

Desafíos para la mediación parental en las plataformas digitales VOD. El caso de Netflix en Colombia.

ÁLVARO JOSÉ ROJAS GONZÁLEZ

Trabajo de grado para optar por el título de comunicador social con énfasis en
Audiovisual

Directora

María Patricia Téllez



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

Facultad de Comunicación
y Lenguaje
Carrera de Comunicación Social

Bogotá, 18 de noviembre de 2020

Artículo 23, Resolución 13 de 1946

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por los alumnos en sus trabajos de grado, solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y la moral católicos y porque el trabajo no contenga ataques y polémicas puramente personales, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia”.

Bogotá, 18 de noviembre de 2020

Doctora

Marisol Cano Busquets

Decana

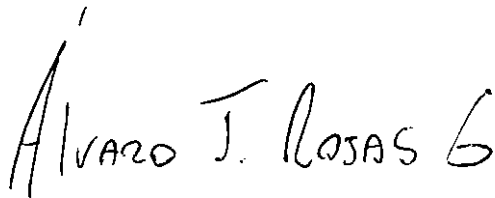
Facultad de Comunicación y Lenguaje

Apreciada Decana,

Me permito presentar mi trabajo de grado “Desafíos para la mediación parental en las plataformas digitales VOD. El caso de Netflix en Colombia”, con el fin de optar por el título de comunicador social con énfasis en audiovisual.

El objetivo de este trabajo de grado es analizar la mediación de los padres de familia en la relación entre los niños (de 4 a 9 años) y la televisión, en las plataformas digitales de distribución audiovisual VOD (Video On Demand) en Colombia, a partir del caso de Netflix.

Cordialmente,

A handwritten signature in black ink that reads "Álvaro J. ROSAS G". The signature is written in a cursive style with a prominent initial 'A'.

Álvaro J. Rojas González

Bogotá, noviembre 18 de 2020

Doctora:

Marisol Cano Busquets

Decana

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Apreciada Decana:

Me permito presentarle el trabajo de grado titulado “Desafíos para la mediación parental en las plataformas digitales VOD. El caso de Netflix” elaborado por el estudiante Álvaro José Rojas González con el fin de optar al grado de Comunicador Social con énfasis en el campo audiovisual.

Este trabajo tiene una particular importancia en la medida en que se centra en el tema del rol de los padres frente al consumo televisivo de los niños en una plataforma como Netflix cuya utilización se ha incrementado de modo exponencial. El trabajo parte de la mediación como categoría central desarrollada por el investigador Guillermo Orozco y a través de su desarrollo se realiza una exploración mediante un estudio de caso donde se sondea el tema tanto con expertos como con padres de familia buscando encontrar nuevas luces para la comprensión de esta actividad.

Cordialmente,



María Patricia Téllez G.

Profesora Asociada

Facultad de Comunicación y Lenguaje

Contenido

Introducción	6
Estado del Arte.....	12
Marco Teórico.....	27
La Mediación	27
La mediación video-tecnológica, (desde la televisión).....	30
Mediación parental	32
Plataformas VOD	35
Metodología	38
Estudio de caso	39
Selección de las edades de la audiencia infantil.....	40
Entrevistas a expertos	43
Entrevistas a padres	52
Controles Parentales de Netflix.....	59
Análisis de resultados	67
Análisis desde la mediación	70
Triangulación de información.....	72
Conclusiones.....	77
Bibliografía	82
Anexo. Entrevistas	89

Introducción

Netflix lidera un mercado de millones de suscripciones que no paran de crecer día a día y, a través de internet, presenta un modelo de consumo audiovisual alternativo que ya tiene una significativa presencia en el consumo global. Igualmente, este modelo ha modificado la forma de interacción de la audiencia con los contenidos audiovisuales y en consecuencia se han reformado los recursos de control parental.

El modelo de Netflix como plataforma VOD (Video On Demand), ha llegado para quedarse y modificar el mercado audiovisual para siempre. La audiencia interactúa con el contenido y elige lo que quiere ver a través de una oferta de entretenimiento caracterizada por el volumen y la variedad. No es diferente para los niños, que representan una audiencia sensible y que ahora puede elegir qué ver y cuándo verlo. La innovación en la forma de consumo de la audiencia infantil incorpora nuevos retos para los padres, si observamos que puede ser más fácil acceder a contenidos inapropiados y no se logra ejercer una mediación eficaz en la relación del niño con la plataforma.

A través de internet, las estrategias de control parental son muy diferentes a las tradicionales, representan lo personalizable y la inmediatez en el acceso y el consumo. Es necesario conocimiento tecnológico y mediático para manipular las herramientas digitales que ofrecen las plataformas, para personalizar o discriminar el contenido. Los padres como mayores responsables de la formación de sus hijos y, por ende, principales mediadores del contenido para ellos, son indispensables en esta actual relación de los niños con la televisión y su papel determinará hasta

dónde el nuevo modelo de televisión de Netflix influirá en su hijo. Es una competencia invisible entre la mediación de Netflix como mediación video-tecnológica y la mediación parental (familiar).

El modelo de Netflix VOD, nace a partir del modelo de las plataformas OTT (Over The Top) audiovisuales, que impulsan un sistema atractivo para el consumo y que han comenzado a desplazar los antiguos modelos de transmisión. Esto no quiere decir que la televisión haya mutado a este modelo, ni que la televisión tradicional tenga sus días contados, esto indica que ahora existen nuevos modelos de televisión, en donde particularmente las VOD entraron a competir por la misma audiencia del modelo tradicional.

Sabemos que existen posibles riesgos con este tipo de tecnologías y que antes de apropiarse por parte de la sociedad, confrontan el modelo tradicional. Las plataformas OTT ya han afectado a otros sectores en los que la innovación representa la transformación de modelos establecidos y reta lo tradicional a adaptarse. Este fenómeno ha sido conocido desde el correo electrónico que acabó con un gran porcentaje del sector de la mensajería de carteros y llevó a varios servicios postales a la bancarrota, a las OTT desafiantes, como UBER para los taxistas o AIRBNB para los hoteles. Es inevitable que la innovación tecnológica, particularmente con el uso de internet, traiga consigo consecuencias transformadoras.

Partiendo de que las plataformas son manejadas por inteligencias artificiales dedicadas a personalizar nuestra interacción según intereses y “necesidades”, tenemos que entender que las OTT son manejadas con fines lucrativos y nuestra

información personal, a través de algoritmos, es usada para influir en nuestras decisiones en pro del consumo.

No es diferente en Netflix que, como OTT y VOD, transforma el acceso a contenidos y la interacción del usuario con la plataforma, generando a su vez cambios para la mediación y en general, a todas sus caracterizaciones a adaptarse a la tecnología que parte de estos modelos. Para los padres, como mediadores, la lógica es la misma: competir, adaptarse y mediar.

Los problemas entre la innovación y lo tradicional siempre han existido, y la mediación para influir en la sociedad a través de los medios de masas y la tecnología, ha sido constante desde la creación de estos. La importancia de la mediación “radica precisamente en que es ahí desde donde puede darse la manipulación de las audiencias o, por el contrario, su emancipación (Orozco, 1991, p.107). Esa búsqueda de influencia mediática, además, no se limita a transmitir una ideología sino a promover hábitos de consumo.

Sin embargo, para los niños, una población sensible y en formación, enfrenta posibles riesgos, debido a lo explicado y por el uso de tecnologías de comunicación. Los modelos de las OTT, pensando en la facilidad de uso de las plataformas para los usuarios, proporcionan herramientas únicas para el acceso y la interacción. El uso intuitivo de los productos y servicios es uno de los principales propósitos de las empresas de tecnología.

La primera pantalla y medio con la que interactúa un niño es la televisión. Ahora, gracias al modelo de televisión OTT y VOD, como el de Netflix, la televisión

trascendió a diferentes pantallas, superando el modelo de una pantalla familiar común. El niño accede a contenido en cualquier momento y lugar mientras haya conexión a internet e incluso sin ella, por la posibilidad de descargar contenidos y eligiendo lo que quieren ver de un catálogo de cientos de producciones audiovisuales.

La innovación puede representar un riesgo para los niños, es una situación que debe estar supervisada, pues están en formación y su criterio no es suficiente para construir solos una opinión a partir de algo que ven en la televisión, por lo que pueden estar expuestos a una influencia negativa. Es debido a esta realidad que los niños, en relación con la televisión, deben estar acompañados por el asesoramiento de un adulto responsable y preferiblemente sus padres. De ahí la necesidad de una mediación parental en la relación niños-televisión.

Con todo esto, la pregunta que surge es: **¿Cómo Netflix, en cuanto a plataforma VOD, han incidido en la mediación de los padres respecto de la relación niños-televisión?**

Establecida esta problemática, el objetivo general de esta investigación es analizar la mediación de los padres de familia en la relación entre los niños (de 4 a 9 años) y la televisión, en las plataformas digitales de distribución audiovisual VOD (Video On Demand) en Colombia, a partir del caso de Netflix.

Asimismo, se presentan objetivos específicos como:

Describir, en el panorama Iberoamericano, las estrategias de regulación de los entes estatales encargados de la reglamentación de contenidos audiovisuales, sobre las plataformas OTT y VOD.

Analizar la perspectiva de los pares de familia, respecto de Netflix, como plataforma para sus hijos.

Describir las herramientas digitales de control parental en Netflix y su eficacia en el apoyo a la mediación parental.

Para resolver la pregunta de investigación a través de lograr los objetivos de la investigación del presente trabajo de grado, se estructuro el análisis de la siguiente manera:

En el capítulo, Estado del arte, se selecciona la información bibliográfica pertinente de los entes reguladores estatales, artículos académicos y diferentes tipos de publicaciones de distintos países, para elaborar un panorama iberoamericano de la problemática y observar el manejo que se le ha dado a las plataformas OTT Y VOD. Asimismo, se rescataron aspectos importantes de la bibliografía para establecer la situación actual de la relación entre los padres, los niños y las plataformas.

En el capítulo, Marco Teórico, se estableció de un modelo conceptual a través del trabajo sobre la mediación de Guillermo Orozco, Los conceptos del autor, sobre mediación, se eligen debido a su extenso análisis del concepto a lo largo de su vida académica, en donde se analiza los procesos de recepción desde la mediación y como esta determina el significado del mensaje en la audiencia, a partir de la construcción de identidad de los individuos y los procesos que los median en su vida. En la evolución de la investigación de Orozco, ahora podemos resaltar varios tipos de mediación que influyen en la recepción y de donde proviene el mensaje: La mediación videotecnológica, la mediación cognoscitiva, la

mediación institucional (la familia, el barrio, la escuela), la mediación cultural y la mediación situacional.

Los tipos de mediación definen al sujeto y en los niños es similar, aunque por ser sujetos en formación tienen una presencia más fuerte de la mediación familiar y de la escuela. “la importancia del papel activo que juegan en el proceso de la recepción tanto los mismos receptores, en este caso los niños, como sus padres y maestros en tanto mediadores de ese proceso, determinando así el tipo de influencia que la programación puede ejercer en las audiencias infantiles” (Orozco, 1987, p.114). Partiendo de esto, se establecen categorías para la investigación y limitando el concepto, para enfocarlo en esta problemática particular. La mediación video-tecnológica, la mediación parental y las plataformas VOD.

En el capítulo, Metodología, las características cualitativas del estudio de caso, que permite estudiar un tema determinado con múltiples perspectivas y a través de la observación y descripción del fenómeno, permitieron realizar una investigación, explorando la realidad de la problemática a partir de la visión de los padres como mediadores de la relación entre los niños y Netflix, la opinión de expertos que han trabajado con esta problemática y el análisis de los controles parentales de la plataforma.

Para la realización del estudio de caso, se realizaron una serie de entrevistas a padres de familia que usan Netflix para sus hijos entre los 4 y 9 años. Asimismo, se realizaron entrevistas a expertos para profundizar en el análisis de los aspectos positivos o negativos para la mediación parental, en Netflix. Respecto de los

controles parentales, se analizó directamente las herramientas digitales de las plataformas y sus características visuales para determinar su uso y eficacia.

Del presente trabajo de grado se pudo concluir que la competencia entre la mediación parental y la mediación videotecnológica puede ser más una alianza, si los padres logran una alfabetización mediática en pro de la protección de sus hijos. Las herramientas y posibilidades técnicas que ofrece el modelo VOD, pueden convertirse en un refuerzo muy eficaz para la intervención de los padres en la regulación de los contenidos para sus hijos.

Sin embargo, las mismas posibilidades videotecnológicas de la plataforma Netflix, evidencian riesgos para un consumo desmedido a través de una medición enfocada para el consumo de contenidos.

Estado del Arte

El control de contenidos para audiencias infantiles y la mediación de la relación niños–televisión, se encuentra en constante análisis, pues está sujeta a la permanente innovación tecnológica de la televisión. Con la llegada de las plataformas digitales de distribución audiovisual, se ha derivado un nuevo enfoque de investigación dedicado a los cambios que representan los modelos de consumo de las plataformas. En este capítulo se describen y analizan las investigaciones que destacan diferentes variables de esta problemática, a partir de un contexto iberoamericano, retomando estudios de entes de regulación audiovisual estatales, además de artículos académicos y periodísticos, sobre los enfoques de regulación y las mediaciones entre los niños y la televisión.

Asimismo, se analizará la visión e incidencia de Netflix como OTT y VOD, a partir de un documental estadounidense estrenado en septiembre de 2020 en la misma plataforma: “El dilema de las redes sociales”. En esta producción, los mismos creadores de las redes y las OTT, grandes académicos y ejecutivos de Silicon Valley, plantean su preocupación por lo que han creado, ya que “sin intención” y a pesar de sus evidentes aspectos positivos, han establecido un modelo de adicción y de manipulación sistemática. Tristan Harris, ex diseñador ético de Google y cofundador de Center for Humane Technology, propone frenar esto a través de un diseño más ético de las plataformas y de delegar responsabilidades a los creadores en pro de una sociedad sana. (Orlowski, J. (2020) The Social Dilemma (Documental). Netflix)

Por otro lado, es incoherente que el mismo Netflix no aparezca en su mismo documental, excusándose en la suscripción paga, pues el documental se centra en las redes gratuitas como se evidencia en esta captura de pantalla:



(Fuente: Captura de pantalla de Netflix (2020). Orlowski, J. (2020) The Social Dilemma (Documental). Netflix)

Sin embargo, como los subtítulos lo indican, No podemos pasar por alto que este tipo de plataformas como Netflix, que funcionan con las mismas intenciones y estrategias de mantener a la gente en las pantallas, generan adicción a través de una inteligencia artificial que provee experiencias digitales sutiles, como recomendaciones automáticas, notificaciones de estrenos, contenidos sugeridos, tops de lo que está de moda en el país y más herramientas que funcionan como anzuelo para el usuario.

Ya es visible en la sociedad cómo estos modelos comienzan a alejarnos de la objetividad de una opinión responsable, dado que, aprovechando el conocimiento de nosotros como individuos, la inteligencia artificial al servicio del consumo realiza una mediación con ánimo de manipular. Es una mediación tecnológica de la que hablaremos en otro capítulo.

En Colombia, la regulación de contenidos para audiencias infantiles es manejado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)¹, entidad que se posiciono en 2020 después de tomar el lugar de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV)² y que realizó un estudio en 2020 a través de la Sección de Contenidos en la “Agenda Regulatoria de contenidos Audiovisuales, (2020-2021)”,

¹ La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) es la máxima autoridad en Colombia de regulación de contenidos desde 2019 tras la disolución de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), con el fin de instituir un organismo regulador convergente, encargado no solo de la televisión, sino de todo lo relacionado con las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

² La ANTV fue creada por la ley 1507 de 2012 para reemplazar la Comisión Nacional de Televisión y duro hasta el 26 de julio de 2019 dando paso a la CRC como único ente regulatorio.

que escaló a una primera fase con el “Modelo de Vigilancia y Control, de Contenidos Audiovisuales con enfoque preventivo, (Julio 2020)”, con el fin de realizar un análisis del interés público y a partir de esto lograr una política regulatoria eficaz.

Este es el primer acercamiento realizado desde la CRC a un modelo enfocado en guiar las medidas que se adoptarán para el servicio de televisión, en pro del usuario final y en busca de la armonía entre la creación de contenidos y los niveles de satisfacción de la audiencia. Se revisan, en materia audiovisual, las funciones de control en diferentes países y las medidas de estos para mejorar la calidad y recepción de los contenidos. La intención es plantear un modelo preventivo de vigilancia, que a través de la co-regulación vincule a todos los interesados.

En la investigación realizada por la CRC, se revisan estadísticas y encuestas de los hogares colombianos respecto al consumo televisivo actual y la complicada relación entre los contenidos audiovisuales, la conducta de la audiencia y su incidencia en la opinión pública. El objetivo es promover el cumplimiento de las obligaciones para los contenidos audiovisuales con el fin de fortalecer una audiencia crítica y crear una buena relación entre televidentes y operadores (CRC, “*Modelo de Vigilancia*”, 2020, p.5).

Sin embargo, en esta primera fase del modelo en el que se sustentara la regulación audiovisual colombiana, aún es escasa la información respecto de la incidencia de las plataformas digitales a través de internet en el consumo de las audiencias en Colombia y de la manera en el que la CRC enfrentará los desafíos regulatorios que representa esta forma de ver televisión.

Solo se podrían rescatar las estadísticas presentadas de la CRC “que citan sus propios estudios en 2019 de las plataformas OTT (*Over The Top*)”, respecto de los hogares colombianos que cuentan con un televisor, en donde: un 96% de la población cuentan por lo menos con un televisor y de ese porcentaje un 36% con un Smart TV (televisores con acceso a internet) (CRC, “*el rol de los OTT*”, 2019, p.7), datos que nos ayudan a tener un aproximado de la propagación de las plataformas en el consumo audiovisual colombiano.

Actuales investigaciones en España centran la preocupación de investigar la incidencia del crecimiento de las plataformas audiovisuales en el consumo de entretenimiento audiovisual de la audiencia infantil, para observar el control que se practica en los diferentes entornos de los niños, como el familiar, sobre el acceso a los contenidos y sus experiencias de consumo. Una investigación publicada en julio de 2020 de la Universidad de Salamanca, “*Infancia y contenidos audiovisuales online en España: Una aproximación al consumo y a la mediación parental en las plataformas OTT*”, usa diferentes mecanismos de recolección de datos y un sondeo con *431 padres* para identificar las prácticas de uso de las audiencias infantiles en las plataformas audiovisuales y los sistemas de mediación parental, en un escenario planteado por la innovación.

“La convergencia multimedia y la llegada de Internet al mercado audiovisual ha afectado a las pautas de consumo y recepción de contenidos en el entorno familiar y en los procesos de alfabetización mediática de los menores. A pesar de que las cifras de consumo de televisión lineal por parte de los más pequeños se mantienen, es innegable la penetración progresiva en los hogares españoles de

las plataformas audiovisuales, siendo fundamental el papel que realizan los padres/tutores” (Marcos et al., 2020).

Dentro del estudio se observa que el celular cada vez toma más importancia y la televisión ahora se ve por otros medios conectados a internet; esto incrementa las posibilidades de acceso de los niños, gracias a la diversidad de dispositivos que presentan una perspectiva de consumo individualizado. La investigación revela que los niños, a medida que crecen, ven más solos la televisión y esto se comienza a evidenciar a partir de edades superiores a los 7 años, edad que se relaciona con el acceso de los niños a diferentes dispositivos con acceso a internet como es el caso del celular. “A medida que el niño se hace mayor, la libertad de este aumenta pudiendo ver contenidos audiovisuales solos, por tanto, sin que se realice una mediación parental que ayude a entender a estos niños/as qué están viendo”. (Marcos et al., 2020).

En México, en 2019 La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) la Plataforma de Reguladores Audiovisuales de Iberoamérica (PRAI)³ y el Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (OBSERVACOM)⁴, debatieron en el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)⁵, a través de un seminario internacional: los “Desafíos Regulatorios de la Convergencia en los Servicios Audiovisuales”

³ La PRAI es una plataforma que agrupa a los diferentes entes reguladores de contenido audiovisual en Iberoamérica, con el fin de promover el intercambio colaborativo de información y experiencias que ayuden a la finalidad de sus funciones.

⁴ OBSERVACOM es un programa de la fundación Libertis para la constitución de un observatorio de las comunicaciones. Creado para abordar temas de políticas públicas y regulación de servicios audiovisuales, internet y demás servicios digitales de comunicación en Latinoamérica y promueve la investigación en pro de mejorar los marcos regulatorios nacionales.

⁵ El IFT es un organismo constitucional de México, formado en 2013 a partir de la reforma a las telecomunicaciones. Es encargado de la regulación y supervisión de las telecomunicaciones, asimismo es autoridad de la competencia económica del medio.

(UNESCO, 2019). El propósito de este evento era analizar la penetración global de servicios como Netflix, que han llamado la atención de los entes reguladores de distintos países debido a problemáticas que incluyen: aspectos tributarios, riesgo a la producción de contenidos locales e incluso protección a los derechos humanos, entre otros.

Bajo los conceptos de Elisenda Malaret, el seminario, observando el panorama europeo, define que los videos a demanda o “Video On Demand” (VOD), son distribuidores, “su finalidad es suministrar programas audiovisuales” y deberían estar sometidos a las mismas reglas de juego que la televisión pues compiten por la misma audiencia, además tienen un alto impacto en el público, por lo que deben ser considerados medios de masa (UNESCO, 2019, p.11).

Definido el concepto pasan a analizar “qué y cómo se regula”, en donde siempre prima la protección al infante, en menor medida al consumidor, a la cultura, a la libre expresión, el pluralismo y la protección de la persona humana, prohibiendo la incitación al odio, la discriminación y demás. Para las plataformas VOD se establece la necesidad de reglas especiales, dadas sus diferencias tecnológicas y de acceso, en donde observamos particularmente la forma de protección al menor:

*“Protección de menores (sólo obligación de garantizar **mediante dispositivos tecnológicos** que los menores no pueden acceder a los programas que pueden dañarles gravemente en su desarrollo físico, mental y moral)” (UNESCO, 2019, p.12)*

Basados en las modificaciones planteadas por la Directiva Europea sobre Servicios de Comunicación Audiovisual (DSCA)⁶ en 2018, el seminario observa que, del reglamento a favor de la protección a los niños, debe ser igual para todos los servicios de comunicación audiovisual y además establecer especificaciones dependiendo del caso. Para los servicios VOD, los usuarios-audiencia deben tener a su disposición herramientas para discriminar contenido nocivo y sistemas de verificación de edad y control parental.

Otra problemática de las transformaciones al mundo audiovisual presentada por las plataformas en Iberoamérica es sin duda una expansión acelerada que influyó en los contenidos audiovisuales que ve la audiencia y cómo se alteró la presencia de contenidos regulados por el Estado y que apoyan una producción nacional. Un ejemplo es Argentina. Según una investigación publicada en la revista Fibra, los contenidos nacionales en el catálogo de Netflix disponible en Argentina son mínimos, “De los 2956 títulos en la plataforma, solo 90, es decir el 3% corresponde a contenidos nacionales; una cifra desproporcionada si revisamos que la nueva Directiva de la Unión Europea fijo un porcentaje del 30% para estos contenidos”. (Riera, Rivero, Rossi, 2019)

Desde la perspectiva estatal, en Argentina el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM)⁷, a pesar de su reciente creación en 2016, sufrió transformaciones en

⁶ La DSCA reformada en 2018 para adaptarla a los nuevos retos tecnológicos de la comunicación audiovisual, es el medio por el cual La Unión Europea decreta la regulación y promueve la cooperación entre las autoridades audiovisuales de todos los países miembros.

⁷ ENACOM es el encargado de las regulaciones audiovisuales en Argentina desde su nacimiento en 2016; nació partir de la eliminación de antiguas entidades de regulación como la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca) y la Autoridad Federal de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (Aftic).

su visión tras el impulsó de un proyecto de ley en 2018 que modificaría la ley de regulación de contenidos, debido a que las leyes de ese momento no incluían la innovación tecnológica que representaba los “nuevos medios” de transmisión y distribución de contenidos como las plataformas OTT.

“Así, la creación y evolución de las distintas plataformas que a la manera de servicios interactúan en forma permanente en la sociedad; las redes sociales y/o los denominados servicios “over the top” (OTT), han modificado el paradigma de las comunicaciones interpersonales y sociales, como así también el de la comunicación audiovisual” (Luenzo, 2018)

Aun así, las leyes no han logrado una imposición tributaria, ni poner coto a las plataformas digitales OTT, por lo que aún se analiza la forma jurídica de proceder y los mecanismos de acción sobre contenidos que no dañen la libertad de expresión ni frenen la innovación.

Del mismo modo, en 2018, un trabajo de grado de la Universidad Santo Tomas, Facultad de Ingeniería de Telecomunicaciones /Maestría en Telecomunicaciones y Regulación TIC, titulada: “Propuesta regulatoria para las plataformas OTT de contenidos audiovisuales en Colombia”, realizó un análisis de las plataformas Over the Top (OTT) para pensar en una estrategia regulatoria eficaz para dichas plataformas en Colombia y a nivel internacional. En la investigación de las OTT y su forma de distribución, se evidencia una competencia desigual en el mercado de las telecomunicaciones, primordialmente en las audiovisuales.

Para el autor, La falta de regulación de las OTT y su afectación directa a los tradicionales distribuidores de contenido audiovisual, dada una competencia jurídicamente desleal, hacen necesaria una comparación entre ambos

mecanismos de distribución y sus diferencias tecnológicas. (Piraján, 2018).

Asimismo, se analiza la forma de regulación de contenidos en Colombia para los distribuidores tradicionales y las recomendaciones internacionales para regular las plataformas OTT, aconsejando que se debe realizar una regulación que favorezca al usuario final y bajo un nuevo marco fiscal.

Pensar en el usuario final y no en el beneficio estatal, es precisamente el objetivo de la regulación propuesta por Piraján (2018), según la cual debe hacerse lo posible para que las plataformas estén alineadas con este propósito, como ya lo están los operadores tradicionales que poseen una carga regulatoria a favor del usuario, regulación que ha funcionado y que debe aplicarse con innovación propia para los aspectos diferenciales de las plataformas (Piraján, 2018).

En un enfoque de los medios de comunicación impresos, el periódico El Tiempo en junio 2018, a través de una perspectiva psicológica y de las experiencias de padres de familia, parte de la opinión de expertos para analizar cambios en los hábitos de consumo audiovisual de los niños debido a la innovación en la forma de acceder a los contenidos en las plataformas. Podemos entender que la transformación en la interacción de la audiencia infantil con los contenidos ha modificado la conducta de consumo audiovisual. Las plataformas no manejan franjas, no manejan publicidad intermedia, se puede poner pausa, entre otras opciones de interacción.

“Para María Carolina Sánchez-Thorin, psicóloga infantil, el problema es que el rápido acceso que ofrecen estas plataformas a contenidos que los niños pueden disfrutar en el momento que quieran, los acostumbra a recibir gratificaciones en el menor tiempo posible, algo que se ha denominado como el ‘síndrome de la

inmediatez'. De acuerdo con la experta, los riesgos residen en que muchos padres no enseñan a sus hijos a autorregularse cuando ven series en plataformas digitales, y les permiten 'devorarse' un episodio tras otro para mantenerlos entretenidos o porque no están ahí para hacer un control parental." (Salamanca, 2018)

Vale la pena resaltar que el artículo analiza tanto aspectos negativos como positivos de dicha transformación. Por ejemplo, un aspecto positivo que se resalta es una audiencia infantil más crítica, pues elige lo que quiere ver. Además, se resalta el desafío que se deja en manos de las productoras y padres de familia, de proponer contenidos de calidad y pautas para limitar el consumo de la audiencia infantil.

Volviendo a Argentina y a su perspectiva regulatoria, artículos académicos de la revista Fibratécnicas de la Comunicación, venían analizando el panorama desde 2017 y establecían la necesidad de la regulación de servicios de video a demanda en América Latina y la regulación de las plataformas OTT audiovisuales. Esto debido a la problemática ya expuesta, en donde la expansión de las plataformas internacionales en el territorio argentino desplazó en gran medida a los medios locales e incluso a las plataformas nacionales, pues operaban "sin reglas".

"En el terreno de los servicios de video a demanda, Netflix se convirtió en un caso paradigmático desde su ingreso a la Argentina en 2011. Según datos de la consultora BB-Business Bureau de abril de 2017, esta plataforma cuenta con 847 458 suscriptores en el país, seguido por el OTT gratuito de propiedad estatal, Cine.arPlay (477 944), OnVideo de Telefónica (121 065) y Qubit.tv" (Baladrón, Rivero, 2017)

Otros datos relevantes muestran un crecimiento exponencial: “En la última década los servicios audiovisuales on-demand crecieron velozmente en la región, alcanzando 18,2 millones de suscriptores en 2017 de acuerdo con un estudio de Dataxis” (Riera, Rivero, Rossi, 2019). El gran problema son las desventajas en la competencia de distribución que representan las plataformas que no proveen ningún ingreso para la sociedad argentina ni apoyan a la producción de contenidos nacionales, como en el caso del cine. Detrás de esta problemática también se evidencia que los contenidos de las plataformas no estaban obligados a ningún tipo de regulación: “la industria de los contenidos enfatiza la necesidad de imponer cuotas de pantalla y el sector de Internet se muestra desconfiado ante una eventual regulación que podría inhibir el desarrollo y la innovación” (Baladrón, Rivero, 2017)

Investigaciones de 2017 enfocadas en el marco legislativo y realizadas por entes de control de contenido españoles, como la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)⁸, consientes del debate, promueven la “autorregulación y la corregulación” de contenidos con el fin de seguir el programa europeo en donde estos modelos deben considerarse una estrategia dinámica y flexible para regular ámbitos como el audiovisual, en constante evolución” (Vilajoana, 2017).

El artículo académico en la revista Digital Comein, “Hacia una nueva (auto)regulación audiovisual”; manifiesta la importancia del concepto

⁸ La CNMC es un organismo de España fundado en 2013 y es encargado de regular, garantizar y promover la transparencia en la competencia de los mercados, en beneficio de los usuarios y consumidores. Respecto de lo audiovisual, la CNMC ha intervenido debido a los nuevos desafíos que representan, las transformaciones en el consumo y la competencia, de las plataformas digitales de comunicación audiovisual.

“autorregulación” en el contexto “moderno” del sector audiovisual, por la constante innovación tecnológica en donde “la creciente convergencia entre la televisión y los servicios distribuidos a través de Internet han modificado los hábitos de consumo audiovisual” (Vilajoana, 2017).

Esta transformación acelerada de los hábitos de consumo impulsó en 2015 la modificación de las normas en los servicios de comunicación audiovisual;

“un sector en el que la evolución tecnológica va tan deprisa requiere mecanismos de autorregulación, creados de la mano de la propia industria y sujetos a efectivos mecanismos de control, entre los que destaca el modelo híbrido de la correulación” (Vilajoana, 2017).

Los distribuidores de videos como Netflix plantearon un nuevo escenario que llevó a renovar las reglas, el desafío de proponer un entorno equitativo y garantizar la protección a la audiencia.

En Chile, ya en 2015, el Consejo Nacional de Televisión (CNTV)⁹, analiza en estudios realizados a su contexto, la actuación de las plataformas audiovisuales como una forma innovadora de distribución de contenido, que requiere de intervención para cumplir con una debida regulación, dado el debate sobre la clasificación y regulación de la televisión para audiencias infantiles, y con un método de observación del panorama nacional e internacional. Esta investigación realizada por el Departamento de Estudios del CNTV se presenta en el documento de “Clasificación de contenidos audiovisuales infantiles. El nuevo contexto de los

⁹ El CNTV de Chile, fundado en 1970, tiene como objetivo vigilar el óptimo funcionamiento de la televisión y sus contenidos a través de la investigación y el debate del impacto de la televisión en la sociedad chilena.

medios y la multiplataformas¹⁰, en donde se esboza “la necesidad de la incorporación de criterios de clasificación en la tv abierta, de pago, los nuevos medios y las multiplataformas” (Dolores, 2015)

Con respecto a los nuevos modelos, el CNTV observa en el análisis del panorama internacional tres enfoques regulatorios que predominan: la autorregulación, la corregulación y la alfabetización mediática, para la protección, la promoción de la TV infantil de calidad y la educación, respectivamente. Se analiza también, en datos estadísticos, la situación en Chile respecto de la relación de los niños con esta nueva forma de consumo de las multiplataformas y se identifican beneficios y riesgos de estas.

“La multiplicación de las posibilidades para acceder al contenido, es vista como una oportunidad, y al mismo tiempo como un riesgo. Una oportunidad porque gracias a las nuevas tecnologías, niños y niñas pueden seleccionar, bajo su criterio, una mayor diversidad de contenidos; un riesgo, porque esa misma libertad de acceso los expone a contenidos inadecuados para su seguridad e integridad”.
(Dolores Souza, María. 2015)

Finalmente, la investigación evidencia una preocupación común por entregar orientación sobre los contenidos de los medios y de innovación tecnológica tanto a los productores como a usuarios de espacios de televisión destinados a la audiencia infantil, presentada en los distintos países estudiados por la CNTV: Estados Unidos, Australia, Holanda, Brasil y Colombia.

¹⁰ las “multiplataformas” es el concepto desarrollado por el autor (Dolores, 2015), para referirse a todo tipo de plataformas digitales de distribución audiovisual.

Los aspectos para destacar del panorama en Iberoamérica para las nuevas plataformas serían los siguientes: se está pensando bajo tres puntos de vista regulatorios, que son el modelo de autorregulación de contenidos, el modelo de co-regulación y el más actual, la alfabetización mediática, “es decir, proporcionar a la audiencia las herramientas necesarias para discriminar los contenidos que le presentan los medios de comunicación” (Dolores 2015, p.7).

Existe una constante de los entes encargados del control de contenidos establecidos por los Estados de los países estudiados, y es que se están realizando cambios aun en la actualidad y después de años de debate, a su forma de regulación para poner coto a las plataformas digitales de distribución audiovisual.

En gran parte de las investigaciones se percibe un conflicto entre la innovación y regulación. Las plataformas se excusan en que la regulación puede impedir la innovación y la libre expresión, lo que representa desafíos para la regulación y la mediación.

Los análisis a las familias como mediadoras muestran un panorama de “aprendizaje” debido a la llegada de las plataformas digitales, que hacen necesario que los padres usen herramientas digitales de control parental, (la necesidad de la alfabetización mediática) dado que las nuevas tecnologías requieren de su uso para evitar los riesgos en la relación de los niños con la televisión (audiencia infantil-contenidos).

Marco Teórico

El propósito de este capítulo es desarrollar las categorías centrales relacionadas con la mediación. Nuestro criterio conceptual se basa en el abordaje de Guillermo Orozco sobre la mediación, para presentar las categorías a partir de las cuales se desarrolla este trabajo de grado y la importancia de los conceptos para el análisis de las audiencias y, en nuestro caso particular, la audiencia infantil y su relación con la televisión del modelo VOD; además, de la intervención de los padres como reguladores de contenido. Las categorías principales son, la mediación parental y la mediación videotecnológica.

La Mediación

Como punto de partida es posible caracterizar la mediación como “el lugar desde donde se otorga la comunicación” (Orozco, 1997); desde donde se produce el significado del mensaje y se le da sentido. En Latinoamérica, estudiado desde los años ochenta y con auge en la década de los noventa gracias a autores como Orozco y basados en conceptos de Martín Barbero, es ahora un concepto abordado desde la recepción y de la interacción de la audiencia con los contenidos.

A partir de la mediación se da el proceso de recepción, determinado por diferentes factores culturales, contextos y la misma televisión, que funcionan como diferentes tipos de mediación, en donde se incide en la interacción de la audiencia con la televisión, afectando directamente la significación del mensaje final (Orozco, 1991). La construcción del mensaje se da entonces, no desde el contenido y la

producción de este, sino a partir de todo el proceso de comunicación que se consume en una recepción mediada; luego la mediación afecta el mensaje debido a que la interpretación de la audiencia proviene de la misma.

Los tipos de mediación son:

Mediación situacional: hace referencia a la situación socioeconómica, geográfica, étnica y sexual del individuo. Son las diferentes identidades del receptor, en donde las situaciones particulares como el estrato o el país en el que se vive influyen en la recepción del mensaje.

Mediación cognoscitiva: que hace referencia a los esquemas mentales y de repertorio, “una estructura mental del individuo que actúa en su proceso de aprendizaje en diferentes momentos y de diversas maneras” (Orozco, 1991, p.117). Además de los guiones mentales que hacen referencia al aprendizaje del individuo, incluso desde bebe y que llegan a ser parte de nosotros a través de cualquier tipo de interacción; como cita Orozco a Nelson, “Los guiones, entonces, son secuencias ordenadas de eventos que resultan y se aprenden de la interacción social del sujeto (Nelson, 1983).

La mediación cultural: el individuo es productor de una cultura y miembro de esta, en donde a través de sus interacciones sociales se da la mediación, dado que, como miembro de una cultura específica, sus costumbres le definen. La televisión con su carga cultural, pues es diferente en cada lugar debido a su cultura, como la importancia de las telenovelas en latino-américa o los reality shows en Estados Unidos, genera también interacciones sociales con el individuo-audiencia.

La mediación Institucional: para este concepto, debemos entender que el televidente, también es un individuo que participa y se construye a través de diferentes instituciones.

“Por ejemplo, es miembro de una familia o grupo de amigos, participa de una religión, trabaja en un lugar determinado donde trabajan otros, o vive en un barrio o lugar geográfico concreto. En todas estas interacciones, el sujeto televidente intercambia y produce significaciones, y da sentido a su interacción” (Orozco, 1991, p.120)

La televisión tiene sus propios mecanismos para mediar en la audiencia desde la tecnología y hacer que el individuo consuma sus significados (tema que trataremos más adelante), de la misma forma las otras instituciones usan sus instrumentos para incidir en los individuos (Orozco, 1991). Un ejemplo: La religión usa su autoridad moral de forma eficaz para establecer sus significados dominantes. “La construcción de analogías y la clasificación de lo social son también recursos de significación. Cada institución acumula y trata de inculcar en sus miembros” (Orozco, 1991, p.121)

Sintetizando lo anterior, la mediación de las audiencias desde las instituciones está compuesta de múltiples formas y dependiendo del entorno del individuo que hace parte de un contexto, sociopolítico, familiar y religioso, perteneciendo a varias instituciones a la vez y mediado por todas a la vez. Sin embargo, hoy, la tecnología ha tomado un papel muy importante en la mediación, y la innovación del medio tecnológico en la televisión es ahora una mediación potente.

La mediación video-tecnológica, (desde la televisión)

Partiendo de los factores que determinan el tipo de mediación, la televisión en sí, que presenta una dualidad como institución y medio técnico, posee una característica que incide en el mensaje y no a partir de su contenido, sino de sus posibilidades técnicas como un medio de constante innovación, en donde Orozco (1991) citando a Howe (1983) explica que la dualidad como institución y medio técnico la hace ser legítima y popular a través de dos características:

La de poder otorgar verosimilitud a su discurso, y la de poder apelar a la emotividad de su audiencia. Esto significa que su dualidad original se reproduce y se traduce en una segunda: hacer creíble su discurso e invitar a la audiencia a creerlo haciendo uso no sólo de argumentos racionales sino también y con frecuencia principalmente emotivos (Howe 1983; Fuenzalida 1986)

La televisión entonces como “mediadora”, con su gran notoriedad debería coexistir con las demás instituciones como la familia, la religión o la escuela; pero también compete (Orozco, 1991, p.109) y está influida por el mercantilismo, dada su condición de promover el consumo. Entre más audiencia, más posibilidad de vender caro los espacios publicitarios o en el caso de los nuevos modelos, entre más usuarios más suscripciones, más ingresos. Podríamos entender entonces, que los diferentes tipos de mediación también compiten entre ellas y que una podría afectar a la otra. Dada la competencia, La televisión a pesar de su influencia no es única, en una cita de Orozco (1991) a Giroux y Willis, vemos que “la audiencia tiene la posibilidad de negociarlo y "resistirlo"; de producir su propia significación a partir de él y a pesar del poder significativo de la TV (Giroux 1983; Willis 1990). Esto demuestra la importancia de las interacciones de individuo con

su contexto, en donde este es el que produce el significado del mensaje a partir de diferentes tipos de mediación: situacional, cognoscitivo, cultural, institucional y video-tecnológico.

Es entonces, en la interacción de los significados interpretados por las audiencias, que se da un proceso en donde el individuo encuentra su propio significado del mensaje a partir de la influencia de sus instituciones y de su propia comprensión. Son los tipos de mediación, los que establecen este proceso de producción de sus propios significados (Orozco, 1991), en donde los tipos de mediación compiten para incidir en el individuo; esto puede ser nocivo o positivo, “manipuladores o emancipadores” (Orozco, 1991). ¿Deberíamos determinar entonces, que tipo de mediación es mejor para la audiencia?

En los años noventa ya se imaginaba un panorama de progreso tecnológico que condicionaría la interacción de las audiencias y que proyectaría una relación entre innovación y mediación dada en la televisión.

“La videotecnología cada vez más perfeccionada y su uso cada vez más sofisticado por parte de los emisores plantea un escenario televisivo “posmoderno” donde la mediación en el proceso de la comunicación adquiere una renovada actualidad. Su relevancia radica precisamente en que es ahí desde donde puede darse la manipulación de las audiencias o, por el contrario, su emancipación.”
(Orozco Guillermo, 1988, p. 107)

La innovación es entonces un factor determinante para realizar la mediación a partir de la televisión y es fundamental en los procesos de interacción de las audiencias. Para bien o para mal, la mediación de la televisión presenta una evolución constante gracias a la innovación del medio tecnológico que no para; y

con ello, la dualidad de la televisión le da ventajas frente a otros tipos de mediación, respecto de cómo incide en las audiencias, por una innovación tecnológica atractiva, que ofrece actualidad e inmediatez en el consumo.

Mediación parental

A partir de lo expuesto, en relación con nuestro tema de interés: La relación de los niños con la televisión, la mediación de los padres y las plataformas VOD; debemos seleccionar a la mediación institucional y concretamente, a la mediación familiar; conceptos de Orozco (1991) en donde citándose así mismo, señala el papel de la familia bajo esta noción:

La familia tiende a fincar su fuerza significante en su autoridad moral y en la preservación de valores y conductas acerca de lo que es bueno o malo para los niños. Los padres usan explícitamente juicios acerca de lo correcto o incorrecto de determinados guiones. La tradición y los ritos familiares son también instrumentos para recrear y conferir una determinada significación a la actuación de los pequeños en los escenarios sociales (Orozco, 1988).

El niño cobra una importancia esencial para la mediación familiar, debido a que “es esencialmente entendido como un sujeto que aprende a partir de su interacción con otros (agentes sociales e instituciones) y con su medio ambiente” (Orozco, 1991. p.62)

La presencia de los padres como mediadores de contenido audiovisual también ha sido trabajado por autores contemporáneos como Teresa Torrecillas Lacave, experta en Arquitectura de la información, Docente e investigadora en la Universidad CEU San Pablo, Madrid, que basada igualmente en Orozco y más

autores, enuncia que “las audiencias infantiles, al igual que las audiencias en general, interactúan con la televisión a partir de condicionamientos determinados por la mediación de los diferentes contextos en los que viven inmersos”.

(Torrecillas, 2013). En su investigación se evidencia la preocupación de una alfabetización audiovisual en los hogares, debido a que el rol de los padres como principales mediadores está debilitado por diferentes aspectos.

La autora, nos presenta análisis de conceptos afines, en donde cita a Pablo Del Río y a Amelia Álvarez, en un enunciado que vale la pena resaltar:

“La familia es -al igual que en los restantes aspectos del desarrollo del niño- uno de los agentes mediadores más determinantes en la relación que el niño establece con la pequeña pantalla, tanto en lo que respecta a los tiempos y dietas de consumo, como en los modos de visionado de contenidos y los posibles beneficios o perjuicios cognitivos y morales que deriven de esa relación” (Del Río & Álvarez, 2004, p. 286).

En ese sentido, la mediación parental en la relación niños-televisión hace parte de un proceso de intervención entre emisor (Televisión) y receptor (Niño), que afecta directamente el mensaje, sujeto a un contexto modelado por el ambiente familiar y definido por sus costumbres, creencias u otros. Es entonces el padre un actor determinante en la mediación del contenido para el Niño.

En un trabajo de Orozco (s.f.), titulado “Jugando con las pantallas: una propuesta analítico-lúdica de intervención pedagógica desde la recepción”, dedicado a una intervención pedagógica desde la recepción a niños de 7 a 12 años y adolescentes, desde juegos analíticos y participativos de descubrimiento,

se enfatiza “una recepción múltiple, simultánea o en secuencia con diversas pantallas” (Orozco, s.f.), pues son los niños y los adolescentes, la audiencia con mayor uso de las diferentes pantallas de forma simultánea, y con ello, una audiencia que produce comunicaciones mixtas. El autor busca una propuesta de aprendizaje, “alfabetizar”, a esta audiencia particular, para fortalecer “la autonomía y la curiosidad” en una propuesta interactiva, en una era de innovación y de acceso a través de múltiples pantallas, en donde todos están a disposición del entretenimiento (Orozco, s.f.).

La mediación parental, es la más influyente en el niño, pues son sus padres los que desde que nacen los niños están plasmando sus criterios y juicios de valor, costumbres, creencias y más factores para la formación de este nuevo individuo, que se convertirá en un actor más de la sociedad.

La televisión desde su dualidad como institución y tecnología ha influido en el individuo gracias a la veracidad de la imagen y el sonido, como desde los mensajes de sus contenidos. Un niño, sin explicación de sus padres de lo que ve, puede creer que lo que observa en la televisión por el hecho de verlo, es real. Pero esto sucede desde que existe la televisión y más desde que tiene color. Ahora que la videotecnología trascendió, la realidad también se deformó, y la televisión ha perdido veracidad respecto de lo que vemos, por eso la televisión en los modelos de las VOD está ejerciendo una mediación antes del consumo y para el consumo y no sustentada en la veracidad.

Plataformas VOD

Para hablar de las VOD, hay que entender su modelo y observar su evolución, destacando a Netflix como su principal ejemplo debido a su impacto y reconocimiento social.

El video bajo demanda, o Video On Demand, es un servicio OTT de televisión a la carta desde cualquier lugar y momento mientras se cuente con un dispositivo y una conexión a internet. Ahora también se pueden descargar los contenidos previamente para cuando el usuario no se encuentre con una conexión de internet disponible.

Las VOD nacieron en los años 90, y aunque existen registros de sistemas similares usados en finales de los 80, en el año 1990 se registró un experimento de uno de los primeros modelos de VOD en Hong Kong. En 1994 se desarrolla un servicio de VOD en un experimento de televisión interactiva en Cambridge en Inglaterra, pero el proyecto que tenía grandes expectativas finalizó en 1996 debido a la falta de contenidos para el modelo y la audiencia.

En 1997 nace Netflix, pero su modelo es aún de alquiler de películas de forma física y similar al de Blockbuster¹¹. En 1998, Kingston Communications una compañía británica, establece el primer servicio de VOD comercial integrando a la televisión abierta y de acceso a Internet, pero su impacto es muy local.

¹¹ Blockbuster, fue una franquicia estadounidense de alquiler de películas y tiendas físicas, que se declaró en la bancarrota en 2010. Se le atribuye la bancarrota de Blockbuster a los modelos VOD y especialmente a Netflix.

El modelo VOD daba sus primeros pasos, pero se enfrenta a problemas de conectividad y a un sistema tradicional arraigado en la sociedad de la forma de ver televisión.

Netflix siempre estuvo interesada en la innovación del mercado de consumo, mientras Blockbuster, su competencia, alquilaba películas en casetes de VHS y algunos de betamax¹², Netflix, solo ofrecía el alquiler de DVD'S como nueva tecnología. No es sino hasta el 2007, que nace Netflix como plataforma digital y abandona los sistemas físicos de alquiler.

En 2007, la conectividad y el acceso a internet había mejorado en el mundo sustancialmente desde los 90. Las tecnologías como el celular y las tabletas hacían parte de la sociedad, y la existencia de las OTT, indicaba al mundo hacia donde iba el panorama de consumo tecnológico.

Para que su proyecto tenga éxito, Netflix debía ofrecer una plataforma eficaz en todo momento, que permitiera a miles de personas y en diferentes lugares, disfrutar de los contenidos al mismo tiempo y sin perder la calidad de la imagen, por lo que se alía con los servicios informáticos de Amazon. (Henetton, 2019 p. 27)

El terreno estaba listo y los modelos VOD ya se habían probado en el campo. Netflix impacta en primera medida en los modelos tradicionales de alquiler físico de películas y comienza a expandir su modelo. Los individuos ya no tenían que ir a

¹² El VHS y el Betamax en fueron tecnologías físicas de distribución de contenido audiovisual llamadas videocintas. Su apariencia es de casetes grandes y permitía el almacenamiento de video y sonido en cintas para la reproducción de sus contenidos.

alquilar películas hasta una tienda, Netflix se las ofrecía en casa, a través de un catálogo digital, podían ver las películas cuando quisieran y las veces que quisieran, y mientras se mantuvieran suscritos a Netflix no tenían que devolver las películas, las tenían en su catálogo “siempre” y mientras Netflix tuviera las licencias de distribuir el contenido.

El modelo fue tan exitoso, que comenzó a distribuir no solo películas, sino también series y documentales. En 2011, Netflix se volvió internacional. Sin embargo, se encontró con un problema, el mismo de la televisión interactiva de Cambridge en 1996, al expandirse exitosamente, los usuarios se quejaban de la falta de contenido, y al ser internacional, los usuarios de ciertas regiones no consumían contenidos solo estadounidenses o se casaban de estos.

La solución de Netflix, transformarse, dejó de ser solo Distribuidora y se volvió también productora de contenidos. Produciendo contenido incluso para cada región en específico y desde la región.

Netflix fue la primera plataforma VOD en llegar a todo el mundo y ofrecer un sistema tan atractivo que penetró en cada sociedad y se instauró en ellas. Fue el ejemplo a seguir para los demás modelos, que al ver los riesgos que representaba competir con Netflix, prefirieron optar por transmitir sus contenidos desde la plataforma, mientras creaban sus propias plataformas VOD.

Hoy, el modelo se ha expandido comercialmente y existen demasiadas plataformas VOD ofrecidas al público. A través de Celulares, tabletas y computadores, se ha permitido que la televisión sea portátil y haga parte de la

cotidianidad, el acceso a la televisión en cualquier momento y lugar. El modelo VOD cambio el paradigma y se instauró más rápido de lo que se pudo analizar y controlar. Hoy Netflix cuenta con más de 182 millones de usuarios y hay que tener en cuenta que muchas de esas cuentas de usuario pueden ser compartidas por varias personas.

Metodología

El método de investigación que se elige es el estudio de caso por sus características eficaces para abordar un tema específico en profundidad, en el campo de las ciencias sociales. Su método empírico y cualitativo para el análisis del problema, permite una aproximación desde diferentes perspectivas y no solo desde una misma variable. Indaga sobre un fenómeno actual, en este caso, la mediación parental a través del modelo de Netflix, en donde se utilizan varias fuentes de datos y se observa desde múltiples casos: la realidad de padres de familia, la plataforma digital de Netflix y la perspectiva de expertos en el tema.

Se opta por el estudio de caso entonces cuando a) la pregunta gira en torno al cómo y al por qué, b) el investigador tiene poco control sobre los eventos y c) el foco se encuentra en un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida real. (Yin, 1993, p.2)

Se establecen parámetros para la realización del estudio con el objetivo de enfocar la recolección de datos.

La obtención de datos se debe hacer a través del uso de múltiples fuentes de evidencia y planteando ejes de estudio con el fin de realizar una triangulación de la

información. A continuación, en la fase del análisis de datos, se establece los puntos en común y los patrones para la construcción de los resultados.

En este estudio de caso, se utilizan dos herramientas de investigación, las entrevistas y la revisión interna de la plataforma Netflix.

Estudio de caso

Nuestro caso es la mediación parental en Netflix

La pregunta de investigación de nuestro estudio de caso parte del cuestionamiento enunciada anteriormente en el planteamiento del problema:

¿Cómo Netflix, en cuanto a plataforma VOD, han incidido en la mediación de los padres respecto de la relación niños-televisión?

Para resolver este cuestionamiento, se realizó una triangulación de la información recopilada a partir de 3 ejes de análisis: la opinión de los expertos en el tema de entes interesados en este tipo de problemáticas, la percepción de los padres de familia que realizan una mediación entre la relación de sus hijos y Netflix, y el análisis de los controles parentales que ofrece la plataforma para facilitar la mediación parental.

Para la investigación se determinó establecer una edad de estudio a través de las categorías de edades señaladas por el Estado y por el propio Netflix.

Respecto de la recolección de datos de los ejes de análisis, se encuentran anexos a este trabajo de grado, los formatos de las entrevistas realizadas a los padres y a los expertos, junto con los enlaces de las grabaciones de estas, en la base de datos audiovisual YouTube para su revisión cómoda en audio y video.

En relación de los controles parentales de Netflix, estos fueron analizados desde la experiencia en la misma plataforma.

Establecimiento de parámetros:

Selección de las edades de la audiencia infantil

La edad establecida para delimitar la investigación a un sector específico de estudio, de 3 a 9 años, partió de las categorías de clasificación de contenido del mismo Netflix y de las edades establecidas por el Estado para la protección a menores como la primera infancia en donde los niños son más susceptibles. La intención es ver el cambio de edades establecidas para poder tener una perspectiva de las transiciones entre categorías específicas de los niños y cómo inciden en la mediación parental, para tener un panorama más amplio y a la vez específico.

La grafica a continuación nos muestra las categorías de Netflix y del Estado colombiano para la niñez y la adolescencia en pro de sus derechos.

Tabla1

Comparación de las Categorías de clasificación de edades entre Netflix y el Estado Colombiano

Estado Colombiano	Categorías Netflix
0 a 6 años (Primera Infancia o Infancia)	0 a 7 años (Niños pequeños o Todos) Sin restricción parental G, TV-Y, TV-G

6 a 12 años (Segunda Infancia o Niñez)	7 a 13 años (Niños) Con posible restricción parental. PG, TV-Y7, TV-Y7-FV, TV-PG
12 a 18 años (Adolescentes)	+13 a -14 (Adolescentes) Sin restricción, solo aviso de contenido. PG-13, TV-14
	14 a 17 años (Adolescentes) Con posible restricción parental entre de 13 a 16 y de 16 a 18. R, TV-MA, NC-17
+18 (Adultos)	+18 (Adultos) Todos los contenidos.

Fuente: Propia autoría

La clasificación en Netflix parece confusa, pero esto se debe a que la categorización de la plataforma al ser a nivel mundial intenta abarcar todas las posibles nomenclaturas universales de clasificación de contenido audiovisuales. Sin embargo, Netflix solo usa las nomenclaturas para el aviso preventivo de los contenidos, no para el control parental que clasifica de una forma más sencilla y sin nomenclaturas, como lo indica la siguiente tabla.

Tabla2

Tabla de clasificaciones por edad de Netflix para Colombia

Niños pequeños	Adolescentes	Adultos
TODOS, 7+	13+	16+, 18+

Fuente: www.netflix.com

A partir de la información de las tablas y enfocando la mirada en la niñez, se opta por realizar el estudio a las 2 categorías de infancia que abarcan de 0 a 12 años para el Estado o de 0 a 13 años para Netflix. Sin embargo, debemos tener en cuenta otros parámetros de estudio. Un factor para delimitar la edad es la capacidad del niño de usar estas plataformas VOD de forma totalmente independiente y sin ayuda del padre, lo cual se da alrededor de los 4 años, por lo cual en ese momento ya no se da una mediación parental estrictamente necesaria en el acceso.

De los 0 a los 2 años son los padres los que involucran a los niños con la televisión y estos son los que le permiten únicamente ver el contenido que eligen para sus hijos, aunque los niños ya desde meses de nacidos pueden influenciar a los padres en el contenido elegido por el gusto que demuestran hacia algún tipo de animación o programa específico. Ya sea a través de un celular, una tableta o el televisor, a partir de los 3 años los niños comienzan a interactuar con la televisión y, no solo eligen contenido, sino que lo exigen a sus padres en caso de no poder acceder a él. Un niño de 3 años, por increíble que parezca, aprende a acceder a las plataformas audiovisuales solo, gracias a su fácil uso, sin embargo, es a partir de los 4 años en donde el niño adquiere una independencia total en el acceso las plataformas, como ya se advirtió. (Marcos et al., 2020)

Explicado lo anterior, se parte de los 4 años en donde la niñez se considera aún muy susceptible¹³ y los niños logran su independencia en el acceso y selección de contenido.

Una vez establecida la edad inicial, establecemos una edad límite para el estudio. Como se explicó antes, es el propósito de esta investigación analizar la transición de categorías de las edades, para determinar su incidencia en la mediación parental, por lo que la categoría de 6 a 12 años del Estado o de 7 a 13 de Netflix es necesaria. Sin embargo, los niños en esta etapa a medida que crecen dejan de tener una mediación parental directa. Según los datos de un estudio de mediación parental en España, “el consumo audiovisual se produce en soledad en mayor medida según el niño/a se hace mayor –los niños/as entre 3 y 6 años consumen en un 4,2% de las veces los contenidos solos frente al 8% de los que tienen entre 7 y 12 años”. (Marcos et al., 2020)

A partir de esto, la edad se establece de 4 a 9 años.

Recolección de datos:

Entrevistas a expertos

Se entrevistó a dos expertos de diferentes entidades, que se han involucrado en el análisis de la mediación parental y la relación niños-televisión, y una profesional

¹³ El presente trabajo no busca ahondar en los efectos del consumo de contenidos audiovisuales o de su perfil de vulnerabilidad, pero parte de las preocupaciones expresadas por la comunidad científica. Al respecto puede consultarse, por ejemplo, este documento: “Children and Adolescents and Digital Media” de la American Academy of Pediatrics, en: <https://pediatrics.aappublications.org/content/pediatrics/138/5/e20162593.full.pdf>.

de la comunicación audiovisual que tiene experiencia en estos temas desde la comunicación.

Las entidades seleccionadas bajo un criterio de su experiencia con la mediación parental y su participación en el trabajo del estudio de problemáticas similares fueron: El Instituto de La Familia de la Universidad de La Sabana y la organización Red PaPaz.

El Instituto de La Familia de la Universidad de La Sabana, es una institución académica interdisciplinar que analiza e investiga la realidad acerca de la familia. Su misión es promover la institución familiar como núcleo de la sociedad a través de la evidencia científica y la publicación de estudios.

La persona seleccionada de la Institución y experto fue Juan Camilo Díaz, Comunicador Social y Periodista de la Universidad de La Sabana con Maestría en Comunicación y Desarrollo Humano del Externado y diplomados en Familia y Comunicación Estratégica. También es profesor de Comunicación de la Universidad de La Sabana, con publicaciones como: “Televisión, familia e infancia” y “Los desafíos de la Familia en la era digital”¹⁴.

De la entrevista a Juan Camilo Díaz, se pudo concluir que, para el experto, la importancia del estudio de la mediación parental en la relación niños-televisión es vital, pues la audiencia infantil es una de las mayores consumidoras de contenido audiovisual y se debe analizar qué beneficios y perjuicios puede haber en este consumo. Respecto de los padres, resalta que deben informarse y educarse en

¹⁴ Las investigaciones de Juan Camilo Díaz se pueden encontrar en el siguiente link: <https://publicaciones.unisabana.edu.co/juan-camilo-diaz-bohorquez/>

temas digitales para poder realizar una mediación activa. Del modelo de Netflix, opina que está diseñado para el consumo ininterrumpido y que se desentiende de protección al niño, poniendo en manos de los padres todo el peso del control a través de sus herramientas de personalización de perfiles y controles parentales. Asimismo, se destaca que los contenidos de Netflix no son óptimos en su totalidad y que no deberíamos confiar en el criterio de Netflix.

Según Díaz, el modelo de Netflix es riesgoso porque genera tranquilidad en los padres sobre los que sus hijos están consumiendo gracias a su sección infantil, sin embargo, esta confianza genera que los padres dejen solos a sus hijos frente a la televisión y abandonen la responsabilidad de la mediación parental en manos de Netflix. Aunque el experto resalta que todas las mediaciones son importantes y que deberían apoyar a la formación del niño positivamente, la familia como primera educadora de su hijo, debe instaurar sus valores en él y ser la base para enfrentarse a los demás tipos de mediación.

Sobre la regulación de Netflix, la opinión de Díaz es que al ser plataformas a través de internet las reglas son aún muy abstractas y que el Estado sí debe entrar a regular debidamente, pues los padres no son autosuficientes y necesitan de la ayuda del Estado para enfrentar a los modelos de las VOD y sus posibles riesgos.

Respecto al acceso a la plataforma, Díaz piensa que es muy fácil y que esto no es precisamente positivo. Los niños pueden llegar a acceder a contenidos inapropiados sin presencia de los padres y por ende el hecho de que algo sea innovador no necesariamente significa que se positivo.

Para Díaz, la mediación parental es más difícil hoy en Netflix por cinco razones: primero, los contenidos están a la mano de los niños; segundo, no se conocen a profundidad los contenidos; tercero, la oferta de contenidos es tan amplia que no hay una forma efectiva para los padres de saber cuáles son buenos para sus hijos; cuarto, no hay franjas horarias; quinto, se puede consumir contenido desde diferentes dispositivos y pantallas.

Por último, el experto dice que hoy el mediador principal entre la relación niño-televisión es Netflix y no los padres. En la competencia entre la mediación de la videotecnología y la mediación familiar, la familia está perdiendo.

Red PaPaz, es una corporación sin ánimo de lucro, que tiene como fin la protección de los derechos de los niños. Dentro de sus siete principales objetivos, está el fortalecimiento parental y el uso seguro y responsable de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en pro de la protección al niño.

La persona seleccionada como representante de la institución y experto fue Carolina Piñeros Ospina, directora ejecutiva de Red PaPaz y miembro desde su creación en 2003. Piñeros, a través de Red PaPaz, ha impulsado políticas de cambio social para la protección al menor y de fortalecimiento al adulto como mediador para hacer efectivas sus políticas.

De la entrevista a Carolina Piñeros, se pudo concluir que el estudio de estos temas de mediación parental y relación niños-televisión, es esencial, debe ser parte de todo un panorama más grande de trabajo social a favor de la protección a los niños y su formación como individuos.

Sin conocer en concreto las estrategias de Netflix, Piñeros resalta que en su organización las llamadas de los padres quejándose de producciones específicas en Netflix han determinado la toma de acciones de mediación, para bloquear o aconsejar a los padres no dejar ver a sus hijos ciertos contenidos. Sobre este tema, la experta señala directamente la serie “13 Reasons Why”,¹⁵ producto original de Netflix, que trataba temas de suicidio en los jóvenes. Un tema que preocupó a muchos a padres es como este contenido podría afectar sus hijos adolescentes por lo que podría considerarse una presentación atractiva de la muerte.

Otro aspecto que analiza Piñeros es la sociedad colombiana, y como la inequidad es un factor que influye en que las familias tienen una pobre alfabetización mediática y los hijos muchas veces superan los conocimientos digitales y tecnológicos de los padres. También comenta que la pandemia ha influido en un acceso precoz las tecnologías, en donde por el encierro ha llevado a los padres a acercar más a los niños a los dispositivos tecnológicos para distraerlos.

La experta ve de forma negativa para el consumo de la audiencia infantil, el fácil acceso de las plataformas y la falta de franjas horarias, y a pesar de las herramientas de control parental y la sección infantil de Netflix, su preocupación radica en una “falsa” tranquilidad que ofrece la plataforma a los padres que la usan como una niñera digital cuando no pueden estar con los menores. Esta

¹⁵ Serie estadounidense de drama y adolescentes. producida por Selena Gómez, y dirigida por Brian Yorkey para Netflix.

preocupación se da, precisamente, porque deja de haber una mediación parental activa y apropiada.

Cuando Piñeros habla de la importancia de la mediación parental, destaca que las familias son muy diversas y esta diversidad influye en la crianza. La necesidad de algunas familias de trabajar y dejar a sus hijos solos en casa, por ejemplo, exige la ayuda de otros actores de la medición que apoye la formación del niño positivamente, como la escuela y el Estado.

A partir de esto, resalta que el Estado colombiano debe estar presente para ayudar en la mediación cuando las familias fallan en la protección de sus hijos y está fallando en ayudar a la mediación. Observa que la institución Red PaPaz, que ha tenido la intención de plantear las problemáticas a la CRC, se encuentra con que esa entidad envía las problemáticas directamente a las plataformas y no ejerce su rol como autoridad de regulación audiovisual.

De la autorregulación de las plataformas, la opinión de Piñeros es contundente, no está de acuerdo con que sean las mismas plataformas las que se autorregulen, cree que la intervención del Estado es obligatoria, pero denuncia que las instituciones públicas no han apoyado a la escuela ni a la familia para ejercer una mediación efectiva.

Piñeros retoma la diversidad económica de las familias y dice que las posibilidades de un padre de haber venido de una familia con ingresos y acceso a una buena educación, va a llevar al individuo a conocer más los riesgos digitales y por ende ejercer un mejor rol en la mediación para sus hijos, a diferencia de las

familias sin estas posibilidades que son la mayoría y que representan un problema de toda la sociedad en donde no hay voluntad política.

Como conclusión, Piñeros dice que la mediación parental hoy es más difícil y está perdiendo ante la mediación videotecnológica de Netflix que se ha diversificado a un ritmo frente al que los padres, por falta de conocimiento, no logran competir.

Por último, desde la perspectiva de la comunicación audiovisual, presentamos a María de los Ángeles Quintero, comunicadora social con énfasis en audiovisual de la Pontificia Universidad Javeriana, con ocho años de experiencia en el campo audiovisual. Trabajó en Colciencias, ahora Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, y está actualmente interesada en los perjuicios de la televisión en los niños.

De la entrevista a Quintero se pudo concluir que el estudio de la relación de los niños con la televisión es muy valioso para la sociedad debido a que el consumo indebido y excesivo de la televisión es muy perjudicial para su formación. Los padres hoy dejan en manos de la televisión parte de la educación de sus hijos y las investigaciones de los efectos de la televisión sobre los niños son muy contradictorios. Para ella, la forma tradicional de educación es más efectiva, porque hay una mayor presencia del padre incluso al momento de ver televisión en familia, lo que no ocurre con la televisión del modelo de Netflix, porque no existe el acompañamiento del padre en el proceso.

Quintero resalta que los padres no tienen toda la responsabilidad de dejar al niño consumir televisión, pues a nivel social se nos ha vendido que este modelo de Netflix de innovación es positivo y puede ayudar a educar, sin embargo, cree es una “falsa realidad” en donde el padre cree que su hijo está en un entorno seguro y no es así. Los padres deben tomar conciencia del impacto de la televisión en el niño a temprana edad.

Del impacto de la televisión, Quintero indica que, de 0 a 3 años, los niños no deberían ver televisión. Ella parte del ejemplo de “Baby Tv”¹⁶ que fue limitado en Francia, en donde en 2008 el Estado, a partir de estudios científicos, prohibió el contenido para niños de 0 a 3 años. Además, se exigió que los distribuidores incluyeran un aviso de advertencia antes de cada contenido, en donde se indique que ver la televisión puede afectar negativamente el desarrollo de los menores de 3 años, incluso si los programas aparentan ser educativos o están creados específicamente para esas edades. Además de este ejemplo, Quintero explica que esto no se limita solo a estas edades tempranas y que los niños no pueden quedar en manos de la tecnología.

El problema radica en que los padres optan por dejar a sus hijos solos con la televisión como educadora y no pasan el tiempo debido con ellos. Tienen que dedicar tiempo a jugar con ellos directamente y no dejar en manos de la televisión los tiempos para compartir.

¹⁶ Baby TV es un canal internacional, distribuido en más de 100 países y 18 idiomas, con origen en el Reino Unido y de propiedad de Walt Disney Company. Sus contenidos están creados específicamente para los bebés y los niños más pequeños.

Específicamente de Netflix, Quintero resalta que la plataforma está diseñada tanto para adultos como para niños en pro de un consumo que genera adicción, pero que los riesgos son mayores en los menores pues, sin ser capaces de identificar los riesgos por sí mismos, podrían quedarse horas sin dejar de ver la televisión sino fueran intervenidos por sus padres.

De los criterios de Netflix para el contenido y los controles parentales como las categorías de edad, Quintero denuncia que las plataformas están sujetas a su productividad como empresas y la necesidad de generar siempre más ingresos, por lo que no podemos confiar su categorización de edades para los contenidos.

Quintero comenta que la mediación familiar es más importante que las demás mediaciones, no precisamente porque las otras sean irrelevantes, sino porque son inevitables, sino porque en el caso del niño esta mediación es la base estructural para formarse como individuo y enfrentar los demás tipos de mediación.

De la regulación, Quintero no conoce específicamente las normas para Netflix, pero nos dice que, por la novedad del modelo de las VOD, los Estados están hasta ahora viendo cómo pueden ejercer una debida regulación, sin embargo, las tecnologías avanzan más rápido que la posibilidad de legislarlas. También comenta que la autorregulación no es una buena opción, retomando que las plataformas son empresas que quieren generar más ingresos y ellas mismas no se van a perjudicar así mismas con medidas que puedan influir en la disminución del consumo.

Para Quintero, El avance rápido de las plataformas no da tiempo para el análisis de estas y la sociedad tendrá que aprender los pros y los contras de estos modelos a través de sus consecuencias. De ahí la necesidad de un Estado efectivo, reconociendo la dificultad de los padres para ser suficientes en el control de estos modelos. El Estado debe basar sus decisiones regulatorias en investigaciones científicas que independientes y no en unos gustos de las mayorías por el entretenimiento.

Para Quintero, la mediación parental más importante es no dejarle precisamente la mediación a la televisión. El fácil acceso a Netflix está diseñado para el consumo y para que los padres no tengan la necesidad de intervenir en el acceso a contenidos ni en la mediación de estos, gracias a una supuesta sección infantil confiable. Y aunque parece que es más fácil la mediación parental desde las herramientas digitales de Netflix, son de doble filo, porque el padre ya no está pendiente de lo que su hijo consume ni hay acompañamiento real: es una falsa sensación de mediación parental.

Entrevistas a padres

Para el estudio se logró entrevistar a varios perfiles de padres de familia con diferentes características sociales, para darle diversidad al estudio. Entre los entrevistados, el requisito primordial era que tuvieran hijos entre 4 y 9 años y que usaran Netflix en su casa para sus hijos.

Los entrevistados fueron:

David Rojas y Diana Osorio, Alejandra Alarcón, Nicolás Suarez, Jeison Espitia

Jonathan Medina, Samir Salinas, Cristian Higuera y Ana María Guerra.

La tabla a continuación nos informa los datos de los padres entrevistados.

Tabla 3

Grafica de datos de la diversidad de los padres entrevistados.

Nombre de los padres	Religión	Estado civil	Nivel de educación académica	Profesión	Número de hijos	Edades de los hijos	Estrato de la vivienda	Usuario de Netflix
David y Diana	Católicos	Casados	Universitaria	Abogado y Comunicadora Organizacional	2	4 y 7 años	3	si
Alejandra	Católica	Casada	Universitaria	Medica	2	6 y 6 años	6	si
Nicolás	Católico	Casado	Universitario	Internacionalista	3	1, 5 y 7 años	5	si
Jeison	-	Soltero	Técnico	Editor en tiempo real	2	4 y 10 años	2	si
Jonathan	Cristiano	Casado	Universitario	Medico	1	7 años	5	si
Ana María	-	Soltera	Universitario	Administradora	1	7 años	3	si
Samir	Católico	Casado	Bachiller	Taxista	2	3 y 6 años	2	si
Cristian	Ateo	Casado	Universitario	Músico	2	1 y 5 años	4	si

fuelle: propia autoría

De las entrevistas de los padres se pudo percibir que la mediación parental es una necesidad natural para instaurar sus propios valores en sus hijos. Netflix, que ya hace parte del día a día de los padres, como indicaron en las entrevistas, es una ayuda para distraer al niño en momentos en los que no puede estar acompañado. Lo contradictorio es que, aunque todos los padres relataban la importancia del acompañamiento físico para ver televisión, al mismo tiempo indicaban que el niño ve televisión para entretenerse en momentos en donde no existe el tiempo para compartir con él.

La opinión de los padres sobre Netflix para los niños fue positiva, todos los padres entrevistados, además de ser usuarios de la plataforma, aceptaban que lo usaban para el entretenimiento de sus hijos. Algo particular, fue que la mayoría usa Netflix para los niños como su única forma de ver televisión y en algunos casos se usaban también otras plataformas VOD. Esto que nos indica que los padres, como mediadores, son promotores para que sus hijos consuman Netflix y lo prefieran por encima de otros modelos. Una de las razones más fuertes, es la confianza en los contenidos infantiles de la plataforma y que Netflix no posee publicidad, no deja que el niño se pare de ver televisión por el tiempo que está viéndola.

En una pregunta específica de ¿Cuánto tiempo dejan ver a sus hijos televisión?, la respuesta fue de un aproximado de 2 a 3 horas diarias y siempre se referían a Netflix al respecto. Algo que llama la atención y que resaltaron algunos padres, es que en esta época de pandemia este tiempo se incrementó, por la ausencia de

otras actividades que realizaban cotidianamente y por las necesidades de los padres de trabajar y distraer a su hijo.

La constante fue que los padres confían en que Netflix y en sus contenidos de la sección infantil son en su mayoría son apropiados, pero una minoría comentó que a veces no estaban de acuerdo con algunos de estos contenidos específicos por ser superficiales o poco educativos. David Rojas y Diana Osorio se refieren al programa de la muñeca Barbie como superficial y la serie H2O, sobre sirenas, como sugestivo sexualmente.

Respecto de los programas específicos que veían sus hijos, todos dijeron saber que conocían la mayoría de los contenidos. En los casos en que los padres tenían dos hijos, resaltaban que el hijo mayor -mayores de 7 años- ya poseía más independencia para la elección de contenidos y en ese sentido los padres conocían en menor medida los contenidos que veían.

Continuando con los controles parentales de Netflix, a pesar de su fácil uso, la mayoría de los padres no conocían realmente estas herramientas de Netflix, simplemente conocían lo más básico o confiaban en su totalidad en la sección de niños que ya viene predeterminada en la plataforma.

La sección de niños de la plataforma de Netflix viene configurada de 0 a 13 años, en donde Netflix establece como se dijo antes, dos categorías para los niños, de 0 a 7 años y de 7 a 13 años, sin embargo, a pesar de que los padres en su mayoría dijeron conocer las categorías de clasificación de edades, no establecían este control con las herramientas de control parental, por no

conocerlas o por descuido. Sin embargo, en el caso específico de David y Diana, eran los únicos padres en usar esta herramienta de control parental de clasificación de edades de 0 a 7 años, para evitar el consumo de contenidos con calificación distinta. Esta la única herramienta que usaban y conocían bien.

La totalidad de los padres indicó no conocer que Netflix poseía una herramienta precisa para discriminar contenido específico, esto quiere decir, bloquear una producción en la plataforma que choque con sus criterios. No obstante, al ser informados sobre esa posibilidad, a algunos les pareció muy interesante poder aplicarla.

En una pregunta que aludía a si sus creencias y costumbres como familia determinaban que veía su hijo, todos los padres respondieron que sí, en contraparte, las preocupaciones de los padres con los contenidos son casi inexistentes, pues confían plenamente en Netflix, lo que indicaría que la plataforma está haciendo, al parecer, una buena labor en la sección infantil.

A pesar de esto, cuando pregunte qué beneficios ven en que sus hijos vean televisión, Jeison Espitia dijo que era un mal necesario; Jonathan Medina, que no tiene muchos beneficios, pero que entretiene; Cristian Higuera, aludió a que hay ciertos contenidos educativos buenos. Pero ninguno padre dijo que el balance era totalmente positivo.

Por otro lado, al conocer que la plataforma puede discriminar contenido específico, la totalidad de los padres expresó no tener problema con que en Netflix haya contenidos contrarios a sus creencias y costumbres familiares, si pueden

bloquear esos programas para sus hijos. La premisa fue: Cada uno ve lo que quiere ver, mientras yo pueda elegir y personalizar mi contenido.

El acceso a la plataforma fue considerado fácil por todos los padres y visto en su mayoría como algo muy positivo. Sin embargo, se resaltaron los peligros de que el niño pudiera entrar a los perfiles de adultos, un interés que está presente en los niños más grandes. Nicolás, Alejandra, David y Diana, indicaron una posible preocupación de que su interés o curiosidad, los dirigiera a revisar los perfiles de adultos, pero en la edad establecida entre 4 y 9 años, la preocupación de los padres por la entrada a los perfiles de adultos es hipotética y su preocupación radicaría en que, por el fácil acceso, se diera un encuentro accidental con contenidos inapropiados.

Todos los padres respondieron sí, respecto de si es necesaria su mediación parental para regular lo que ve su hijo. No dudan de que la mediación parental sigue siendo necesaria en la relación niños-televisión, sin embargo, respecto de los contenidos parece estar más agradecidos con los criterios de Netflix y sus posibilidades de personalización de perfiles infantiles. Por otro lado, la mediación parental respecto del tiempo de consumo de contenidos del niño es estricto, los padres ven la necesidad de controlar el tiempo y poner horarios para el consumo de la televisión.

Los beneficios de Netflix para la mediación parental, según las entrevistas a los padres, quedan establecidos así:

- Al ofrecer una sección infantil, los padres están tranquilos de los contenidos consumidos por sus hijos y no ejercen mediación directa al respecto.
- La posibilidad de discriminar contenido específico contribuye positivamente a la mediación que el padre quiere ejercer en su hijo.
- Las categorías de edad de Netflix, que están fragmentadas en 2 secciones, son eficaces y fáciles de comprender.
- El contenido educativo de Netflix, el más deseado por los padres para el consumo infantil, es suficiente, variado y constantemente renovado a diferencia de la televisión tradicional.
- El fácil acceso a la plataforma es bien visto por los padres positivamente por la independencia que genera en sus hijos en el uso de herramientas digitales.

Los puntos negativos de Netflix para la mediación parental, según las entrevistas a los padres, quedan establecidos así:

- No se conocen debidamente las herramientas parentales que ofrece Netflix y no hay un interés real por usarlas.
- La sección infantil, que ya viene preestablecida, genera un exceso confianza en los padres.
- El fácil acceso a Netflix, a pesar de ser bien aceptado, plantea una preocupación de un posible ingreso de los niños a los perfiles de adultos y, por lo tanto, a contenidos indeseados.

- Netflix no ofrece un control para el tiempo de consumo. El tiempo de consumo es lo más controlado por los padres.

Controles Parentales de Netflix

Netflix, como todas plataformas VOD, presentan sus herramientas de control parental a través de lo digital y basan su control y la clasificación de contenidos en la autorregulación, de donde se deriva la promoción de una intervención personalizada del usuario.

Netflix presenta, a través de una interfaz atractiva, los contenidos seleccionados por ellos para la distribución que ya vienen con una previa autorregulación.

Además, incluye un perfil de niños preestablecido, en donde solo se presenta contenido infantil de clasificación entre 0 y 13 años. Esta clasificación parte de su criterio como plataforma y del criterio mismo de cada contenido desde su producción.

Lo anterior es lo que nos entrega Netflix a los usuarios. Si queremos, podemos optar por la personalización de nuestros perfiles y allí entra en función la medicación videotecnológica.

El modelo de las VOD se da a través de los perfiles y cada usuario puede personalizar sus gustos de consumo ayudado por la inteligencia artificial y por las herramientas digitales de control parental, que pueden discriminar un contenido específico o contenido general por categoría de edades.

Netflix ha tenido que pensar en este mecanismo de personalización que ha ido evolucionando para poder ser aceptado por el público en diferentes regiones del

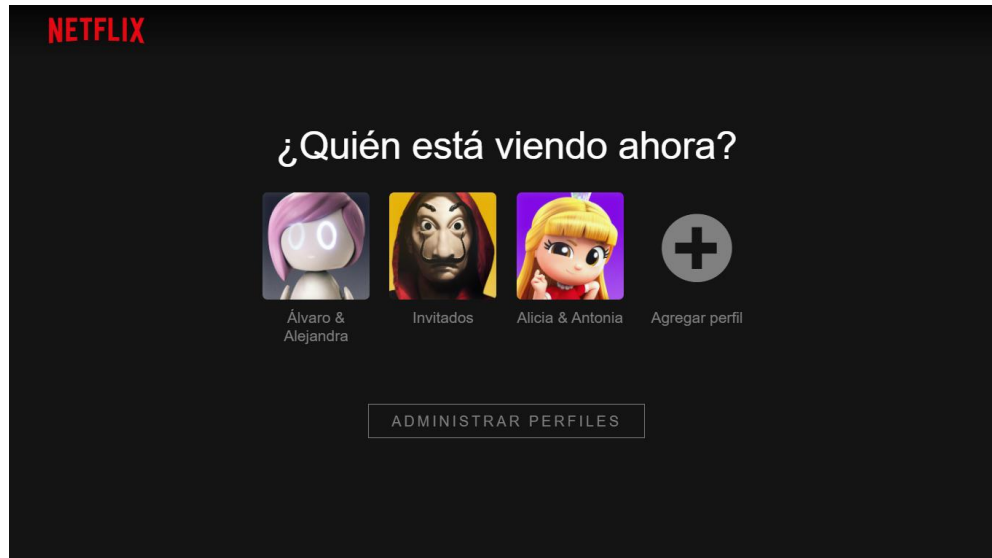
mundo, con diferentes culturas y gustos. Los mecanismos de personalización que no se aplican desde la inteligencia artificial sino desde nuestra propia elección, se limitan a los controles parentales, exceptuando la imagen y nombre del usuario.

No obstante, como hemos observamos en las entrevistas a los padres de familia, no se conocen o no se usan los controles parentales de Netflix ¿Por qué ocurre este fenómeno?

Para analizar esto, se tomaron unas capturas de pantalla de la sección de edición de perfiles y control parental de Netflix, para establecer si su uso es fácil o no, y si estas herramientas son suficientes.

Antes de pasar a las imágenes, se debe aclarar una particularidad de estas plataformas y su acceso a través de diferentes pantallas. Los formatos de la plataforma varían dependiendo de la pantalla en que se vean. En un celular es más complejo la manipulación del uso de las opciones desde la aplicación, mientras que se facilita en una laptop y desde la página web. En un televisor, en algunas opciones particulares, nos piden ir directamente a la página web (un factor que ya representa un paso más para el uso de las herramientas) para la manipulación y establecimiento de algunos controles parentales que se aplican en todos los dispositivos una vez elegidos. Por esta razón, observaremos las imágenes desde la presentación de Netflix en la versión web.

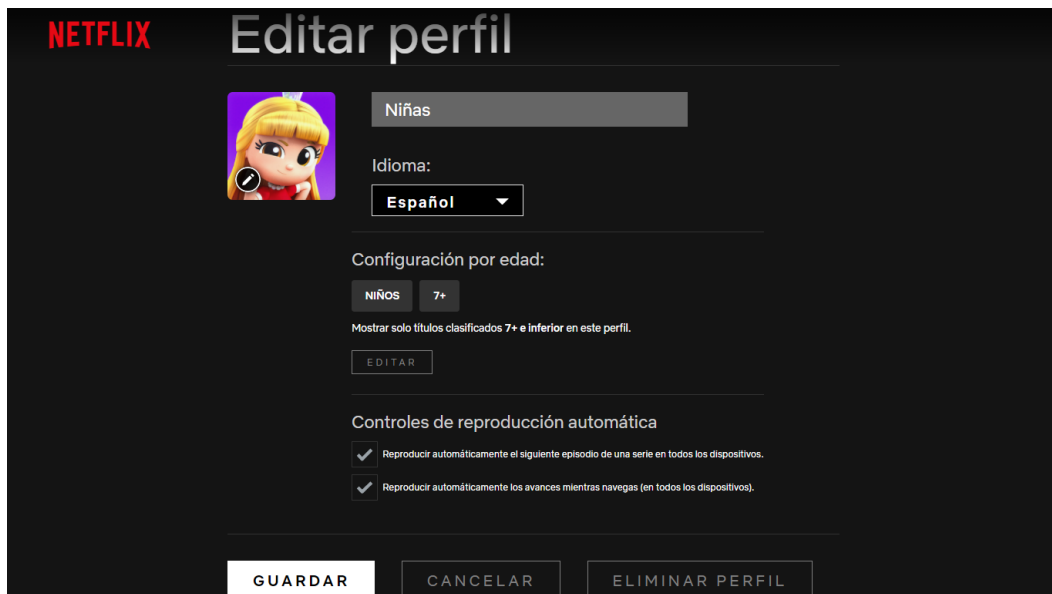
(Captura de pantalla 1. sección de elección de perfiles en Netflix)



(Fuente: www.netflix.com)

Lo primero que podemos observar una vez ya entramos a la plataforma, es que nos invita a seleccionar un perfil para ingresar a los contenidos de ese perfil. Desde esta sección no podemos ver opciones de menú que nos indique cómo seleccionar controles parentales u otras opciones, pero sí podemos ver la opción de administrar perfiles en la parte inferior. Si seleccionamos el icono de Netflix en la parte superior derecha, nos llevará directamente al perfil principal, en este caso, un perfil de adultos de los padres. Debemos seleccionar, administrar perfiles, lo que nos presentará un lápiz encima de cada perfil y nos indicará que ahora el perfil que elijamos será editable.

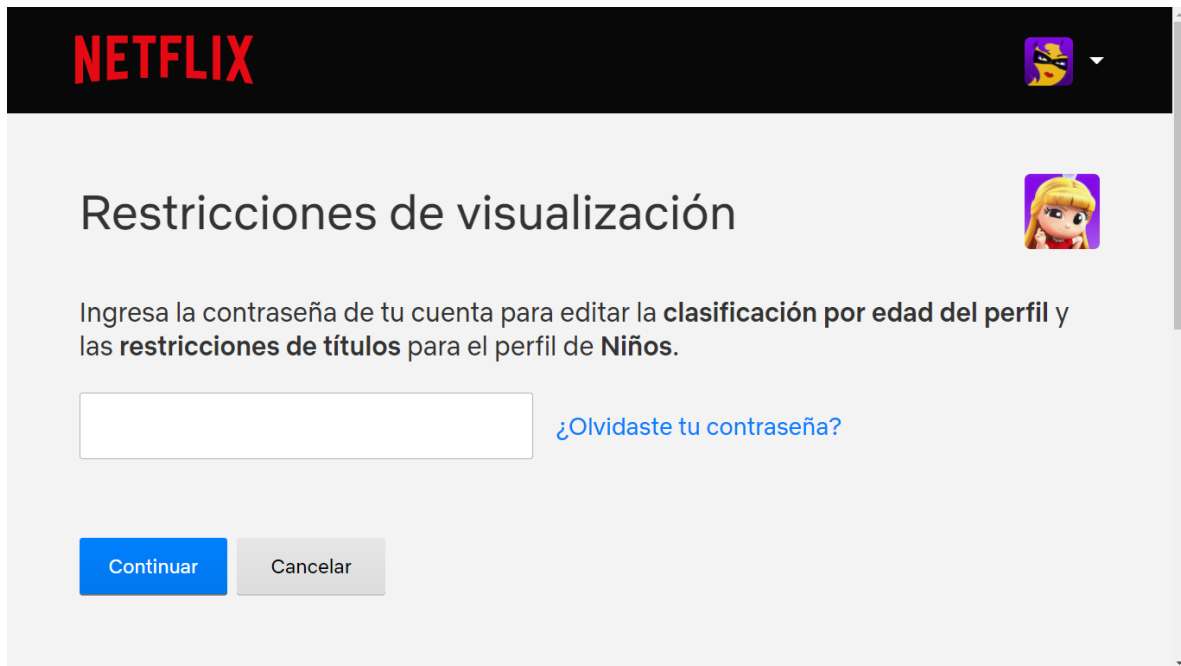
(Captura de pantalla 2. sección de edición de un perfil ya elegido, para su modificación, en Netflix)



(Fuente: www.netflix.com)

Una vez seleccionado el perfil, en este caso infantil o de niños, que es el de nuestro interés, el padre deberá observar las opciones para la personalización del mismo y en donde hay dos tipos de control parental: la configuración por edad y los controles de reproducción automática, que ya vienen seleccionados de forma preestablecida para que los contenidos se reproduzcan automáticamente al acabar un capítulo, o los avances publicitarios de un contenido específico se reproduzcan solos en la página de inicio del perfil seleccionado. En este caso para quitar estas opciones debemos eliminar la selección preestablecida. En el caso de la configuración por edad, debemos entrar en el botón editar que, aunque se ve claramente, es más oscuro que los demás.

(Captura de pantalla 3, sección de entrada a la sección de controles parentales)

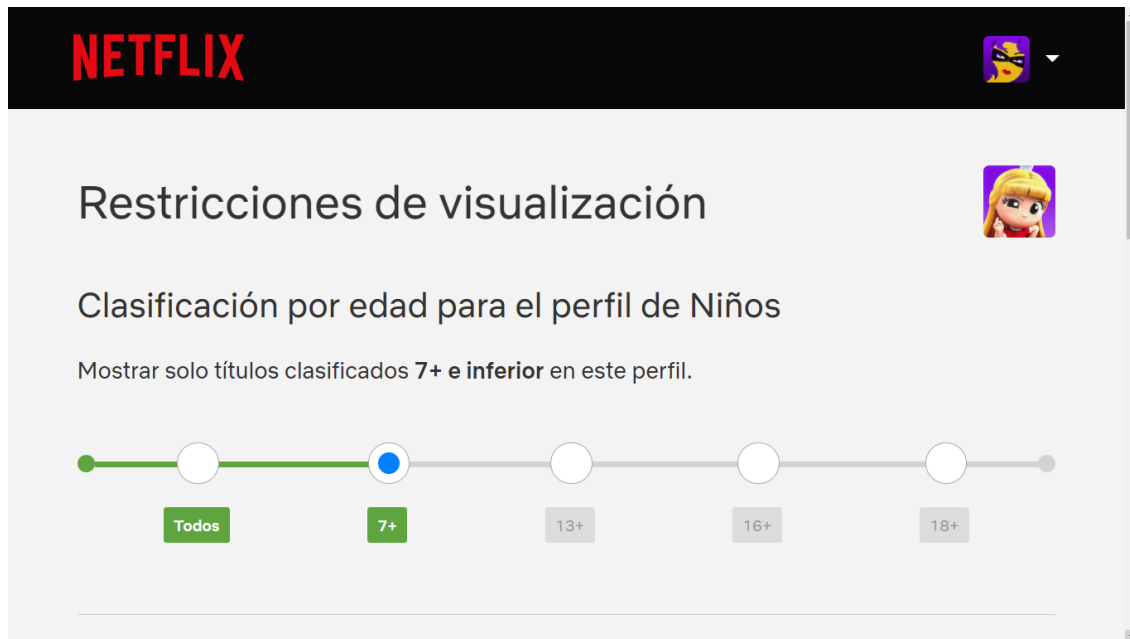


The screenshot shows the Netflix interface for parental controls. At the top left is the red 'NETFLIX' logo. At the top right is a user profile icon of a person with a mask. Below the logo, the title 'Restricciones de visualización' is displayed in a large, dark font. To the right of the title is a small profile picture of a child with blonde hair. Below the title, there is a paragraph of text: 'Ingresa la contraseña de tu cuenta para editar la clasificación por edad del perfil y las restricciones de títulos para el perfil de Niños.' Below this text is a white rectangular input field for the password. To the right of the input field is a blue link that says '¿Olvidaste tu contraseña?'. At the bottom of the form, there are two buttons: a blue button labeled 'Continuar' and a grey button labeled 'Cancelar'.

(Fuente: www.netflix.com)

Una vez elegimos editar, nos redirigiremos a esta página en donde se establece un control de seguridad a través de la contraseña de usuario, la misma para acceder a la plataforma, para que los menores no puedan manipular las restricciones que sus padres elijan. Una vez puesta la contraseña le damos en continuar y listo. Nos volverá a redirigir a una página de restricción de visualización.

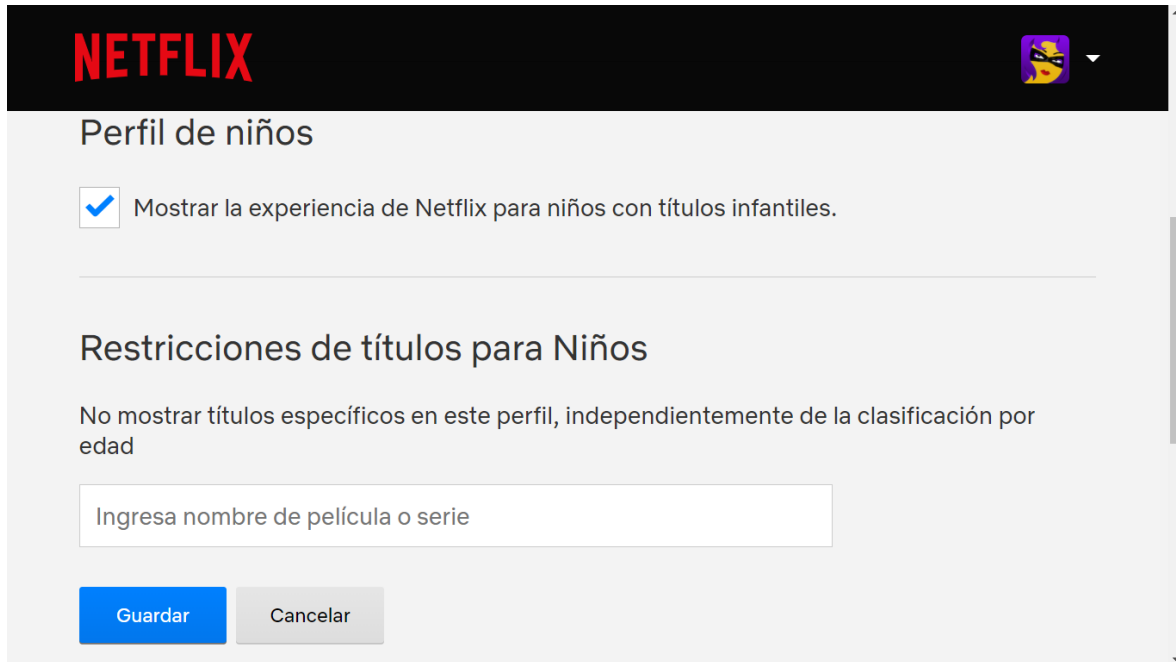
(Captura de pantalla 4, sección de control parental, parte superior)



(Fuente: www.netflix.com)

En la parte superior de esta sección nos encontramos con un mecanismo de muy fácil uso para restringir contenido general, que este categorizado en ciertas edades. Si, por ejemplo, seleccionamos únicamente la categoría “Todos”, pensando en los más pequeños o menores de 7, Netflix inmediatamente bloqueara todos los contenidos de las otras clasificaciones para mayores.

(Captura de pantalla 5, sección de control parental, parte inferior)



The screenshot shows the Netflix interface for a child profile. At the top, the Netflix logo is in red on a black background, followed by a user profile icon. Below this, the heading "Perfil de niños" is displayed. A checked checkbox is followed by the text "Mostrar la experiencia de Netflix para niños con títulos infantiles." Below this is a horizontal separator line. The next section is titled "Restricciones de títulos para Niños". Underneath, it says "No mostrar títulos específicos en este perfil, independientemente de la clasificación por edad". There is a text input field with the placeholder "Ingresa nombre de película o serie". At the bottom, there are two buttons: "Guardar" (highlighted in blue) and "Cancelar" (greyed out).

(Fuente: www.netflix.com)

En la sección inferior podemos ver dos opciones, la primera que hace referencia a que la sección de niños contará solo con títulos infantiles, pues hay títulos con la categoría "Todos", que podrían no ser dirigidos específicamente a esa audiencia. La segunda opción, que Netflix incluyó solo hasta el 2020, es el bloqueo de un título específico independiente de la categoría de edad y de los criterios de la empresa para el consumo de los niños. Esta herramienta busca que, si los padres no están de acuerdo con un programa infantil para sus hijos, este deje de ser visible en el catálogo.

Se seleccionan las opciones y se le da "Guardar". Una vez realizado el proceso, el perfil seleccionado quedará con los controles parentales elegidos ya activados.

Existe todavía una opción más en los controles parentales de Netflix que fue incluida en 2020 para prevenir el ingreso fácil de los niños a otros perfiles. Los niños solo tenían que seleccionar un perfil de adultos desde la página de inicio para entrar en estos. La opción fue incluir un pin o clave de seguridad en los perfiles de adultos o de niños, con dos fines. Primero, que los niños no puedan entrar a un perfil que no es suyo sin el conocimiento del pin; segundo, evitar el ingreso de otras personas pues el consumo de contenidos puede considerarse un asunto privado. Estas es la forma de activarlo:

(Captura de pantalla 6, sección de ayuda para activar el control parental a través de pines en perfiles)

Cómo bloquear o desbloquear perfiles

Si quieres restringir el acceso a un perfil específico de tu cuenta, puedes hacerlo mediante un PIN de **bloqueo de perfil**.

Para agregar un PIN a un perfil:

NOTA: Ciertos dispositivos **no pueden actualizarse** para que sean compatibles con algunas funciones nuevas como el PIN de bloqueo de perfil.

1. Desde un navegador web, accede a la página Cuenta.
2. Abre la configuración de **Perfiles y controles parentales** para el perfil que deseas bloquear.
3. Cambia la configuración de **Bloqueo de perfil**.
4. Introduce la contraseña de tu cuenta de Netflix.
5. Selecciona la casilla **Requerir un PIN** para acceder al perfil seleccionado.
 - Para deshabilitar el uso de PIN, desmarca la casilla.
6. Introduce cuatro números para crear tu PIN de **bloqueo de perfil**. Salvo que estés utilizando un **dispositivo no admitido**, tendrás que ingresar este PIN para acceder al perfil o reproducir los títulos que se hayan descargado desde allí.
7. Si quieres que se exija la introducción de un PIN cada vez que se agrega un nuevo perfil a tu cuenta, selecciona **Requerir PIN para agregar nuevos perfiles**.
 - Esta opción solo está disponible después de crear un PIN de **Bloqueo de perfil** para el perfil **principal** de la cuenta.
8. Selecciona **Enviar**.

Artículos sugeridos

- Facturación y pagos
- Cómo buscar y descargar series y películas
- Cómo crear y editar perfiles
- ¿Por qué no funciona Netflix?
- Cómo encontrar series y películas en Netflix

(Fuente: www.netflix.com)

Esta opción de control parental a través de los ocho pasos que para poder establecer un pin a los perfiles es difícil y hace necesario analizar la información

de la sección de ayuda para lograr aplicarlo. Si los padres no usan las herramientas parentales de fácil aplicación, menos van a aplicar esta opción de control parental. De hecho, en las entrevistas se observó ninguno de los padres conocían esta opción.

Por otro lado, no existe la posibilidad en las herramientas parentales de Netflix de controlar el tiempo de consumo, aunque ya existía en otras plataformas como Free Time Unlimited de Amazon, en donde se podía controlar el tiempo de los niños en las pantallas. Para esta característica de control parental específica, era necesario estar en la categoría Premium de la sección infantil pagando una tarifa más alta. En la actualidad Free Time Unlimited evolucionó a Amazon Kids.

Sin embargo, existen aplicaciones, sin relación directa con Netflix, que pueden regular el tiempo de consumo de cualquiera de estas plataformas VOD y diseñadas para el control parental.

Análisis de resultados

Partiendo de los datos recopilados de los 3 ejes de análisis, analizaremos los resultados de la visión general de cada eje.

De las entrevistas a los expertos, podemos resaltar los puntos en común:

El estudio de la relación niños-televisión es de vital importancia para la sociedad, porque el impacto puede ser muy negativo y, por ello, debe estar presente la mediación parental. El modelo de Netflix incorpora un riesgo en esta relación que debemos analizar.

El fácil acceso de los niños a la plataforma de Netflix es negativo. El niño entra a la plataforma y accede a los contenidos solo, lo que conlleva riesgos potenciales a falta de mediación activa y presencial de los padres.

Los contenidos de Netflix no son en su totalidad recomendables para los niños y nunca debe existir una confianza ciega en ellos, pues la plataforma es una empresa con fines lucrativos que necesita del consumo de sus usuarios para generar ingresos.

La mediación parental se ha visto afectada por el modelo de Netflix, pues los padres ponen en manos de las herramientas digitales la mediación parental. La mediación viene desde la televisión y no desde los padres.

Se considera a la mediación parental como la más importante, dado que la familia es la base de la formación del niño como individuo, pero se considera que todas las mediaciones son necesarias e inevitables.

Las normas colombianas respecto de la regulación a Netflix no son claras. La autorregulación se considera un modelo que no ofrece garantías a los padres ni a la sociedad.

El Estado debe estar más presente y ser más eficaz en regular estas plataformas para ayudar a las familias. La diversidad de las familias hace necesaria la presencia del Estado para ayudar, ya que los padres no son autosuficientes en todos los casos.

La mediación parental sí compete con Netflix, y está perdiendo. La mediación videotecnológica de Netflix, a través de sus herramientas, ofrece una mediación

parental falsa, que aleja al padre de una verdadera labor de mediación, por la confianza en la plataforma.

En contraste, los puntos en común de los padres entrevistados nos dan una perspectiva diferente de su relación con Netflix.

Los padres consideran que la plataforma Netflix es positiva para sus hijos y a pesar de que existe un conocimiento muy pobre de los controles parentales, confían –con la única excepción de Nicolás Suárez- en el contenido elegido por la plataforma, solo haciendo alguna que otra salvedad entre cientos de miles de contenidos. A través de las categorías de edad de Netflix los padres se sienten seguros y, aunque no hay un pleno conocimiento de estas categorías, sí conocen lo suficiente para fiarse de ellas.

La sección infantil de Netflix representa para los padres la tranquilidad que no habían tenido en la televisión tradicional. Dicen conocer los contenidos que ven sus hijos y ven positivo y suficiente el catálogo que Netflix le ofrece.

El fácil acceso de los niños a la plataforma es considerado positivo, es símbolo de que el niño está aprendiendo a usar solo las herramientas digitales que el mundo ofrece en esta nueva realidad digital. Aunque se resalta que sí existe un riesgo por el fácil acceso por el miedo de que el niño pueda entrar tan fácil a ver contenidos para adultos.

Los padres consideran necesario su intervención como reguladores de contenido para ejercer una mediación parental y ve en Netflix la posibilidad de ejercerla debidamente.

Para las familias, sus creencias y costumbre determinaban totalmente la elección del contenido y lo que consideran apropiado para sus hijos.

De los controles parentales de Netflix podemos inferir que la mayoría son de fácil uso. Están diseñados para facilitar la mediación parental y permitir la personalización de perfiles en cuanto a la protección de contenidos indeseados. Las categorías de edades que se establecen desde Netflix son suficientes si las comparamos con las categorías de clasificación de la televisión tradicional o Estatales. La posibilidad de discriminar contenido específico abre las posibilidades para los padres de eliminar el contenido que no esté alineado con sus convicciones.

Poner el pin de seguridad a un perfil puede dificultar el acceso inmediato a Netflix, por lo que pareciera que la intención de la empresa es ofrecer esta posibilidad únicamente al que la requiera excepcionalmente.

Recopilados y analizados los datos, vemos que la triangulación de información no nos permite tener un punto de que convergencia entre los 3 ejes, salvo el reconocimiento de la necesidad de la mediación cuando se trata de público infantil.

Los expertos opinan desde la visión del deber ser, mientras los padres opinan desde una perspectiva de lo es. Por otro lado, el análisis de los controles parentales desde Netflix nos provee información para validar cual es la realidad.

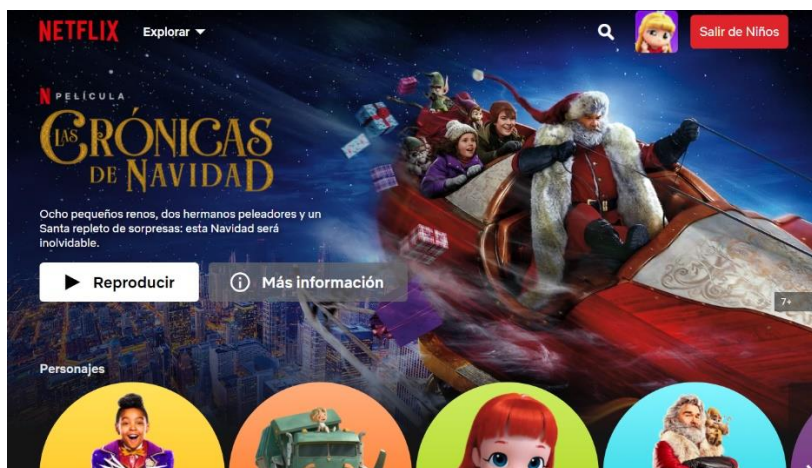
Análisis desde la mediación

La mediación videotecnológica de la plataforma Netflix está diseñada para el consumo. La mediación no se da precisamente desde los contenidos sino desde el

acceso a los mismos. El niño se encuentra constantemente mediado por las posibilidades técnicas desde el momento en que entra e incluso antes. Algunos controles remotos de los dispositivos ya incluyen el botón rojo de Netflix que resalta entre los demás botones. Con oprimir un botón, los televisores se encienden directamente en Netflix y, para los que ya son usuarios, se ubica directamente en la selección de perfiles.

Los perfiles infantiles tienen imágenes de llamativas y de muñecos animados, incluso se puede elegir la imagen de uno de sus programas favoritos para que el niño identifique su perfil. La plataforma, en el caso de los niños, está diseñada para que no exista la necesidad de leer. En la sección infantil de Netflix, al igual que en la de adultos, los programas se auto publicitan. Los programas que Netflix elige para promocionar no parten necesariamente de los gustos de los niños, sino de los contenidos que la empresa invita a consumir, como se ve en la siguiente imagen.

(Captura de pantalla de la sección infantil de Netflix, a través de un perfil de niños)



(Fuente: www.netflix.com)

El botón de reproducir esta resaltado, el niño no tiene que buscarlo, solo entrar en su perfil. Son solo dos clics para encender la tv en Netflix y poner el perfil, solo falta el tercero para ver el contenido promocionado.

Sí, Netflix está diseñado para el consumo, pero esto no es necesariamente malo, la televisión ya estaba diseñada con ese fin. Netflix quiere aumentar sus usuarios, la televisión tradicional, el rating. Si Netflix no tuviera el nivel de ingresos que tiene, no podría tener un catálogo tan numeroso y atractivo de contenidos, esa es la realidad. Es más, a diferencia de la televisión tradicional, Netflix solo necesita que el usuario esté inscrito y pagando la plataforma, no necesariamente consumiendo. Aunque si no consumes, seguramente cerrarás la cuenta.

Las posibilidades técnicas y la forma de mediación de Netflix han exigido a las demás mediaciones adaptarse y no necesariamente en armonía.

La mediación parental se enfrenta a la inmediatez y a un modelo que podría ser adictivo para el niño. Los padres antes estaban acostumbrados a las franjas horarias y a ver lo que les tocara en televisión, pero en este estudio los niños nacieron cuando Netflix ya existía y conocen muy bien el modelo.

Triangulación de información

Las entrevistas a los expertos nos indicaron que las herramientas parentales de Netflix daban una sensación falsa seguridad a los padres de que estaban ejerciendo una mediación parental correcta a través del bloque de contenidos y selección de categorías de edades y, en la práctica, los padres están felices de la posibilidad de estas herramientas que aún no usan.

Los expertos tienen razón en que la mediación parental, a través de lo digital, confía al padre y hace que se desentienda de estar presente para ejercer una mediación activa. En un ejemplo hipotético de un padre responsable del uso de las herramientas parentales de Netflix, este determina qué ven sus hijos bloqueando contenido de lo que escucharon o leyeron que podría ser polémico para sus creencias y costumbres. Asimismo, establece los controles de categorías de edad de acuerdo con los años de su hijo para su tranquilidad y, por último, establece un pin de seguridad a su perfil, en donde imposibilita al niño a entrar a contenidos para adultos. Ahora el padre también establece un horario para ver Netflix, de solo dos horas diarias a través de una aplicación adicional. El padre cumple a cabalidad las posibilidades de control parental de la plataforma y en su tranquilidad deja al niño solo frente a los contenidos.

Sí ejerció una mediación parental, pero previamente, no durante la experiencia del consumo de contenidos por parte del niño, por lo tanto, su actitud es pasiva. Los contenidos infantiles de Netflix son cientos, su hijo puede elegir lo que quiera y quizá dentro de esos contenidos restantes exista algo que ejerza una mediación en el niño que vaya en contra de sus creencias familiares o simplemente algo que el niño no comprenda.

Sin embargo, los padres también tienen razón en este aspecto. La realidad es muy diferente a lo que aspiramos, los padres están en una constante mediación a sus hijos durante el momento en que están acompañándolos, no precisamente en las pantallas. Ejercer una mediación pasiva en la televisión es un avance, no un perjuicio y los padres lo están viviendo. Su tranquilidad y confianza en la

plataforma no es sin fundamento. No es una novedad en la actualidad que los padres tengan que dejar sus hijos solos por horas: los padres tienen que trabajar, tienen que descansar y también necesitan de momento de distracción, no pueden estar siempre con el niño.

La mediación parental pasiva que ofrece Netflix es una herramienta única que no nos ofrece la televisión tradicional. Si el niño de todas formas va a ver televisión, es mejor que lo haga desde los contenidos infantiles y todavía mejor si les hemos puesto filtros desde nuestro criterio y creencias. Si se lograra que los padres conocieran bien las herramientas parentales, Netflix representaría una ayuda enorme a la mediación parental hacia los contenidos audiovisuales. Esto es porque a Netflix no le importa la mediación desde los contenidos, no quiere implantar una ideología, quiere establecer una tendencia de consumo. Las ideologías son de cada contenido y vendrán desde sus creadores, Netflix como distribuidora intentara tener a todos contenidos, incluyendo a los padres.

Ahora bien, en un panorama de pandemia como el del Covid-19 que vivimos en la actualidad, los niños pasaron meses encerrados en sus casas, sin ir al colegio y sin poder compartir en el exterior. Los padres usaron a la televisión para distraer a sus hijos por horas, no era lo ideal, pero era necesario.

Desde la mediación parental vale la pena resaltar que Netflix ahora se insertaría en la necesidad del padre de educar mientras no está presente. Esto quiere decir que forma parte del proyecto educativo y de formación de los padres hacia los niños, es una niñera digital, para esos tiempos largos en donde el niño debe estar

sin compañía. Netflix hace parte de la mediación parental, pues es el padre quien le indica al niño que estos espacios son correctos.

La competencia entre la mediación videotecnológica y parental pasa a ser una alianza necesaria y posible desde la tecnicidad de las plataformas VOD. La mediación familiar se apoya en las posibilidades tecnológicas de la televisión, para educar y entretener. Para los expertos la mediación parental está perdiendo en una competencia con la mediación videotecnológica de Netflix, pero a partir de la realidad de los padres entrevistados, vemos que no es del todo cierto.

Debemos partir de que la mediación parental no ocurre únicamente en el momento de acompañar al niño enfrente de las pantallas. Para Orozco, la mediación familiar ocurre en todos los momentos en el que se comparte en familia e incluso solo por pertenecer a esta.

“Como tal, la recepción es un proceso largo y mediado dentro del cual el niño a la vez que receptor de la TV es hijo de la familia y alumno en una escuela. En estas instituciones va realizando una serie de aprendizajes que "median" en la interacción que entabla con la barra de programas, conformando de una cierta manera su recepción televisiva. Asimismo, lo que el niño "toma" de la TV influye sus aprendizajes e interacciones en otros escenarios sociales (Fuenzalida 1986; Orozco 1988).

Los padres ejercen una mediación constante en el niño que se impregna en él, como una base para asumir los demás tipos de mediación. En este sentido, la influencia de los padres siempre va a estar presente antes y después de la televisión.

Para los expertos, la mejor forma de enfrentar los contenidos de la televisión es a través del acompañamiento de los padres, que les explique a los niños qué están viendo desde su perspectiva de familia, pues es necesario que el niño aprenda a ser crítico con la televisión. Hay que advertir que “los niños no están condenados a consumir pasivamente los mensajes de la TV y que es posible formarlos como receptores críticos mejorando las prácticas de mediación al alcance de padres y maestros” (Orozco, 1991, p.114).

Las plataformas VOD han incidido positivamente si analizamos que pueden mejorar las prácticas de mediación de los padres. Es más, una cuestión de adaptación de los padres a corto plazo y de alfabetización mediática general a largo plazo.

Respecto de la mediación de la escuela y otras mediaciones, los expertos opinan que deberían apoyar la labor de los padres en la educación del niño, pues la mediación parental, para formar individuos críticos y autónomos, no es suficiente. Sin embargo, respecto de las plataformas VOD, las herramientas de control parental han sido creadas para ayudar a los padres y no precisamente a las demás mediaciones como la escuela.

finalmente, la participación del Estado para ayudar a regular Netflix es conveniente cuando los padres son insuficientes en la garantía de una relación adecuada entre los niños y la televisión, no obstante, una sinergia entre las posibilidades tecnológicas de la plataforma y la mediación parental podría llegar a excluir la necesidad de regulación estatal.

Conclusiones

El modelo de las VOD ha impactado los modelos sociales de televisión preestablecidos. En el panorama iberoamericano, los entes de regulación estatales se enfrentan a estrategias modernas y diversas a través de las posibilidades videotecnológicas de las plataformas de distribución audiovisual que avanzan más rápido que la legislación. La VOD compiten por la misma audiencia de la televisión tradicional y llevan su modelo a millones de usuarios, que como audiencia ven en la personalización del consumo de contenidos una oferta más atractiva.

Los entes reguladores de diferentes países se han aliado para analizar la problemática desde la competencia desleal y la regulación de contenidos. Les preocupa la falta de reglas sobre las plataformas VOD y que su modelo, en una relación directa con el usuario, no les permite ejercer control sobre ellas. Asimismo, perciben una problemática en que los cientos de contenidos del catálogo de las VOD no tengan la presencia mínima de contenidos nacionales y solo promuevan contenidos del exterior, lo que influiría en la identidad cultural.

Hasta el momento, los mecanismos de regulación de los entes han optado por la autorregulación de las plataformas a partir de su imposibilidad de ejercer un control real. A pesar de los esfuerzos para ponerle coto a las VOD, el panorama indica que estamos lejos de ver una regulación eficaz en las plataformas y que la autorregulación de estas desde sus propias posibilidades tecnológicas puede ser suficiente.

En los modelos VOD, la autorregulación de la plataforma permite la interacción directa entre audiencia y televisión. Esta es la próxima etapa de la relación de la audiencia con la televisión y hace posible pensar en un futuro sin un Estado regulador de contenidos en donde las herramientas ofrecidas por las plataformas reemplazan a los entes estatales y no obligan a la sociedad estar bajo los términos de una mayoría o minoría, sino precisamente de la elección de cada uno como individuo, y en el caso de los niños, como familia.

En las entrevistas se evidenció que los padres, si disponen de herramientas de personalización y discriminación de contenido, no tienen problema con producciones polémicas para ellos, pues destacan que para otros podrían no serlo y se debe respetar su identidad como familia.

Esto abre las puertas a pensar en una sociedad que respeta las diferencias del otro, respecto de los contenidos audiovisuales, gracias a las posibilidades digitales de las VOD. Un modelo que podría aplicarse a otras OTT para un responsable uso que no afecte la libertad de expresión del otro.

Respecto de la incidencia de las VOD, y particularmente Netflix en la mediación parental, se puede concluir que la videotecnología de la plataforma está diseñada con dos fines: ayudar a los usuarios a personalizar su contenido desde herramientas de control parental y atraer al usuario para el consumo de la plataforma. A partir de esto se pueden rescatar tanto los aspectos negativos como positivos que presentan a continuación.

La mediación del padre en las plataformas VOD no se da de una forma directa, no hay un debido acompañamiento. La mayoría de las veces, los niños ven Netflix solos, como una ayuda a los padres para distraer a sus hijos mientras realizan otras actividades. Se produce entonces la mediación parental en las pantallas de forma pasiva y a través de la posibilidad de discriminar contenido específico o bloquear contenidos por categoría de edades, desde el juicio moral y de valores de la familia. Sin el uso de las herramientas de control parental de las plataformas, la mediación del padre se centraría solo en el tiempo de consumo y no en los contenidos.

El acompañamiento del padre en el proceso, como lo indican investigaciones y la opinión de los expertos, es vital y no puede ser olvidado, pues ayuda a fortalecer el pensamiento crítico del niño hacia la televisión y es una oportunidad para compartir en familia. Este acompañamiento parte de la voluntad del padre y no necesariamente debe ser constante en las pantallas, pues la mediación parental en la niñez ocurre en cada interacción con la familia.

A partir de lo anterior, la opinión de los expertos en las entrevistas, respecto de la incidencia de las plataformas VOD en la mediación parental, percibe un panorama pesimista. Se denuncia a Netflix como una empresa que solo busca generar ganancia y no se debe confiar en ella. Pero en la revisión a la plataforma y desde la perspectiva de los padres, el panorama es muy diferente. A continuación, se exponen las conclusiones sobre la realidad de la problemática:

- Los padres no conocen las herramientas de control parental o no las usan, por lo que ni siquiera ejercen una mínima mediación de su parte

para los contenidos. En el caso de Netflix, dejan la mediación parental en manos de su sección infantil preestablecida.

- Los niños pueden usar tan fácil Netflix, que no se necesita de la colaboración de un adulto para acceder al contenido.
- En el modelo de Netflix se rescatan importantes aspectos positivos. Ayuda al padre, en su realidad, a poder ejercer una mediación pasiva sobre los contenidos, sin su presencia, y le permite personalizar su consumo. No es una falsa sensación de seguridad, pero si es una herramienta para la mediación parental de doble filo, si no se usa responsablemente.
- Las posibilidades videotecnológicas de Netflix permiten la autonomía de la familia por elegir los contenidos de sus preferencias, dictadas por sus creencias y costumbres.

Sin embargo, a pesar de los aspectos emancipadores de Netflix, la investigación de este trabajo de grado identifica que la mediación de Netflix para el consumo ha evolucionado peligrosamente.

La mediación que ocurre en el niño antes de ver los contenidos puede ser adictiva y está incentivándolo a un consumo constante. Este tipo de mediación es la más riesgosa y pasa desapercibida. El mecanismo de acción de los padres en contra de esto es el establecimiento de tiempos y horarios para ver televisión. Respecto de este tema, si se debiese exigir a Netflix una herramienta desde la plataforma para controlar el tiempo de consumo. Esto soluciona el controlar la

cantidad de tiempo que pasamos viendo contenidos, pero no afecta la mediación previa para incentivar el consumo.

La mediación que tiene como propósito incentivar el consumo no va a desaparecer, porque es una de las estrategias de vital importancia para la competencia y el desarrollo de la industria. Asimismo, es una realidad que el niño, antes de incluso ver una producción, ya está siendo mediado por la plataforma para incentivarlo al consumo de esta.

Por último, vale la pena pensar en cómo enriquecer esta investigación desde la mediación que ocurre antes de los contenidos. Los creadores de la OTT no previeron que los algoritmos de las inteligencias artificiales que identifican los gustos y le asignan una propuesta de contenido, podrían ser adictivos y aislar al consumidor de otras posibilidades de una oferta más amplia. Si solo se consumen contenido a partir de gustos previamente identificados, no hay espacio a nuevas posibilidades.

Las posibilidades videotecnológicas de la televisión nos pueden brindar autonomía como individuos o atrapar en el consumo. Depende de nosotros qué les permitimos.

Bibliografía

Aguado-Guadalupe, G. y Bernaola, I. (2019). *El nuevo marco regulador europeo de los servicios audiovisuales bajo petición y de intercambio de video*. Su repercusión en el mercado español de plataformas. 2020, septiembre 14, de Index Comunicación- revista científica de comunicación aplicada Recuperado de <https://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/481/731>

Baladrón Mariela, Rivero Ezequiel. (2017). *La regulación de las plataformas OTT audiovisuales: un modelo para armar*. 2020, octubre3, de FIBRAS, Tecnologías de la comunicación, No.16 Recuperado de <http://papel.revistafibra.info/la-regulacion-las-plataformas-ott-audiovisuales-modelo-armar/>

Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC de Colombia. (2020). *Modelo de Vigilancia y Control, de Contenidos Audiovisuales con enfoque preventivo*. Documento Azul, www.crcm.gov.co

Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC de Colombia. (2020). *Agenda Regulatoria de contenidos Audiovisuales*. www.crcm.gov.co

Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC de Colombia. (2019). *El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia*. www.crcm.gov.co

Comisión de Regulación de Comunicaciones CRC. (2019). *El estudio de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia*. 2020, octubre 11,

de crcom.gov.co Recuperado de mages/files/ESTUDIO-OTT-COLOMBIA.pdf <https://www.crcm.gov.co/uploads/i>

Dolores Souza, María. *La Clasificación de contenidos audiovisuales infantiles. El nuevo contexto de los medios y las multiplataforma*. Departamento de estudios de la CNTV, consejo nacional de la Televisión, CHILE 2015 Recuperado de https://www.nativosdigitales.org/wp-content/uploads/2020/09/clasificacio__n_contenidos_infantiles.pdf

ED Economía Digital. (Madrid, 09 de febrero de 2020), *España pondrá coto a YouTube y Netflix: así serán en unos meses*. Recuperado de https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/youtube-y-netflix-asi-sera-en-el-futuro_20031932_102.html

García Castillejo, Ángel. (2010). *La regulación de los contenidos audiovisuales*. 2020, septiembre 22, de Revista TELOS (telos.fundaciontelefonica.com). Artículo extraído del no. 85 de la revista en papel Telos, Recuperado de <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero085/la-regulacion-de-los-contenidos-audiovisuales/>

García Orta, M. J.; García-Prieto, V.; Suárez-Romero, M. (2019). *Nuevos hábitos de consumo audiovisual en menores: aproximación a su análisis mediante encuestas*. *Doxa Comunicación*, 28, pp. 241-260. Recuperado de <https://doi.org/10.31921/doxacom.n28a13>

Henneton, Thibault (febrero de 2019). *Les recettes de Netflix*. Le Monde diplomatique (en francés) (779) (Francia). p. 27. Recuperado de <https://www.monde-diplomatique.fr/2019/02/HENNETON/59557>

Luenzo, Alfredo H. (2018). Argentina, *Proyecto de Ley Regulación de Contenidos (modificación a la ley 27.078 – Argentina Digital) – 2018*. 2020, octubre 6, de CELE, observatoriolegislativocele.com Recuperado de <https://observatoriolegislativocele.com/argentina-proyecto-de-ley-regulacion-de-contenidos-modificacion-a-la-ley-27-078-argentina-digital-2018/>

La guerra del 'streaming'. (2018), Revista Semana, Recuperado de <https://www.semana.com/economia/articulo/nuevas-plataformas-digitales-se-pelean-el-servicio-de-streaming/562613/>

Las plataformas de contenidos y su influencia en el consumo de televisión inadecuado. 2020, septiembre 15, de sapos y princesas (elmundo.es) Recuperado de <https://saposyprincesas.elmundo.es/consejos/psicologia-infantil/plataformas-contenidos-consumo-inadecuado-television/>

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Comunicación, cultura y hegemonía. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2017/183016/eBook_incomuab_14.pdf

Marcos Ramos, M., Pérez Alaejos, M. P. M, Cerezo Prieto, M. y Hernández Prieto. M. (2020). *Infancia y contenidos audiovisuales online en España: Una aproximación al consumo y a la mediación parental en las plataformas OTT*, Icono

14, 18 (2), 245-268. doi: 10.7195/ri14.v18i2.1560 Recuperado de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1560>

NELSON, Katherine (1981). *Social cognitive development; frontiers and possible futures. Social cognition in a script framework*. en J. H. Flavell y Lee Ross. Social cognitive development; frontiers and possible futures. Cambridge: Cambridge University

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura y la Oficina Regional de Ciencias de la UNESCO para América Latina y el Caribe. (2019). Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer? 2020, octubre 10, de UNESDOC, Biblioteca digital, Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371431>

Orozco, Guillermo (1997). *El reto de conocer para transformar medios, audiencias y mediaciones. Revista Comunicar. (Andalucía) 2 (8): 25 - 30. ISSN 1134-3478. Archivado desde el original el 5 de marzo de 2016. Consultado el 21 de septiembre de 2020. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15800806.pdf>*

Orozco, Guillermo. (1991). *Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños Comunicación y Sociedad*, núm. 13, pp. 113-129
Recuperado de http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/13_1991/113-129.pdf

Orozco, Gómez. (1990). *La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias. Comunicación y Sociedad*. no. 10-11, 1990, p. 107+. Gale Academic

OneFile, Acceso 18 octubre. 2020. recuperado de

<https://go.gale.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA128669995&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=0188252X&p=AONE&sw=w>

Orozco, Guillermo, (1990). *No hay una sola manera de "hacer" televidentes* *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. IV, núm. 10, 1990, pp. 139-163
Universidad de Colima, México *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*,
Recuperado de file:///C:/Users/USER/Downloads/38%20(2).pdf

Orozco, Guillermo. (Sin fecha). *Jugando con las pantallas: una propuesta analítico-lúdica de intervención pedagógica desde la recepción*. Recuperado de (el envío de material de trabajos del autor para la recopilación de datos del trabajo de grado presente, desde la asesora de tesis)

Piraján Aranguren, Héctor Iván. (Bogotá, 2018). *Propuesta regulatoria para las plataformas ott de contenidos audiovisuales en Colombia*. 2020, Universidad Santo Tomas Facultad de Ingeniería de Telecomunicaciones, Maestría en Telecomunicaciones y Regulación TIC. Recuperado de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15374/2018pirajanhector.pdf?sequence=7&isallowed=y>

Rhodes, L. (Productora) y Orłowski, J. (Director). (2020). *The Social Dilemma* (Documental). Estados Unidos. Netflix

Riera Ariel, Rivero Ezequiel y Rossi Diego. (2019). *Regulación de servicios de video a demanda en América Latina: agenda corta y en tensión*. 2020, octubre 4, de FIBRAS, *Tecnologías de la comunicación*, No.25 Recuperado de

<http://papel.revistafibra.info/regulacion-de-servicios-de-video-a-demanda-en-america-latina-agenda-corta-y-en-tension/>

Robert K. Yin (1994) *INVESTIGACION SOBRE ESTUDIO DE CASOS Diseño Y Métodos* Segunda Edición Applied Social Research Methods Series Volume 5 SAGE Publications International Educational and Professional Published 1994

Salamanca Galvis, Lizeth. (03 de junio 2018). Sin pausas: así ven televisión los niños de hoy. 2020, septiembre 15, de El Tiempo (www.eltiempo.com)

Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/como-controlar-el-consumo-de-contenidos-digitales-en-los-ninos-225486>

Torrecillas Lacave Teresa. (2013). *La mediación familiar en la recepción televisiva infantil: análisis de los indicadores de mediación preferente y efectiva*.

2020, septiembre 22, de scielo.org.mx Recuperado de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188252X2013000200007

Vilajoana Alejandre Sandra. (febrero de 2017). *Hacia una nueva (auto)regulación audiovisual*. 2020, septiembre 20, de COMEIN, Número 63,

Revista de los estudios de ciencias de la información y de la comunicación,

comein.uoc.edu Recuperado de

<https://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero63/articulos/auto-regulacion-audiovisual.html>

Del Río, P. & Álvarez, A. (2004). *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid, España: Fundación infancia y aprendizaje.

Yolanda (Linda) Reid Chassiakos, Jenny Radesky, Dimitri Christakis, Megan A. Moreno, Corinn Cross and COUNCIL ON COMMUNICATIONS AND MED
Pediatrics November 2016, 138 (5) e20162593; DOI recuperado de
<https://doi.org/10.1542/peds.2016-2593>

Children and Adolescents and Digital Media, American Academy Of Pediatrics
Noviembre, 2016

EDITORIAL TECNOLOGÍA Vídeo bajo demanda, nuestras pelis favoritas en
cualquier dispositivo [https://www.elcorteingles.es/ideas-y-
consejos/tecnologia/video-bajo-demanda-en-espana/](https://www.elcorteingles.es/ideas-y-consejos/tecnologia/video-bajo-demanda-en-espana/)

www.netflix.com (2020)

Anexo. Entrevistas

Preguntas para las entrevistas

Entrevista a Expertos:

(Las entrevistas a los expertos fueron semiestructuradas y permitieron realizar preguntas espontaneas sobre las respuesta y nuevos cuestionamientos que surgieron en la misma)

Primero que todo, agradezco su tiempo para responder mi entrevista y expresar su valiosa opinión para mi estudio.

- Antes de comenzar con las preguntas específicas, en una breve introducción, me gustaría conocer sobre su papel en (Institución a la que pertenece) y la visión de su entidad sobre estos temas de mediación parental y de regulación de contenidos audiovisuales para audiencia infantil.

Según su conocimiento del tema y experiencia,

1. ¿Qué importancia tiene el estudio de la relación de los niños con la televisión y su condición en padres de familia?
2. ¿Conoce algo de las estrategias de Netflix, como plataforma VOD (Video On Demand), hacia los niños los niños y su modelo de consumo?
3. ¿Cree usted que la intervención de los padres como reguladores de contenido audiovisual para sus hijos, se ha visto beneficiada con el modelo de Netflix o se ha visto perjudicado? ¿y de qué forma?

4. ¿Cree usted que los criterios de Netflix en la sección infantil, respecto de los contenidos, son suficientes y apropiados para los niños?
5. Partiendo de que existen varios tipos de mediación, como los amigos, el colegio, la religión y otro tipo de instituciones, que modifican el mensaje que llega al niño, ¿considera que la mediación familiar es más importante que las demás? Y si sí, ¿Por qué?
6. ¿Conoce las normas colombianas que regulan Netflix o sabe algo respecto de su regulación? Y a partir de su respuesta, ¿Qué opina de que una plataforma como Netflix se Autorregule?
7. ¿Cree usted que otras instituciones deben intervenir en la relación del niño con Netflix o que deben los padres en su mediación directa a sus hijos, ser suficientes y autosuficientes? Y si sí, ¿me podría argumentar su respuesta?
8. Partiendo de que el control parental de Netflix nos permite discriminar contenido específico, y dada la opinión dispareja de diferentes tipos de padres, en donde algunos temas sensibles como la diversidad sexual o el respeto a su religión son polémicos para las familias e inciden en su criterio de crianza para su hijo ¿cree usted que esto pueda justificar o permitir la existencia de contenidos que algunos consideran inapropiados y otro no, en la plataforma?
9. ¿Qué opina del acceso a la plataforma de Netflix para los niños, es positivo esta forma de acceso, en donde con un solo botón un niño entra a apreciar los contenidos, o puede ser negativo; o ambos?
10. A partir del modelo de Netflix, ¿cree usted que la mediación parental en la relación niños-televisión es más fácil actualmente o más difícil y por qué?

Entrevista a padres.

(Las entrevistas a los padres, solo en 2 casos específicos (David Rojas y Diana Osorio; Alejandra Alarcón Amaya) fueron semiestructuradas y permitieron realizar preguntas espontáneas sobre las respuestas y nuevos cuestionamientos que surgieron en la misma)

Primero que todo, agradezco su tiempo para responder mi entrevista y expresar su valiosa opinión para mi estudio.

Por favor, lee con atención las diferentes preguntas y expresa con honestidad lo que piensas. Muchas gracias por tu participación.

Las preguntas no tienen respuestas correctas o incorrectas. Solo están destinadas a conocer tu opinión del tema.

Desde su perspectiva como padre,

1. ¿Qué opina de Netflix para los niños?
2. ¿Conoce los controles parentales de Netflix? Y si los conoce, ¿Cuáles ha usado?
3. ¿Conoce la sección infantil de Netflix? Y si sí, ¿Cree usted que los criterios de Netflix en la sección infantil, respecto de los contenidos, son suficientes y apropiados para los niños?
4. ¿Conoce las categorías de clasificación de contenido por edades de Netflix?
5. ¿Confía en los contenidos infantiles de Netflix?
6. ¿Cuánto tiempo permite ver a sus hijos Netflix?

7. ¿Conoce específicamente qué ve su hijo en Netflix?
8. ¿Considera que el acceso de los niños a Netflix es fácil o difícil? Y según su respuesta ¿esto es positivo o negativo?
9. ¿Considera que usted como padre debe regular directamente que ve su hijo o que los controles parentales de Netflix son suficientes para regularlo?
10. ¿Su hijo elige libremente qué ver en Netflix o usted determina que debe ver y que no?
11. ¿Qué beneficios ve en que sus hijos vean televisión?
12. ¿Cree que sus creencias y costumbre como familia determinan que debe ver su hijo y que no?
13. ¿No tiene inconveniente con que Netflix pueda contener contenidos inapropiados para ciertas costumbres familiares, mientras pueda discriminar ese contenido con los controles parentales?

Entrevista a niños:

(No se pudo realizar con efectividad, dado la distracción de los niños en la webcam y la imposibilidad de hacerla de manera presencial por la pandemia y la protección de los padres al respecto)

1. ¿Te gusta Netflix?
2. ¿Qué programas te gustan de Netflix?
3. ¿Sabes usar Netflix, usar el control y poner un programa que te gusta?
4. ¿Te has metido en la sección de los papás?
5. ¿Tú eliges qué quieres ver en Netflix o tus papás?
6. ¿Cuánto tiempo te dejan ver tus papas Netflix?

7. ¿Tus papás conocen los programas que ves?
8. ¿Has visto programas de grandes en Netflix? (y si sí) ¿con tus papás o solo?
9. ¿Tus papás te ponen reglas para ver Netflix?
10. ¿Ves televisión en otro lado que no sea Netflix?

Audios y videos de las entrevistas en internet

Todas las entrevistas se pueden encontrar en el canal de YouTube: de Álvaro Rojas:

https://www.youtube.com/channel/UCQBAzWCcf49DpBNxA0wG77g?view_as=subscriber

El enlace de cada entrevista específica es:

Entrevista a expertos:

Juan Camilo Díaz: https://www.youtube.com/watch?v=60_75a0GInY&t=266s

Carolina Piñeros Ospina: <https://www.youtube.com/watch?v=EaEI5zz2RWE>

María de Los Ángeles Quintero:

https://www.youtube.com/watch?v=Cvx1qJ_U31A

Entrevista a padres:

David Rojas y Diana Osorio:

<https://www.youtube.com/watch?v=xlxPd2B7Jml&t=1400s>

Alejandra Alarcón: https://www.youtube.com/watch?v=f9-8fo7_ffQ&t=580s

Samir Salinas: https://www.youtube.com/watch?v=hOgXs6ggH_w

Jeison Espitia Soto: <https://www.youtube.com/watch?v=PAeB4AkHLRU&t=245s>

Jonathan Medina: <https://www.youtube.com/watch?v=l38p75FNFBs&t=185s>

Ana María Guerra: <https://www.youtube.com/watch?v=LyxsJoXtOKo>

Cristian Higuera: <https://www.youtube.com/watch?v=0-qP09yvZ>

Nicolás Suárez: <https://www.youtube.com/watch?v=as8kWCBP1a0>

Ana María Guerra: <https://www.youtube.com/watch?v=LyxsJoXtOKo>