



# DESARROLLO SUSTENTABLE, NEGOCIOS, EMPRENDIMIENTO Y EDUCACIÓN

## LA MEDIACIÓN FAMILIAR EN EL CONSUMO AUDIOVISUAL INFANTIL: RECOMENDACIONES PARA UN CONTEXTO EDUCATIVO DESAFIANTE

Maridenia Bertrán Lamorú<sup>1</sup>Xiomara Catalina Ravelo Gainza<sup>2</sup>Ricardo Sánchez Castillo<sup>3</sup>

### RESUMEN

En la actualidad constituye un reto para la familia el acompañamiento a los niños en el consumo de materiales audiovisuales teniendo en cuenta horarios, tiempo de exposición y tipos de contenido. Sin lugar a duda, el hogar se configura como el principal y más importante espacio de consumo, y es este contexto social; con su experiencia interactiva, que podrá ajustar estilos de mediación para reducir los riesgos físicos, cognitivos, psicológicos y sociales del proceso de recepción audiovisual. La dejación de la función educativa de la familia propiciada por múltiples factores; entre ellos la falta de preparación, acrecienta los potenciales efectos nocivos. Es así que, atendiendo a estas consideraciones y a los análisis realizados a partir de varias investigaciones relacionadas con las estrategias de mediación familiar, se propone en esta obra un folleto de recomendaciones destinado a la familia, para la asunción del complejo proceso de acompañamiento; las que, sin constituir camisa de fuerza, favorecen el desafío educativo. Por su valor instructivo y metodológico la propuesta resulta pertinente además para el trabajo de profesionales encargados de orientar y asesorar a esta agencia educativa.

**PALABRAS CLAVE:** Consumo audiovisual infantil, Mediación familiar, Educación audiovisual, Orientación familiar, Estilos de mediación.

## FAMILY MEDIATION IN CHILDREN'S AUDIOVISUAL CONSUMPTION: RECOMMENDATIONS FOR A CHALLENGING EDUCATIONAL CONTEXT

### ABSTRACT

---

<sup>1</sup>Especialista en Docencia Psicopedagógica. Universidad de Guantánamo. Cuba. [marideniabl@cug.co.cu](mailto:marideniabl@cug.co.cu)

<sup>2</sup> Doctora en Ciencias Pedagógicas. Universidad de Guantánamo. Cuba. [ravelo@cug.co.cu](mailto:ravelo@cug.co.cu)

<sup>3</sup>Licenciado en Educación Especial. Universidad de Ciencias Médicas de Guantánamo. Cuba. [rsanchez@infomed.sld.cu](mailto:rsanchez@infomed.sld.cu)

Currently, it is a challenge for the family to accompany children in the consumption of audiovisual materials, taking into account schedules, exposure time and types of content. Undoubtedly, the home is configured as the main and most important space of consumption, and it is this social context; with its interactive experience, which will be able to adjust mediation styles to reduce the physical, cognitive, psychological and social risks of the audiovisual reception process. The abandonment of the educational function of the family propitiated by multiple factors; among them the lack of preparation, increases the potential harmful effects. Thus, in response to these considerations and the analyzes carried out from various investigations related to family mediation strategies, a booklet of recommendations for the family is proposed in this work, for the assumption of the complex process of accompaniment; those that without constituting a straitjacket, favor the educational challenge. Due to its instructive and methodological value, the proposal is also relevant for the work of professionals in charge of guiding and advising this educational agency.

**KEYWORDS:** Children's audiovisual consumption, Family mediation, Audiovisual education, Family orientation, Mediation styles.

## **INTRODUCCIÓN**

La educación ha constituido en todos los tiempos un pilar importante para lograr la socialización del individuo y su desarrollo personal. Por todos es conocido que representa un gran reto aprender a utilizar con eficiencia los medios de comunicación modernos y al propio tiempo posibilitar el acceso a ellos. Esta acción, sin dudas, contribuirá a la formación de la cultura general e integral de la población y en particular de los niños, adolescentes y jóvenes.

En el contexto actual ha crecido el consumo descentralizado de materiales de diferentes tipos y formatos, y la distribución por múltiples vías, esta novedad tecnológica posibilita al receptor potencialidades que antes no tenía con los medios de comunicación tradicionales, y que lo transforma en productor de su propia programación.

Sin lugar a duda nuestros niños, adolescentes y jóvenes constituyen los espectadores más atraídos por la “parafernalia” audiovisual que sin desdeñar la idea de que los medios de comunicación son portadores de novísimos lenguajes que enriquecen los conocimientos y satisfacciones, saberes y placeres que el espectáculo audiovisual brinda (Ramos, P. 1993); constituyen ellos también los que reciben sus efectos nocivos, la mayoría de las veces subliminalmente.

En la actualidad la familia es el principal espacio de recepción de los contenidos audiovisuales, proceso que se realiza en muchas ocasiones sin que se ajusten horarios, tiempo de exposición a las pantallas y tipos de contenidos, repercutiendo desfavorablemente en la conducta social, cognitiva y psicológica de los menores y en la configuración de valores éticos y estéticos alejados del modelo social socialista.

Dicho con palabras de Guillén y Bérriez, 2015:

De ahí que los estilos familiares y las estrategias de socialización audiovisual que los padres ofrezcan, los modelos familiares de mediación sean muy significativos para la educación del consumo audiovisual. (p. 90)

El contexto pandémico formó en los niños hábitos de consumo; se diría de sobreconsumo audiovisual, propiciado por el confinamiento, con un acercamiento excesivo a las pantallas durante largas horas, con migración de una a otra, como especie de círculo vicioso en el que los padres contribuyeron con la visión de todo de tipo de contenidos

Varios estudios confirman que el consumo y la interacción que los niños desarrollan alrededor de las “pantallas” son un agente socializador primario. Todo esto prepondera que esta compleja realidad pone al niño ante una situación muy complicada.

Por lo que se debe significar que resulta necesario que estos se formen en las mejores tradiciones políticas, culturales, combativas, laborales y familiares que proporcionen formas y modos de vida sanos, con uso adecuado del tiempo libre.

Indudablemente es este un tema de vital importancia, de ahí que se impone la definición de acciones educativas de la familia para mediar en el consumo, partiendo de estilos que posibiliten la creación o formación de un espectador crítico que descubra y asuma lo mejor del arte y sus múltiples manifestaciones teniendo al audiovisual como materia.

Significar que el concepto de mediación familiar ha sido abordado desde diferentes enfoques, el que nos ocupa está relacionado con el acompañamiento de los padres ante el consumo audiovisual. Warren (como se citó en Noa y García, 2021) la define como “cualquier estrategia que los padres y las madres usan para controlar, supervisar o interpretar el contenido de los medios de comunicación tanto para niños como para adolescentes” (p. 7).

Consideración sobre la definición del término la aporta Morejón (2019), analizándola como “un proceso de influencia ejercido por la familia en la creación de sentidos y significados que realizan los niños a partir del consumo audiovisual” (p. 61).

Aun cuando se puede ver esto como una utopía, la realidad es que esta mediación se asume sin una preparación para ello y la mayoría de las familias conocen que puede ser perjudicial para sus hijos determinados elementos asociados al consumo audiovisual, pero no hay conciencia de cómo lograr hacer de este un momento de crecimiento espiritual.

Es importante acotar que en cada momento sociohistórico la familia ha estado condicionada por factores económicos y culturales que la hacen ser propia.

Las actividades y relaciones intrafamiliares están encaminadas a la satisfacción de las necesidades de sus miembros en estrecha interrelación. Para ello cumple funciones de tipo: económica, biológica, espiritual-cultural y educativa; estas actividades posibilitan transmitir conocimientos y formar en la descendencia las primeras cualidades morales que son la condición para asimilar más adelante nuevas relaciones sociales como personalidad en el marco socioeducativo.

Lo cierto es que no constituye secreto en Cuba muchos niños consumen programas que no están dirigidos a la audiencia infantil: concursos, melodramas y vídeos musicales, ya sea en la programación de la televisión nacional o las producciones extranjeras que en la actualidad se consumen en los hogares a través de los diferentes medios a los que se tiene acceso, gracias a los nuevos adelantos tecnológicos; la mayor parte del consumo audiovisual en adolescentes y jóvenes es foráneo.

En tanto, este asunto preocupa y ocupa a muchos especialistas, lo cierto es que si por un lado los audiovisuales poseen bondades que se sintetizan en: la satisfacción de las necesidades informativas, culturales, relacionales y de entretenimiento, lo que constituyen derechos de la niñez, refrendada en la Convención Internacional de los Derechos de la Niñez en su artículo 13 y 17. (p. 14)

Además, se considera que influyen en la reducción de las distancias pues los acercan a la realidad de otras regiones del mundo, ya sea con el conocimiento de la geografía, la historia, las tradiciones, los valores y los modos de vida, estimula el aprendizaje, el pensamiento lógico, la resolución de problemas de la vida, estimula la conducta interpersonal y el desarrollo social del niño.

Por otro lado, se debe considerar que estos productos en su mayoría de factura extranjera, como analiza Rojas (2014) hiperbolizan la apariencia física y acrecientan la banalidad, el machismo, la violencia, la sexualización de las niñas y la homogeneización de patrones de consumo ajenos a la identidad cultural propia.

Unido a lo anterior, se produce la recepción durante largas horas; cuando lo recomendado es que: los menores entre 2 y 5 años deben estar entre media y una hora al día, de 6-12 años dos horas al día entre todas las pantallas, siempre con un adulto delante.

Además, el exceso de tiempo frente a las pantallas y la exposición sistemática a contenidos de riesgo, están asociados a la obesidad, los trastornos del sueño, desajustes en la conducta, retrasos en el desarrollo del lenguaje y de las habilidades sociales, la violencia, disociación de la atención, bajan el rendimiento académico, pérdida del sentido de la vista, promueven el consumismo, dolores de cabeza, espalda y generalizados en todo el cuerpo; entre otros.

En resumen, la sociedad espera que la familia eduque a sus hijos acorde con los valores éticos y estéticos más elevados que se correspondan con el ideal de hombre que construirá un mejor y humano futuro.

Entonces son muchos los retos a los que se debe enfrentar, dentro de estos los relacionados con el acceso a las tecnologías de manera responsable y segura; elementos para los que aún la familia no está preparada, dado por que existen otras demandas económicas y educativas que lo supeditan, o porque no se tienen las herramientas informacionales y educativas para poder mediar ante el consumo de las llamadas "pantallas".

En correspondencia con esta realidad se propone un folleto de recomendaciones a la familia que favorece la mediación en el consumo audiovisual infantil, a partir del uso de herramientas en la construcción de una relación responsable, saludable y beneficiosa para la recepción de este tipo de recursos.

## **METODOLOGÍA**

Para lograr el objetivo propuesto se tomó para todo el proceso el método dialéctico-materialista, posibilitando la lógica en la aplicación de los métodos teóricos de análisis, síntesis, inducción y deducción. Se utilizó el método de revisión bibliográfica que permitió conformar una correlación conceptual entre mediación familiar y consumo audiovisual infantil.

Se seleccionaron artículos científicos de revistas académicas y otros informes internacionales de los últimos 10 años, en las áreas de la Psicología, Pedagogía y Sociología. La revisión se extendió a 108 artículos y un 65 % de ellos del contexto nacional. Atendiendo a estos análisis se logra construir un sistema de acciones, pautas o recomendaciones a la familia para mediar en el consumo audiovisual infantil, siguiendo fundamentalmente los criterios siguientes:

- Tiempo de exposición a las pantallas, según edad del niño.
- Horarios de consumo teniendo en cuenta la socialización y cumplimiento de otras tareas.
- Contenidos de riesgo o potencialmente nocivos desde el punto de vista ético y estético.
- Estrategia de mediación familiar adecuada al contexto socioeducativo cubano.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

A partir de la aplicación de los instrumentos diseñados se pudo constatar que autores del contexto internacional como Martín (1987), Abelman y Pettey (1989), Van Evra (1990), Orozco (1991a y b), García-Cortázar (1998), Vílchez-Martín (1999), Marta y Gabelas (2009), LLopis (2004), Torrecillas (2013), Morduchowicz (2014) aportan valiosas informaciones acerca de las mediaciones en el proceso de recepción en la comunicación familiar.

En tanto LLopis (2004) propone una tipología de modelos de mediación, compuesta por “familias controladoras-restrictivas, en la cual la mediación se basa en el control del consumo; permisivas, que se caracterizan por la ausencia de estrategias de mediación y orientadoras, en las cuales predomina la orientación y la covisión.” (Guillén y Berriz, 2015, p. 93)

Se pudo constatar en el acercamiento bibliográfico que varios autores como: Arza (2008), Milicic et al (2017), Torrecillas et al (2017), (Castillo, s.f), (Pérez, 2003), (Rojas, 2014), (Fariñas, 2019), Noa y García (2021); ratifican el valor de la familia para la mediación ante el consumo audiovisual. Empleando las palabras de Milicic et al (2017) “lo que hay que educar son los hábitos de consumo, el sentido de la responsabilidad, y la conciencia por la propia seguridad.” (p. 5)

En el contexto sociocultural cubano existen condiciones propias que hacen emerger estrategias educativas familiares diversas, dado las crisis económicas y el acceso creciente de los niños a las nuevas tecnologías se hace necesario profundizar en la preparación de la familia para llevar a cabo la labor educativa desde los conocimientos teóricos y prácticos de estrategias valederas para mediar en el consumo audiovisual infantil.

Son valiosas las contribuciones que en Cuba realizan, aunque poco difundidas, varios autores para formar desde la familia hombres más críticos partiendo de la mediación familiar en el consumo audiovisual, se pueden citar a: Guillén y Berriz (2015), Molina et al (2015), Rojas (2018), Guillén (2018), Fariñas (2019).

Existe coincidencia en los análisis realizados cuando refieren que el acompañamiento no es sólo para definir que contenidos ver, sino que se ajusten horarios adecuados y en correspondencia con los deberes escolares y del hogar, la búsqueda de alternativas de socialización con otros niños y lejos de las habitaciones con múltiples pantallas.

Así mismo refrendan la importancia de la covisión, y la formación de una opinión crítica acerca de lo que observan enseñándoles a discriminar lo perjudicial; entre otras recomendaciones contenidas en el folleto que se propone.

### ***Fundamentación del Folleto de Recomendaciones a la familia***

Teniendo en cuenta que los folletos son en sí mismo un recurso didáctico importante definido como un pequeño documento diseñado para ser entregado a mano o por correo. Es una guía con apoyos de la materia y da la posibilidad a sus lectores adquirir habilidades para enfrentarse a obras más densas. Su característica principal es la síntesis de su información, lo que lo hace ser práctico.

Este consta de tres cuerpos y está escrito al frente y al dorso y se pliega hacia el centro desde ambos lados, es facilitador de mucha más información en menor espacio y da la posibilidad de llegar a más personas de forma didáctica y motivante, se diseñó este ejemplar realizando un análisis detallado de bibliografía relacionada con el consumo audiovisual infantil, sus beneficios y riesgos, estilos y estrategias de mediación familiar y recomendaciones para el acompañamiento en el consumo.

Estas recomendaciones favorecen el proceso de mediación familiar y persiguen como objetivo preparar a la familia para comprender la necesidad de favorecer la cultura audiovisual de las nuevas generaciones. Las exigencias metodológicas que sustentan la propuesta tienen un carácter holístico, teniendo en cuenta factores como: contenidos conceptuales y estéticos del audiovisual, tiempo de exposición según edad infantil, horarios de consumo y covisión en el espacio hogareño.

Este valioso instrumento permite estimular la búsqueda de estrategias valederas para promover desde un acompañamiento sin restricción el alcance del entretenimiento con cultura y, a la vez permite organizar las vías a través de las cuales se pueden facilitar conexiones intersociales para la educación audiovisual infantil.

Del mismo modo, el folleto se sustenta en exigencias psicológicas, pedagógicas y didácticas esenciales y generales, desde el punto de vista filosófico en la teoría marxista-leninista, en la que se enuncia que, en el propósito de transformar al ser humano, se demanda de la formación y educación adecuada.

Es por tanto que, a partir de su método, leyes, principios y categorías, permitirá una valoración de la institución social familia y la problemática de su función educativa como un fundamento inherente a

las tendencias actuales de consumo audiovisual sin que medien estrategias en el entorno del sujeto, que a su vez permita regular su conducta y producir cambios en la interacción social.

Así mismo, el enfoque histórico cultural del desarrollo psíquico planteado por L.S. Vigotsky, son inherentes a la fundamentación psicológica, dado que la formación del hombre no puede ser analizada lejos de las condiciones sociohistóricas, por tanto, ellas condicionan la forma en que se educa y al propio tiempo constituye finalidad de la preparación integral del hombre nuevo.

Esta posición psicológica considera al hombre como un ser bio-psico-social, es decir, se defiende la idea de que los resultados educativos no sólo dependen de la naturaleza, ni de la herencia biológica, por tal razón constituyen también determinantes en la acción educativa el medio, y con un valor insustituible la familia.

Por tanto, se adopta un sustento sociológico partiendo de la imbricación de realidades y exigencias sociales propiciadas por el aumento acelerado de consumo audiovisual y un desfase en torno a las estrategias para regularlos, es así que la mediación familiar en el consumo audiovisual permitirá; al decir del Dr. C. Antonio Blanco (2014) “la apropiación por el sujeto de los contenidos sociales válidos y su objetivación, expresada en formas de conductas aceptables por la sociedad” (p. 54).

### **Contenido y estructura del Folleto.**

El presente folleto de actividades tiene como Objetivo General: proponer recomendaciones a la familia para la mediación en el consumo audiovisual infantil.

#### ***Objetivos específicos:***

- Caracterizar el consumo audiovisual infantil en Cuba, atendiendo al acceso creciente a las TICs, así como los beneficios y riesgos de su consumo.
- Proponer acciones prácticas que contribuyan a la utilización de estrategias de mediación familiar en el consumo audiovisual infantil.

El folleto consta de la siguiente estructura: Presentación, Introducción, Test de reconocimiento familiar, Recomendaciones a la familia, Anexos.

Para considerar las recomendaciones a la familia en la mediación del consumo audiovisual infantil se partió de un análisis teórico detallado de diferentes literaturas cubanas y foráneas que sugieren acciones a implementar por la familia en el contexto hogareño para acompañar a sus hijos en el consumo audiovisual, así como las condiciones sociohistóricas del contexto cubano y el valor educativo dado a la familia en la realidad socialista.

La presentación parte de una infografía que sintetiza el valor de la familia en los diferentes contextos educativos, contiene el título del folleto, autora e institución a la que pertenece.

La introducción caracteriza el contexto de consumo audiovisual cubano, riesgos y beneficios del consumo audiovisual; y los diferentes estilos y estrategias de mediación que la familia asume, finalmente sustenta la importancia de esta institución social para asegurar el crecimiento seguro y feliz de la infancia a partir de formar hombres con una cultura para el audiovisual.

El test de reconocimiento familiar contribuye a que la familia de manera veraz pueda conocer qué tipo de estilo y/o estrategia de mediación familiar asume en el consumo audiovisual de sus hijos y qué causas las generan; resulta de mucho valor, puesto que los mismos podrán ahondar en las recomendaciones teniendo en cuenta lo que consideran debilidad en la educación audiovisual infantil.

En Recomendaciones a la familia, se sintetizan diversas estrategias familiares de acompañamiento a los niños sin restricciones ni prohibiciones que aseguren un pensamiento crítico ante los contenidos conceptuales y estéticos de los mensajes que reciben por medio de las nuevas tecnologías. Además, se sugiere formas de regular el tiempo y los horarios para realizar el consumo audiovisual.

Se anexan datos aportados por psicólogos, oftalmólogos, psiquiatras y pedagogos relacionados con las consecuencias de la exposición descontrolada a las pantallas por parte de niños y adolescentes.

A continuación, se citan algunas de las recomendaciones contenidas en este valioso material, y que fueron analizadas a partir de sugerencias aportadas por Pérez (2003), Rojas (2014), Morduchowicz (2014), Milicic et al (2016), Fariñas (2019), entre otros:

- Conocer y entender cuáles son los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías que consumen o pueden llegar a consumir sus hijos.

- Delimitar el número de horas y los horarios que pueden dedicar a las pantallas (los menores entre 2 y 5 años deben estar entre media y una hora al día, de 6-12 años dos horas al día entre todas las pantallas, siempre con un adulto delante).

- En el caso de los videojuegos tener en cuenta que no deje de realizar otras actividades, como el hacer las responsabilidades que se le tengan asignadas en la casa, sus tareas escolares e incluso otras actividades lúdicas que realizara con anterioridad.

- Observar durante el tiempo de consumo, por si se detecta que tienen cambios significativos en su manera de actuar, e investigar si el origen está en los audiovisuales o no.

- Evitar que dispongan de televisión y/o computadora en su habitación, ya que las posibilidades de supervisión de los padres se reducen.

- Delimitar la edad a la que pueden disponer de teléfonos móviles. Definir con claridad el tipo de audiovisuales que pueden ver, atendiendo a la clasificación según su edad.

- Las normas deben ajustarse a medida que van creciendo, importante que sean razonadas y negociadas hasta donde sea posible.

- Tener cuidado para expresar nuestros criterios de manera respetuosa, así como cuidar de las críticas hacia sus gustos, pues es posible que afecte la relación educativa.

- Propiciar espacios de covisión que permitan establecer comunicación abierta y orientadora de forma razonada entre la familia. La presencia, el acompañamiento y la supervisión de los padres es una de las mejores estrategias de protección.

- Construir sinergias entre la realidad y lo observado en los materiales audiovisuales.

-Involucrarse con los hijos a la hora de buscar información para cualquier trabajo que tengan que hacer, cualquier cosa que quieran saber, curiosidad que tengan, etc., ya que a la vez que ayudan a sus hijos en las tareas de la escuela, les enseñan cómo deben utilizar correctamente la red, los advierten de los peligros que tiene y les muestran cómo se hace un uso racional de este recurso.

-Limitar el consumo audiovisual durante los horarios de comidas y del tiempo de estudio.

-Compartir otras actividades recreativas como la lectura de libros, juegos socializadores y creaciones manuales.

## **CONCLUSIONES**

La familia constituye la célula básica de la sociedad y es en ella donde se cimentan las primeras formas de ver y transformar el mundo. Su estilo para educar define la ulterior gama de valores que acompañará a los sujetos en la sociedad.

El actual modelo de consumo audiovisual ha potenciado la recepción de materiales de todo tipo sin que medie la familia como institución social de acompañamiento a los infantes, dado en su mayoría por la falta de preparación para enfrentar este reto educativo.

Son múltiples las literaturas a nivel internacional y nacional que proponen pautas para la mediación familiar ante el consumo audiovisual, las que mediante revisión bibliográfica se pudo sintetizar en un material ameno y que compendia herramientas para la covisión.

El folleto de recomendaciones a la familia constituye una herramienta valiosa para potenciar la preparación de la familia en función de formar seres sociales con un pensamiento crítico, una vida saludable y una manera de socializarse más humana.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Arza, J. (2008). *Familia y nuevas tecnologías*. Consejo Audiovisual de Navarra. España.

Blanco, A. (2014). *El proceso de socialización e individualización del sujeto*. En Colectivo de autores (Ed.) *Acercamiento a la educación desde la perspectiva sociológica*. La Habana: Editorial Pueblo y Educación. p. 54

Fariñas, L. (2019). *¿Cuál es la brecha digital entre los padres y los hijos?* Granma. Disponible en: <http://www.granma.cu/todo-salud/2019-06-09/cual-es-la-brecha-digital-entre-los-padres-y-los-hijos-09-06-2019-17-06-57>>

Guillén del Campo, M. (2018). *Uso de tecnologías para el consumo de contenidos audiovisuales en adolescentes*. Revista Perfiles de la cultura cubana. No. 23. Disponible en: <http://www.perfiles.cult.cu/themes/geotheme/css/style.css>"

Guillén, M. y Bériz T. (2015). *Mediación familiar en el consumo audiovisual de niños y adolescentes en La Habana*. Alternativas cubanas en Psicología. 3 (8), 90, 93

Jiménez, A. y Sarduy, Y. (2019). *Pensar en las infancias cubanas: coordenadas socioculturales*. Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello. Facultad Latinoamericana de

<http://biblioteca.clacso.org/Cuba/cidcc/20200304054900/2.pdf> (p. 61)

- López, C. y García del Castillo, A. (2017). *La familia como mediadora ante la brecha digital: repercusión en la autoridad*. Revista Colombiana de Ciencias Sociales, 8(1), 108-124. DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/22161201.1928>
- Martha, C. y Gabelas, J.A. (2009). *Diferencias en el consumo audiovisual y multimedia de los menores: entorno rural y urbano*. GIEC. Zaragoza.
- Milicic, N., Henríquez, M. D. & Inostroza, M. (2016). *Mediación del uso de las tecnologías y los medios digitales en el contexto familiar*. Ficha VALORAS, P. Universidad Católica de Chile. Disponible en: <http://valoras.uc.cl/centro-de-recursos>
- Molina, Roque, Garcés, Rojas, Dulzaides, Selín (2015). *El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información*. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. Revista Medisu, 13 (4). Disponible en: <http://medisur.sld.cu/index.php/medisur>
- Noa, A, y García, R. (2021). *Las mediaciones parentales de los contenidos audiovisuales infantiles en la primera infancia cubana*. Atenas, Vol. 4 (56), 37-50. <http://atenas.umcc.cu/index.php/atenas/article/download/685/1016?inline=1#footer>
- Orozco, G. (1991). "Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños (algunos hallazgos recientes)". Comunicación y Sociedad, 113-129. Recuperado el 5 de enero, 2014 en: <http://ccdoc.iteso.mx/?cmn=download&ID=1588&N=1>
- Orozco, G. (1991b). *La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva*. En Díaz, M. (2006). Psicología social aplicada a la Comunicación, la Propaganda y la Publicidad. La Habana: Félix Varela. pp.79-99.
- Pérez, J. (2003). *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Quaderns del CAC. núm. extraordinario, noviembre 2003.pp. 21-24.
- Ramos, P. (1993). *Del otro lado de la imagen*. En: Del otro lado de la imagen. Selección de ponencias presentadas al Séptimo Encuentro "El Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano. La Habana. Cuba. Pp. 35-38
- Rojas, J. (2014). *Audiovisualidad, arte y cultura contemporánea*. La Habana, Cuba: Pueblo y Educación. Pp. 2-30
- Torrecillas, Morales de Vega y Vázquez (2017). *Mediación familiar en el uso de servicios digitales por menores escolarizados*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico 23 (1), pp. 663-673. Universidad CEU San Pablo de Madrid. España.
- UNICEF. (2019). *Convención sobre los derechos del niño*. p.14
- Valladares, A. (2008). *La familia. Una mirada desde la Psicología*. MediSur, 6 (1), 4, Universidad de Ciencias Médicas de Cienfuegos. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180020298002>