirigidas a ofrecer un buen modelo, entre ellas, la eliminación del visionado de la televisión en presencia de sus hijos y/o hijas, o del uso de *TikTok* u otras Redes Sociales, o bien dejar de jugar a videojuegos, aunque algunas de estas cuestiones se achacan a la falta del tiempo:

*F2: “Luego sobre la televisión, pues sí que es verdad que yo tenía más a ver la televisión antes que ahora no hay tiempo (...). Pero bueno, era muy adicto a los videojuegos y no está jugando, cosa que ya es un buen ejemplo para el niño también (refiriéndose a su marido)”.*

*F4: “Intento no estar con el móvil cuando estoy con ellos, y antes sí ponía alguna vez la tele y ahora ya no la pongo delante de ellos (...) me quité *TikTok* porque al final me ponía a pasar videos y era un no parar, entonces lo desinstalé”.*

Igualmente, algunos y algunas participantes reconocen tener una preferencia por realizar actividades que no impliquen el consumo de contenido digital a través de pantallas, generalmente al aire libre:

*F1: “Si libramos los cuatro no estamos en casa, y si estamos pues salimos a dar un paseo o quedamos con amigos”.*

*F4: “Intento que jueguen, que no pidan televisión; sacarles al parque cuando podemos, cuando hace bueno”.*

En este sentido, las familias también aluden a las limitaciones que imponen a sus hijos y/ hijas en lo que respecta al consumo a través de pantallas de contenido digital, especialmente, a aquellas medidas focalizadas en la televisión, más concretamente en el contenido o en los tiempos. Del mismo modo, se hace explícita la prohibición relativa al consumo a través de los *Smartphones* pertenecientes a padres y madres por parte de los menores. De lo anterior, se puede inferir que fuera del hogar familiar los niños y niñas no tienen acceso a las pantallas, ya que el *Smartphone* es la única pantalla que permite una fácil portabilidad:

*F3: “Los adultos de la casa han establecido las normas. No se pueden utilizar los móviles en la mesa, los niños no pueden coger los móviles ni la Tablet ni los*

*portátiles. El único acceso que tienen libre es a la televisión y únicamente en ciertas horas establecidas.”*

*F4: “Lo único para no darles acceso digamos a ello, pues lo tenemos más controlado con la televisión, que además solo quieren ver dibujos, no usan las Redes. Cuando quieren ver una película, pues se la ponemos en el salón y, si están desayunando, pues solo el fin de semana es cuando ven los dibujos.”*

Siguiendo con lo expuesto, las razones que sostienen la creación de estas acciones en el contexto familiar se focalizan, en general, en ofertar una educación adecuada a los menores y recalcan el afecto que sienten los padres y madres hacia sus hijos y/o hijas. No obstante, también hay quienes puntualizan que las medidas se amparan en hechos, es decir, en su propia experiencia o en la información a la que han accedido respecto a las pantallas:

*F1: “Porque aparte de que te vas informando, cada vez vas más a charlas, ves que no, es que no es bueno (...) No quiero que sean adictas a una tecnología que no es necesaria. Que la van a usar y van a tener que aprender a usarla lo creo porque nuestra sociedad va hacia eso, y no me va a quedar más remedio ni más tal. Pero por lo menos que cuando empiecen a usarla sean más conscientes de cómo se usa y lo que puede aportar y lo que no. Quiero que tengan una infancia en la que jueguen y sean partícipes de ella.”*

*F4: “Veía que les afectaban, que cuando yo estaba con los videos pues la niña se acercaba por detrás y se ponía a mirarme a ver qué veía (...) También perdía mucho el tiempo para hacer otras cosas, para trabajar y para todo.”*

Por lo tanto, por medio de sus intervenciones se advierte un reconocimiento de las fortalezas de las pantallas, y al mismo tiempo se muestran suspicaces ante el consumo de los menores, ya que son conscientes de los riesgos. La conciencia de los riesgos y beneficios del consumo a través de pantallas de contenido digital parece constituirse como un conocimiento clave que las madres quieren que sus hijos y/o hijas adquieran.

En cuanto a la introducción o modificación de las medidas ya instauradas, como se muestra en la Figura 4, las opiniones que se han recogido son diversas. Por

un lado, se distinguen aquellas familias que se muestran abiertas a la incorporación de nuevas medidas:

*F1: "Pues introducir nuevas pues claro que sí. O sea, lo ideal sería pantallas cero, o sea sería lo ideal para mí, pero es inevitable. O sea, no hay pantallas cero en la vida".*

*F3: En algún momento, cuando los niños vayan creciendo, es evidente que habrá que poner nuevas medidas porque ellos tendrán mayor acceso a la tecnología. Es inevitable y habrá que imponer nuevas formas de limitar ese acceso o limitar el consumo que hacen, pero eso es prospectivo, no puedo saberlo".*

Por otro lado, se aprecia un relato que apunta hacia la falta de necesidad de introducir nuevas medidas, al menos en el momento presente:

*F4: "Ya no sé qué más poner la verdad. Me he quedado sin ideas. Ya con eso yo creo que ya va mejor la cosa y que no hace falta corregirlo más. Si viera que los niños más adelante pues se engancharan a alguna cosa o que no hicieran lo que tienen que hacer por una pantalla o algo, pues lo tendría que quitar y corregir".*

En sus palabras se percibe, principalmente, la incertidumbre ante las situaciones que tengan que enfrentar en un futuro cercano. Saben que, en el momento actual sus hijos y/o hijas tienen un acceso muy restringido a las pantallas, pero en el futuro su acceso aumentará considerablemente. De hecho, parecen advertir que su consumo a través de pantallas de contenido digital también tendrá que sufrir modificaciones para que puedan ser buenos modelos:

*F2: Sí es verdad que sería ideal no dormir con ello cerca, o sea, tener sobre todo de cara a cuando sea más mayor el poder decir, o sea, yo no voy a querer que él lleve el móvil con su Wifi a su habitación, ¿sabes? Entonces, lo ideal sería yo enseñarle con el ejemplo de esto se queda fuera, entonces, tú también.*

Para concluir, se pretende responder al objetivo referente a las valoraciones de las medidas instauradas. Por consiguiente, es preciso indicar que se encuentra una predominancia de valoraciones positivas:

*F2: "Pues me parece bien. Por ejemplo, lo del momento de la comida. Yo no le pongo dibujos, por ejemplo, para comer. Intento que sea consciente de lo que*

*está haciendo. Yo creo que es adecuada esa medida. La que me gustaría introducir de esos momentos de descanso y tal, creo que es buena, lo que pasa es que la evalúo mal porque no la llevo a cabo, o sea, todavía está en proceso". F3: "Pues yo creo que muy bien, porque las comidas y las cenas son espacios de intercambio de ideas (...) Si tuviésemos un móvil en la mesa probablemente esa comunicación quedaría muy interrumpida o muy dañada (...) Pero bueno, yo creo que funcionan muy bien las medidas generales".*

Con sus palabras se constata la mejora que ha supuesto en sus vidas y por descontado en las de sus hijos y/o hijas la introducción de medidas relacionadas con la regulación del consumo de contenido digital a través de pantallas. Por ende, con la incorporación de estas medidas a los hábitos o rutinas familiares han emergido notables beneficios.

Frente a estas valoraciones, una de las madres manifiesta cierta incertidumbre por la novedosa introducción de las medidas relatadas, lo que no le ha permitido visualizar resultados reales a largo plazo. Sin duda, muestra una flagrante inquietud por el funcionamiento de las medidas, acompañada de una confianza en su utilidad y efectividad:

*F1: "Pues no lo sé, ya te contaré más adelante si surten efecto o no. O sea, yo intento que sean buenas, pero no sé cómo evaluarlas. Yo intento hacerlo lo mejor posible y como puedo, pero nos equivocaremos 100.000 veces. No te podría decir, no lo sé. Espero y deseo que sean buenas, no lo sé".*

Como se puede comprobar, la madre muestra cierta intranquilidad, ya que a pesar de sus intentos no está segura de estar haciendo lo correcto. Precisamente, lo expuesto se vincula con las razones de la instauración de las medidas recogidas, que ponen el foco en la responsabilidad que como padres y madres tienen sobre sus hijos y/o hijas.

#### 5.4. Otros resultados emergentes

En primer lugar, las familias destacan el impacto negativo en la conciliación familiar motivado por la omnipresencia de las pantallas:

*F1: "Me llega un WhatsApp de trabajo y ya en cuanto veo que es del trabajo desatiendo lo que estoy atendiendo y me voy al trabajo, y no (...) No desconectamos, es decir, en este aspecto. Yo me vengo a mi casa y en vez de estar a lo de mi casa, muchas veces estoy pendiente. Yo la otra mañana ha habido un problema de trabajo y hemos estado toda la mañana con el móvil, con el WhatsApp con el tal (...) Es como que tienes que tener el móvil, es como que tienes que estar disponible 24 horas para todo".*

*F2: "Yo tengo claras mis prioridades, hoy en día tengo claras mis prioridades. Entonces, si puedo contesto y si no pues yo tengo mi horario laboral real para contestar (...) Veo más problemas en mi conciliación en el hecho de la mensajería instantánea, en cuanto a que yo ahora puedo estar tomándome un café contigo o estar debatiendo algo con mi marido sobre la economía familiar y tengo que estar aguantando que él esté hablando con su madre, con sus amigos de yo que sé qué."*

En segundo lugar, uno de los padres entrevistados señala la ambivalencia de la tecnología:

*F3: "En realidad nunca se desconecta del trabajo porque a través del móvil muchas veces te llega el correo y sigues contestando y trabajando (...) Llegan correos o llegan noticias, pues sí que es verdad que las conoces, y entonces la desconexión nunca es real al cien por cien. Y en ese sentido, probablemente incida mal sobre la conciliación. También es cierto que la disposición de tecnología móvil, por ejemplo, o de las TICs de la comunicación, pues han facilitado la comunicación en la pareja. Entonces, también es muy inmediato el saber dónde está tu mujer en cada momento o dónde estoy yo y quién va a buscar a los niños y quién no, o si me ha pasado algo, puedes ir tú. Yo creo que todo es ambivalente".*

Por tanto, los padres y madres entrevistados encuentran elementos negativos en la presencia permanente de las pantallas en su vida diaria, especialmente, en lo que se refiere a la conectividad y posibilidad de comunicación imparable. No obstante, un participante reconoce que la inmediatez de la comunicación ha mejorado la comunicación en la pareja.

## 6. Discusión y conclusiones

La finalidad de esta investigación de carácter cualitativo ha sido ahondar en el consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por padres, madres o tutores legales de menores del segundo ciclo de Educación Infantil. Asimismo, se ha pretendido indagar en sus valoraciones respecto al impacto de su consumo en sus hijos y/o hijas, y se han explorado las medidas emprendidas por las familias en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas.

La presente investigación permite establecer una primera aproximación a las concepciones sustentadas por las familias respecto a la trascendencia que tiene el consumo a través de pantallas de contenido digital en la unidad familiar. En todo momento, se ha puesto en valor la significación de recoger interpretaciones de padres y madres, dado que estas enriquecen la investigación con sus relatos basados en la experiencia personal. El corte cualitativo fenomenológico admite el conocimiento de las reflexiones subjetivas que los padres y madres poseen respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital, lo que a su vez posibilita descubrir la base de sus decisiones o creencias en torno a esta temática. Por consiguiente, gracias a los testimonios de los padres y madres participantes se ha obtenido información que, además, en muchos casos, guarda relación con la literatura previa.

Atendiendo al testimonio de los padres y madres se deduce que el *Smartphone* y la televisión -orientada al consumo conjunto- son los dispositivos con mayor presencia en sus hogares, seguidos del ordenador -dirigido hacia un uso laboral- y la *Tablet*. La información detallada concuerda con lo dispuesto en el ONTSI (2024) y la AIMC (2025), en los que se constata que la tenencia del *Smartphone* es la más acusada en los hogares, acompañada del ordenador portátil y de sobremesa, la *Tablet* y la televisión. Se añade que, en presencia de los menores el consumo a través de pantallas de contenido digital se efectúa preferentemente a través del *Smartphone*, y su propósito es la utilización de la mensajería instantánea o la realización de llamadas, teniendo una menor relevancia el

entretenimiento y la consulta de información. En esta línea, el INE (2024), así como Besoli et al. (2018) apuntan a la comunicación como el principal uso otorgado a las pantallas, seguido del entretenimiento y los usos prácticos. No obstante, algunas familias comparten su valoración de la interacción humana cara a cara, siendo conscientes de la barrera a la relación que supone el consumo a través pantallas. Sus argumentos se ajustan a lo expresado por Oliver (2017) quien expresa la urgencia de relacionarse con quienes están a nuestro alrededor. En un mundo en el que prima la comunicación con quienes no están presentes por encima de aquellos con los que se comparten espacios, desaparece la presencia del otro (Han, 2021), y en consecuencia las miradas y la escucha (Ramis, 2021).

Por otro lado, los resultados extraídos de la recogida de evidencias determinan que los padres y madres conscientes de la repercusión que sus acciones tienen sobre las criaturas evitan efectuar un consumo continuado a través pantallas en presencia de sus hijos y/o hijas, por ello, su consumo resulta mayor cuando sus hijos y/o hijas no están presentes, por ejemplo, durante el trabajo o por la noche. No obstante, las cuestiones laborales también tienen cabida en el hogar, lo que dificulta la conciliación familiar, pues la omnipresencia de las pantallas obstaculiza la desconexión de madres y padres de su trabajo. Precisamente, los padres y madres entrevistados constatan la dificultad que les supone la conciliación familiar en una era tecnológica gaseosa en la que como afirma Hidalgo (2020) las pantallas conquistan todos los espacios y tiempos. Es más, el 36.9% de la población reconoce presentar dificultades para la desconexión y un 40% admiten la barrera que esto supone a la interacción humana (ONTSI, 2024). Por tanto, la raíz del problema puede situarse en las propias características que le son atribuidas a las pantallas, como la hiperconectividad -que como señala Lázaro (2020) puede conducir a la hipervulnerabilidad- y la omnipresencia, que propician que las cuestiones laborales no puedan circunscribirse únicamente al trabajo.

Es más, según McDaniel (2019) en esta omnipresencia reside el verdadero poder de las pantallas. De hecho, los padres y madres han compartido en sus

relatos la imposibilidad de delimitar un espacio y un tiempo concretos de consumo a través de pantallas de contenido digital en presencia de sus hijos y/o hijas. La portabilidad del *Smartphone* permite su consumo en cualquier lugar. No obstante, los padres y madres coinciden al señalar que las tardes son el momento del día en que ejercen un mayor consumo en presencia de sus hijos y/o hijas, ya que durante las mañanas los menores se encuentran en la escuela. Asimismo, en situaciones puntuales se reconoce el consumo a través del *Smartphone* durante las comidas -aunque trata de evitarse-, el juego, o los momentos en los que se acuesta a los niños y niñas. En esta línea, Radesky et al. (2014) expresan que las familias emplean sus *Smartphones* en el transcurso de las comidas, sin embargo, Moser et al. (2016) indican que el uso de *Smartphones* por parte de los adultos en las comidas disminuye en presencia de menores. Resulta relevante subrayar que los padres y madres, en su mayoría, evitan una instrumentalización de las pantallas basada en tratar de calmar o entretenir a sus hijos y/o hijas con el soporte de estas como apuntan otros autores (Radesky et al., 2016a; Salcines-Talledo et al., 2022; Zabala, 2021). Por tanto, se demuestra una verdadera preocupación de los padres y madres por no delegar a un segundo plano la interacción con sus hijos y/o hijas, así como con sus parejas. Esta preocupación por salvar la interacción con los menores guarda relación con la Teoría del Apego desarrollada por Ainsworth et al. (1978) y Bowlby (1999), y con lo estipulado por Siegel (2011), que afirma que para alcanzar un afecto seguro debe existir en la unidad familiar una comunicación sintonizada.

En cuanto a los lugares preferentes de consumo a través de pantallas de contenido digital, las familias apuntan hacia los espacios comunes, tales como el salón. No obstante, se enfatiza que el consumo a través del *Smartphone* es indiscriminado.

También es reseñable el hecho de que la preferencia por la tecnología sea mayor en uno de los dos integrantes del matrimonio, siendo mayor en la mayoría de los casos en los hombres, lo que encaja con lo señalado por González-Fernández et al. (2020), quienes mencionan un mayor conocimiento de los hombres respecto a las *Tablets* y los *Smartphones*.

Siguiendo con lo expuesto, en la mayoría de los casos los padres y madres se muestran críticos hacia el modelo que ofertan a sus hijos y/o hijas respecto al consumo a través de pantallas, reconocen ciertas acciones mejorables, pero también buscan soluciones para tratar de subsanar sus errores. Igualmente, manifiestan incertidumbre ante el futuro en el que sus hijos y/o hijas tendrán un mayor acceso a pantallas. Además, acorde a lo expuesto por Bandura (1971), quien explica el papel de la observación en el aprendizaje, la totalidad de las familias entrevistadas reconocen su rol como modelos y ejemplos de buen consumo. Como indican Hiniker et al. (2016) se muestran preocupadas por su ejemplo. En esta línea, Zabala (2021) afirma que los padres y madres deben actuar como ejemplos digitales, como referentes, no obstante, el uso continuado de las pantallas no implica ser un mal modelo, ya que la intención, la actitud de consumo, y el grado de integración de las pantallas en la vida de la familia son determinantes. Al contrario, Roca (2015) afirma que el ejemplo ofertado por las familias se vincula con el consumo desadaptativo de pantallas en sus hijos y/o hijas. Además, debe tenerse en cuenta la dualidad de padres y madres, ya que actúan como usuarios y usuarias, a la vez que como educadores y educadoras (Díez & Cabrera, 2017; Michavila et al., 2020), lo que problematizada la tarea de control.

Por su parte, se hacen patentes consecuencias relacionadas con el consumo a través de pantallas de contenido digital de los menores. Se describen consecuencias tales como la frustración, la agresividad o el nerviosismo, que coindicen con la desregulación emocional descrita por Guerrero (2021), y con la impulsividad mencionada por Desmurget (2019). Ambas reacciones puedenemerger a causa de la gran sucesión de estímulos que conlleva la exposición a pantallas. Sin embargo, no hay ninguna alusión al efecto desplazamiento del que habla Christakis (2010).

Por tanto, tomar conciencia de su rol en el modelado del consumo a través de pantallas de contenido digital, y las consecuencias advertidas han encaminado el establecimiento de medidas orientadas a ofrecer un ejemplo de buen modelo de consumo. En primer lugar, dos de las familias entrevistadas expusieron que

para conseguir transmitir a sus hijos y/o hijas un buen ejemplo, deben ser capaces de desconectar de las pantallas, es decir, de controlar su consumo delimitando, por ejemplo, unos tiempos. Así, entre las habilidades que se deben poseer para ser competente en materia digital, se destaca la habilidad de saber desconectar, así como la habilidad de comprender el impacto que el consumo a través de pantallas tiene sobre la identidad propia (García, 2017). No obstante, una de las madres entrevistadas se muestra más pesimista e indica que no existe un buen consumo a través de pantallas de contenido digital, lo que puede deberse a la dificultad percibida por esta a la hora de ejercer un buen consumo. En el lado opuesto, el mal consumo es conceptualizado como el consumo constante e indiferenciado. De este modo, resulta imperante para las familias establecer una serie de medidas orientadas a proporcionar un ejemplo de buen consumo a través de pantallas de contenido digital a sus hijos y/o hijas. La totalidad de las familias mencionan la prohibición de pantallas durante las comidas, y en general, tratan de reducir su consumo en presencia de sus hijos y/o hijas, puesto que son conscientes de su rol en el modelado. Es más, uno de los padres destaca el uso de explicaciones que ayudan a los menores a comprender por qué está haciendo un consumo a través de pantallas. Desde esta óptica, Couso (2024) coincide con las familias, ya que entre sus recomendaciones se encuentra el evitar las pantallas durante las comidas. Incluso, ciertos participantes remiten una preferencia por realizar actividades en el exterior, que no implican las pantallas.

Por otro lado, las familias también relatan medidas orientadas a limitar el consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas, que suelen centrarse en delimitar los tiempos y espacios de consumo, así como en la prohibición de acceso a sus hijos y/o hijas al *Smartphone*. Esta delimitación coincide con los consejos compartidos por autores como Díez y Cabrera (2017), Michavila et al. (2020) y Roca (2015).

Igualmente, aunque no son referidas de forma explícita, la totalidad de las familias acompañan a sus hijos y/o hijas en el visionado de la televisión, que además se produce en espacios comunes, lo que coincide con las

recomendaciones efectuadas por Couso (2024). En definitiva, el establecimiento de estas medidas viene motivado por la preocupación por la educación de sus hijos y/o hijas, y al mismo tiempo por la información consultada por las familias respecto a las pantallas. Además, las familias se muestran abiertas en la mayoría de los casos a introducir nuevas medidas que les permitan adaptarse a las circunstancias del momento.

Madres y padres parecen identificar riesgos y beneficios en el consumo a través pantallas de contenido digital ejercido por sus hijos y/o hijas, al igual que indica la AAP (2022). A pesar de esto, Villar-Cabeza (2023) alude a la inexistencia de beneficios en el acceso temprano a pantallas. No obstante, como explica Delgado (2017) la aparición de riesgos o beneficios depende el uso que se efectué de Internet. En definitiva, la detección de riesgos y beneficios parece asociarse a la experiencia personal y a la formación.

Atendiendo a las palabras de los padres y madres participantes, se deduce una valoración positiva de las medidas instauradas, sustentada en la observación de beneficios como de consecuencias en su implementación. Sin embargo, la incertidumbre ante el efecto de estas medidas en el futuro también se hace notable, lo que podría suplirse por medio de la formación.

Una vez analizados los principales hallazgos a la luz de la revisión teórica, se puede disponer la dirección de futuras líneas de investigación que posibiliten profundizar en el estudio de esta temática. Por tanto, la investigación referente al impacto del modelado de padres, madres o tutores legales en sus hijos y/o hijas debe proseguir, de tal forma que puedan establecerse más evidencias empíricas respecto a las consecuencias que el consumo a través de pantallas de contenido digital está originando. Con lo cual, se requiere que estas investigaciones amplíen sus muestras, tanto en el tamaño como en la edad de los y las participantes. El análisis de las consecuencias desde la perspectiva de los hijos y/o hijas aportaría información valiosa, especialmente, en los y las participantes de una edad mayor a la elegida para la muestra de esta investigación, dado que el acceso a las pantallas sería superior. Igualmente, se podrían dirigir futuras investigaciones focalizadas en la perspectiva de los niños

y niñas sobre el consumo a través de pantallas de contenido digital que ejercen sus padres, madres o tutores legales en su presencia, puesto que arrojaría nuevas visiones y con ellas complementaría las conclusiones incipientes que se han elaborado. Por consiguiente, profundizar en el conocimiento que poseen los padres, madres o tutores legales sobre los riesgos y beneficios de las pantallas posibilitaría conocer la razones que sustentan su toma de decisiones.

Finalmente, cabe señalar que en el transcurso de la investigación se han identificado una serie de limitaciones que conviene detallar. En primer lugar, como puede deducirse de lo expuesto en relación con las futuras líneas de investigación, el escaso tamaño de la muestra, así como la composición de la misma han constituido en sí mismos una debilidad. No se han recogido las perspectivas de los hijos y/o hijas de los participantes, que habrían aportado su visión respecto a las afirmaciones de sus padres y madres, lo que habría enriquecido las conclusiones.

En segundo lugar, la selección de una metodología cualitativa podría haberse complementado con una metodología cuantitativa, dando lugar así a una metodología mixta, que habría permitido profundizar en las experiencias personales de los padres y madres entrevistados más allá de su relato. Una vez más, esta es una posibilidad que debe considerarse a la hora de plantear futuras investigaciones en este ámbito.

En suma, a pesar de las debilidades descritas respecto a la composición de la muestra y la metodología seleccionada, la presente investigación ha ofrecido respuestas a cada uno de los objetivos planteados, aportando luz a la temática objeto de estudio, y orientando futuras investigaciones en este ámbito.

## 7. Referencias bibliográficas

- Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E. & Wall, S. (1978). *Patterns of attachment*. Erlbaum.
- Albert, M. J. (2007). *La investigación educativa. Claves teóricas*. McGraw-Hill.
- Álvarez-Mora, B. & Monteros-Obelar, S. (2019). *Diversidad familiar. Una perspectiva antropológica*. Editorial UOC, S.L.
- Álvarez-Tabares, O. J. & Rodríguez-Guerra, E. (2012). El uso de internet y su influencia en la comunicación familiar. *Revista Trilogía*, 4(7), 81-101. <https://doi.org/10.22430/21457778.154>
- Asociación Americana de Pediatría. (2022). Media Use in School-Aged Children and Adolescents. *Pediatrics*, 138(5), 1-6. <https://n9.cl/pb3j5s>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2024). *Navegantes en la Red*. AIMC. <https://n9.cl/dzvyt>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2025). *Navegantes en la Red*. AIMC. <https://n9.cl/dzvyt>
- Bahl, R. R. & Deluliss, D. (2015). Nomofobia. In Yan, Z. *Encyclopedia of Mobile Behavior*. (pp. 745-754). Information Sciencie reference, Hersey.
- Ballesta-Pagán, J. & Cerezo-Máiquez, M. C. (2011). Familia y escuela ante la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación. *Educación XXI*, 14(2), 133-156. <https://doi.org/10.5944/educxx1.14.2.248>
- Bandura A. (1971). *Social Learning Theory*. General Learning Press.
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1-26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Barajas-Villaluenga, F., Corcobado-Romo, J., Lago de Lanzós y Tomás, C., Rodrigo-López, M. J., Máiquez-Chávez, M. L., Martín-Quintana, J. C. & Vázquez de Lucas, J. (2010). *Parentalidad positiva y políticas locales de apoyo a las familias. Orientaciones para ejercer el ejercicio de las responsabilidades parentales desde las corporaciones locales*. <https://n9.cl/77miha>
- Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2010). *Mundo consumo*. Paidós.
- Bauman, Z. (2005). *Vida líquida*. Paidós.

- Besoli, G., Palomas, N. & Chamarro, A. (2018). Uso del móvil en padres, niños y adolescentes: Creencias acerca de sus riesgos y beneficios. *Revista de Psicología*, 36(1), 29-39. <https://doi.org/10.51698/aloma.2018.36.1.29-39>
- Bona, C. (2021). *Humanizar la educación. La vida nos está dando una oportunidad para repensar la educación*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Bowlby, J. (1999). *Vínculos afectivos: formación, desarrollo y perdida*. Morata.
- Bronfenbrenner, U. (1981). *The Ecology of Human Development: experiments by Nature and Design*. Harvard University Press.
- Cánovas, G., García de Pablo, A., Oliaga San Atilano, A. & Aboy Ferrer, I. (2014). *Menores de Edad y Conectividad Móvil en España: Tablets y Smartphones*. <https://n9.cl/mol4cd>
- Cánovas, G. (2015). *Cariño, he desconectado a los niños*. Mensajero.
- Carrasco-Rivas, F., Drogueett-Vocar, R., Huaiquil-Cantergiani, D., Navarrete-Turrieta, A., Quiroz-Silva, M. J. & Binimelis-Espinoza, H. (2017). El uso de dispositivos móviles por niños: Entre el consumo y el cuidado familiar. *Revista Cultura, Hombre y sociedad*, 27(1), 108-137. <http://dx.doi.org/10.7770/cuhso-v27n1-art1191>
- Carvalho, J., Francisco, R. & Revals, A. P. (2015). Family functioning and information and communication technologies: How do they relate? A literature review. *Computers in Human Behavior*, 45, 99-108. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.037>
- Castells, M. (2024). *La Sociedad digital*. Alianza Editorial.
- Cebollero-Salinas, A., Cano-Escoriaza, J. & Orejudo-Hernández. S. (2021). Abuso de Internet y adolescentes: gratificaciones, supervisión familiar y uso responsable. Implicaciones educativas y familiares. *Digital Education Review*, (39), 42-59. <https://doi.org/10.1344/der.2021.39.42-59>
- Christakis, D. A. & Fowler, J. H. (2010). *Conectados*. Taurus.
- Christakis, D. A. (2010). Infant Media Viewing: First, Do No Harm. *Pediatr. Ann*, 39(9), 578-582. <https://doi.org/10.3928/00904481-20100825-10>
- Confederación Española de Organizaciones Empresariales. (2021). *Plan digital 2025. La digitalización de la sociedad española*. CEOE. <https://bit.ly/3vlfDSa>
- Cornella, A. (2004). *Infoxicación: buscando un orden a la información*. Zero Factory S.L.

- Cornella, A. (2013, 2 de octubre). *Infoxicación...* AC. <https://n9.cl/7nsuc>
- Couso, M. (2024). *Cerebro y pantallas. Cómo las pantallas impactan en el desarrollo cognitivo en la infancia y la adolescencia.* Destino.
- Delgado, E. (2017). Adicción a Internet: desmontar una mentira. En S. Lluna & J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital.* (pp.69-87). Deusto.
- Desmurget, M. (2019). *La fábrica de cretinos digitales. Los peligros de las pantallas para nuestros hijos.* Ediciones península.
- Desmurget, M. (2024). *Más libros y menos pantallas. Cómo acabar con los cretinos digitales.* Ediciones Península.
- Díez, R. & Cabrera, M. (2017). Padres analógicos frente a huérfanos digitales. En S. Lluna & J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital* (pp.117-133). Deusto.
- Elias, N., Lemish, D., Dalyot, S. & Floegel, D. (2021). "Where are you?" An observational exploration of parental technofeference in public places in the US and Israel. *Journal of Children and Media*, 15(3), 376-388. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1815228>
- Fondo Internacional de Emergencia de las Naciones Unidas para la Infancia. (2023). *Pantallas en casa: Orientaciones para acompañar una navegación segura en internet. Guía para las familias.* <https://n9.cl/pf0aq>
- Fowler, J. & Noyes, J. (2017). A study of the health implications of mobile phone use in 8-14s. *DYNA*, 84(200), 228-233. <https://doi.org/10.15446/dyna.v84n200.62156>
- Fundación Telefónica. (2023). *Sociedad Digital en España 2023.* Fundación Telefónica. <https://n9.cl/94bve>
- García, J. (2017). ¿Qué es la competencia digital? En S. Lluna & J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital* (pp.103-115). Deusto.
- García-Rojas, D. A., Hernando-Gómez, A., Gutiérrez-Arenas, M. P. & Prieto-Medel, C. (2023). El uso de dispositivos digitales de escolares de 5º y 6º de Educación Primaria: control parental y riesgos. *Psychology, Society & Education*, 15(3), 48-56. <https://doi.org/10.21071/psyte.v15i3. 16081>

- Garmendia-Larrañaga, M., Casado del Río, M. A. & Martínez, G. (2015). Estrategias de mediación parental en España: factores predictores para los diversos tipos de estrategias. *Zer*, 20(39), 13-27. <https://doi.org/10.1387/zer.15513>
- González-Fernández, N., Salcines-Talledo, I. & Ramírez-García, A. (2018). Vulnerabilidad infantil ante los smartphones: en busca de la competencia parental positiva. *Lumina*, 12(1), 68-89. <http://dx.doi.org/10.34019/1981-4070.2018.v12.21491>
- González-Fernández, N., Salcines-Talledo, I. & Ramírez-García, A. (2020). Conocimiento y comunicación de las familias españolas ante los Smartphone y Tablet. *Revista de Educación*, (390), 79-102. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2020-390-466>
- Guerrero, R. (2018). *Educación emocional y apego. Pautas prácticas para gestionar las emociones en casa y en el aula*. Libros Cúpula.
- Guerrero, R. (2021). *El cerebro infantil y adolescente. Claves y secretos de la neuroeducación*. Libros Cúpula.
- Han, B. C. (2012). *La sociedad del cansancio*. Herder.
- Han, B. C. (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Han, B. C. (2021). *No cosas. Quiebras del mundo de hoy*. Taurus.
- Han, B. C. (2022). *Infocracia*. Taurus.
- Hari, J. (2023). *El valor de la atención. Por qué nos la robaron y cómo recuperarla*. Ediciones Península.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2006). Nacimiento de un proyecto de investigación: La idea. En R. Hernández, C. Fernández & P. Baptista. *Metodología de la investigación* (pp. 32-39). McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- Hidalgo, D. (2020). *Anestesiados*. Catarata.
- Hiniker, A., Schoenebeck, S. Y. & Kientz, J. A. (2016). Not at the Dinner Table: Parents' and Children's Perspectives on Family Technology Rules. *Proceedings of the 19th ACM conference on computer-supported cooperative work & social computing*, 1376-1389. <https://doi.org/10.1145/2818048.2819940>

- Instituto de Política Familiar. (2024). *Informe Evolución de la Familia en España en 2023: Indicadores Sociales*. <https://n9.cl/coygfa>
- Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Encuesta Continua de Hogares (ECH)*. Instituto Nacional de Estadística, España. <https://n9.cl/3efpzs>
- Instituto Nacional de Estadística. (2024). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los Hogares*. Instituto Nacional de Estadística, España. <https://n9.cl/9ui5x>
- Kabali, H. K., Irigoyen, M. M., Nunez-Davis, R., Budacki, J. G., Mohanty, S. H., Leister, K. P. & Bonner, R. L. (2015). Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children. *Pediatrics*, 136(6), 1044-1050. <https://doi.org/10.1542/peds.2015-2151>
- Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa*. Morata.
- Lauricella, A. R., Wartella, E. & Rideout, V. J. (2015). Young children's screen time: The complex role of parent and child factors. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 36, 11-17. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2014.12.001>
- Lázaro, M. (2020). *Redes sociales y menores. Guía práctica*. Anaya.
- L'Ecuyer, C. (2012). *Educar en el asombro*. Plataforma Editorial S.L.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. & Ólafsson, K. (2011). *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children*. Full findings.
- López-Pérez, P. M. (2017). Integrar eficazmente las nuevas tecnologías para evitar los riesgos que entraña el abuso de las redes sociales virtuales. *Revista extremeña de Ciencias Sociales*, (9), 68–75. <https://bit.ly/2Vshlq0>
- Madigan S., Browne D., Racine N., Mori C. & Tough S. (2019). Association Between Screen Time and Children's Performance on a Developmental Screening Test. *JAMA Pediatr*, 173(3), 244-250. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2018.5056>
- Mann, S., Calvin, A., Lenhart, A. & Robb, M. B. (2025). *The Common Sense Census: Media Use by Kids Zero to Eight, 2025*. Common Sense Media. <https://n9.cl/fzv88>
- Martí, J. (2017). Los nativos digitales: una visión desde las aulas. En Lluna, S. & Pedreira, J. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital* (pp. 207-214). Deusto.

- Mascheroni, G. & Ólafsson, K. (2015). The mobile Internet: Access, use, opportunities and divides among European children. *New Media & Society*, 18(8), 1657-1679. <https://doi.org/10.1177/1461444814567986>
- Masip, M. (2018). *Desconecta. La dieta digital para superar la adicción al móvil y hacer un uso adecuado de las nuevas tecnologías*. Libros cúpula.
- McArthur, B. A., Eirich, R., McDonald, S., Tough, S. & Madigan, S. (2020). Screen use relates to decreased offline enrichment activities. *Acta Paediatrica*, 110(3). <https://doi.org/10.1111/apa.15601>
- McDaniel, B. T., & Radesky, J. S. (2018). Technoference: Parent Distraction With Technology and Associations With Child Behavior Problems. *Child Development*, 89(1), 100-109. <https://doi.org/10.1111/cdev.12822>
- McDaniel, B. T. (2019). Parent distraction with phones, reasons for use and impacts on parenting and child outcomes. A review of the emerging research. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 1(2), 72-80. <https://doi.org/10.1002/hbe2.139>
- Michavila, N., Entrala, G., Abad, M. J., Lus Garate, E. & Jiménez Ramos, M. (2020). *El impacto de las pantallas en la vida familiar*. GAD3. <https://bit.ly/3H0tfqA>
- Moll, S. (2017). *Empantallados. Cómo convivir con hijos digitales*. Larousse.
- Moser, C., Schoenebeck, S. Y. & Reinecke, K. (2016). Technology at the Table: Attitudes about Mobile Phone Use at Mealtimes. *Human Factor in Computing Systems*, 1881-1892. <http://dx.doi.org/10.1145/2858036.2858357>
- Myruski, S., Gulyayeva, O., Birk, S., Pérez-Edgar, K., Buss, K. A. & Dennis-Tiwary, T. A. (2018). Digital disruption? Maternal mobile device use is related to infant social-emotional functioning. *Developmental Science*, 21(4), e12610. <https://doi.org/10.1111/desc.12610>
- Newport, C. (2021). *Minimalismo digital. En defensa de la atención en un mundo ruidoso*. Paidós.
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2021). *Usos y actitudes de consumo de contenidos digitales en España*. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. <https://n9.cl/rrk7mq>

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2022). *Uso de la tecnología en los hogares españoles*. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.  
<https://n9.cl/47d18>

Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2024). *La sociedad digital. Informe cuantitativo*. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.  
<https://n9.cl/90ufvo>

Oliver, N. (2017). Erudit@s digitales. En S. Lluna & J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital* (pp.157-175). Deusto.

Organización de las Naciones Unidas. (2021). *Observación general núm. 25 (2021) relativa a los derechos de los niños con el entorno digital*. Comité de los Derechos del Niño. <https://n9.cl/8qjcy>

Organización Mundial de la Salud. (2019). *Guidelines on physical activity, sedentary behavior and sleep for children under 5 years of age*. Organización mundial de la salud. <https://n9.cl/co5uwo>

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.  
<https://bit.ly/3wwj3aR>

Prensky, M. (2011). *Enseñar a nativos digitales*. Ediciones Sm.

Radesky, J. S., Kistin, C. J., Zuckerman, B. Nitzberg, K., Gross, J., Kaplan-Sanoff, M. Augustyn, M. & Silverstein, M. (2014). Patterns of Mobile Device Use by Caregivers and Children During Meals in Fast Food Restaurants. *Pediatrics*, 133(4), 843-849. <https://doi.org/10.1542/peds.2013-3703>

Radesky, J. S., Miller, A. L., Rosenblum, K.L., Appugliese, D., Kaciroti, N. & Lumeng, J. C. (2015). Maternal Mobile Device Use During a Structured Parent-Child Interaction Task. *Academic Pediatrics*, 15(2), 238-244.  
<https://doi.org/10.1016/j.acap.2014.10.001>

Radesky, J. S., Peacock-Chambers, E., Zuckerman, B. & Silverstein, M. (2016a). Use of Mobile Technology to Calm Upset Children. Associations With Socio-Emotional Development. *JAMA Pediatr*, 170(4), 397-399.  
<https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2015.4260>

Radesky J. S., Kistin C., Eisenberg S., Gross J., Block G., Zuckerman B. & Silverstein M. (2016b). Parent Perspectives on Their Mobile Technology Use: The

- Excitement and Exhaustion of Parenting While Connected. *J Dev Behav Pediatr*, 37(9), 694-701. <https://doi.org/10.1097/dbp.0000000000000357>
- Radesky, J. S., Weeks, H. M., Ball, R., Schaller, A., Yeo, S., Durnez, J., Tamayo-Rios, M., Epstein, M., Kirkorian, H., Coyne, S. & Barr, R. (2020). Young Children's Use of Smartphone and Tablets. *Pediatrics*, 146(1), 1-8. <https://doi.org/10.1542/peds.2019-3518>
- Ramírez-García, A., Salcines-Talledo, I. & González-Fernández, N. (2020). Los dispositivos móviles en el hogar. Interés formativo de las familias españolas. *REOP – Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 31(1), 43–61. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.31.num.1.2020.27286>
- Ramírez-García, A. & Gómez-Moreno, R. (2020). Prácticas educativas familiares y mediación parental vs dispositivos móviles. *Aula Abierta*, 49(2), 121-130. <https://doi.org/10.17811/rifie.49.2.2020.121-130>
- Ramírez-García, A., González-Fernández, N. & Salcines-Talledo, I. (2023). Parental Mediation and Use of Mobile Devices-Smartphones and Tablets in Spanish Families. *Journal of Family Issues*, 44(3), 825-849. <https://doi.org/10.1177/0192513X211055126>
- Ramis, A. (2021). *De 0 a 3, ¿nada de pantallas?* Ediciones Octaedro, S.L.
- Real Academia Española. (2025). Diccionario de la lengua española (23a ed.).
- Reig, D. (2017). ¿Por qué debemos estar, nativos e inmigrantes en las redes? En S. Lluna & J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital* (pp.89-101). Deusto.
- Rideout, V. & Hamel, E. (2006). *The media family: Electronic media in the lives of infants, toddlers, preschoolers and their parents*. Henry J. Kaiser Family Foundation. <https://n9.cl/nszpag>
- Rideout, V. & Robb, M. B. (2020). *The Common Sense census: Media use by kids age zero to eight, 2020*. Common Sense Media. <https://n9.cl/tzu6r>
- Robb, M. B., Bay, W. & Vennegard, T. (2019). *The new normal: Parents, teens, and mobile devices in Mexico*. Common Sense. <https://n9.cl/aqvvh>
- Roca, G. (2015). *Las nuevas tecnologías en niños y adolescentes. Guía para educar saludablemente en una sociedad digital*. Hospital Sant Joan de Déu.

- Roca, G. (2017). La sociedad digital. En S. Lluna & J. Pedreira. *Los nativos digitales no existen. Cómo educar a tus hijos para un mundo digital* (pp.57-68). Deusto.
- Roney, L., Violano, P., Klaus, G., Lofthouse, R. & Dziura, J. (2013). Distracted driving behaviors of adults while children are in the car. *Journal of Trauma and Acute Care Surgery*, 75(4), S290-S295. <https://doi.org/10.1097/ta.0b013e3182924200>
- Rozenblatt-Perkal, Y., Davidovitch, M. & Gueron-Sela, N. (2021). Infants' physiological and behavioral reactivity to maternal mobile phone use- An experimental study. *Computers in Human Behavior*, (127), 1-9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2021.107038>
- Ruiz, J. I. (2003). *Técnicas de triangulación y control de la calidad en la investigación socioeducativa*. Ediciones mensajero.
- Sáez-López, J. M. (2017). *Investigación educativa. Fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos*. UNED.
- Salcines-Talledo, I. (2015). *La competencia mediática en el modelo de educación superior del siglo XXI: diagnóstico sobre la implementación pedagógica de los smartphones en la Universidad de Cantabria* [Tesis doctoral, Universidad de Cantabria].
- Salcines-Talledo, I. & González-Fernández, N. (2015). Diseño y Validación del Cuestionario “Smartphone y Universidad. Visión del Profesorado” (SUOL). *Revista Complutense de Educación*, 27(2), 603-632. [https://doi.org/10.5209/rev\\_RCED.2016.v27.n2.46912](https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2016.v27.n2.46912)
- Salcines-Talledo, I., Ramírez-García, A. & González-Fernández, N. (2022). Smartphones and Tablets: Regulations, Routines, and Habits of Spanish Families. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 39(4), 823-833, <https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2049136>
- Shaffer, H. R. (1994). *Decisiones sobre la infancia. Preguntas y respuestas que ofrece la investigación psicológica*. VISOR.
- Siegel, D. J. (2001). Toward an interpersonal neurobiology of the developing mind: Attachment relationships, “mindsight”, and neutral integration. *Infant Mental Health Journal*, 22(1-2), 67-94. [https://doi.org/10.1002/1097-0355\(200101/04\)22:1<67::AID-IMHJ3>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/1097-0355(200101/04)22:1<67::AID-IMHJ3>3.0.CO;2-G)

- Stockdale, L. A., Porter, C. L., Coyne, S. M., Essig, L. W., Booth, M., Keenan-Kroff, S. & Schvaneveldt, E. (2020). Infants' response to a mobile phone modified still-face paradigm: Links to maternal I behaviors and beliefs regarding technophobia. *Infancy*, 25(5), 571-592. <https://doi.org/10.1111/infa.12342>
- Urdiales-Bermúdez, I., Caurcel-Cara, M. J. & Crisol-Moya, E. (2021). La diversidad familiar desde la perspectiva de futuros docentes de Educación Infantil: necesidades formativas. *Revista Complutense de Educación*, 32(3), 349-359. <http://dx.doi.org/10.5209/rced.70210>
- Villar-Cabeza, F. (2023). *Cómo las pantallas devoran a nuestros hijos*. Herder.
- Zabala, M. (2021). *Ser padres en la era digital*. Plataforma actual.

## **8. Anexos**

### **Anexo 1: Instrumento de recogida de datos**

#### **LOS PADRES, MADRES O TUTORES LEGALES COMO MODELOS DE CONSUMO A TRAVÉS DE PANTALLAS DE CONTENIDO DIGITAL**

Buenas tardes. En primer lugar, quisiera presentarme. Me llamo María Ibáñez Oreña, y actualmente me encuentro cursando el último año del Doble Grado de Magisterio en Educación Infantil y en Educación Primaria en la Universidad de Cantabria. Las pantallas y su impacto en la infancia es una temática que ha formado parte de mis inquietudes a lo largo de mis años de formación inicial. Por esta razón, estoy elaborando un Trabajo de Fin de Grado con la colaboración de mi tutora Irina Salcines Talledo, que versa sobre el modelado ejercido por los padres, madres o tutores legales sobre sus hijos y/o hijas en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital.

Así, quisiera compartir con usted una serie de interrogantes que tratan de responder, tanto a los objetivos como al problema de la investigación, que están estructurados en 5 bloques a los que aludiré durante la entrevista, de tal forma que pueda entender la organización de las diferentes preguntas en torno a grandes bloques temáticos. Dichos bloques, siguen una disposición que nos facilitará el paso de interrogantes generales a concretos. En el guion de preguntas que le he proporcionado puede consultar las diversas preguntas sobre las que vamos a dialogar. Es importante que en las respuestas que aporte incluya sus experiencias y opiniones, ya que tratamos de recoger sus valoraciones subjetivas y reflexiones. Por ende, no hay testimonios que podamos catalogar como incorrectos, todas sus aportaciones son válidas y contribuirán a los objetivos de la investigación.

Aprovecho para agradecerle su disposición y colaboración en la presente investigación. Igualmente, querría asegurarle la confidencialidad en el tratamiento de los datos que nos aporte en el transcurso de la investigación, así como la protección de su identidad por medio del anonimato.

No dude en consultarme cualquier duda que le pueda surgir en el curso de la entrevista. De igual manera, me gustaría puntualizar que puede añadir la información que considere oportuna, aunque no se haya efectuado una pregunta concreta al respecto.

De nuevo, me gustaría agradecerle su participación, colaboración y disposición.

Antes de comenzar considero preciso realizar una matización respecto a dos conceptos clave que van a aparecer en las preguntas de la entrevista.

- Pantallas: nos referimos a *Smartphone*, *Tablet*, ordenador y televisión -con acceso a Internet-.
- Consumo de contenido digital: nos referimos a cualquier contenido -series, videos, Redes Sociales, juegos, ...- que puede ser consumido por los usuarios gracias al acceso a Internet.

#### Bloque 1: Conocimiento del contexto familiar

Comenzaremos aludiendo a cuestiones de carácter general del contexto familiar, centrándonos en quiénes componen la unidad familiar y en las cuestiones que les caracterizan.

1. Hábreme sobre su familia, especificando quiénes viven en su unidad familiar, prestando especial atención a cuál es la edad de sus hijos y/o hijas.

#### Bloque 2: Tenencia y acceso a pantallas en el contexto familiar

Una vez detallada la información referente a los integrantes de su unidad familiar, es necesario ahondar en el papel de las pantallas en su vida cotidiana. Para ello, comenzaremos preguntándole sobre la tenencia de pantallas en su familia, así como sobre el acceso a estas y su ubicación.

1. ¿Qué pantallas posee en su casa y dónde están situadas? ¿Quién lo ha decidido?
2. ¿A quién pertenecen las pantallas que se pueden encontrar en su hogar?
3. ¿Quién hace un consumo de contenido digital -ver series o películas, juegos digitales, Redes Sociales...- a través de esas pantallas?
4. ¿En qué medida efectúan ese consumo de forma individual o conjuntamente? ¿Y cuáles son los motivos por los que lo realizan de un modo u otro?
5. ¿En qué momentos y en qué espacios se produce el consumo a través de pantallas de contenido digital?

#### Bloque 3: Modelo de consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por padres, madres o tutores legales

Para seguir, queremos conocer cuáles son sus hábitos de consumo a través de pantallas de contenido digital, para ello le presento los siguientes interrogantes en relación con 4 tipos de pantallas: *Smartphones*, *Tablet*, ordenador y televisión.

1. Recuerde su rutina en un día cotidiano entre semana -por ejemplo, ayer- y describa en qué momentos del día hace un consumo a través del *Smartphone*, de la *Tablet*, del ordenador y de la televisión de contenido digital en presencia de sus hijos y/o hijas.
2. ¿Hasta qué punto considera que hay cambios en sus hábitos de consumo a través de pantallas de contenido digital durante los fines de semana en comparación con el resto de la semana?
3. ¿Cuánto tiempo estima que pasa consumiendo contenido digital a través del *Smartphone*, de la *Tablet*, del ordenador y de la televisión?
4. ¿En qué lugares hace un consumo a través del *Smartphone*, de la *Tablet*, del ordenador y de la televisión de contenido digital en compañía de sus hijos y/o hijas?, ¿por qué tiene preferencia por unos u otros lugares?, ¿hasta qué punto es consciente de ello?
5. Generalmente, ¿qué consumo a través del *Smartphone*, de la *Tablet*, del ordenador y de la televisión de contenidos digitales realiza cuando se encuentra en presencia de sus hijos y/o hijas?
6. Tras aportar una respuesta a los interrogantes precedentes, reflexione sobre si existe alguna diferencia y por qué respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital en función de la pantalla utilizada en lo que respecta a los momentos de uso, así como al lugar en el que hace un consumo de esta y, finalmente, respecto al contenido consumido.
7. ¿Qué razones le empujan a hacer un consumo a través de pantallas de contenido digital? Describa las diferencias que observa entre las diferentes pantallas especificadas.

#### Bloque 4: Efectos del modelado en menores

A continuación, teniendo en cuenta las respuestas aportadas en el epígrafe precedente en relación con el consumo a través de pantallas de contenido digital ejercido por usted en presencia de sus hijos y/o hijas, responda con sinceridad a los interrogantes expuestos. Tenga presente que, en todo momento las preguntas tratan de focalizarse en el consumo que usted ejerce en presencia de los menores a su cargo.

1. Desde su punto de vista, ¿en qué medida considera que su consumo a través de pantallas de contenido digital repercute o puede repercutir en el consumo que ejercen sus hijos y/o hijas por medio de estas? Preste especial atención a las diferentes pantallas que han sido referidas durante los interrogantes previos.
2. ¿Puede pensar y explicar algún ejemplo en el que se aprecie el efecto de su consumo en el consumo de sus hijos y/o hijas?

#### Bloque 5: Estrategias emprendidas por los padres, madres o tutores legales para ofrecer un buen modelo de consumo a través de pantallas de contenido digital

Por último, se pretende ahondar en las medidas que emprende para ofrecer a sus hijos y/o hijas un buen modelo vinculado al consumo a través de pantallas de contenido digital. De la misma manera, se quiere indagar en las medidas establecidas por usted con el objetivo de ofrecer un buen modelo, así como en la valoración que posee sobre las medidas que ha establecido.

1. ¿Qué entiende que es un buen o mal consumo a través de pantallas de contenido digital?
2. ¿En qué grado considera que implementa medidas dirigidas a ofrecer a sus hijos y/o hijas un buen modelo de consumo a través de pantallas de contenido digital?
3. ¿Qué medidas ha instaurado? Explique y ejemplifique.
4. ¿Qué razones le han llevado a establecer dichas medidas?
5. ¿Cómo evalúa las medidas que ha implementado?
6. ¿Hasta qué punto considera que es necesario introducir nuevas medidas o modificar las ya recogidas? Si la respuesta es afirmativa, ¿puede indicar algunos ejemplos?

Tras la finalización de la entrevista, es el momento de que aporte cualquier información que considere relevante, o bien puede señalar las dudas que le hayan surgido. Asimismo, querría señalar que, una vez la investigación haya finalizado le haremos llegar los resultados de esta.

De nuevo, remarco mi agradecimiento por su disposición, participación, así como colaboración durante el desarrollo de la entrevista.

## Anexo 2: Relación objetivos generales, objetivos específicos e instrumento de recogida de datos

**Tabla 2**

*Relación objetivos generales, objetivos específicos y preguntas de la entrevista*

OBJETIVO GENERAL	1. Profundizar en el consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan los padres, madres o tutores legales de menores del segundo ciclo de Educación Infantil en Cantabria.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
	<p>1.1. Reflexionar sobre los usos que padres, madres o tutores legales detallan respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital que ejercen en presencia de sus hijos y/o hijas.</p> <p>- Hábleme sobre su familia, especificando quiénes viven en su unidad familiar, prestando especial atención a cuál es la edad de sus hijos y/o hijas.</p> <p>- ¿Qué pantallas posee en su casa y dónde están situadas? ¿Quién lo ha decidido?</p> <p>- ¿A quién pertenecen las pantallas que se pueden encontrar en su hogar?</p> <p>- ¿Quién hace un consumo de contenido digital -ver series o películas, juegos digitales, Redes Sociales...- a través de esas pantallas?</p> <p>- ¿En qué medida efectúan ese consumo de forma individual o conjuntamente? ¿Y cuáles son los motivos por los que lo realizan de un modo u otro?</p> <p>- ¿En qué momentos y en qué espacios se produce el consumo a través de pantallas de contenido digital?</p> <p>- Generalmente, ¿qué consumo a través del del <i>Smartphone</i>, de la <i>Tablet</i>, del ordenador y de la televisión de contenidos digitales realiza cuando se encuentra en presencia sus hijos y/o hijas?</p> <p>- ¿Qué razones le empujan a hacer un consumo a través de pantallas de contenido digital? Describa las diferencias que observa entre las diferentes pantallas especificadas.</p> <p>1.2. Abordar cuáles son los lugares y tiempos de consumo a través de pantallas de contenido digital de padres, madres o tutores legales en presencia de sus hijos y/o hijas.</p> <p>- Recuerde su rutina en un día cotidiano -por ejemplo, ayer- y describa en qué momentos del día hace un consumo a través del del <i>Smartphone</i>, de la <i>Tablet</i>, del ordenador y de la televisión de contenido digital en presencia de sus hijos y/o hijas.</p> <p>- ¿Hasta qué punto considera que hay cambios en sus hábitos de consumo a través de pantallas de contenido digital durante los fines de semana en comparación con el resto de la semana?</p> <p>- ¿Cuánto tiempo estima que pasa consumiendo contenido digital a través del <i>Smartphone</i>, de la <i>Tablet</i>, del ordenador y de la televisión?</p> <p>- ¿En qué lugares hace un consumo a través del <i>Smartphone</i>, de la <i>Tablet</i>, del ordenador y de la televisión de contenido digital en compañía de sus hijos y/o hijas?, ¿por qué tiene preferencia por unos u otros lugares?, ¿hasta qué punto es consciente de ello?</p> <p>- Tras aportar una respuesta a los interrogantes precedentes, reflexione sobre si existe alguna diferencia y por qué respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital</p>

en función de la pantalla utilizada en lo que respecta a los momentos de uso, así como al lugar en el que hace un consumo de esta y, finalmente, respecto al contenido consumido.

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	2. Ahondar en las consideraciones de padres, madres o tutores legales respecto al impacto del consumo a través de pantallas de contenido digital que realizan en presencia de sus hijos y/o hijas.		
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	2.1. Recoger las valoraciones de padres, madres o tutores legales respecto al modelo que ofrecen a sus hijos y/o hijas.	-	Desde su punto de vista, ¿en qué medida considera que su consumo a través de pantallas de contenido digital repercute o puede repercutir en el consumo que ejercen sus hijos y/o hijas por medio de estas? Preste especial atención a las diferentes pantallas que han sido referidas durante los interrogantes previos.
	2.2. Profundizar en los posibles efectos del modelo de padres, madres o tutores legales en sus hijos y/o hijas.	-	¿Puede pensar y explicar algún ejemplo en el que se aprecie el efecto de su consumo en el consumo de sus hijos y/o hijas?
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	3. Explorar las medidas que emprenden los padres, madres o tutores legales respecto al consumo a través de pantallas de contenido digital de sus hijos y/o hijas.		
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	3.1. Indagar sobre el uso de acciones para ofrecer buenos modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital a sus hijos y/o hijas.	-	¿Qué entiende que es un buen o mal consumo a través de pantallas de contenido digital? - ¿En qué grado considera que implementa medidas dirigidas a ofrecer a sus hijos y/o hijas un buen modelo de consumo a través de pantallas de contenido digital? - ¿Qué medidas ha instaurado? Explique y ejemplifique. - ¿Qué razones le han llevado a establecer dichas medidas?
	3.2. Recoger cuáles son las valoraciones de los padres, madres o tutores legales sobre las medidas que implementan para ofrecer a sus hijos y/o hijas buenos modelos de consumo a través de pantallas de contenido digital.	-	¿Cómo evalúa las medidas que ha implementado? - ¿Hasta qué punto considera que es necesario introducir nuevas medidas o modificar las ya recogidas? Si la respuesta es afirmativa, ¿puede indicar algunos ejemplos?

---

---

*Nota.* Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 3: Plantilla de valoración por jueces expertos del guion de la entrevista

Por favor, responda cualitativamente a cada una de las preguntas que se presentan a continuación.

1. ¿Cuál es su opinión sobre la división de las preguntas en torno a los grandes conceptos de cada bloque? ¿Modificaría o eliminaría algún bloque? En caso afirmativo, ¿cuáles?
2. ¿Cuál es su opinión respecto al número y orden de las preguntas? ¿Aregaría o eliminaría alguna pregunta? En caso afirmativo, ¿cuáles y cómo? ¿Efectuaría alguna modificación en el orden de las preguntas? En caso afirmativo, ¿cómo?
3. ¿Cuál es su opinión respecto a la redacción de las preguntas? ¿Modificaría la redacción de alguna? En caso afirmativo, ¿cuáles modificaría y cómo?
4. ¿Considera que las preguntas seleccionadas permiten recoger información relevante sobre la temática?
5. ¿Cuál es su valoración general sobre los guiones de preguntas presentados?

Percepción general sobre el guion:

Otras sugerencias de mejora:

Observaciones y recomendaciones:

**Gracias por su valioso aporte a nuestra investigación**