

UNA INVESTIGACIÓN
DE USC ANNENBERG Y
COMMON SENSE - 2019

LA NUEVA REALIDAD: PADRES, ADOLESCENTES Y DISPOSITIVOS MÓVILES EN MÉXICO

USCAnnenberg

common sense®

Créditos

Autores: Michael B. Robb, *director principal de investigación, Common Sense Media*

Willow Bay, *decana de la Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo, Universidad del Sur de California (USC, por sus siglas en inglés)*

Tina Vennegaard, *directora de iniciativas y alianzas estratégicas de la Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo, Universidad del Sur de California*

Agradecimientos: Angela McCracken, *directora de la oficina en Ciudad de México de la Universidad del Sur de California, por su orientación y apoyo durante el desarrollo y ejecución de esta investigación, y al Dr. Manuel Alejandro Guerrero, director de comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, la Dra. Fidele Ablavi Vlavo, y la Mtra. Claudia Arruñada Sala por sus aportes y sugerencias sobre la encuesta.*

Recolección de datos: GfK Market Research, Ciudad de México

Investigador asociado: Paulina Lanz, *candidata a Ph.D., Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo, Universidad del Sur de California*

Correctora: Jenny Pritchett

Diseñadoras: Emely Vertiz y Dana Herrick

Relaciones públicas: Loop, Ciudad de México

Fotografía: Sergio Negrete y Olivia Mowry

ÍNDICE

Perspectivas	1
Los jóvenes y las redes sociales: navegando el mar digital	1
Un padre (mayormente) análogo confiesa	2
Reflexiones sobre el uso de mi dispositivo móvil	3
Introducción	4
Metodología	7
Resultados clave	10
Infografía	12
PARTE 1: la nueva realidad en México	15
Transformación de la vida cotidiana y las rutinas diarias	15
Causa de distracción	17
“Sentirse adicto”	18
Un día sin dispositivos	19
Vida familiar: adoptar y adaptarse	21
Beneficios del uso de los dispositivos móviles	25
PARTE 2: la nueva realidad en el mundo	27
Comparación intercultural	27
Conclusión	31



**La mitad de los
adolescentes dicen que
“se sienten adictos” a sus
dispositivos móviles.**

PERSPECTIVAS

Los jóvenes y las redes sociales: navegando el mar digital

Por el Dr. Manuel Alejandro Guerrero

Director de Comunicación, Universidad Iberoamericana, Ciudad de México

México se está convirtiendo rápidamente en uno de los mercados de redes sociales más activos del mundo ya que, según los últimos datos, este país se ubica entre el cuarto y el octavo lugar de uso de las plataformas de redes sociales.¹ Según el 15° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2018, el 67% de la población usa Internet habitualmente, y esta cifra aumenta hasta casi el 86% entre los usuarios menores de 30 años.² En este sentido, necesitamos comprender mejor esta inevitable relación entre los jóvenes y las redes sociales, especialmente en un entorno que está en constante cambio como el mundo digital.

Constantemente aparecen nuevos sitios y plataformas con todo tipo de contenidos, desde entretenimiento hasta información. Esta tendencia ha creado mayores oportunidades para dar voz a grupos y temas previamente excluidos y marginados por los principales medios de comunicación, como los derechos de las minorías, el cambio climático y otros. Por otro lado, también trae al frente temas y agendas de grupos que no están comprometidos con el respeto a las libertades básicas, los derechos y la tolerancia. Es cierto que no pocas veces los principales medios de comunicación sirvieron como controladores con intereses, que limitaron el alcance de los temas que se podían encontrar en sus espacios, pero no se puede olvidar que los medios más prestigiosos también sirvieron como verificadores de hechos y como guías documentadas para la opinión pública. Hoy, la disminución en los costos de entrada gracias a la tecnología ha traído consigo la proliferación de nuevos sitios que compiten en una economía de atención por clics y visitas con una combinación atractiva de entretenimiento y noticias anecdóticas, con la consiguiente disminución en la relevancia de los espacios de información tradicionales.

Al mismo tiempo, las redes sociales son clave para que los jóvenes se mantengan en contacto con amigos y familiares, se entretengan y acerquen a los mercados laborales. Por lo tanto, lo que debemos entender, y no solo en el caso de los jóvenes mexicanos, sino en general de los usuarios más jóvenes del mundo, es que ya no se están “conectando” a Internet y a las redes sociales, sino que están “experimentando” la vida a través de las plataformas digitales. Además, en la gran mayoría de los casos, la división entre lo virtual y lo real se ha desdibujado, ya que manejan todas sus relaciones personales importantes y sus áreas de interés a través del espacio digital.

Este es el mar digital que los jóvenes navegan a diario, lleno de oleadas de publicaciones, *selfies*, memes, noticias falsas, temas de tendencia, *hashtags* y “me gusta”, donde las corrientes cambian repentinamente y ellos deben clasificarlas por su cuenta. Por eso, investigaciones como *La nueva realidad: Padres, adolescentes y dispositivos móviles en México* de USC Annenberg y Common Sense son clave para comprender mejor la forma en que se utiliza la tecnología y su relevancia para las prácticas de la vida diaria. Los datos recolectados a través de este tipo de investigaciones nos permitirán crear mejores estrategias de formación mediática y multimedia para nuestros jóvenes, considerando el papel que juegan otras partes interesadas, como los padres y la escuela. El reto es proporcionar a nuestros jóvenes mejores habilidades y conocimientos, no solo para navegar en un mar de contenidos cada vez más complejo, sino también para que lo entiendan y contribuyan con contenidos orientados por valores como la tolerancia, los derechos, el pluralismo y las libertades con el fin de fortalecer las sociedades abiertas donde todos podamos tener el lugar que nos corresponde.



El Dr. Manuel Guerrero dirige el departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, vicepresidente del Comité Ejecutivo de las cátedras de Comunicación de la UNESCO, asesor académico del Servicio Profesional Electoral del Instituto Nacional Electoral de México y académico regular en el Seminario Internacional sobre Formación Mediática en Salzburgo, Austria. Tiene un doctorado en Ciencias Políticas del Instituto Universitario Europeo de Florencia, Italia, y una maestría en Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Cambridge. Sus áreas de investigación son la comunicación política, las relaciones de los medios con el régimen político, redes sociales-digitales y participación ciudadana, y contenido de los medios y actitudes políticas. Sobre estas materias tiene varios libros, capítulos, artículos y conferencias.

1. We Are Social. (Enero de 2019). *Digital in 2019*. (Digital en 2019). Consultado en <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>

2. Asociación de Internet.MX, 15° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2018, mayo de 2019. Consultado en <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de->

Un padre (mayormente) análogo confiesa

Por León Krauze

Periodista y presentador de noticias de Univision 34, Los Ángeles.

Una confesión:

Soy padre de tres “nativos digitales” y todavía no sé qué pensar acerca de la vida en línea. Todos los días presencio la relación (íntima, poderosa, excesiva) que mis hijos tienen con sus dispositivos electrónicos. Intento comprender qué es lo que los entusiasma de la interacción virtual instantánea que comienza una vez que encienden su Xbox. Me encantaría descubrir qué sucede en sus cerebros de esponja cuando se abren paso hacia ese laberinto moderno que es YouTube. También me gustaría saber qué camino siguen sus amistades, ahora que prefieren comunicarse por mensaje de texto en lugar de verse a los ojos. Debo reconocer que no tengo respuestas. Y me preocupa. Al mismo tiempo, sin embargo, no puedo dejar de sorprenderme por el salto exponencial que significa tener al mundo allí, al alcance de la mano, para esta generación de niños.

Para nosotros, sus padres, la infancia fue completamente distinta.

Crecí en México, en los años ochenta. Ya era adolescente cuando obtuve mi primera consola de videojuegos, una vieja Atari de segunda mano. Me comuniqué con mis amigos y mi familia (y también con mis primeras novias) por teléfono. Hasta hoy, lo que llevo en la memoria es el número de teléfono de la casa de mis abuelos, no el número celular de alguna chica. No hubo mensajes de texto, sexting o facetimeing. Solo teníamos la voz, con todas sus modulaciones. Traté de decirles a mis hijos que, en esos tiempos, las únicas fotografías provenían de una cámara que tenía que cargarse con un rollo de película que luego tenía que revelarse en una tienda especializada. Tomó uno o dos días tener las fotos en la mano. ¡Mis hijos me miran como si yo fuera un marciano! No los culpo: en más de un sentido, mi infancia es de otro siglo.

Sobre todo, es diferente por la forma en que aprendí lo que sé hoy. Mi generación creía en los libros. Y en las enciclopedias. Mi “Google” era la biblioteca gigantesca en la casa de mis padres, estante tras estante de libros, especialmente mi querida Encyclopaedia Britannica, cuya espina marrón descansaba, como una pared en sí misma, sobre el escritorio de mi padre. Aprendí sobre historia, geografía y filosofía en sus numerosas y frágiles páginas. Leí sobre grandes hombres y grandes batallas, mis dedos volando de “a” a “z”.

Para mis hijos, el conocimiento es diferente.

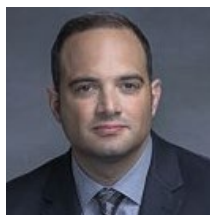
Hace unos días, mientras leía, escuché a Santiago, de siete años, cantar una melodía marcial en la parte superior de sus pulmones. Intrigado, le pregunté qué estaba cantando. “Es el himno nacional de la Unión Soviética”, me dijo, sin dudar. Le pregunté cómo había encontrado lo que era, por decirlo suavemente, la más inesperada de las canciones. Resulta, me explicó, que un meme de Spongebob sobre la Segunda Guerra Mundial usó el himno soviético. A mi hijo le pareció encantador... y lo aprendió todo. ¿Cómo llegó a un meme de la Segunda Guerra Mundial? Su hermano mayor, un aficionado a la historia desde una edad temprana, había dejado abierto YouTube en su último hallazgo: un video de seis minutos con la biografía de José Stalin. Esa noche, durante la cena, mientras escuchaba a uno de mis hijos contar, con indignación real y plenamente informada, las atrocidades estalinistas y al otro cantar el

himno de un país que ya no existe, tuve que celebrar esa locura rápida e hipnótica que es el conocimiento en línea.

Pero no soy ingenuo.

Sé muy bien que la pantalla del iPad también puede ser un hoyo negro del cual no hay una salida fácil, una trampa adictiva que potencialmente aísla a quien esté frente a ella y amenaza con mostrarle a los jóvenes cosas que no están ni remotamente preparados para digerir. Estoy aterrizado, por ejemplo, por el contenido gráfico para adultos en la era digital. Allí, después de una búsqueda rápida, hay imágenes que pueden alterar para siempre la salud mental de un niño o una niña; imágenes que, en otras ocasiones, estaban, si no prohibidas, sin duda ocultas, muy lejos del alcance de un menor. Ya no más. En esta época, el mal (y esa es la palabra correcta) está muy cerca. Y las consecuencias pueden ser muy serias.

¿Qué pueden hacer los padres para ayudar a sus hijos a aprovechar la mejor versión de esta revolución del conocimiento y evitar la peor? Lo confieso: no lo sé a ciencia cierta. El nuevo estudio “Padres, adolescentes y dispositivos digitales en México” de la Escuela de Comunicación Annenberg de la Universidad del Sur de California y Common Sense, ofrece un atisbo importante de las formas en que las familias mexicanas se involucran con los dispositivos móviles y el contenido. El estudio también es una hoja de ruta para comprender mejor cómo navegar por un universo de contenido audiovisual digital de un calibre como el mundo no ha visto antes. Y no solo eso. Porque el mayor desafío no radica solo en los inagotables estímulos audiovisuales que están ahí, listos, disponibles en cada dispositivo electrónico. El desafío radica en las relaciones humanas que nuestros hijos están creando en el teléfono, a través de fotos o mensajes de Instagram en Facebook ¿Cómo ayudarlos a enamorarse y desenamorarse con salud e integridad? Para saber la respuesta, primero debes conocer su mundo, que es diferente al nuestro. Un vistazo a ese mundo está aquí, dentro. Disfruta, querido lector.



León Krauze, un galardonado periodista mexicano, comenzó su carrera como periodista deportivo antes de cubrir asuntos exteriores y escribir, investigar e informar sobre patrones de migración en los Estados Unidos. Se desempeñó como presidente de Periodismo de Wallis Annenberg en la Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo de 2016 a 2018 y ha impartido cursos como “La Casa: A Multidisciplinary Portrait of Family Life in Los Angeles” (La casa: un retrato multidisciplinario de la vida familiar en Los Ángeles). También es columnista colaborador de Global Opinions en el Washington Post y presenta el noticiero nocturno en KMEX Canal 34 en Los Ángeles.

Reflexiones sobre el uso de mi dispositivo móvil

Por Sofía Nagy

Estudiante de 15 años de la Escuela Secundaria de Arcadia, Los Ángeles, California.

Mi dispositivo móvil es una parte esencial de mi vida diaria. Mi escuela es muy grande, así que si no tuviera mi teléfono no me enteraría de muchas cosas que ocurren con mis compañeros. Tengo Facebook, LinkedIn y Twitter debido a la pasantía que hice en el Distrito Escolar Unificado de Arcadia. Las uso cada vez más a medida que encuentro una utilidad en cada una de ellas: en Facebook me comunico con mis padres, uso Twitter para estar al tanto de todo lo que sucede en el mundo y LinkedIn para comenzar a prepararme para el mundo laboral. Sin embargo, la aplicación que más uso es Instagram. La uso principalmente para enviar mensajes directos e historias; no publico muy a menudo porque mi "feed" es sobre poesía, un arte que toma tiempo! Eso es inusual porque mis compañeros generalmente publican sobre sus vidas diarias (fotos grupales, *selfies*, etc.) o, a veces, simplemente publican compulsivamente cualquier cosa que se les ocurre.

Cuando estoy en casa, tengo un límite de tiempo configurado en mi teléfono para que no pueda usarlo desde las 10:30 de la noche a las 7 de la mañana porque bloquea mi acceso. No me importa mucho, ya que valoro mucho mi sueño porque tengo una agenda más ocupada que la mayoría de los estudiantes.

Después de revisar las respuestas de la encuesta de mis compañeros, me sorprendió ver que, contrariamente a lo que pensé al principio, en realidad hay un buen número de nosotros que somos conscientes de cuánto tiempo pasamos con nuestros teléfonos y estamos intentando controlarnos a nosotros mismos.

Desde que me mudé a los Estados Unidos hace tres años, he notado diferencias en la forma en que los adolescentes usan sus teléfonos. En México, una aplicación que se utiliza mucho es WhatsApp (una de las razones es porque es mensajería instantánea gratuita). En mi experiencia, los padres en México tienden a usar sus teléfonos principalmente para trabajar, pero las madres usan mucho WhatsApp. Permítanme ser más enfática, la usan MUCHÍSIMO. Por lo general, crean una cantidad inimaginable de chats grupales en los que comparten todo el "chisme" (también conocido como "té" en el lenguaje local de Los Ángeles). Tal vez los adolescentes siguen el ejemplo de sus madres y hacen lo mismo porque se conocen entre todos, y por eso se corre la voz rápidamente.

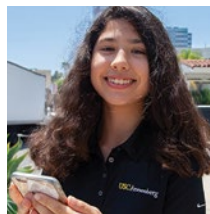
Creo que mis amigos en la Ciudad de México podrían considerarse "adictos", así como mis amigos en Los Ángeles porque es algo así como una metrópoli, una gran ciudad donde suceden muchas cosas y hay muchas cosas con las que mantenerse al día. Con respecto a los resultados de la encuesta, no espero ver una gran diferencia en la sensación de adicción, pero definitivamente sí creo que habrá una diferencia con respecto a los modales. Usar los teléfonos durante las comidas, las reuniones sociales y otros eventos cuando estás con tus padres en Ciudad de México se considera muy, muy grosero.

Mi vida familiar gira en torno a la tecnología, sinceramente. Sin embargo, mis padres me enseñaron y aún refuerzan el hecho de que la tecnología conlleva una responsabilidad. Para ellos, darme un teléfono inteligente es más un privilegio que una necesidad. Con el tiempo, se ha convertido cada vez más en una necesidad para mí debido a todas las actividades extracurriculares en las que participo. Además, soy bastante responsable con el uso de mi teléfono, por lo que mis padres confían en mí.

Los dispositivos móviles de mi familia son una forma de conectarnos en lugar de aislarnos. Mi mamá y mi papá me siguen en mis redes sociales, y no tengo problema con eso. Interactuamos mucho y nos etiquetamos en publicaciones. No me da vergüenza si mis compañeros lo ven. Incluso le envíé mensajes de texto a mi madre con GIFs y algo de lenguaje vulgar, y ella responde y me menciona en las historias de Instagram. Creo que esta forma saludable de usar dispositivos móviles es una combinación de las culturas de la Ciudad de México y Los Ángeles. Mi familia y yo somos una especie de híbrido de las dos culturas.

Aunque mis padres usan sus teléfonos con regularidad, no lo hacen innecesariamente. Esto significa que los utilizan para comunicarse, trabajar y mantenerse informados de lo que está sucediendo. Además, en la mesa, mi madre suele reproducir videos interesantes que encuentra en Facebook para que mi familia (mi padre, mi hermana de 12 años y yo) los comentemos y comience una conversación. Más que nada, se utiliza como herramienta para fomentar la interacción y la unión. Incluso se podría decir que es un uso saludable.

El uso de dispositivos móviles es algo que me parece muy interesante. Llenar esta encuesta me hizo darme cuenta de que no dependo tanto de mi dispositivo móvil como pensaba. Creo que esta investigación es una idea maravillosa y que servirá como tema para una buena conversación entre las familias en México y los Estados Unidos.



Sofía Nagy, una estudiante de 15 años de la Escuela Secundaria de Arcadia se mudó a Los Ángeles desde la Ciudad de México cuando tenía 12 años. En el verano de 2019, participó en la Academia anual para Jóvenes Annenberg de USC Annenberg, un programa educativo de un mes para estudiantes de secundaria locales. Invitamos a los estudiantes participantes a llenar la encuesta que forma la base de este informe y le pedimos a Sofía que reflexionara sobre su experiencia.

INTRODUCCIÓN

Por Willow Bay y James P. Steyer

Los dispositivos móviles y el contenido que consumimos en ellos se han convertido en una poderosa presencia en nuestras vidas. Están alterando los patrones de la vida cotidiana y cambiando nuestras relaciones más personales, incluidas las interacciones entre padres e hijos. Creemos que esto está sucediendo en muchos países del mundo. Para comprender realmente el impacto de la tecnología en nuestras relaciones y las nuevas formas en que nos relacionamos con nuestros dispositivos y entre nosotros, necesitamos profundizar en los hábitos y actitudes de los padres e hijos con respecto a los medios globales.

Juntos, Common Sense y la Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo de la Universidad del Sur de California emprendieron un proyecto de mapeo global diseñado para avanzar en una exploración intercultural de la participación familiar en los medios digitales. Nuestro trabajo conjunto es único, ya que se enfoca específicamente en los padres y adolescentes, las formas en que están adoptando y adaptándose a los dispositivos móviles en sus vidas, y cómo ven el uso de los dispositivos del otro. Esta es la primera generación de adolescentes que crece con un dispositivo móvil en sus manos y la primera generación de padres que enfrenta desafíos sin precedentes en el manejo de los medios digitales en sus propias vidas y en las de sus hijos.

Los adolescentes de hoy, parte de la generación post-milenaria llamada Generación Z, están emergiendo como la generación más conectada y socialmente consciente que el mundo ha visto. Su recorrido desde la infancia hasta la edad adulta está literalmente vinculado a los dispositivos móviles que tienen en sus manos, su desarrollo emocional y social está indisolublemente ligado a los rápidos avances y la profunda penetración de la tecnología en sus vidas. Su cultura de estar siempre conectados tiene ventajas significativas, pero también ha hecho que muchos de ellos se priven de sueño, dependan en exceso de sus dispositivos y se distraigan. Documentar y comprender el impacto de estos cambios tecnológicos masivos en el desarrollo de los adolescentes es de vital importancia.

La nueva realidad: Padres, adolescentes y dispositivos móviles en México es la cuarta entrega de la serie *La nueva realidad* que captura los hábitos, actitudes y opiniones de los padres y adolescentes sobre los dispositivos móviles. Las primeras investigaciones sobre este

tema en los Estados Unidos fueron publicadas por Common Sense en 2016, y los resultados se presentaron en los informes de *Common Sense Technology Addiction: Concerns, Controversy, and Finding Balance* (Adicción a la tecnología: preocupaciones, controversias y cómo encontrar el equilibrio) y *The Common Sense Census: Plugged-In Parents of Tweens and Teens* (El censo de Common Sense: padres de pre-adolescentes y adolescentes conectados). Esos informes sobre los padres y adolescentes estadounidenses revelaron una nueva dinámica familiar impulsada por la tecnología y moldeada por sus beneficios y desventajas.

Utilizando los informes de 2016 como puntos de referencia para la comparación, comenzamos nuestra exploración intercultural en septiembre de 2017, cuando USC Annenberg y Common Sense publicaron la primera investigación sobre los hábitos y las actitudes ante los medios digitales de los padres y adolescentes japoneses, *La nueva realidad: Padres, adolescentes y dispositivos digitales en Japón*. Publicamos en conjunto nuevos hallazgos sobre el uso de los dispositivos móviles y la participación en los medios digitales de padres y adolescentes en Reino Unido en 2018 en el informe *La nueva realidad: Padres, adolescentes y dispositivos digitales en Reino Unido*. El informe de 2019 de Common Sense, *La nueva realidad: Padres, adolescentes, pantallas y sueño en Estados Unidos*, nos brindó resultados actualizados y nuevos descubrimientos. Puede encontrar este análisis comparativo intercultural en la segunda parte de este informe.

Nos emociona compartir nuestra iniciativa más reciente, *La nueva realidad: Padres, adolescentes y dispositivos móviles en México*, la primera investigación de este tipo realizada en México. Los mexicanos han adoptado rápidamente la tecnología de telefonía móvil y, junto con ella, las redes sociales. Hoy, el 72% de la población de 16 años o más usa un teléfono inteligente.³ En términos de uso de redes sociales, la región ocupa el quinto lugar en el mundo,⁴ con aproximadamente 78 millones de mexicanos accediendo a las redes sociales a través de dispositivos móviles.⁵ Esta investigación ofrece una visión más cercana de los hábitos de los padres y adolescentes mexicanos con respecto al uso de los medios digitales y sirve como una radiografía de la vida de las familias mexicanas y como un importante punto de comparación en nuestro proyecto de mapeo global.

3. We Are Social. (29 de enero de 2018). Digital in 2018 in Mexico (Digital en 2018 en México). Consultado en <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-mexico-86862825>

4. Statista. (Enero de 2019). Global social network penetration rate as of January 2019, by region (Tasa de penetración global de las redes sociales a enero de 2019, por región) Consultado en <https://www.statista.com/statistics/269615/social-network-penetration-by-region/>

5. We Are Social. (29 de enero de 2018). Digital in 2018 in Mexico (Digital en 2018 en México). Consultado en <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-mexico-86862825>

En nuestro vistazo a las familias mexicanas, incluimos preguntas sobre la sensación de adicción, la distracción y los conflictos que han surgido como temas comunes en nuestras investigaciones globales. Para esta investigación en México, también agregamos algunas preguntas nuevas, pidiéndoles a los padres y adolescentes que describan los principales beneficios del uso de sus dispositivos, las formas en que los adolescentes usan los dispositivos y de qué maneras los padres y adolescentes intentan reducir el uso de los dispositivos. Y después de que el informe más reciente de Common Sense revelara hasta qué punto los dispositivos móviles están interrumpiendo el sueño, les preguntamos a los padres y adolescentes mexicanos si se levantan por la noche para revisar sus teléfonos buscando una cosa diferente a saber la hora.

¿Qué descubrimos? Los dispositivos móviles están transformando la vida cotidiana de los padres y adolescentes mexicanos:

- Los padres y adolescentes utilizan sus teléfonos móviles desde temprano en la mañana y con frecuencia.
- La gran mayoría de los padres y adolescentes se distraen durante el día con sus dispositivos móviles.
- En muchas familias, los dispositivos móviles están interrumpiendo el sueño.
- La mayoría de los padres y adolescentes sienten que el uso de los dispositivos móviles por parte de los adolescentes interfiere con las actividades familiares.
- Los padres están preocupados por la cantidad de tiempo que los adolescentes pasan en sus dispositivos, pero la mayoría de las familias están de acuerdo en que los dispositivos ofrecen beneficios como adquirir habilidades tecnológicas importantes, mantenerse en contacto con la familia extendida y mantenerse al día con los eventos actuales. La mayoría de los padres y adolescentes no sienten que el uso de sus dispositivos esté perjudicando las relaciones familiares.

Los medios y la tecnología están claramente en el centro de la vida de las familias mexicanas tal como sucede con las familias en los Estados Unidos, el Reino Unido y Japón. Cuando examinamos los datos en los cuatro países que hemos estudiado, queda claro que las familias se están adaptando a las formas en que los dispositivos están transformando la vida cotidiana y las actividades familiares. Surgieron algunos temas comunes e interculturales: la mayoría de los padres sienten que sus hijos adolescentes pasan demasiado tiempo en sus dispositivos y expresan preocupación por su propia sensación de adicción y la de sus hijos adolescentes.

Como lo hemos hecho en todas nuestras investigaciones globales, buscamos aliados académicos, de investigación de mercado y de relaciones públicas regionales. En México, trabajamos en colaboración con profesores de la Universidad Iberoamericana (IBERO), GfK Market Research, Relaciones Públicas Loop, el Programa Latino de Common Sense y USC de Ciudad de México. Estamos profundamente agradecidos por su colaboración, alianza e ideas.

En este momento extraordinario de la historia, con la ubicuidad de los dispositivos móviles y el acceso las 24 horas del día y los siete días de la semana al contenido que ofrecen, esperamos proporcionar datos oportunos y relevantes que fomenten más interés, investigaciones y conversaciones, tanto a nivel local como mundial. Aún más importante, esperamos que esta investigación ofrezca a los padres y adolescentes información para ayudarlos a incorporar la tecnología en sus vidas de una manera reflexiva y productiva.



Willow Bay

*Decana de la Escuela Annenberg
de Comunicación y Periodismo,
Universidad del Sur de California*



James P. Steyer

*Fundador y director general
de Common Sense*

A photograph of three young men standing outdoors in front of a building with large glass windows. They are all looking down at their smartphones. The man on the left is wearing a dark blue t-shirt and blue jeans. The man in the middle is wearing a grey zip-up hoodie over a black shirt and black pants with a tear at the knee. The man on the right is wearing a grey zip-up hoodie with 'CALIF' in red letters and grey sweatpants. There are blue umbrellas in the background.

**Dos tercios de los
adolescentes dicen que
una de sus formas
favoritas de comunicarse
con amigos es por
mensajes de texto.**

METODOLOGÍA

Este informe se basa en una encuesta representativa que se hizo en línea a 1226 padres y adolescentes conformada por pares de padres ($n = 613$) y adolescentes ($n = 613$) de 13 a 17 años en todo México. La encuesta fue diseñada por USC Annenberg y Common Sense y administrada en línea por GfK Market Research utilizando su Panel de Netquest certificado por ISO 26362, desde el 15 de mayo de 2019 hasta el 19 de junio de 2019. El texto completo del cuestionario y los datos correspondientes se pueden encontrar en annenberg.usc.edu/new-normal y commonsense.org/the-new-normal.

Muestra de la encuesta

Selección de participantes de la encuesta. Para esta investigación, la muestra se recogió de un panel en línea no basado en la probabilidad. Los miembros del Panel de Netquest de GfK, un panel cerrado con invitación de más de 300,000 personas que residen en México, fueron seleccionados utilizando métodos de muestreo basados en el domicilio (ABS, por sus siglas en inglés). Una vez que se seleccionaron los miembros del hogar en este panel y se les asignó a esta muestra de estudio, recibieron por correo electrónico una invitación a llenar la encuesta.

Evaluación de participantes y emparejamiento de padres y adolescentes. Padres y adolescentes del mismo hogar llenaron cada uno un cuestionario por separado. Para los informes anteriores de la serie La nueva realidad, los padres y adolescentes llenaron la encuesta juntos, lo que puede haber tenido un efecto sobre cómo respondieron algunas preguntas. El nuevo sistema se implementó para mejorar las tasas de participación y promover las respuestas imparciales de los padres y adolescentes. GfK verificó que los encuestados eran pares de padres y adolescentes que vivían en el mismo hogar utilizando códigos integrados en cada cuestionario.

Para comenzar, GfK identificó a los participantes de la investigación en su Panel de Netquest, quienes recibieron un código personalizado y único que contenía un enlace al cuestionario para padres (fase 1). Esto incluyó una evaluación para confirmar que el encuestado era el padre o la madre de un adolescente de 13 a

17 años (13 = 20%, 14 = 19%, 15 = 21%, 16 = 21% y 17 = 19%), así como para cumplir con las cuotas preestablecidas por género, ubicación geográfica e ingresos (consulte la sección “Ponderación” a continuación). Si el encuestado cumplía con todos los criterios y estándares de calidad, recibía el segundo enlace personalizado y único con el cuestionario para adolescentes (fase 2). Esto permitió a GfK verificar que los 613 adolescentes que respondieron al segundo enlace de la encuesta eran hijos de los 1.025 padres encuestados que respondieron al primer enlace de la encuesta.

GfK aplicó controles de calidad continuos durante el estudio de campo, incluida una auditoría que revisó los datos en detalle para verificar que no hubiera inconsistencias en la información proporcionada por el encuestado, como, por ejemplo, seleccionar la misma opción de respuesta para cada pregunta. Además, la plataforma de encuestas de GfK contiene un mecanismo de monitoreo de tiempo diseñado para identificar respuestas que se encuentran muy por debajo del rango de tiempo establecido del cuestionario. Este proceso de control de calidad se llevó a cabo tanto para las encuestas de los padres como para las de los adolescentes. Si se encontraban inconsistencias, los datos se eliminaban y se seleccionaban nuevos encuestados. La incidencia de las respuestas de los adolescentes para los 1.025 padres encuestados fue del 60%, lo que resultó en una muestra final de 613 respuestas totales de pares de padres y adolescentes.

Compensación para los participantes. GfK ofrece un modesto programa de incentivos para fomentar la participación del Panel de Netquest. El programa de incentivos incluye rifas y sorteos especiales con recompensas y otros premios.

Ponderación. El uso de métodos de selección basados en la probabilidad en el Panel de Netquest está diseñado para garantizar que la muestra resultante represente adecuadamente a la población de México, geográfica y demográficamente. La ponderación posterior a la estratificación específica de la investigación se aplicó una vez que se obtuvieron los datos para ajustar cualquier falta de respuesta de la encuesta y garantizar las distribuciones adecuadas para la población objetivo específica. Esta muestra de estudio se comparó estrechamente con los datos disponibles más recientes del censo de México: ENDUTIH 2017,⁶ el Censo de

6. INEGI. (2017). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de TIC en Hogares. Consultado en <https://www.inegi.org.mx/programas/dutih/2017/>

población 2010,⁷ y los Indicadores de hogares de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI) de 2018.⁸ Al hacerlo, nos aseguramos de que esta investigación fuera representativa en términos de género, edad y niveles socioeconómicos en las regiones geográficas encuestadas, que incluían áreas urbanas, pero no rurales. (Consulte las tablas a continuación que describen la demografía de la muestra de la encuesta por género, región y nivel socioeconómico [NSE]).

Margen de error, efecto de diseño y tasa de respuesta. El margen de error para la muestra completa con un nivel de confianza del 95% es +/- 2.83%. El efecto general del diseño de la encuesta es de 1.40.

Género	Cuota real		Estructura de la población
	Número	Porcentaje	
Hombres	264	43%	49%
Mujeres	338	55%	51%
Prefiere no decir	11	2%	N/A
Total	613	100%	100%

Región	Encuestados		Población	
	Número	Porcentaje	Estructura	Densidad
Noroeste	72	12%	12%	25 personas/km ²
Norte	119	19%	19%	25 personas/km ²
Oeste	99	16%	16%	106 personas/km ²
Centro	81	13%	13%	197 personas/km ²
Ciudad de México	146	24%	24%	5,964 personas/km ²
Sureste	96	16%	16%	56 personas/km ²
Total	613	100%	100%	

Nota: Ciudad de México incluye el área metropolitana

NSE	Cuota real		Estructura de la población	Cuota blanda
	Número	Porcentaje		
A/B C+	207	34%	25%	150
C C-	190	31%	29%	174
D+ D E	216	35%	45%	200
Total	613	100%	100%	524

Análisis y presentación de datos en el texto

Análisis. Además de ofrecer resultados descriptivos de padres y adolescentes en México, los datos también se analizaron por grupo demográfico, incluyendo género, NSE y ubicación geográfica. A continuación, encontrará las definiciones de las agrupaciones de ingresos.

Categorías de NSE. En México, los hogares se clasifican en siete niveles según su capacidad para satisfacer las necesidades de sus miembros. Esta clasificación se obtiene aplicando la regla de la AMAI con respecto al NSE.⁹

Para facilitar el análisis, los encuestados se agruparon en tres categorías de NSE: “nivel inferior” (hogares que pertenecen al NSE D+ D E), “nivel medio” (hogares que pertenecen al NSE C C-) y “nivel superior” (hogares que pertenecen al NSE A / B C+).

Categorías educativas. La categoría educativa se usa a menudo como un indicador del NSE. El cuestionario incluía una pregunta de selección que pedía a los padres indicar el nivel educativo más alto que alcanzaron. A efectos del análisis de datos, los encuestados se agruparon en cuatro categorías:

- *Nivel educativo limitado*, definido como aquellos que terminaron la escuela primaria solamente (1%).
- *Nivel educativo moderado*, definido como aquellos que terminaron la escuela intermedia o secundaria o el bachillerato (38%).
- *Nivel educativo normal / técnico / profesional* (57%).
- *Nivel educativo superior*, definido como aquellos que terminaron una maestría o doctorado (4%).

Ubicaciones geográficas. A efectos de esta investigación, GfK agrupó a los encuestados de los 32 estados mexicanos en seis regiones geográficas: noroeste, norte, oeste, centro, Ciudad de México y área metropolitana, y sureste.

La investigación incluye a encuestados de cada uno de los 32 estados de la República Mexicana que pertenecen únicamente a áreas urbanas. La definición oficial (según el censo) de “urbano” en México es un área con más de 2500 personas. La penetración de Internet en áreas rurales (menos de 2500 personas) es poco común o inexistente y la razón principal por la cual la muestra cubre únicamente áreas urbanas.

7. Netquest. (n.d.) El Panel Book de Netquest. Consultado en <https://www.netquest.com/es/descarga-netquest-panel-book>

8. Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (n.d.). Niveles socioeconómicos. Consultado en <http://nse.amai.org>

9. Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (n.d.). Distribución de los hogares del país según nivel socioeconómico. Consultado en <http://nse.amai.org/data/>

Porcentajes. La suma de los porcentajes no siempre arroja un total de 100 debido al redondeo o las opciones de respuesta múltiple o porque aquellos que marcaron “no sé” o no respondieron no están incluidos. Las “combinaciones”, por ejemplo, el total de personas que están “muy de acuerdo” o “algo de acuerdo” con una afirmación, pueden no reflejar los totales de los subelementos debido al redondeo.

Definiciones clave

Dispositivos móviles. A efectos de esta investigación, definimos los dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tabletas: dispositivos portátiles con acceso a Internet.

“Adicción”. A través de la serie de investigaciones de mapeo global La nueva realidad, les preguntamos a los padres y adolescentes si se “sienten adictos” a sus dispositivos móviles. No utilizamos el término “adicción” como diagnóstico clínico, sino para obtener una percepción sobre la presencia de dispositivos móviles en sus vidas y su impacto en la vida familiar cotidiana.

Comparaciones interculturales. Este informe incluye una encuesta específica por país exclusiva de México y comparaciones con datos anteriores recolectados en los EE. UU. (2019), el Reino Unido (2018) y Japón (2017). Cada encuesta se basa por completo en informes propios. Cada una de estas investigaciones se realizó entre 600 o más pares de padres e hijos por separado. Si bien presentamos comparaciones culturales entre las familias de cada país, lo hacemos con cautela, ya que puede haber diferencias de cohorte como resultado del momento en que se realizaron las encuestas, incluida la naturaleza en constante evolución de la conversación cultural sobre el uso de la tecnología, los cambios en las tasas de penetración o el acceso inalámbrico.

Además, debido a pequeños cambios en la metodología y redacción de las preguntas, así como a las posibles diferencias producto de la traducción, las comparaciones se realizan con cautela y no se han calculado las diferencias estadísticamente significativas entre países.

Diseño y desarrollo de la encuesta en la serie de mapeo global

Para ciertos temas, la encuesta actual se basa en un conjunto constante de preguntas que se presentaron por primera vez en los informes de Common Sense en 2016,¹⁰ que sirvieron como nuestro punto de referencia inicial. Guiados en parte por nuestros aliados regionales, adaptamos las preguntas de la encuesta para reflejar nuestra comprensión cada vez mayor del impacto de estas nuevas tecnologías y agregamos otras nuevas a medida que encontramos líneas de investigación adicionales.

En particular, solicitamos opiniones sobre la incorporación de nuevas preguntas para reflejar cuestiones de relevancia cultural en México y capturar con una perspectiva más matizada las formas en que las familias utilizan los dispositivos móviles.

Apreciamos un análisis y estudio adicional de estos datos, que esperamos sirvan para promover investigaciones y debates más profundos.

10. Felt, L. J., y Robb, M. B. (2016). Technology addiction: Concern, controversy, and finding balance (Adicción a la tecnología: preocupaciones, controversias y cómo encontrar el equilibrio) San Francisco, CA: Common Sense Media. Consultado en https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/csm_2016_technology_addiction_research_brief_0.pdf; y Lauricella, A. R., Cingel, D. P., Beaudoin-Ryan, L., Robb, M. B., Saphir, M., y Wartella, E. A. (2016). The Common Sense census: Plugged-in parents of tweens and teens. (El censo de Common Sense: padres de pre-adolescentes y adolescentes conectados) San Francisco, CA: Common Sense Media. Consultado en https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/common-sense-parent-census_whitepaper_new-for-web.pdf

RESULTADOS CLAVE

1. Los dispositivos móviles están transformando la vida cotidiana de los adolescentes y sus padres.

Dos tercios de los padres (71%) y adolescentes (67%) en México dicen que usan su dispositivo móvil casi todo el tiempo. Cerca de la mitad de los adolescentes (47%) y padres (46%) revisan su dispositivo varias veces por hora.

2. La mayoría de los padres y adolescentes usan su dispositivo desde temprano en la mañana y con frecuencia.

El treinta y dos por ciento de los adolescentes revisan su dispositivo en un plazo de cinco minutos después de despertarse, y siete de cada 10 adolescentes (67%) lo revisan en un plazo de 30 minutos después de despertarse. Los padres no se quedan atrás: casi uno de cada cuatro padres (24%) revisa su dispositivo móvil en los cinco minutos posteriores al momento de despertarse, y más de la mitad (57%) lo revisa en media hora.

3. Los dispositivos móviles interrumpen el sueño de padres y adolescentes por igual.

Durante la noche, más de un tercio de los adolescentes (35%) y padres (34%) se despiertan para revisar su dispositivo al menos una vez para algo diferente a saber la hora: mensajes de texto, correo electrónico o redes sociales.

4. La mayoría de los adolescentes y padres admiten que sus teléfonos son una causa de distracción durante el día.

Tres de cada cuatro adolescentes (77%) y padres (75%) dicen que se distraen con su dispositivo móvil al menos una vez al día. La gran mayoría de los padres (82%) dice que su hijo(a) se distrae durante el día, incluidos más de dos tercios (69%) que dicen que su hijo(a) se distrae varias veces durante el día. Más de la mitad de los adolescentes (56%) dice que sus padres se distraen durante el día con su dispositivo.

5. Los padres en México están preocupados por la forma en que sus hijos adolescentes usan sus dispositivos móviles.

Casi dos tercios de los padres (64%) sienten que su hijo(a) adolescente pasa demasiado tiempo en su dispositivo móvil y creen que son “adictos” a su dispositivo (62%). Casi un tercio de los adolescentes (31%) piensa que sus padres son “adictos” a su dispositivo.

6. Hay muchos hogares donde todos se “sienten adictos” a su dispositivo.

La mitad de los adolescentes (50%) y casi la mitad de los padres (45%) dicen que “se sienten adictos” a su dispositivo móvil. Casi tres cuartas partes (73%) de los padres que se “sienten adictos” a su dispositivo también tienen un(a) hijo(a) que se “siente adicto(a)”

7. Más adolescentes prefieren comunicarse con amigos por mensajes de texto.

Dos tercios (67%) de los adolescentes dicen que una de sus formas favoritas de comunicarse con amigos es por mensajes de texto. Solo la mitad de los adolescentes (50%) dice que una de sus formas favoritas de comunicarse con amigos es en persona, a través de las redes sociales (49%) o hablando por teléfono (40%).

8. La mayoría de los padres y adolescentes no consideran que el uso del dispositivo está perjudicando sus relaciones familiares, pero admiten los afecta negativamente en ciertas actividades familiares.

La mayoría de los adolescentes (71%) dicen que los dispositivos móviles no han hecho diferencia en sus relaciones con sus padres, y el 58% de los padres está de acuerdo. Aun así, la mayoría de los padres sienten que el uso de dispositivos móviles por parte de sus hijos adolescentes afecta negativamente actividades familiares, como las conversaciones (60%), el tiempo de calidad (64%), las comidas (63%) y las actividades (59%). Más de la mitad de los adolescentes también dicen que su uso de los dispositivos ha afectado negativamente las mismas actividades familiares.

9. Aun así, la mayoría de las familias mexicanas están de acuerdo en que los dispositivos móviles ofrecen beneficios.

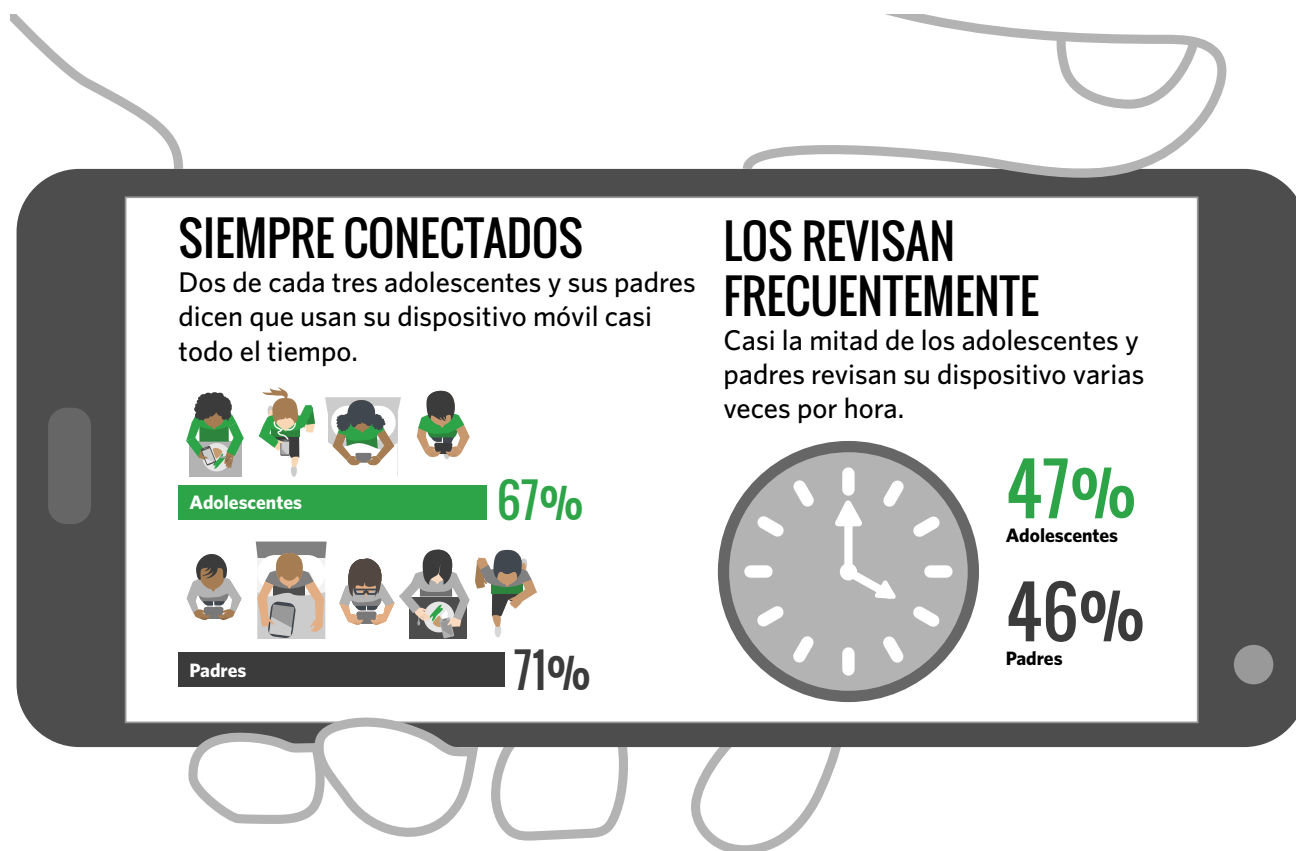
La mayoría de los padres y adolescentes en México creen que los dispositivos móviles ayudan a los adolescentes a adquirir habilidades tecnológicas importantes (83% y 91%, respectivamente), adquirir habilidades que benefician a los adolescentes en la escuela (83% en ambos grupos), preparar a los adolescentes para el trabajo (65% y 74%, respectivamente), y les permite a los adolescentes estar bien informados sobre los eventos actuales (78% y 84%, respectivamente).

La mayoría de los padres y adolescentes también están de acuerdo en que los dispositivos móviles ayudan a los adolescentes a cultivar amistades (53% y 69%, respectivamente), les permiten expresarse creativamente (57% y 66%, respectivamente) y les ayudan a disfrutar sus pasatiempos e intereses (59% y 73%, respectivamente).

Además, la mayoría de los padres y adolescentes mexicanos consideran que la facilidad de comunicación (70% y 78%, respectivamente) y mantenerse en contacto con la familia extendida (62% y 61%, respectivamente) son dos de los principales beneficios del uso de dispositivos móviles por parte de los adolescentes.

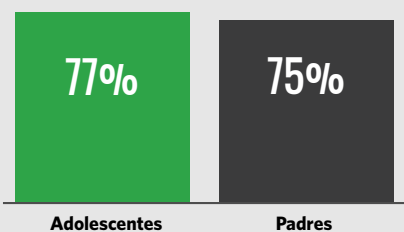
LA NUEVA REALIDAD **EN MÉXICO**

Transformando la vida cotidiana de los adolescentes y sus padres



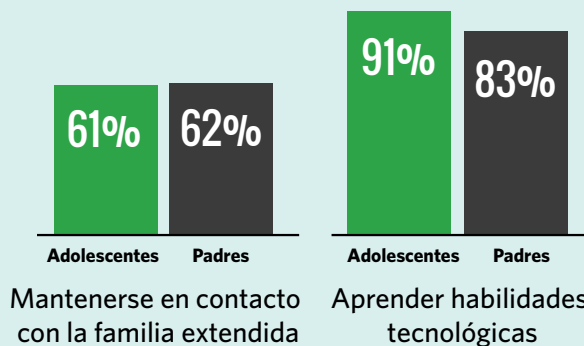
SE DISTRAEN DURANTE EL DÍA

“Me distraigo con mi dispositivo al menos una vez al día”.



BENEFICIOS

Las familias están de acuerdo en que los dispositivos móviles ayudan a los adolescentes...

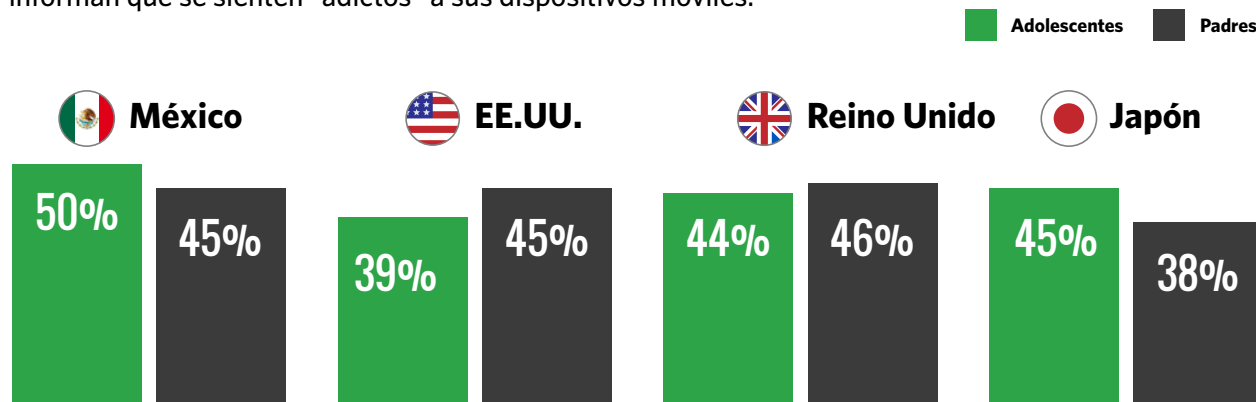


LA NUEVA REALIDAD EN EL MUNDO

Temas comunes en distintos países

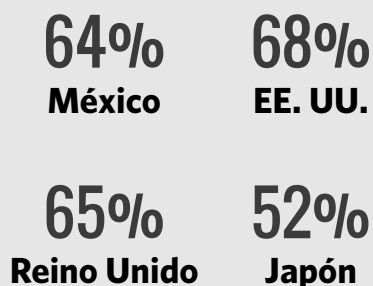
SENTIRSE ADICTOS

Casi la mitad de los adolescentes y sus padres en los cuatro países informan que se sienten “adictos” a sus dispositivos móviles.



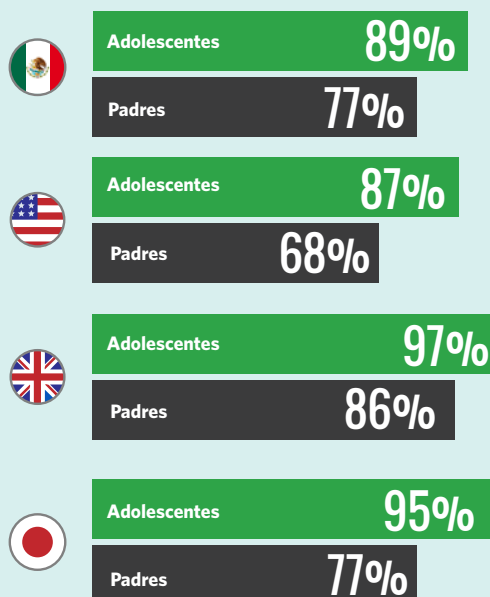
TIEMPO DEDICADO

“Mi hijo(a) adolescente pasa demasiado tiempo en su dispositivo móvil”.



RELACIONES

Más de tres cuartos de los padres y adolescentes creen que los dispositivos móviles han ayudado o no han hecho una diferencia en sus relaciones.





Casi dos tercios de los adolescentes dicen que se sentirían al menos un poco aburridos o ansiosos si tuvieran que pasar un día sin su dispositivo móvil.

PARTE 1: LA NUEVA REALIDAD EN MÉXICO

Transformación de la vida cotidiana y las rutinas diarias

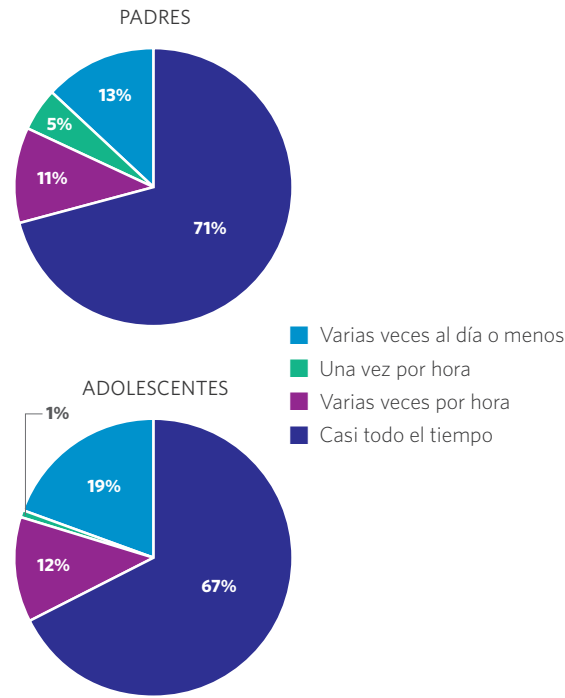
Uso y propósito

- Cuando se les preguntó con qué frecuencia usaban su dispositivo móvil, dos tercios de los padres (71%) y adolescentes (67%) en México dijeron que lo utilizan “casi todo el tiempo” (consulte el Gráfico 1).
- Cerca de la mitad de los adolescentes (47%) y padres (46%) revisan su dispositivo varias veces por hora en busca de mensajes de texto, correos electrónicos y actualizaciones.

Rutinas diarias

- Cuando se les preguntó con qué frecuencia sentían la necesidad de responder de inmediato a mensajes de texto, mensajes de redes sociales u otras notificaciones, más de la mitad de los adolescentes (53%) y casi la mitad de los padres (48%) dijeron “con mucha frecuencia” o “siempre”. Solo el 2% de los adolescentes y padres dijeron que nunca sienten la necesidad de responder de inmediato.
- Muchas familias usan sus dispositivos a primera hora de la mañana. El treinta y dos por ciento de los adolescentes revisan su dispositivo en un plazo de cinco minutos después de despertarse, y siete de cada 10 adolescentes (67%) lo revisan en un plazo de 30 minutos después de despertarse. Los padres no se quedan atrás: casi uno de cada cuatro padres (24%) revisa su dispositivo móvil en los cinco minutos posteriores al momento de despertarse, y más de la mitad (57%) lo revisa en media hora (consulte la Tabla 1).
- Incluso por la noche, más de un tercio de los adolescentes (35%) y padres (34%) se despiertan para revisar su dispositivo al menos una vez por algo diferente a saber la hora: mensajes de texto, correo electrónico o redes sociales. Sin embargo, la mayoría de los adolescentes (61%) y los padres (63%), dijeron que duermen toda la noche sin revisar el dispositivo (consulte el Gráfico 2).

GRÁFICO 1. Con qué frecuencia los padres y adolescentes usan su dispositivo móvil durante un día de trabajo normal



Nota: es posible que la suma de los segmentos no arroje un total de 100% debido al redondeo.

TABLA 1. Padres y adolescentes que usan un dispositivo móvil al despertarse

Porcentaje que usa un dispositivo... después de despertarse	En los primeros cinco minutos	En la primera media hora	Más de media hora
Padres	24%	57%	42%
Adolescentes	32%	67%	33%

- La mayoría de los padres dijeron que usan su dispositivo móvil para las redes sociales (80%), hacer llamadas telefónicas (76%) y chatear en aplicaciones de mensajería (73%). Solo el 65% dijo que lo usaba para fines laborales. La mayoría de los adolescentes dijeron que usan su dispositivo principalmente para las redes sociales (76%), escuchar música (70%) o chatear en aplicaciones de mensajería (69%). Solo alrededor de un tercio (38%) dijo que lo usaban para sus estudios.

Relaciones

- Cuando se les preguntó sobre el papel de los dispositivos móviles en sus vidas sociales, más de un tercio de los adolescentes dijeron que los dispositivos móviles son “muy” o “extremadamente” importantes para mantenerse al día con los amigos (38%) y tener conversaciones importantes con ellos (45%). Expresarse creativamente también es “muy” o “extremadamente” importante para ellos (27%).
- Dos tercios (67%) de los adolescentes dijeron que una de sus formas favoritas de comunicarse con amigos es por mensajes de texto. Solo la mitad de los adolescentes dijo que una de sus formas favoritas de comunicarse con amigos es en persona (50%), a través de las redes sociales (49%) o hablando por teléfono (40%) (consulte el Gráfico 3).

GRÁFICO 2. Padres y adolescentes que se despiertan para revisar su dispositivo móvil después de dormirse por algo diferente a saber la hora

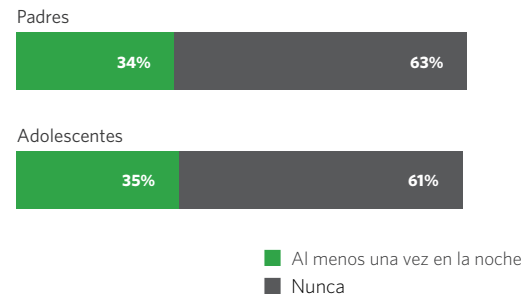
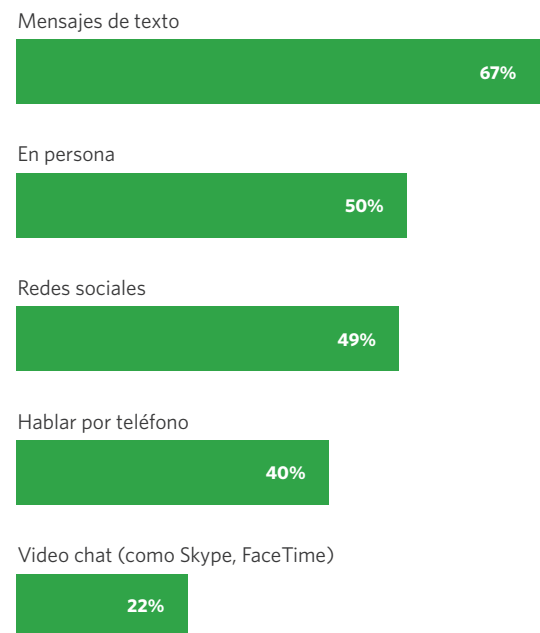


GRÁFICO 3. Adolescentes que dicen que... es su manera favorita de comunicarse con amigos.



Causa de distracción

- La mayoría de los adolescentes y padres informaron que su dispositivo móvil es una causa importante de distracción. Tres de cada cuatro adolescentes (77%) y padres (75%) dijeron que se distraen con su dispositivo móvil al menos una vez al día, incluido el 61% de los adolescentes y el 57% de los padres que se distraen varias veces al día (consulte las Tablas 2 y 3).
- Cuando se les preguntó acerca de sus hijos adolescentes, la gran mayoría de los padres (82%) dijeron que sus adolescentes se distraen durante el día, incluidos más de dos tercios (69%) que dijeron que sus adolescentes se distraen varias veces durante el día. Más de la mitad (56%) de los adolescentes dijeron que sus padres se distraen con su dispositivo durante el día.

“Somos una nueva generación, ¿verdad? Nos adaptamos a lo que tenemos, y no está mal. Por el contrario, si puede ayudarnos a no perdernos, divertirnos, distraernos y saber lo que está sucediendo, no tiene que ser algo malo, ¿verdad? ¿Estar revisándolo constantemente?”.

—Gabriela Almanza Caballero,
estudiante mexicana

TABLA 2. Padres que se sienten distraídos por su dispositivo móvil, por frecuencia y grupo demográfico

Veces al día	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Padres	Madres	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Múltiples veces	57%	56%	58%	61%	62%	51%	60%	51%	59%	55%	60%	56%
Una vez o más	75%	73%	77%	75%	76%	71%	80%	72%	77%	75%	77%	73%
Menos de una vez	26%	27%	22%	25%	23%	29%	20%	28%	22%	24%	23%	27%

TABLA 3. Adolescentes que se sienten distraídos por su dispositivo móvil, por frecuencia y grupo demográfico

Veces al día	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Niños	Niñas	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Múltiples veces	61%	59%	63%	69%	65%	49%	60%	65%	58%	63%	65%	56%
Una vez o más	77%	73%	80%	79%	79%	71%	79%	77%	77%	79%	78%	73%
Menos de una vez	23%	26%	20%	21%	21%	28%	20%	23%	23%	20%	22%	27%

Nota: Ciudad de México incluye el área metropolitana

“Sentirse adicto”

Les preguntamos a los adolescentes y padres si se sienten “adictos” a su dispositivo móvil. Tenga en cuenta que no utilizamos el término “adicción” como diagnóstico clínico, sino para obtener una percepción sobre la presencia de los dispositivos móviles en sus vidas y su impacto en la vida familiar cotidiana.

- La mitad de los adolescentes (50%) y casi la mitad de los padres (45%) dijeron sentirse “adictos” (consulte las Tablas 4 y 5).
- Sesenta y dos por ciento de los padres dijeron que sienten que su hijo(a) adolescente es “adicto(a)” a su dispositivo móvil, pero un porcentaje significativamente menor de adolescentes (31%) dijeron lo mismo acerca de sus padres.

- Casi tres cuartas partes (73%) de los padres que dijeron sentirse “adictos” a su dispositivo también tienen un(a) hijo(a) que se siente “adicto(a)”, lo que crea hogares en los que es más probable que toda la familia se “sienta adicta” a sus dispositivos móviles (consulte la Tabla 6).

TABLA 6. Padres que se sienten “adictos” a su dispositivo móvil, clasificados por la sensación de adicción del hijo o la hija

Tiene un(a) hijo(a) que...	Sí	No
Se siente “adicto(a)” al dispositivo móvil	73%	27%
No se siente “adicto(a)” al dispositivo móvil	17%	83%

TABLA 4. Padres que se sienten “adictos” a su dispositivo móvil, por grupo demográfico

	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Padres	Madres	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Sí	45%	45%	44%	35%	48%	32%	47%	50%	50%	48%	46%	40%
No	55%	55%	56%	65%	52%	68%	53%	50%	50%	52%	54%	60%

TABLA 5. Adolescentes que se sienten “adictos” a su dispositivo móvil, por grupo demográfico

	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Niños	Niñas	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Sí	50%	48%	51%	50%	50%	39%	49%	57%	49%	56%	47%	46%
No	50%	52%	49%	50%	50%	61%	51%	43%	51%	44%	53%	54%

Nota: Ciudad de México incluye el área metropolitana

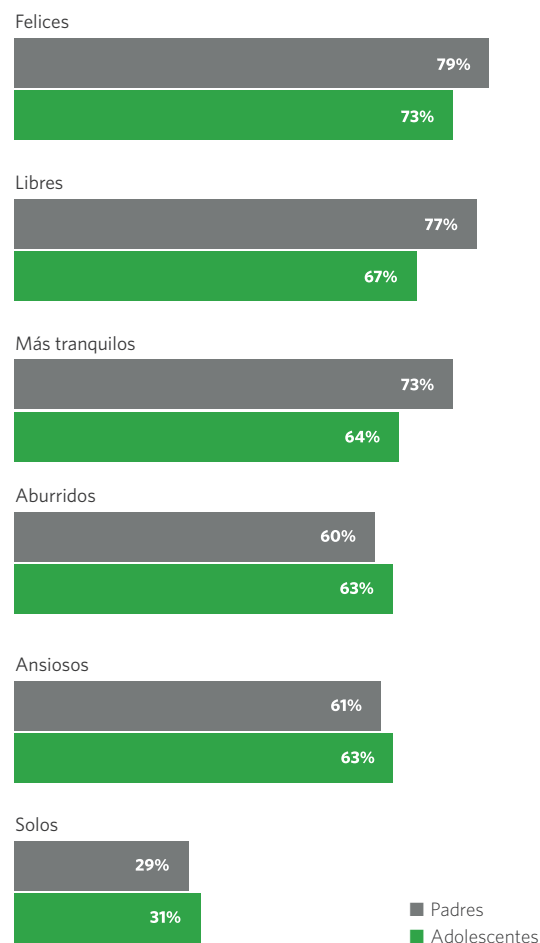
Un día sin dispositivos

- Si tuvieran que pasar un día sin su dispositivo móvil, casi dos tercios de los adolescentes dijeron que se sentirían al menos un poco aburridos (63%), ansiosos (63%) o solos (31%). Más de dos tercios de los adolescentes dijeron que se sentirían al menos un poco felices (73%), libres (67%) o más tranquilos (64%) también (consulte el Gráfico 4).
- El sesenta y un por ciento de los padres dijeron que podrían sentirse al menos un poco ansiosos, pero una cantidad mayor de padres dijeron que se sentirían al menos un poco felices (79%), libres (77%) o más tranquilos (73%) (consulte el Gráfico 4).
- Más de dos tercios de los padres y adolescentes dijeron que no se sentirían solos “en absoluto” (67% y 66%, respectivamente).

“Sabemos que somos adictos a esto porque puedes ver televisión, puedes ver videos, te informas. En realidad, es un mundo completamente nuevo”.

—Gabriela Almanza Caballero,
estudiante mexicana

GRÁFICO 4. Padres y adolescentes que se sentirían... si tuvieran que pasar un día sin su dispositivo móvil



A photograph of a woman with dark hair tied back, wearing a red and white striped shirt under a black cardigan, holding a smartphone. Two young boys are leaning in from either side, looking at the screen. The boy on the left is wearing a blue and red patterned shirt, and the boy on the right is wearing a dark jacket. They are all smiling and appear to be engaged with the content on the phone. The background is a blurred wooden wall.

La gran mayoría de los padres en México informaron que se involucran activamente en el control del uso de dispositivos móviles de su hijo(a) adolescente.

Vida familiar: adoptar y adaptarse

Tiempo dedicado a los dispositivos móviles

- Cuando se les pidió que pensarán en un día de trabajo normal, casi la mitad de los padres (44%) y adolescentes (45%) dijeron que sienten que pasan “demasiado tiempo” en su dispositivo móvil. Sin embargo, casi el mismo número de encuestados (47% y 49%, respectivamente) dijeron que sienten que pasan “la cantidad de tiempo adecuada” en su dispositivo móvil (consulte las Tablas 7 y 8).
- Los padres del nivel socioeconómico más alto tuvieron 14 puntos más de probabilidad de decir que pasan demasiado tiempo en los dispositivos móviles que los padres del nivel socioeconómico más bajo (50% versus 36%).
- La gran mayoría de los adolescentes (74%) y padres (68%) que dijeron sentir que pasan “demasiado tiempo” en su dispositivo móvil tenían más probabilidades de responder de inmediato a mensajes de texto, mensajes de redes sociales u otras notificaciones en los dispositivos móviles (consulte la Tabla 9). En comparación, solo el 40% de los adolescentes y el 37% de los padres que dijeron sentir que pasan la “cantidad de tiempo adecuada” en sus dispositivos también dijeron que sienten la necesidad de responder de inmediato a dichas notificaciones en sus dispositivos.

TABLA 9. Padres y adolescentes que sienten la necesidad de responder de inmediato, clasificados por cuánto tiempo sienten que pasan en sus dispositivos

Pasan... en su dispositivo móvil	Padres	Adolescentes
Demasiado tiempo	68%	74%
La cantidad de tiempo adecuada	37%	40%
Muy poco tiempo	15%	3%

- El noventa y cinco por ciento de los adolescentes y el 90% de los padres que dijeron que sienten que pasan demasiado tiempo en sus dispositivos también se distraen al menos una vez durante el día (consulte la Tabla 10).

TABLA 10. Padres y adolescentes que se distraen durante el día, clasificados por cuánto tiempo sienten que pasan en sus dispositivos

Pasan... en su dispositivo móvil	Padres	Adolescentes
Demasiado tiempo	90%	95%
La cantidad de tiempo adecuada	65%	67%
Muy poco tiempo	55%	47%

TABLA 7. Padres que piensan que pasan demasiado tiempo, muy poco tiempo o la cantidad de tiempo adecuada en sus dispositivos

Cantidad de tiempo	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Padres	Madres	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Demasiado	44%	44%	44%	43%	47%	42%	46%	44%	40%	50%	46%	36%
Cantidad adecuada	47%	49%	45%	46%	50%	49%	40%	48%	49%	47%	48%	47%
Muy poco	9%	7%	11%	11%	3%	8%	15%	8%	11%	3%	6%	17%

TABLA 8. Adolescentes que piensan que pasan demasiado tiempo, muy poco tiempo o la cantidad de tiempo adecuada en sus dispositivos

Cantidad de tiempo	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Niños	Niñas	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Demasiado	45%	43%	47%	49%	48%	43%	40%	48%	42%	51%	44%	40%
Cantidad adecuada	49%	51%	47%	46%	46%	47%	49%	49%	54%	46%	51%	49%
Muy poco	6%	6%	6%	6%	6%	9%	11%	3%	4%	2%	5%	11%

Nota: Ciudad de México incluye el área metropolitana

Reducción del uso

- Dos de cada cinco padres (42%) dijeron que “con mucha frecuencia” o “siempre” intentan reducir el uso de sus dispositivos móviles, aunque un poco más dicen que simplemente lo intentan “ocasionalmente” (44%) (consulte la Tabla 11). Un número similar de adolescentes dijo que intentan reducir el uso “con mucha frecuencia” o “siempre” (39%) u “ocasionalmente” (42%). Uno de cada cinco adolescentes (20%) dijo que “rara vez” o “nunca” intenta reducir el uso.
- Los padres y adolescentes usan una variedad de medidas para tratar de reducir el uso de dispositivos móviles; la estrategia más popular para padres y adolescentes es guardar su dispositivo (46%), seguida de soluciones tecnológicas como apagar las notificaciones (34%); activar el modo de “no molestar”, “avión” o “silencioso” (22% y 21%, respectivamente); limitar las aplicaciones que aparecen en su pantalla de inicio (14% y 15%, respectivamente); o usar una aplicación de seguimiento del tiempo frente a la pantalla (5%). Casi uno de cada cuatro dijo que carga su dispositivo fuera de la habitación (23% y 24%, respectivamente).

TABLA 11. Padres y adolescentes que intentan reducir la cantidad de tiempo que pasan en sus dispositivos móviles

	Siempre / con mucha frecuencia	Ocasionalmente	Rara vez / nunca
Padres	42%	44%	14%
Adolescentes	39%	42%	20%

Preocupaciones sobre el uso de los dispositivos

- A los padres les preocupa el uso del dispositivo móvil de su hijo(a) adolescente. Casi dos tercios (64%) dijeron que sienten que su hijo(a) adolescente pasa “demasiado tiempo” en su dispositivo (consulte la Tabla 12), y el 42% dijo que su hijo(a) adolescente usa su dispositivo “casi todo el tiempo”.
- Cuando se les preguntó sobre el uso de su padre y madre, menos de un tercio (28%) de los adolescentes dijeron que sienten que su padre o madre pasa “demasiado tiempo” con su dispositivo (consulte la Tabla 13).

TABLA 12. Padres que piensan que sus hijos adolescentes pasan demasiado tiempo, muy poco tiempo o la cantidad de tiempo adecuada en sus dispositivos

Cantidad de tiempo	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Padres	Madres	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Demasiado	64%	67%	61%	65%	62%	62%	69%	64%	60%	66%	65%	60%
Cantidad adecuada	30%	30%	31%	31%	29%	32%	22%	32%	35%	30%	29%	32%
Muy poco	6%	3%	8%	4%	9%	6%	9%	4%	4%	4%	6%	8%

TABLA 13. Adolescentes que piensan que sus padres pasan demasiado tiempo, muy poco tiempo o la cantidad de tiempo adecuada en sus dispositivos

Cantidad de tiempo	Total	Género		Región						Nivel socioeconómico		
		Niños	Niñas	Noroeste	Norte	Oeste	Centro	Ciudad de México	Sureste	A/B C+	C C-	D+ D E
Demasiado	28%	22%	32%	29%	24%	22%	28%	35%	27%	29%	27%	27%
Cantidad adecuada	45%	48%	42%	42%	48%	45%	41%	42%	50%	48%	50%	37%
Muy poco	27%	30%	25%	29%	29%	32%	31%	23%	23%	23%	23%	36%

Nota: Ciudad de México incluye el área metropolitana

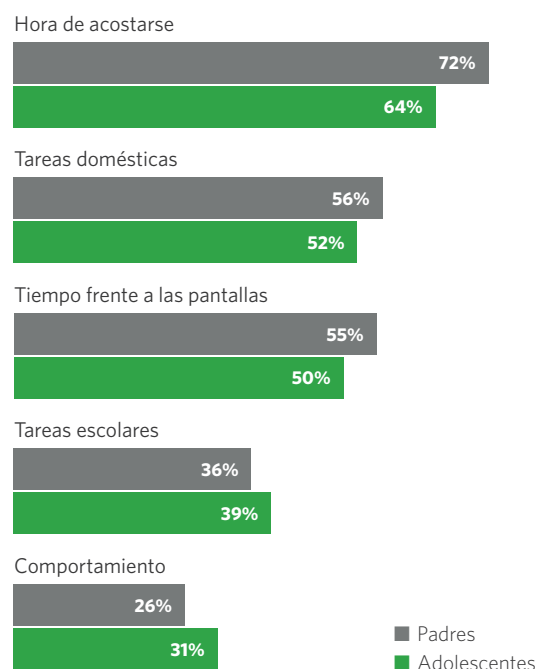
- La mayoría de los adolescentes (60%) dijo que los padres estarían mucho más preocupados si supieran lo que realmente sucede en las redes sociales. Solo el 40% de los adolescentes dijo que los padres se preocupan demasiado por su uso de las redes sociales.

Causas de conflicto

- Los dispositivos móviles son una causa de conflicto para algunas familias. Casi un tercio de los padres (30%) dijeron que discuten una vez al día o más con sus hijos adolescentes sobre el uso de su dispositivo móvil. Un 40% adicional dijo que discute una vez por semana o más. Solo el 6% de los padres dijeron que nunca discuten con sus hijos sobre el uso del dispositivo.
- Menos adolescentes informaron haber discutido con sus padres sobre los dispositivos móviles. Solo el 19% dijo que discute con sus padres sobre el uso de su dispositivo móvil una vez al día o más. El treinta por ciento de los adolescentes dijeron que discutían una vez a la semana o más. El 28% de los adolescentes dijeron que nunca discuten con sus padres sobre su dispositivo móvil.
- Los padres que dijeron que creen que su hijo(a) adolescente es “adicto(a)” a su dispositivo móvil son más propensos a discutir con su hijo(a) una vez al día o más que aquellos que dijeron que no sentían que su hijo(a) era “adicto(a)” (36% versus 20%).
- Cuando se les preguntó la causa de los conflictos habituales en el hogar, los padres dijeron que principalmente discuten con sus hijos adolescentes sobre la hora de acostarse (72%) y las tareas domésticas (56%), pero la cantidad de tiempo frente a las pantallas ocupa el tercer lugar (55%) por encima de las tareas escolares (36%) (consulte el Gráfico 5).

- Cuando les hicimos la misma pregunta a los adolescentes, estuvieron de acuerdo, clasificando las causas de conflicto de la siguiente manera: hora de acostarse (64%) y tareas domésticas (52%), luego el tiempo frente a las pantallas (50%) y las tareas escolares (39%) (consulte el Gráfico 5).

GRÁFICO 5. Causas de dificultades o conflictos habituales entre padres y adolescentes



“Mis padres están muy preocupados por esto. Nos dicen todo el tiempo: ‘No utilices el teléfono mientras comemos juntos. Oye, estamos de vacaciones. No uses el teléfono, por favor’ y estoy de acuerdo. Creo que hay prioridades y tenemos que ser inteligentes para saber cuándo y dónde usar nuestros teléfonos”.

—Guadalupe Mireya Espinosa Cortés,
estudiante mexicana

Controlar el uso del dispositivo

- La gran mayoría de los padres en México informaron que controlaban activamente el uso de dispositivos móviles de sus hijos adolescentes (consulte el Gráfico 6). Tres de cada cuatro padres (76%) y casi dos tercios de los adolescentes (66%) dijeron que tienen reglas familiares con respecto al uso de dispositivos móviles.
- Tres de cada cuatro padres (76%) dijeron que “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” le quitan el dispositivo móvil a su hijo(a) adolescente como castigo por portarse mal, imponen restricciones en el uso de su dispositivo móvil por parte de su hijo(a) adolescente (74%), verifican qué amigos o contactos tienen (72%), o los siguen en las redes sociales (71%). Muchos dijeron que “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” usan dispositivos para monitorear la ubicación de su hijo(a) adolescente (56%), revisan los mensajes de su hijo(a) adolescente (55%) o usan controles de padres (47%). Más de la mitad (55%) dijo que “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” incentivan a su hijo adolescente prometiendo el uso del dispositivo como recompensa por portarse bien, y el 78% dijo que sugiere sitios web o aplicaciones que creen que serían buenos para sus hijos adolescentes (consulte el Gráfico 6).
- Cuando se les preguntó acerca de su padre y madre, menos adolescentes dijeron que sus padres “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” imponen restricciones en el uso de su dispositivo móvil (60%). El sesenta y siete por ciento dijo que sus padres “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” los siguen en las redes sociales, y el 61% dijo que sus padres “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” les quitan el dispositivo como castigo por portarse mal. Menos adolescentes dijeron que sus padres “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” usan controles de padres (32%) o monitorean su ubicación (49%). Más de la mitad de los adolescentes dijeron que sus padres “a veces”, “con frecuencia” o “con mucha frecuencia” sugieren sitios web o aplicaciones (61%) o prometen el uso del dispositivo como recompensa por portarse bien (50%).

Impacto en las relaciones familiares

- La mayoría de los padres y adolescentes dijeron que no creen que el uso del dispositivo esté perjudicando sus relaciones familiares, pero indican que hay efectos negativos en ciertas actividades familiares. La mayoría de los adolescentes (71%) dijo que los dispositivos móviles no han tenido

GRÁFICO 6. Padres que hacen lo siguiente para controlar el uso del dispositivo de sus hijos adolescentes

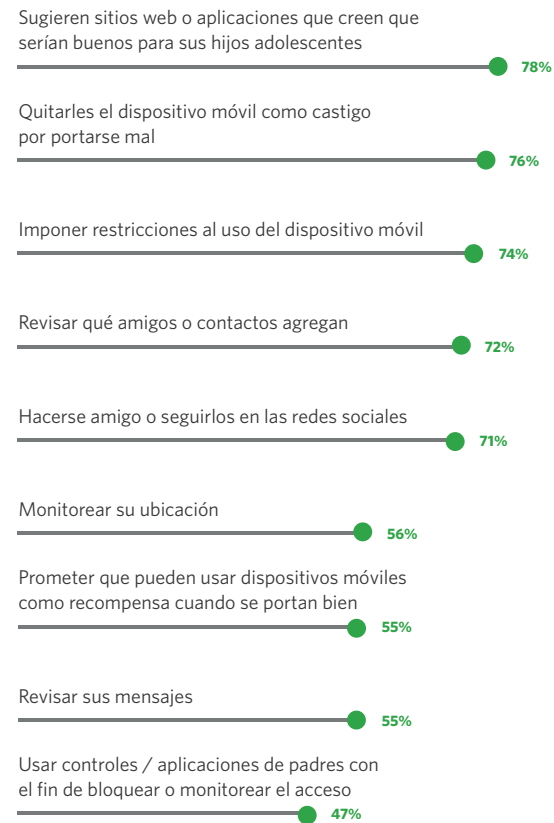


TABLA 14. Padres y adolescentes que creen que el uso del dispositivo móvil del otro ha ayudado o perjudicado su relación

	Padres	Adolescentes
Ha ayudado	19%	18%
No ha hecho una diferencia	58%	71%
Ha perjudicado	23%	11%

ningún impacto en su relación con sus padres, y el 58% de los padres está de acuerdo (consulte la Tabla 14).

- Casi una cuarta parte de los padres (23%) y el 11% de los adolescentes dijeron que los dispositivos móviles han perjudicado su relación, pero casi la misma cantidad de padres y adolescentes (19% y 18%, respectivamente) dijeron que sienten que los dispositivos han ayudado.
- Aun así, la mayoría de los padres dijeron que sienten que el uso de su dispositivo móvil por parte de su hijo(a)

adolescente afecta negativamente actividades familiares, como las conversaciones (60%), el tiempo de calidad (64%), las comidas (63%) y las actividades (59%).

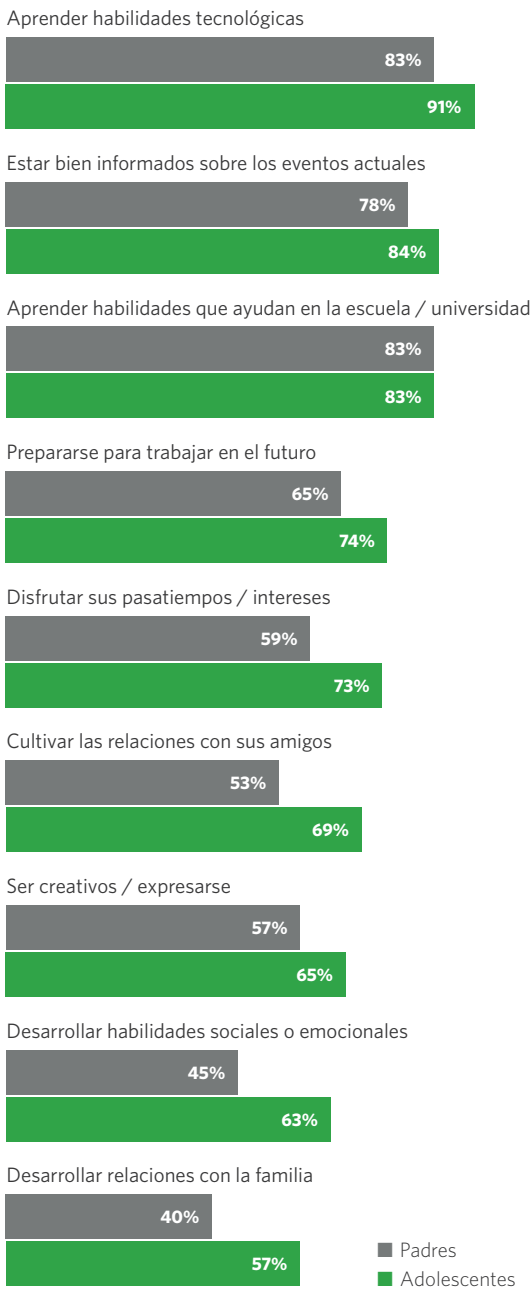
- Más de la mitad de los adolescentes también dijeron que su uso del dispositivo afecta negativamente las conversaciones familiares (52%), el tiempo de calidad (60%), las comidas (58%) y las actividades (52%).
- Cuando se les preguntó sobre el uso que hace su padre o

madre del dispositivo móvil, muchos adolescentes dijeron que sienten que afecta negativamente las conversaciones familiares (42%), el tiempo de calidad (47%), las comidas (42%) y las actividades (41%).

Beneficios del uso de los dispositivos móviles

La gran mayoría de las familias mexicanas están de acuerdo en que el uso de los dispositivos móviles ofrece beneficios.

GRÁFICO 7. Padres y adolescentes que consideran que el uso de los dispositivos móviles por parte de los adolescentes les ha ayudado a...



- La mayoría de los padres y adolescentes en México dijeron que creen que los dispositivos móviles ayudan a los adolescentes a aprender habilidades tecnológicas importantes (83% y 91%, respectivamente), aprender habilidades que benefician a los adolescentes en la escuela (83% en ambos grupos), les permite a los adolescentes estar bien informados sobre eventos actuales (78% y 84%, respectivamente), y preparar a los adolescentes para el trabajo (65% y 74%, respectivamente) (consulte el Gráfico 7).
- La mayoría de los padres y adolescentes también dijeron que los dispositivos móviles ayudan a los adolescentes a disfrutar sus pasatiempos e intereses (59% y 73%, respectivamente), ayudan a los adolescentes a cultivar amistades (53% y 69%, respectivamente) y les permiten expresarse creativamente (57 % y 65%, respectivamente) (consulte el Gráfico 7).
- Además, la mayoría de los padres y adolescentes mexicanos dijeron que consideran que la facilidad de comunicación (70% y 78%, respectivamente) y mantenerse en contacto con la familia extendida (62% y 61%, respectivamente) son dos de los principales beneficios del uso de los dispositivos móviles por parte de los adolescentes (consulte la Tabla 15).

TABLA 15. Percepciones de los padres y adolescentes sobre los beneficios del uso de dispositivos móviles

	Padres	Adolescentes
Comunicarse fácilmente	70%	78%
Mantenerse en contacto con la familia extendida	62%	61%
Aprendizaje	49%	30%
Tener algo divertido que hacer	37%	41%
Mantenerse conectado	32%	40%
Orientarse usando GPS / mapas	26%	36%
Sentirse independiente	12%	7%
Seguridad	10%	7%
Otro	2%	1%

Casi tres cuartas partes de los padres que dijeron “sentirse adictos” a su dispositivo también tienen un hijo(a) que se “siente adicto(a)”, lo que crea hogares en los que es más probable que toda la familia se “sienta adicta” a sus dispositivos móviles.



PARTE 2: LA NUEVA REALIDAD EN EL MUNDO

Comparación intercultural

Las perspectivas de México, en comparación con los Estados Unidos, el Reino Unido y Japón*

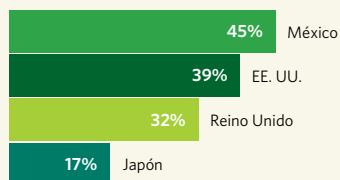
Cuando comparamos los datos de los cuatro países, los hábitos y actitudes de las familias mexicanas son distintos de las siguientes maneras:

- Más adolescentes mexicanos dijeron que pasan demasiado tiempo en su dispositivo móvil y “se sienten adictos” (consulte el Gráfico 8).
- Más padres y adolescentes mexicanos dijeron que se distraen al menos una vez al día con su propio dispositivo móvil (consulte el Gráfico 9).
- Más padres mexicanos también sienten que su hijo(a) adolescente se distrae con su dispositivo móvil durante el día (consulte el Gráfico 10).

GRÁFICO 8. Lo que sienten los adolescentes sobre sus dispositivos móviles

Adolescentes que sienten que...

Pasan demasiado tiempo en sus dispositivos móviles



Son “adictos” a sus dispositivos móviles

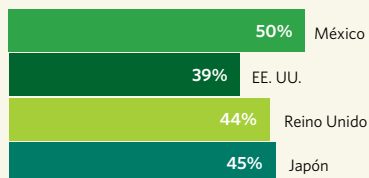


GRÁFICO 9. Padres y adolescentes que se distraen durante el día con su propio dispositivo móvil

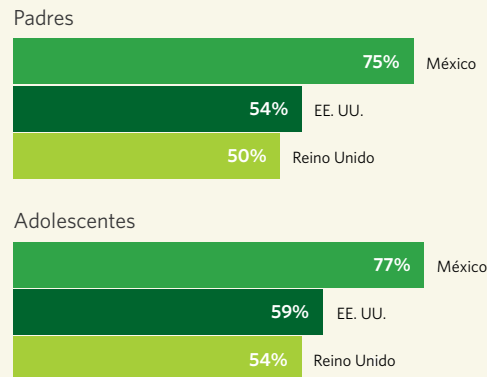
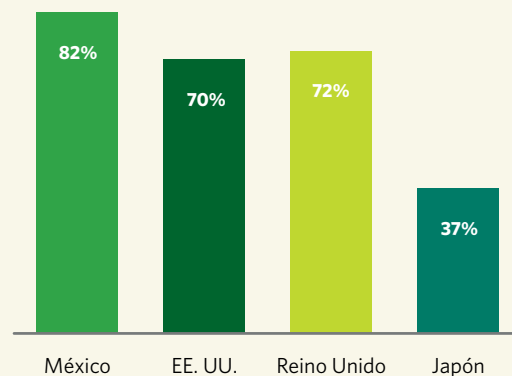


GRÁFICO 10. Padres que sienten que su hijo(a) adolescente se distrae con su dispositivo móvil al menos una vez al día



*Los datos de México y EE. UU. provienen de encuestas de 2019. La encuesta del Reino Unido se realizó en 2018 y la de Japón en 2017. No se hicieron algunas preguntas en la encuesta de Japón y, por lo tanto, no se presentan.

- Más padres y adolescentes mexicanos dijeron que “con mucha frecuencia” intentan reducir la cantidad de tiempo que pasan en sus dispositivos móviles (Padres: 33% en México versus 12% en los Estados Unidos, 16% en el Reino Unido y 4% en Japón; Adolescentes: 29% en México vs. 7% en los Estados Unidos, 8% en el Reino Unido, y 3% en Japón).
- Más padres mexicanos dijeron que discuten con sus hijos adolescentes al menos una vez al día sobre el uso de su dispositivo móvil (consulte el Gráfico 11).
- Más padres y adolescentes mexicanos dijeron que tienen reglas familiares con respecto al uso de los dispositivos móviles (consulte la Tabla 16).
- En comparación con los padres en el Reino Unido, más padres mexicanos dijeron el uso que hacen los adolescentes de los dispositivos móviles ha afectado negativamente las comidas, las conversaciones, las actividades y los viajes familiares (consulte el Gráfico 12).

TABLA 16. Padres y adolescentes que dicen tener reglas familiares con respecto al uso de los dispositivos móviles

	México	EE. UU.	Reino Unido	Japón
Padres	76%	68%	66%	58%
Adolescentes	66%	61%	62%	54%

GRÁFICO 11. Padres y adolescentes que dicen que discuten diariamente con el otro sobre el uso de los dispositivos móviles

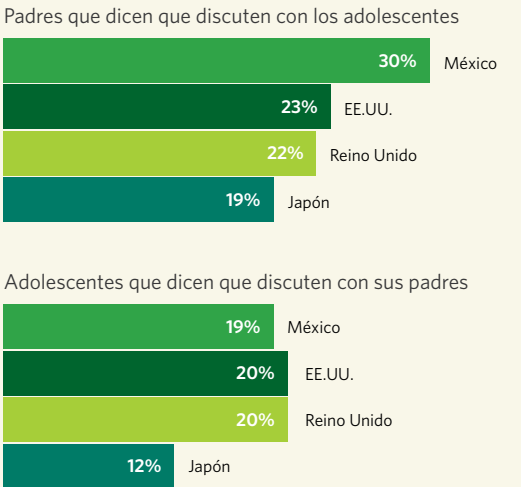
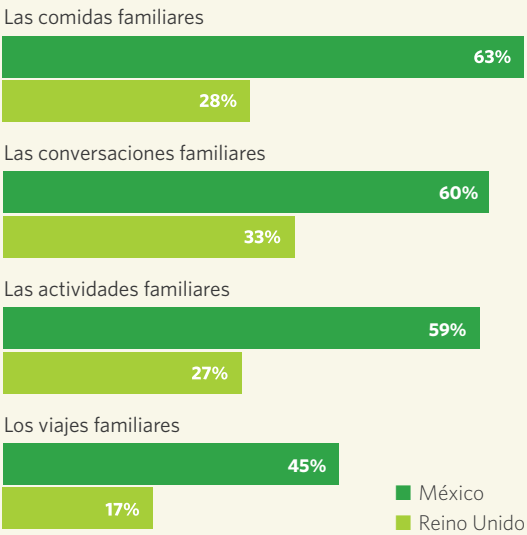


GRÁFICO 12. Padres que dicen que el uso de los dispositivos móviles por parte de sus hijos ha perjudicado “un poco” o “mucho”...



Temas comunes en México, los Estados Unidos, el Reino Unido y Japón*

Cuando comparamos los datos de los cuatro países, surgen algunos temas comunes:

- Cerca de dos tercios de los adolescentes en México, los Estados Unidos y el Reino Unido dijeron que usan sus dispositivos en un plazo de 30 minutos después de despertarse. Un tercio o más de los adolescentes en los tres países dijeron que los usan en un plazo de cinco minutos después de despertarse (consulte la Tabla 17).
- Los padres no se quedan atrás. En promedio, más de la mitad de los padres en México, los Estados Unidos y el Reino Unido dijeron que usan su dispositivo en un plazo de 30 minutos después de despertarse. Aproximadamente uno de cada cuatro padres en estos tres países dijo que usa su dispositivo en un plazo de cinco minutos después de despertarse (consulte la Tabla 17).
- En los cuatro países, la mayoría de los padres y la gran mayoría de los adolescentes dijeron que los dispositivos móviles no han hecho diferencia en sus relaciones familiares (consulte la Tabla 18).
- La mayoría de los padres en los cuatro países participantes dijeron que sienten que su hijo(a) adolescente pasa demasiado tiempo en su dispositivo móvil (64% en México, 68% en los EE. UU., 65% en el Reino Unido y 53% en Japón). La mayoría de los adolescentes no estuvieron de acuerdo, diciendo que sienten que pasan la “cantidad de tiempo adecuada” o “muy poco tiempo” en sus dispositivos (55% en México, 58% en los EE. UU., 68% en el Reino Unido y 70% en Japón).
- Más del 60% de los padres en México (62%), los EE. UU. (61%) y el Reino Unido (63%) y Japón (61%) dijeron que sienten que su hijo(a) adolescente es “adicto(a)” a su dispositivo. Muchos padres dijeron que ellos mismos “se sienten adictos”: México (45%), EE. UU. (45%), Reino Unido (46%) y Japón (38%). Aproximadamente un tercio de los adolescentes en los cuatro países participantes dijeron que sienten que sus padres son “adictos” a sus dispositivos móviles: México (31%), EE. UU. (38%), Reino Unido (35%) y Japón (27%).
- Más de la mitad de los adolescentes en México, los EE. UU. y el Reino Unido “con mucha frecuencia” o “siempre” sienten la necesidad de responder de inmediato a los mensajes de texto, mensajes de redes sociales u otras notificaciones (consulte el Gráfico 13).

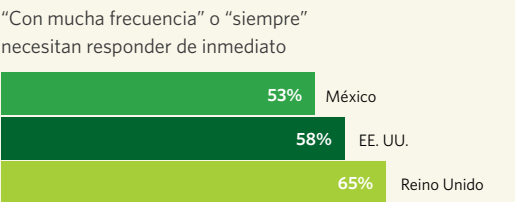
TABLA 17. Padres y adolescentes que usan su dispositivo móvil en un plazo de... después de despertarse

	México	EE. UU.	Reino Unido
Padres			
• 5 minutos	24%	23%	27%
• 30 minutos	57%	62%	72%
Adolescentes			
• 5 minutos	32%	32%	48%
• 30 minutos	67%	64%	79%

TABLA 18. Cómo los padres y los adolescentes sienten que el uso del dispositivo móvil por parte del otro ha afectado su relación

	México	EE. UU.	Reino Unido	Japón
Padres				
• Ha ayudado	19%	13%	15%	13%
• No ha hecho diferencia	58%	55%	71%	64%
• Ha perjudicado	23%	28%	15%	23%
Adolescentes				
• Ha ayudado	18%	15%	14%	15%
• No ha hecho diferencia	71%	72%	83%	80%
• Ha perjudicado	11%	9%	3%	6%

GRÁFICO 13. Necesidad de los adolescentes de responder de inmediato a mensajes de texto, mensajes de redes sociales u otras notificaciones



*Los datos de México y EE. UU. provienen de encuestas de 2019. La encuesta del Reino Unido se realizó en 2018 y la de Japón en 2017. No se hicieron algunas preguntas en la encuesta de Japón y, por lo tanto, no se presentan.

A photograph of a man with a grey beard and a young woman with long dark hair looking at a smartphone together. The man is on the left, wearing a green shirt, and the woman is on the right, wearing a blue polka-dot top. They are standing in front of a light blue wall with two arched doorways. A small green plant is visible in the background on the right.

La mayoría de los padres y adolescentes dijeron estar de acuerdo en que los dispositivos móviles ayudan a los adolescentes a disfrutar sus pasatiempos e intereses, cultivar sus amistades y les permiten expresarse creativamente.

CONCLUSIÓN

La ubicuidad de los dispositivos móviles y el poder cada vez mayor de las redes digitales y sociales están cambiando la forma en que nos relacionamos, no solo con el mundo que nos rodea, sino también con las personas más cercanas a nosotros. Estos cambios están ocurriendo de una forma más rápida y dramática que cualquier otro cambio en la historia reciente.

En este momento extraordinario, cuando los padres se enfrentan a desafíos sin precedentes en términos de su uso personal de los dispositivos móviles y el de sus hijos, nos complace presentar esta radiografía de los hábitos, actitudes y opiniones sobre los dispositivos móviles de los padres y adolescentes mexicanos, en un contexto intercultural.

Deben tenerse en cuenta algunas limitaciones:

Acceso a Internet. Si bien esta encuesta se podía responder desde cualquier computadora, teléfono inteligente o tableta y era compatible con cualquier sistema operativo, solo el 66% de la población en México tiene acceso a Internet.¹¹ Por lo tanto, esta investigación no es un indicador de las actitudes de la población total de México.

Ubicaciones geográficas. No tuvimos ningún encuestado de zonas rurales debido a que la penetración de Internet es poco común o inexistente en esas áreas.

Traducción. Como ocurrió con nuestra investigación de Japón en 2017, los elementos de esta investigación se tradujeron dos veces. Primero, el cuestionario de México fue traducido del inglés al español por GfK y auditado por la Universidad Iberoamericana, USC Annenberg y USC de Ciudad de México. El informe final de México fue inicialmente traducido del inglés al español por María Lorena Cerón, y luego fue editado y revisado por el Programa Latino de Common Sense con las mismas medidas de control de calidad. A pesar de este minucioso proceso, reconocemos que se pueden haber perdido ciertos matices del idioma en la traducción, lo que pudo afectar la interpretación de las opciones de preguntas y respuestas.

Metodología actualizada. Como resultado de la mejora en la metodología, tanto los padres como los adolescentes participantes tuvieron la oportunidad de llenar la encuesta en cualquier momento del día, independientemente de si su hijo(a) / padre estaba en casa o no. Este aumento en la flexibilidad a menudo conduce a una mayor tasa de respuesta y finalización del llenado de la encuesta. Al separar el

cuestionario para adolescentes, buscamos evitar el sesgo que podría existir si un adolescente respondiera preguntas sobre sus padres frente a ellos y viceversa. Si bien puede haber afectado las respuestas de alguna manera, esperamos que esto haya llevado a los encuestados a proporcionar respuestas más honestas sobre sus actitudes personales hacia los dispositivos móviles, así como de sus percepciones de los hábitos de sus familiares.

Preguntas específicas para cada país. En la preparación de cada investigación, solicitamos el aporte de expertos académicos y de investigación de mercado regionales que nos ayudaron a garantizar que, aunque las preguntas principales de la encuesta quedaran iguales, incluimos preguntas específicas para cada país con el fin de desentrañar los matices culturalmente relevantes con respecto al uso de los dispositivos móviles entre los miembros de la familia. No todas las preguntas en las encuestas permiten hacer comparaciones interculturales (consulte la sección “Comparación intercultural” a continuación). Además, es probable que el entorno de noticias regionales y las conversaciones culturales específicas de cada país sobre la adopción y el uso de la tecnología proporcionen un contexto distinto para cada investigación, lo que puede afectar la forma en que se percibe la investigación.

Comparación intercultural. Esta investigación se basa en datos recolectados en México (2019), los Estados Unidos (2019), el Reino Unido (2018) y Japón (2017). Investigaciones anteriores de la serie La nueva realidad utilizaron datos de los Estados Unidos publicados por Common Sense Media en 2016. Si bien hemos presentado comparaciones culturales entre las familias de cada país, lo hacemos con cautela, ya que puede haber diferencias de cohorte como resultado del momento en que se realizaron las encuestas. También reconocemos que la conversación global sobre la “adicción a la tecnología” ha evolucionado desde el momento en que comenzamos a publicar estos informes en 2016 y puede reflejar diferentes interpretaciones del término.

A medida que continuamos avanzando con nuestro proyecto de mapeo global en otros países y regiones, nuestro objetivo sigue siendo despertar el interés, la investigación y el diálogo intercultural. En última instancia, esperamos ayudar a guiar a familias de todo el mundo hacia el uso saludable y equilibrado en las comunidades interconectadas de hoy en día.

11. INEGI; Instituto Federal de Telecomunicaciones de México. (Abril de 2019). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH). Consultado en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf

**Sede principal en San Francisco**

650 Townsend Street, Suite 435
San Francisco, CA 94103
(415) 863-0600

Oficina de Washington, D.C.

2200 Pennsylvania Avenue NW
4th Floor East
Washington, D.C. 20037
(202) 350-9992

Oficina de Nueva York

575 Madison Avenue
New York, NY 10022
(212) 315-2138

Oficina de Los Ángeles

1100 Glendon Avenue, 17th Floor
Los Angeles, CA 90024
(310) 689-7535

Oficina de Arizona

2201 E. Camelback Road, Suite 403B
Phoenix, AZ 85016

Oficina de Londres

Exmouth House
3/11 Pine Street
Farringdon, London EC1R 0JH
United Kingdom

www.commonsense.org

USC
Annenberg
School for Communication
and Journalism

3630 Watt Way
Los Angeles, CA 90089
(213) 740-6180

annenberg.usc.edu

Para obtener más información, visite:

Common Sense (www.commonsense.org) capacita a los padres, maestros y responsables de la formulación de políticas, al proporcionar información imparcial, consejos confiables y herramientas innovadoras para ayudarlos a aprovechar el poder de los medios y la tecnología como una fuerza positiva en la vida de todos los niños.

Ubicada en la Universidad del Sur de California en Los Ángeles, la Escuela Annenberg de Comunicación y Periodismo (annenberg.usc.edu) es una facultad líder a nivel internacional en educación y escolaridad en los campos de comunicación, periodismo, diplomacia pública y relaciones públicas. Con una matrícula de más de 2200 estudiantes, USC Annenberg ofrece programas de doctorado, posgrado y licenciatura, así como programas de formación continua para profesionales que trabajan con un amplio alcance de investigación académica. El plan de estudios integral de la escuela enfatiza las habilidades básicas de liderazgo, innovación, servicio y emprendimiento y se basa en los recursos de una universidad interconectada en un entorno urbano global.

© 2019 Common Sense Media. Todos los derechos reservados. Common Sense, los nombres relacionados, las marcas comerciales relacionadas y los logotipos son marcas registradas de Common Sense Media, una organización sin fines de lucro 501(c)(3) (FEIN: 41-2024986).