

Confinamiento y actividad comunicativa en línea de los niños y las niñas en España*

Kepa Paul Larrañaga¹
Mónica María Monguí Monsalve²
Celia Rangel³
Patricia Núñez-Gómez⁴

Recibido: 28/08/2021
Aprobado por pares: 18/12/2021

Enviado a pares: 07/09/2021
Aceptado: 18/02/2022

DOI: 10.5294/pacla.2022.25.1.9

Para citar este artículo / to reference this article / para citar este artigo

Larranga-Paul, K., Monguí, M. M., Rangel, C. y Núñez-Gómez, P. (2022). Confinamiento y actividad comunicativa en línea de los niños y las niñas en España. *Palabra Clave*, 25(1), e2519. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.1.9>

Resumen

Los confinamientos domiciliarios han sido una de las medidas que muchos países han tomado para intentar proteger a las personas del Sars-CoV-2. Al pasar más tiempo en casa, el consumo de dispositivos conectados a internet ha aumentado. En España, los niños y niñas también han sufrido esta situación de confinamiento domiciliario, lo que ha hecho de internet un canal necesario para el aprendizaje y la sociabilidad. De ahí que este trabajo pretenda estudiar cómo se ha construido la actividad comunicativa en internet de los niños y niñas de entre 6 y 12 años durante y después del confinamiento. Las diversas pruebas estadísticas aplicadas arrojaron que la mayor parte

* La investigación de esta investigación ha sido financiada por el proyecto europeo 'Safer Internet Centre-Spain'. Número de convenio: INEA/CEF/ICT/ A2018/1634424. Número de acción: 2018-ES-IA-0037.

1 <https://orcid.org/0000-0002-6864-6102>. Universidad Complutense de Madrid, España. kepalarr@ucm.es

2 <https://orcid.org/0000-0002-5088-7258>. Universidad Complutense de Madrid, España. mmongui@ucm.es

3 ✉ <https://orcid.org/0000-0002-5692-2915>. Universidad Complutense de Madrid, España. cerangel@ucm.es

4 <https://orcid.org/0000-0002-0073-2020>. Universidad Complutense de Madrid, España. pnunezgo@ccinf.ucm.es

de los motivos del incremento del uso de los dispositivos durante el confinamiento están relacionados con los procesos de sociabilidad y las actividades vinculadas al entretenimiento y al juego. Los hallazgos evidencian numerosas tensiones intergeneracionales entre población adulta y los niños/as en el uso de internet.

Palabras clave (Fuente: tesaurus de la Unesco)

Comunicación; confinamiento; covid-19; derechos del niño; generación Alpha; infancia; internet; socialización; TIC.

Lockdown and Online Communicative Activity of Children in Spain*

Abstract

Stay-at-home orders have been measures taken by many countries to protect people from Sars-CoV-2; therefore, the use of devices connected to the internet has increased. In Spain, children have also been locked down, making the internet a necessary channel for learning and sociability. This paper intends to study how the online communicative activity of children aged 6 to 12 took place during and after lockdown. The various statistical tests performed reveal that the increased use of devices during lockdown is related mostly to sociability, entertainment, and gaming. The findings show numerous intergenerational tensions between the adult population and children regarding the internet.

Keywords (Source: Unesco Thesaurus)

Communication; lockdown; COVID-19; rights of the child; Alpha generation; childhood; Internet; socialization; ICT.

* This research has been financed by the European project "Safer Internet Centre-Spain." Agreement number: INEA/CEF/ICT/ A2018/1634424. Action number: 2018-ES-IA-0037.

Confinamento e atividade comunicacional on-line das crianças na Espanha*

Resumo

Os confinamentos domiciliares foram uma das medidas que muitos países tomaram para tentar proteger as pessoas do Sars-CoV-2. Ao passar mais tempo em casa, o consumo de dispositivos conectados à internet vem aumentando. Na Espanha, crianças também vêm sofrendo essa situação de confinamento domiciliar fazendo da internet um canal necessário para a aprendizagem e a sociabilidade. Com base nisso, este trabalho estuda como a atividade comunicacional das crianças entre 6 e 12 anos na internet foi construída durante e depois do confinamento. Os diversos testes estatísticos aplicados evidenciam que a maioria dos motivos do aumento do uso dos dispositivos durante o confinamento está relacionada com os processos de sociabilidade e com as atividades vinculadas ao entretenimento e a jogos. Os achados demonstram inúmeras tensões intergeracionais entre população adulta e crianças no uso da internet.

Palavras-chave (Font: tesouro da Unesco)

Comunicação; confinamento; covid-19; direitos das crianças; geração Alfa; infância; internet; socialização; TIC.

* Esta pesquisa foi financiada pelo projeto europeu "Safer Internet Centre-Spain". Número de convênio: INEA/CEF/ICT/ A2018/1634424. Número de ação: 2018-ES-IA-0037.

Uno de los fenómenos más característicos en las últimas décadas ha sido la importante repercusión e incorporación de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) (Arufe *et al.*, 2020). Su uso se ha hecho cada vez más cotidiano e imprescindible en las distintas facetas de la vida, con una presencia significativa en las generaciones más jóvenes. En los últimos años, los niños y las niñas han ido aprendiendo e interactuando a través de nuevas herramientas de conectividad y han establecido una realidad comunicativa diferente. En efecto, a partir de los 7 años es cuando ven en internet un espacio de comunicación donde expresarse, tener momentos de diversión e incluso poder ser ellos/as mismos/as (EU Kids Online, 2020; Núñez *et al.*, 2020). De ahí que el consumo de plataformas de vídeo, las redes sociales o la mensajería instantánea sean las actividades preferidas entre los más pequeños, porque les permiten comunicarse con sus pares etarios y con sus familiares (Ofcom, 2019; Núñez *et al.*, 2020b; EU Kids Online, 2020).

Esta situación tomó mayor fuerza en el 2020, año que marcó un periodo de grandes cambios y una reestructuración de la comunicación, la interacción, los procesos de socialización y las formas de sociabilidad producto del confinamiento decretado por el gobierno español como medida para reducir el contagio del virus de la covid-19, así como el posterior periodo de posconfinamiento, en el que se han mantenido ciertas pautas de distanciamiento social (Arufe *et al.*, 2020). En este contexto, en el que se interrumpió la vida social presencial de todas las personas, los niños y las niñas vieron reducidas las oportunidades de socialización, toda vez que en este proceso intervienen fundamentalmente, además de la familia, la escuela, los pares etarios y los medios de comunicación, en un movimiento bidireccional en el que destaca la agencia social de niños y niñas (Wincur, 2006; Pavez, 2012). Esta situación excepcional pone de relieve lo que Gaitán subraya acerca de la idea de socialización, y es que se evidencia y reconoce cómo “los niños se encuentran afectados por las mismas fuerzas políticas y económicas que los adultos y están sujetos, igual que estos, a los avatares del cambio social” (2006, p. 10).

Los niños y las niñas se vieron impedidos de asistir presencialmente a sus centros escolares y, con ello, a no tener contacto personal e intercam-

bios con sus compañeros/as y el profesorado, así como a un menor acceso a materiales didácticos, al juego compartido y en ocasiones a juguetes de calidad (Unicef, 2021). Adicionalmente, el cierre de espacios públicos de ocio infantil, como plazas y parques, también afectó la interacción de niños y niñas de la primera infancia con sus pares etarios. Como corolario de esta situación de confinamiento por la covid-19 y los cambios en los espacios de socialización, las rutinas de los niños y niñas se vieron alterados y, por tanto, la interacción comenzó a trasladarse de manera importante a un contacto en línea. En efecto, mientras la presencialidad se había visto suprimida, el espacio digital empezó a ver reforzado su influencia en las distintas facetas de la vida cotidiana y permitió la continuidad tanto de actividades educativas para niños/as y adolescentes como en la comunicación y el contacto social en línea.

Antes de la pandemia el consumo medio de internet había crecido entre los más pequeños, hasta pasar de una hora a más de dos (EU Kids Online, 2020) y, a raíz de los confinamientos y restricciones al movimiento para proteger a las personas de la covid-19, el consumo de terminales conectados a internet aumentó en un 200% (Empantallados, 2020). Más allá del ocio y disfrute, las nuevas tecnologías se empiezan a configurar como un servicio de primera necesidad para satisfacer los fines de interacción social y, al mismo tiempo, a verse como una vía de escape a la situación sanitaria experimentada (Núñez *et al.*, 2020; Pavez *et al.*, 2020). Ante este panorama, resulta oportuno conocer las formas de comunicación de los niños y las niñas durante el confinamiento en España en el espacio virtual, donde estudian, juegan y, además, socializan.

Actividades comunicativas de la infancia en internet

Internet está considerado como una fuente de ocio en la infancia (Holloway *et al.*, 2013; Blackwell *et al.*, 2014; Ortega y Pinto, 2021) gracias, en parte, al acceso que tiene esta población a dispositivos conectados a internet como teléfonos inteligentes (*smartphones* y tabletas (*Tablets*), videoconsolas y televisiones inteligentes, y tal es el caso de España con una media de 4,1 aparatos por hogar donde residen niños/as pequeños/as (AIMC, 2019).

También se debe tener en cuenta que la experiencia de usuario de estos dispositivos está cada vez más simplificada, hecho que permite que los más pequeños sepan manejar teléfonos inteligentes o tabletas desde muy temprana edad (Chaudron, 2015).

Las actividades comunicativas digitales que niños/as han mantenido y reforzado después de detectarse el Sars-CoV-2 a nivel mundial han sido aquellas en las que interviene el contacto con sus pares etarios. En este sentido, las plataformas que permiten interactuar, jugar o crear contenido siguen siendo las más demandadas por niños y niñas (EU Kids Online, 2020; Feijoo y Fernández, 2021; Vizcaíno *et al.*, 2021). YouTube y Twitch se encuentran entre los sitios web preferidos entre los más pequeños para ver videos y subir los suyos propios (Qustodio, 2021). Es en estas plataformas y en redes sociales donde el fenómeno de los influenciadores se ha consolidado entre los niños y las niñas, dado que se cultiva el interés de los más pequeños por contenidos divertidos, genuinos, cercanos e interactivos (Tur *et al.*, 2018; Feijoo *et al.*, 2020; González, 2021; Vizcaíno *et al.*, 2021).

Las representaciones sociales de la infancia: estrategia metodológica

Esta investigación se fundamenta (en su primera fase) en el diseño y aplicación de una metodología de índole cualitativa y crítica. Por tanto, se incide en la valoración de una metodología que operativice varias premisas iniciales que estructuraron el diseño metodológico del proyecto de investigación: la transformación social, el análisis de la cotidianidad, la comunicación social, el orden intergeneracional y el estudio de la socialidad. El recién fallecido teórico de la comunicación hispano-colombiano, Jesús Martín-Barbero, señalaba que la “socialidad es la trama que forman los sujetos y los actores en sus luchas por horadar el orden y rediseñarlo, pero también sus negociaciones cotidianas con el poder y las instituciones”, a partir de las cuales se da “la apropiación cotidiana de la existencia y su capacidad de hacer estallar la unificación hegemónica del sentido” (1990).

La apropiación de conocimiento por medio de las representaciones sociales se basa en la dotación de sentido concreto y de símbolos que son

compartidos socialmente. Representaciones que establecen un orden en el dominio social, un código, una clasificación nombrada de la realidad y una comunicación social orientada (Moscovici, 1979), además de un sentido anclado (Jodelet, 1984) en la cotidianidad, en los discursos sociales y en las posiciones hegemónicas (culturales, sexuales, etarias, etc.).

La existencia en los mismos espacios y territorios de distintas representaciones sociales genera normalmente situaciones tensionadas por la legitimización de sus imaginarios, pues “las relaciones objetivas de poder tienden a reproducirse en las relaciones de poder simbólico. Así, surgen ventajas de reconocimiento en cuanto a imponer escalas de valores, lo que significa la lucha por la producción y la imposición de la visión legítima del mundo social” (Bourdieu, 1988). Lo planteado da un marco para el análisis de las representaciones adultas sobre la infancia y la adolescencia como la no capacitación, la no competencia y la no responsabilidad de los niños y las niñas.

El objetivo general de la primera fase de la investigación fue analizar las actitudes en la infancia y la adolescencia respecto del uso seguro de los servicios y productos digitales, para lo que se propusieron como objetivos específicos los siguientes: 1) detectar categorías centrales que describan las actitudes respecto de la seguridad en internet y las redes sociales con el fin de proyectar un marco teórico general; 2) contrastar el discurso adulto con el discurso de la infancia y la adolescencia sobre el uso seguro de internet y las redes sociales; 3) definir conceptualmente la “seguridad en internet” incorporando su fundamentación con el análisis de las opiniones y perspectivas de los niños y las niñas; 4) generar directrices en torno a las opiniones y actitudes sobre seguridad en internet para expertos/as, padres, madres y educadoras/es.

El marco propuesto presenta elementos que se tienen en cuenta para la aplicación de las técnicas de investigación: la relativización y los procesos de construcción de significados y la organización y estructura de las categorías representadas. En cuanto a la técnica a aplicar para el análisis de las representaciones sociales, se tomó la teoría fundamentada (Glaser y Strauss,

1967), por posibilitar, sobre la base de un método inductivo y comparativo, la descripción de categorías mediante una codificación libre y la observación del vínculo entre las categorías (codificación axial y selectiva).

En la investigación se han analizado 16 entrevistas a una muestra de informantes clave de diversos ámbitos y seis entrevistas grupales a un grupo de 12 adolescentes de 14 a 17 años con los que se abordaron las temáticas de estudio. Se contó con la participación de un grupo de cuatro coinvestigadores/as adolescentes que, entre otras cosas, realizó una labor de observación durante el trabajo de campo, completando tres cuadernos de campo, con observaciones que fueron integradas en el procedimiento de análisis. Se han tenido en cuenta seis bloques temáticos vinculados con el uso de las redes sociales e internet: sensibilización, bulos en internet, retos virales, fenómeno de los influenciadores, videojuegos y apuestas deportivas.

Tabla 1. Muestra de expertas/os por sectores

Sectores	Academia	Admón. pública	Empresa privada	ONG	Total
Comunicación/internet			2		2
Consumo				1	1
Cuerpos de seguridad		1			1
Educativo		2	2		4
Investigación	3			2	5
Judicial		1	1		2
Ocio digital			1		1
Total	3	4	6	3	16

Fuente: elaboración propia.

Para la estructura y el diseño muestral se seleccionaron informantes clave de distintos ámbitos y procedentes de diversos sectores (academia, administración pública, empresa privada y tercer sector). Además, relacionado con las seis temáticas estudiadas, se han seleccionado informantes clave, expertos en cada una de ellas. En concreto: tres del ámbito de la sensibilización y concienciación, tres sobre noticias falsas y bulos en las redes

sociales, dos sobre retos virales en internet, dos sobre el fenómeno de los influenciadores, dos sobre videojuegos, uno sobre deportes electrónicos (*e-Sports*), dos sobre apuestas deportivas.

La muestra de los y las adolescentes se completó manteniendo como criterio el uso regular de las TIC y que pertenecieran a grupos de participación municipales (municipios españoles) que gestiona la Plataforma de Infancia de España. En las seis entrevistas relacionadas con los monográficos temáticos del estudio participaron los y las 12 adolescentes grupales.

El trabajo de campo del estudio cualitativo se realizó entre los meses de febrero a julio de 2020, coincidiendo con la aprobación en el Congreso de los Diputados del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declaró el estado de alarma en España tras la declaración mundial de la pandemia por Sars-CoV-2. Por tanto, a partir del mes de marzo de 2020 se adaptó la metodología a un formato digital. Este confinamiento supuso un cambio en los modos de socialidad y generó alternativas (mediante el uso de las TIC) a la cotidianidad de las acciones de comunicación, el uso preferente de usos de comunicación a través de plataformas digitales, la ausencia de la presencialidad con el otro/a, y la proliferación del uso por parte de todas las generaciones de espacios sociales digitales.

En la segunda fase del presente estudio, se realizó una encuesta en el mes de noviembre de 2020, que tuvo como objeto el conocer y analizar las tendencias y los hábitos de uso de los dispositivos móviles (teléfonos inteligentes, tabletas y asistentes de voz) y sus aplicaciones (Apps) por parte de niños y niñas de 6 a 12 años tras el confinamiento por Sars-CoV-2 en España.

Los objetivos específicos de esta encuesta fueron: 1) identificar patrones en los hábitos de uso y de consumo de los dispositivos móviles y sus Apps por parte de los niños; 2) analizar las diferencias por sexo, edad y renta; 3) analizar los componentes principales ligados al uso y consumo de dispositivos móviles y Apps; 4) identificar los deseos y las demandas que los niños y niñas tienen con relación al entretenimiento, ocio, educación y socialización en el ámbito digital.

Se remitió un cuestionario autoadministrado, validado y pretestado, a una muestra representativa de 1.357 niños y niñas de edades comprendidas entre los 6 y los 12 años. Aplicándose 675 cuestionarios autoadministrados a niños/as de 6 a 9 años y otros 675 cuestionarios autoadministrados a niños/as de 10 a 12 años. El trabajo de campo se hizo desde el 23 de noviembre al 9 de diciembre de 2020. La distribución y supervisión de la encuesta fue realizada a través de la plataforma de investigación Bilendi, avalada con el certificado internacional ICC/Esomar. Para ser parte de la muestra se solicitó que los niños y las niñas a encuestar fueran usuarios y usuarias de manera regular de un teléfono inteligente y/o tableta, y se contara por motivos éticos con la autorización y/o supervisión de su padre-madre y/o tutor. Se realizó un muestreo aleatorio en ciudades españolas de más de 10.000 habitantes según cuotas por edad, sexo, región de residencia, centro educativo y renta percibida.

Resultados: Análisis crítico de los procesos de sociabilidad y sus tendencias tras el confinamiento

Se presentan a continuación los resultados seleccionados de ambas fases de la investigación en relación con los procesos de sociabilidad en la infancia y la adolescencia en el entorno digital y las evidencias sobre tendencias de cambio en el uso de las TIC tras el confinamiento por el Sars-CoV-2. En el análisis de los datos cualitativos obtenidos del campo de la primera fase del estudio se realizó una codificación libre y se obtuvo la codificación de 119 categorías emergentes en entrevistas a adultos y de otras 91 categorías inducidas de entrevistas grupales a adolescentes.

De las categorías obtenidas de las entrevistas a informantes clave, finalmente 35 fueron registradas como categorías y 82 se ordenaron como subcategorías. De la misma manera, de las 91 categorías iniciales en las entrevistas realizadas a las y los adolescentes, 22 categorías son idénticas a las obtenidas de las entrevistas a las personas adultas, y una categoría es propia, obtenida de las entrevistas a los y las adolescentes. Además, se añaden otras 29 subcategorías propias de estas entrevistas.

Continuando con el procedimiento estándar en Teoría Fundamentada, se identificaron y analizaron los tipos de relaciones establecidas en este estudio entre las categorías y las subcategorías (codificación axial). De esta manera, según las redes generadas mediante el software Atlas.ti, se realizó un estudio del enraizamiento y de la densidad de la asociación entre categorías y subcategorías. Se logró la generación de un orden entre categorías y subcategorías, su vinculación a un fenómeno concreto, de lo cual se obtuvo: una idea central de referencia, la identificación de condiciones (causales, estructurales y/o contextuales), tipos de acciones orientadas (estratégicas y rutinarias) y los efectos o consecuencias de las acciones relacionadas con el fenómeno concreto que se tratara.

La categorización selectiva y las categorías centrales identificadas justifican la generación de una teoría sustantiva. Se señala que la diversidad de cuestiones expuestas hace patente la necesidad de transformar tanto las representaciones sociales sobre la infancia y la adolescencia como los procesos de interacción social entre las distintas generaciones.

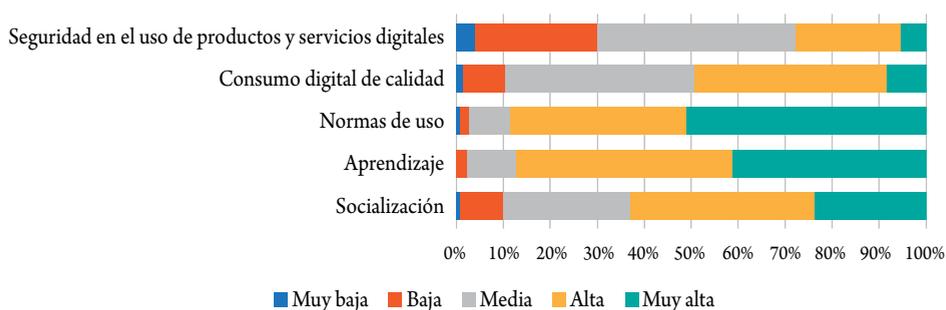
Así, se afirma en este análisis crítico que, en relación tanto con el valor de los procesos de sociabilidad en la infancia y la adolescencia como con las carencias expresadas en el logro efectivo de acuerdos intergeneracionales, y la infravaloración de las competencias y actitud crítica de los niños, niñas y adolescentes, se requiere el planteamiento de cambios sociales necesarios que repercutan en: los espacios sociales, el tiempo cautivo durante el uso de los productos y servicios digitales y debido a su diseño y programación, los procesos de capacitación de los niños/as, la socialización incorporando hábitos de la cultura digital, la ciudadanía activa en la infancia y la adolescencia, el acompañamiento intergeneracional, y la solución colectivizada a los riesgos digitales. Los efectos de la amplitud de los espacios de sociabilidad (en el entorno digital) de los niños, niñas y adolescentes con el uso masivo de internet y las redes sociales imposibilita el control adulto en la incorporación de nuevos hábitos culturales digitales.

En la segunda fase de la investigación se tomaron en cuenta los resultados de la encuesta publicados en el informe “El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España”

(Núñez-Gómez et al., 2020) y se consideraron los resultados para analizar las tendencias observadas durante el confinamiento que explican las cuestiones planteadas en el estudio cualitativo. Para valorar estas tendencias se tuvieron en cuenta las siguientes cuestiones: valoración del uso de internet, actividades favoritas con los dispositivos, opinión sobre el confinamiento por Sars-CoV-2 y motivos del uso frecuente de dispositivos durante el confinamiento.

Por simplicidad y precisión en el análisis de los datos, se realizó una reducción de dimensiones inicial del ítem P7 de la encuesta con respuesta en escala de Likert: “Valoración del uso de internet”, mediante un análisis de componentes principales. Así, en la Figura 1 se expone el resultado de las dimensiones agrupadas con las valoraciones indicadas por los niños y las niñas encuestados/as a cada uno de los componentes.

Figura 1. Valoración del uso de internet. Componentes principales (%). Niños y niñas de 6 a 12 años en España, 2020



Fuente: Elaboración propia. Informe “El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España” (Núñez-Gómez et al., 2020)

Se observa la importancia que adquiere la dimensión normas de uso (88,7% de las respuestas agrupando la categoría alta y muy alta), la dimensión aprendizaje (87,4% de las respuestas agrupadas) y la socialización (63,2% de las respuestas agrupadas). Sin embargo, las dimensiones de seguridad y consumo digital de calidad tienen una valoración inferior (el 29,6% y el 49,3% de las categorías alta y muy alta agrupadas). Hay que añadir la relación que tiene la dimensión consumo de calidad con las respuestas de los niños y las niñas al visionado continuado de publicidad comercial en las plataformas digitales de internet.

En el cuestionario se indagó mediante una pregunta con respuesta abierta y espontánea por las actividades favoritas que realizan los niños y las niñas con los dispositivos. Tras categorizarse y codificarse las respuestas registradas en la encuesta, se pudieron agrupar en categorías generales por un criterio de simplicidad en el análisis de los datos. La Tabla 2 recoge la información desagregada por el tipo de dispositivo utilizado.

Tabla 2. Actividades favoritas con los dispositivos (agrupado) (%). Niños y niñas de 6 a 12 años en España, 2020

Actividades agrupadas	Actividades favoritas con los dispositivos (agrupado)		
	Teléfono inteligente	Tableta	Asistente de voz
Acceso y gestión de la información	4,4	3,2	30,8
Aprendizaje	3,7	9,2	6,8
Edición y comunicación audiovisual	5,8	4,7	0,4
Entretenimiento	54,9	65,6	42,3
Expresión artística	1,1	4,5	0,2
Relaciones sociales	28,6	9,2	2,1
Uso de otros productos/servicios digitales	1,2	0,5	7,2
NS/NC	0,4	3,0	10,2

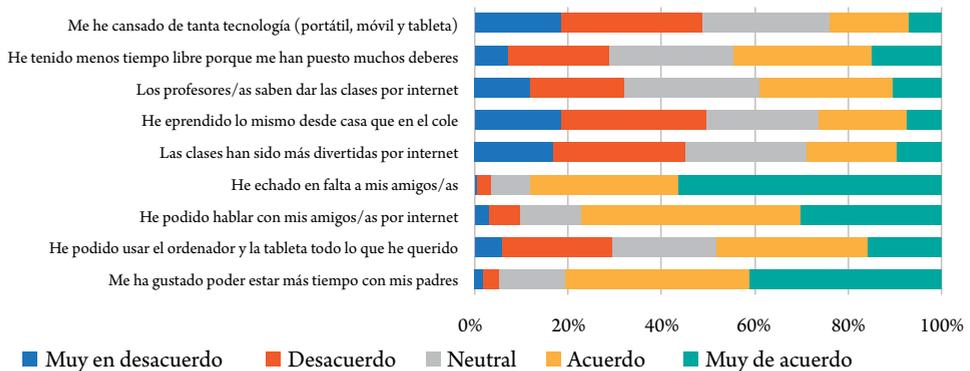
Fuente: informe “El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España” (Núñez-Gómez et al., 2020).

Destaca el peso de las actividades digitales relacionadas con el entretenimiento y las relaciones sociales, aquellas vinculadas a los procesos de socialización, entendidos como la incorporación de hábitos socioculturales. Se valoran también aquellas actividades vinculadas con el aprendizaje, el acceso a la información y su gestión. En cuanto al uso diferenciado por dispositivos, es relevante el uso del teléfono inteligente para las actividades digitales de sociabilidad (interacción social y comunicación) por el 84% de los/as encuestados/as. En cambio, las actividades de aprendizaje (dado su uso recurrente para actividades educativas) son priorizadas para el uso de la tableta.

A pesar de ser evidente que la situación de confinamiento tuvo un efecto sobre la frecuencia de uso de dispositivos y Apps en la infancia y la

adolescencia, se requiere analizar el detalle tanto de: la disponibilidad de los dispositivos, la demanda de interacciones sociales en los espacios sociales vetados por la pandemia, el desarrollo de las actividades de aprendizaje y el efecto sobre la cotidianidad del uso intensivo de las TIC. En la Figura 2 se registran las respuestas en escala de Likert a los indicadores anteriores.

Figura 2. Opinión sobre el confinamiento por Sars-CoV-2 (%). Niños y niñas de 6 a 12 años en España, 2020



Fuente: Elaboración propia. Informe “El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España” (Núñez-Gómez et al., 2020).

Se aprecia un consenso entre los niños y las niñas encuestados/as sobre varias cuestiones relacionadas con la sociabilidad:

1. El 87,8% de los niños/as echó en falta a sus amigos/as.
2. El 80,6% valoró poder compartir más tiempo con sus padres.
3. El 77,2% mantuvo conversaciones con sus amigos/as a través de plataformas de comunicación digital.

En relación con la dimensión aprendizaje, destaca que:

1. El 38,8% valoró positivamente la adaptación de los profesores/as a dar las clases por internet.
2. El 49,6% señaló que el aprendizaje desde casa ha sido peor.
3. El 45% indicó que las clases no han sido más divertidas por ser “en línea”.

4. El 44,4% se quejó de la cantidad de tareas escolares hizo mella en la disponibilidad de tiempo libre.

Sobre el uso de los dispositivos, se destaca que:

1. El 29,7% no usó los dispositivos todo lo que hubiera querido.
2. El 23,9% se agotó de usar tanta tecnología en su día a día.

En síntesis, es destacable el valor que los niños y las niñas (nativos digitales) dan a las relaciones presenciales, a pesar de disponer de recursos para la comunicación digital, sobre todo por la necesidad de encontrarse con sus amigos/as en los espacios de calle y escolares. Adicionalmente, los niños y las niñas valoraron haber disfrutado de más tiempo de la presencia de sus padres y madres.

La Tabla 3 recoge las respuestas espontáneas de los niños y las niñas en cuanto al motivo del uso frecuente de dispositivos durante el confinamiento en España. Se aprecian motivos que pueden ser efecto del confinamiento: la imposibilidad de salir a la calle y poder disponer de más tiempo. Entre los motivos principales destaca el aburrimiento, las actividades de entretenimiento digitales, tener más tiempo libre, no poder salir a la calle, poder estar/ver a los amigos/as a través las plataformas digitales de comunicación y el permiso de padres/madres a usar más frecuentemente la tecnología.

Tabla 3. Motivos del uso frecuente de dispositivos durante el confinamiento por Sars-CoV-2 (%). Niños y niñas de 6 a 12 años en España, 2020

Negritas	Motivos del uso frecuente de dispositivos durante el confinamiento (%)		
	Teléfono inteligente	Tablet	Asistente de voz
Aburrimiento	23,1	17,6	15,8
Aprendizaje	2,2	5,4	0,8
Bailar	-	-	0,8
Buscar información	-	0,1	4,6
Clases en línea	2,2	5,5	-

	Motivos del uso frecuente de dispositivos durante el confinamiento (%)		
Comodidad	0,7	5,0	7,1
Compartir dispositivos	0,5	2,3	1,1
Comunicación	3,6	1,3	-
Domótica	-	-	0,5
Entretenimiento	12,8	14,3	27,2
Estar con los amigos/as	8,2	1,5	-
Estrés	0,6	-	-
Hablar con familia y amigos/as	4,1	-	-
Hacer los deberes	2,2	5,3	1,6
Imprescindible	1,6	0,2	0,3
Jugar	2,1	4,6	1,4
Lectura	0,2	0,6	-
No poder salir	15,1	7,4	8,2
Novedad	-	0,3	5,7
Oír música	0,1	0,1	6,3
Permiso de los padres	4,5	3,8	0,3
Pintar	-	0,2	-
Preguntar	-	-	5,4
Soledad	-	-	2,2
Tener más tiempo	15,7	22,4	10,9
Ver dibujos	-	0,1	-
Ver películas/series	-	0,6	-
Ver vídeos	0,8	1,2	-

Fuente: Informe “El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España” (Núñez-Gómez et al., 2020).

En relación con las dimensiones estudiadas, y a modo de sumario, se señala:

1. Respecto de los procesos de socialización, las actividades tanto de ocio como de sociabilidad –interacciones sociales– han motivado el incremento del uso de los dispositivos durante el confinamiento. Esta demanda de actividades fue mayor con el aumento de la edad.

El 13,5 % de encuestados/as indica que usa mucho el teléfono inteligente con 6 años, hasta alcanzar un 38,1 % que dice usarlo mucho con 12 años. Es notoria la añoranza de las relaciones presenciales.

2. Destacan las actividades relacionadas con el entretenimiento y el juego.
3. El aprendizaje en línea hizo aumentar de manera considerable el uso frecuente de dispositivos, pero con desigual valoración por parte de niños y niñas. Aunque se consideró positiva la adaptación del profesorado a las circunstancias.
4. Al valorarse las normas de uso de internet, se aprecia el relajamiento de los padres y las madres, al ser más permisivos con el uso de los dispositivos, siempre en un contexto de confinamiento.

Para valorar las tendencias de cambio social en el uso de los dispositivos y Apps en la infancia y adolescencia tras el confinamiento, se asocian varias de las categorías presentadas en el estudio cualitativo en correspondencia con las dimensiones y actividades analizadas en la encuesta. De esta manera, se observa que:

1. La sociabilidad es un aspecto a tener en cuenta, por la implantación del uso de las plataformas digitales de comunicación, pero sin olvidar la importancia de los espacios físicos para mantener relaciones presenciales y, por tanto, la comunicación cara a cara.
2. La permisibilidad de los padres y madres con sus hijos en el uso más frecuente de las TIC se debe valorar por el mantenimiento de las tendencias al control de las situaciones de vulnerabilidad y de seguridad en el uso de los dispositivos y Apps, aunque habrá que valorar si la permisibilidad se traduce en un aumento de la confiabilidad intergeneracional en el uso de internet y las redes sociales.
3. Directamente relacionado con el punto anterior, destaca el valor dado a las normas sobre el uso de las TIC, pero en todo caso se tendrá que medir la tendencia a la valoración de acuerdos y consensos intergeneracionales (entre niños/as y adultos/as) para el logro de un acompañamiento efectivo en el uso de las tecnologías.

4. El logro de una ciudadanía digital activa, efectiva y reflexiva en la infancia está relacionada con el desarrollo de los derechos civiles de los niños y las niñas; de ahí la importancia de derechos fundamentales como el acceso a la información y la libertad de expresión, sobre todo al estar vinculados a los procesos de aprendizaje a través de internet y a la creación de contenidos digitales en las redes sociales.

Discusión y conclusiones

La covid-19 ha reforzado las actividades comunicativas en internet, dado que han permitido que los niños y las niñas se comuniquen con sus amigos/as y familiares en tiempos de restricciones y confinamientos (Qustodio, 2021). Si bien en este panorama extraordinario las familias han sido permisivas con las actividades digitales, también han sido más conscientes de sus riesgos y de una necesaria mejora de las competencias digitales de todos los actores implicados en la vida digital de la población infantil (Empantallados, 2020). Es decir, la permisividad de padres y madres no se ha traducido en una confiabilidad en el uso que hacen niño/as y adolescentes en el entorno digital. En efecto, la designación de este nuevo espacio social ha llevado a crear una tensión intergeneracional marcada especialmente por la percepción adultocéntrica que presupone a los niños, las niñas y adolescentes como incapaces, vulnerables y con ausencia de competencias sociales.

A la hora de estudiar las *formas de comunicación de los niños y las niñas durante el confinamiento en España en internet*, observamos que los espacios sociales para la comunicación y la sociabilidad en la infancia y adolescencia se han transformado y van más allá de los lugares tradicionales marcados por la familia, la escuela y el barrio y se han extendido además al entorno digital. De ahí las tensiones en el discurso comunicativo de las diferentes generaciones. Se debe crear un entorno de confiabilidad, de consenso y de acompañamiento entre generaciones para garantizar su desarrollo pleno en un entorno digital seguro para ellos, donde se potencie el empoderamiento, la comunicación, la capacitación, el consenso, la autonomía, la socialización y la responsabilidad. Más allá de la necesidad de una regulación efectiva que garantice los derechos de los más pequeños, debemos poner a los niños y a las niñas en el centro del debate, porque desean ser interlocu-

tores de pleno derecho para pactar las normas sobre su uso con las personas adultas, de modo que también puedan participar en cómo hacer frente y superar las situaciones de riesgo a las que se pueden ver expuestos en internet y redes sociales. Niños, niñas y adolescentes empiezan a reclamar la necesidad de pautas, consensos y acuerdos intergeneracionales que reconozcan sus capacidades, la autonomía y la responsabilidad dentro de esta ciudadanía digital, sustituyendo el control parental que les visibiliza con ausencia de entendimiento y juicio crítico. Se busca, por tanto, el desarrollo de un nuevo contrato social intergeneracional que tenga en cuenta esta nueva dinámica, apoyado en la idea de un colectivismo inter e intrageneracional implicado en los retos de la seguridad del entorno digital y el beneficio común de todos los agentes. Esta perspectiva supone un acompañamiento mutuo intergeneracional basado en el respeto bidireccional y la confianza, a partir del cual niños/as y adolescentes puedan empoderarse en su responsabilidad como interlocutores con las personas adultas y se generen estrategias consensuadas para hacer frente a los nuevos retos de esta sociedad digital.

El avance en desarrollar este contrato es apremiante, toda vez que el espacio digital se ha convertido en un lugar donde niños/as y adolescentes son protagonistas –lo cual resalta su papel como actores sociales– que mantienen además una visión crítica del diseño de productos y servicios digitales que las empresas poseen, así como los riesgos de seguridad, que no existen solo para su generación. Adicionalmente, este espacio es donde desarrollan su identidad generacional a través de la expresión de ideas, así como las redes de comunicación que facilitan el establecimiento de tramas de interacción social, integrando hábitos socioculturales, valores y actitudes en su proceso de socialización. Dicha cuestión se ha evidenciado en la valoración de las actividades favoritas que niños/as y adolescentes refieren en los dispositivos digitales durante el confinamiento, donde el entretenimiento y las relaciones sociales se sitúan de manera preferente. De esta forma, es necesario reconocer que el espacio digital es percibido más allá de un espacio de consumo, resaltando la importancia que tienen los procesos de socialización digital como espacios donde se construyen y desarrollan normas, creencias y valores.

Referencias

- Abric, J.-C. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México: Coyoacán.
- AIMC. (2019). Quinto Estudio AIMC Niñ@s, 2019. <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/aimc-ninos/>
- Arufe, V., Cachón, J., Zagalaz, M^a. L., Sanmiguel-Rodríguez, A. y González-Valero, G. (2020). Equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los hogares españoles durante el periodo de confinamiento. Asociación con los hábitos sociales, estilo de vida y actividad física de los niños menores de 12 años. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 183-204. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1474>
- Bachmann, G. A. y Roedder, J. (2003). The meaning of brand names to children: A developmental investigation. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 205-219. DOI: https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1303_03
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Blackwell, C., Lauricella, A. y Wartella, E. (2014). Factors influencing digital technology use in early childhood education. *Computers & Education*, 77, 82-90. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.04.013>
- Bond, E. y Rawlings, V. (2018). Virtual vulnerability: Safeguarding children in digital environments. En Dastbaz, M., Arabnia, H. y Akhgar, B. (eds.), *Technology for smart futures* (pp. 251-269). Springer International. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-60137-3_12
- Bourdieu, P. (1988). *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa.

- Chaudron, S. (2015). *Young children (0-8) and digital technology: a qualitative exploratory study across seven countries*. [Informes de Ciencia y Política del CCI. Informe EUR 27052] Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC93239>
- Empantallados (2020). El impacto de las pantallas en la vida familiar durante el confinamiento. <https://www.gad3.com/estudio-de-empantallados-y-gad3-el-impacto-de-las-pantallas-en-los-hogares-espanoles-durante-el-confinamiento-d17/>
- EU Kids Online (2020). EU Kids Online 2020. Survey Results from 19 countries [Archivo PDF]. <https://www.is4k.es/sites/default/files/contenidos/informe-eukidsonline-eu-2020.pdf>
- Feijoo, B. y Fernández-Gómez, E. (2021). Niños y niñas influyentes en YouTube e Instagram: contenidos y presencia de marcas durante el confinamiento. *Cuadernos.info*, 49, 300-328. DOI: <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27309>
- Feijoo, B., Sádaba, C. y Bugueño, S. (2020). ¿Nivel experto o ingenuo? Detección y confianza de los niños en la publicidad que reciben a través de sus dispositivos móviles. Perfiles de usuario. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 25(48), 231-248. DOI: <https://doi.org/10.1387/zer.21520>
- Gaitán, L. (2006). La nueva sociología de la infancia. Aportaciones de una mirada distinta. *Política y Sociedad*, 43(1), 9-26. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0606130009A>
- Glaser, B. y Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Press.
- González-Durán, M. (2021). ‘Marketing’ infantil: Lo que las marcas deben tener en cuenta hoy en día. *Harvard Deusto Business Review*, 308,

56-62. <https://www.harvard-deusto.com/marketing-infantil-to-do-lo-que-las-marcas-deben-tener-en-cuenta>

Holloway, D., Green, L. y Livingstone, S. (2013). Zero to eight. Young children and their internet use. EU Kids Online, London School of Economics.

Jodelet, D. (1984). La representación social. Fenómenos, concepto y teoría. En S. Moscovici, S. (ed.), *Psicología social II* (pp. 469-494). Barcelona: Paidós.

Jodelet, D. (1986). *Representaciones sociales*. D. Páez y C. San Juan (trads.). París: PUF.

Livingstone, S. y Stoilova, M. (2021). *The 4Cs: Classifying online risk to children*. Leibniz-Institut für Medienforschung, Hans-Bredow-Institut, CO:RE - Children Online: Research and Evidence. <https://doi.org/10.21241/ssoar.71817>

Martín-Barbero, J. (1990). De los medios a las prácticas. En *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. México: Universidad Iberoamericana.

Moscovici, S. (1979). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul.

Núñez-Gómez, P., Ortega-Mohedano, F. y Larrañaga-Martínez, K. (2021). Hábitos de uso y consumo de pantallas inteligentes entre niños/as de 7 a 9 años en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 191-204. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM000009>

Núñez-Gómez, P., Ortega-Mohedano, F., Monguí Monsalve, M. y Larrañaga, K. (2020). *El consumo y uso de dispositivos móviles y Apps por los niños y las niñas de la generación Alpha en España*. Internet Seguro For Kids (IS4K), Incibe. Recuperado de <https://www.is4k.es/sites/>

default/files/contenidos/blog/sic-spain_informe_consumo_y_uso_de_dispositivos_y_apps_por_generacion_alpha.pdf

Ofcom (2019). Children and parents: Media use and attitudes report 2018. <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/childrens/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2018>

Ortega-Mohedano, F. y Pinto-Hernández, F. (2021). Predicting wellbeing in children's use of smart screen devices. *Comunicar*, 29(66), 119-128. DOI: <https://doi.org/10.3916/C66-2021-10>

Pavez, I. (2012). Sociología de la infancia: las niñas y los niños como actores sociales. *Revista de Sociología*, 27, 81-102. DOI: <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2012.27479>

Pavez, I., Poblete, D. y Galaz, C. (2020). Infancia migrante y pandemia en Chile: inquietudes y desafíos. *Revista Sociedad e Infancia*, 4, 259-262. <https://doi.org/10.5209/soci.69619>

Qustodio (2021). El informe anual de Qustodio sobre los hábitos digitales de los niños. https://qweb.cdn.prismic.io/qweb/ef9507d0-e1e6-4538-ba9d-66a786b94911_ES_Kids+and+Apps+annual+report_20210408.pdf

Sádaba, C. y Bringué, X. (2010). Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva. *CEE Participación Educativa*, 15, 86-104. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/18443/1/n15-sadaba-chalezquer.pdf>

Sarmiento, M. J. (2015). Uma agenda crítica para os estudos da criança. *Currículo sem Fronteiras*, 15(1), 31-49.

Simmel, G. (2002). *Cuestiones fundamentales de sociología*. Barcelona: Gedisa.

Tur-Viñes, V., Núñez-Gómez, P. y González-Río, M. (2018). Menores influyentes en YouTube. Un espacio para la responsabilidad. *Re-*

vista Latina de Comunicación Social, 73, 1211-1230. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1303>

Unicef (2021). *Primera infancia. Impacto emocional en la pandemia*. Fondo Conjunto para los ODS, Unicef.

Vizcaíno-Laorga, R., Martínez, E., Nicolas, M. A. y Atauri, D. (2021). Kid youtubers in Spain and their practices as toy marketing influencers on Youtube. *Medijska Istraživanja: Znanstveno-Stručni Časopis Za Novinarstvo i Medije*, 27(1), 99-124. DOI: <https://doi.org/10.22572/mi.27.1.5>

Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista Mexicana de Sociología*, 68(3), 551-580.

Wintersberger, H. (2006). Infancia y ciudadanía: El orden generacional del Estado del Bienestar. *Política y Sociedad*, 43(1), 81-103.