

Fomento de la
recepción crítica en
niños de nueve a once
años ante el consumo
de videos de retos
peligrosos en *YouTube*

Fomento de la recepción crítica en niños de nueve a once años ante el consumo de videos de retos peligrosos en *YouTube*

Tesis para obtener el grado de:
Maestros en Diseño, Información y Comunicación

PRESENTADA POR:

Jeniffer Cruz Vera

Alejandro Reyes García

Gadi Reyna Miranda

Alejandro Rosales Martínez

COMITÉ TUTORAL:

Dra. Dina Rochman Beer

Mtra. Gabriela Ramírez de la Rosa

Dra. Margarita Espinosa Meneses

LECTOR INTERNO:

Mtro. Luis Antonio Rivera Díaz

LECTOR EXTERNO:

Dr. Marco Antonio González Pérez

Ciudad de México, 2020

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), cuyos apoyos resultaron esenciales para el desarrollo de este proyecto. A la Universidad Autónoma Metropolitana y la Maestría en Diseño, Información y Comunicación, por brindar todas las facilidades y soporte que nos permitieron llevar a cabo esta investigación.

A los directores de las escuelas que participaron en esta investigación. Su apoyo, confianza, disposición y cooperación fueron admirables y fundamentales a lo largo de todo el proyecto. A las directoras del Instituto Rosner, de la escuela José Luis Vieyra González, turno matutino, de la escuela Maestros de México; al director del Colegio Vincent Van Gogh y al subdirector de la escuela Maestros de México.

A nuestras asesoras: la Mtra. Gabriela Ramírez de la Rosa, la Dra. Margarita Espinosa Meneses y la Dra. Dina Rochman Beer, quienes pusieron tanto trabajo, esfuerzo y dedicación como nosotros. Este proyecto es tan nuestro como de ellas.

A nuestros lectores, el Mtro. Antonio Rivera y el Dr. Marco Antonio González Pérez, por todos sus comentarios, observaciones y el tiempo dedicado a este proyecto, sus aportaciones fueron muy valiosas para esta investigación.

A todos los profesores y alumnos, que con sus comentarios y retroalimentación, aportaron desde su perspectiva a este proyecto.

Antes que otra cosa quiero dar las gracias y hacer un reconocimiento a todas las personas que formaron parte de esta meta en mi vida que fue la maestría. Pues si hay algo que ha caracterizado mi existencia es que jamás he estado solo, lo cual, me llena de orgullo y lo agradezco infinitamente.

Ahora menos que nunca estoy solo, hay dos personas que me acompañan y que deseo siempre lo hagan pues ellas son una fuente inagotable de energía, de fuerza y de amor en mi existencia: mis hijos Leonardo y Rebeca Rosales Jiménez. Gracias hijos míos por ceder tiempo, atención y energía que les pude haber dedicado una tarde, una mañana o un fin de semana cualquiera. Gracias por comprender a su corta edad que la maestría era un proyecto tan importante para su padre, que debían dejarme solo por momentos y pasar el juego, el cuento o cualquier otra cosa para cuando no tuviera que hacer tarea.

Gracias a mi esposa, Tania Jiménez Sandoval, porque en todo momento estuviste allí a mi lado. Desde el día uno me alentaste a hacer trámites, tareas, a leer, a estudiar, sin ti esto habría costado mucho más. Gracias por el tiempo que has dedicado a nosotros, tu familia. Pues muchas veces te tuviste que quedar sola a cargo de nuestro hogar. Gracias porque me diste la oportunidad de vivir esta maravillosa experiencia. Este título es tan mío como tuyo, mi compañera de vida. Te amo.

Gracias a mis padres que desde siempre me han apoyado, aún antes de perlo, ellos han estado allí para mí. Gracias a ellos que siempre están al pendiente de que nada nos falte, a mí y a mi familia. Ellos son la tercera rueda de este triciclo que es mi vida, son mi inspiración, mi ejemplo a seguir, mis mejores mentores y mi soporte en todo momento. A ustedes les debo lo que soy, muchas gracias Alejandro Rosales Miranda y Mariana Martínez García.

Gracias a mis abuelos, que afortunadamente son cuatro. Gracias a Bernardo Martínez, Dolores García, Fidel Rosales y Esther Miranda, porque la manera en que me miran, en que siguen cada uno de mis pasos son un aliciente más para dar siempre lo mejor de mí en cada cosa que hago. Gracias por el amor con el que siempre me estiran su mano para brindarme su ayuda, abren sus brazos para darme un abrazo y el cariño con el que siempre abren sus puertas para recibirme con una fabulosa charla y una deliciosa cena. Gracias porque me han enseñado a pausar mi ritmo para darme cuenta que la vida es calmada y hay que disfrutarla a cada bocado.

Gracias a toda mi familia, soy un hombre tan bendecido por contar todos y cada uno de ustedes. Los amo con todo mi ser, no quiero que les quede duda alguna de eso.

Gracias a mi mentor, el doctor Alfonso Medina Urrea, porque fue una idea tuya entrar a la MADIC. Porque siempre has visto por lo mejor para mí, aún si eso implica alejarme de mis deberes laborales. Me has enseñado no sólo ha ser el profesionista que soy, me has enseñado la persona que quiero llegar a ser. Gracias también al doctor Luis Fernando Lara, una de las mentes más brillantes del país. Gracias por darme la oportunidad de formar parte de su equipo de trabajo, salir a estudiar una maestría y recibirme nuevamente en el Diccionario del Español de México. Gracias a ambos por la oportunidad que me brindaron.

- **Alejandro Rosales**

A mi familia en primer lugar; papá, mamá, Tania, Chelito y abuelos. Ya que siempre han estado y sé que estarán presentes tanto física como espiritualmente en todo momento de mi vida. Gracias por ayudarme siempre en los momentos en que más los necesito.

Al amor de mi vida, Alex, por brindarme aliento constante para conseguir todos mis locos sueños y metas. Por aceptar mis decisiones personales y profesionales. Así como, por tolerar mis ausencias, y principalmente, por la gran paciencia a lo largo de este camino que decidí realizar: maestría.

Finalmente, a la Universidad Autónoma Metropolitana por otorgarme las facilidades de estudio y de formación, a mis profesores que me dieron clase en el posgrado de quienes aprendí valiosos conocimientos y a mis asesoras de proyecto final de maestría, pues tuve el honor de conocerlas para recibir su apoyo y retroalimentación académica a lo largo del presente proyecto de investigación.

- Gadi

A toda mi familia. A mis padres y hermanos, que en todo momento han estado y estarán. A mis tí@s, prim@s y a mi abuela, que me han enseñado desde siempre y seguirán. A mis amigos, a los que han decidido acompañarme y a todos los que me han ayudado a construir este intento de ser humano que he sido y pretendo ser.

- **Alejandro Reyes**

A mis hijos Silvana y Emiliano, por ser mi más grande fuente de amor, inspiración y superación personal.

A Jorge, por su comprensión, paciencia y acompañamiento en esta y cada una de mis locuras.

A mis papás y hermanos, por el aliento y apoyo incondicional en todas mis decisiones. Gracias por creer en mí.

A mis amigos, en especial a Xanath y Luna, por la motivación, los consejos y por estar siempre que lo necesito.

Y finalmente, a mis compañeros de equipo, por los buenos momentos, el reto y el aprendizaje.

- Jenn

Contenido

Introducción	13
Capítulo 1	
Contenidos de riesgo en la era de la información: <i>YouTube</i> y los retos peligrosos	
1.1 Acceso a la información en la era digital	19
Problemáticas en la era de la información	20
1.2 <i>YouTube</i> y los contenidos de riesgo	22
Tipos de contenidos de riesgo en <i>YouTube</i>	24
1.3 Selección de los centros educativos	25
1.4 Sondeo exploratorio: contenidos populares de <i>YouTube</i> entre los niños	26
1.4.1 Canales populares en los niños	26
1.4.2 Contenidos de riesgo en los niños	27
1.4.3 Canales con retos peligrosos	27
1.4.4 Objetivos a partir de la exploración	28
1.4.5 Retos peligrosos	28
1.5 Nativos digitales	29
1.6 Pensamiento crítico ante el consumo de información	31
Capítulo 2	
Los Estudios de la Recepción como herramienta teórica para abordar el consumo de contenidos en <i>YouTube</i>	
2.1 Estudios de la Recepción Mediática	35
2.1.1 Orígenes, obstáculos y desarrollo de los ERM	36
2.1.2 Las mediaciones y los ERM en América Latina	38
2.1.3 La recepción crítica	40
2.1.4 Los ERM en la era digital	41
2.2 <i>YouTube</i> : Plataforma audiovisual y comunidad interactiva	42
2.2.1 <i>YouTube</i> y la cultura participativa	44
2.2.2 <i>YouTube</i> y los medios populares	45
2.2.3 Generación <i>YouTube</i>	46
2.2.4 Consumo cultural en <i>YouTube</i>	47
2.2.5 Difusión de contenidos en <i>YouTube</i>	49
2.2.6 Video amateur	51
2.2.7 Diseño e interfaz de la plataforma	52
2.2.8 Recepción de <i>YouTube</i>	54
Capítulo 3	
Metodología para el fomento de la recepción crítica	
3.1 Metodología para el fomento de la recepción crítica	57
3.2 Fase 1: Exploración “Tus gustos en <i>YouTube</i> ”	58
3.3 Fase 2: Evaluación del pensamiento crítico ante un video de reto peligroso	66
Población. Grupos focales e informantes en escuelas	69

Desarrollo e implementación de las sesiones de trabajo	70
3.3.1 Dinámica 1 “Creación de un reto”	72
3.3.2 Dinámica 2 “Proyección de un video de un reto peligroso”	75
3.3.3 Dinámica 3. Necesidades y requerimientos del usuario	77
Capítulo 4	
<i>Vlogger: una propuesta para el fomento de la recepción crítica</i>	
4.1 Fase 3: Diseño de la propuesta interdisciplinaria	84
Descripción de la propuesta	84
4.1.1 Elaboración y desarrollo de preguntas y respuestas	85
4.1.2 Diseño de los elementos de la propuesta	85
4.1.2.1 El juego de mesa	86
Experiencia de usuario	90
Desarrollo físico de los niños	91
Principios de diseño enfocado a niños	93
4.1.2.2 La aplicación móvil	97
4.2 Fase 4: Evaluación de la recepción crítica	106
4.2.1 Pruebas de usabilidad	106
4.2.2 Jugando con el juego de mesa Vlogger	109
4.2.3 Evaluación del juego de mesa Vlogger	110
4.2.4 La influencia del juego de mesa en los niños	113
4.3 Análisis de los resultados	117
Conclusiones	122
Referencias	128
Anexos	132

Introducción

El Internet es una herramienta que pone al alcance de las personas una gran cantidad de datos, sin distinción de edad. En México el 12% de los niños entre 6 y 11 años de edad tienen acceso a esta herramienta, según la Asociación de Internet.mx (2019) y todos ellos pueden consumir contenidos veraces, de ayuda para la academia, útiles en su vida diaria y enfocados a su edad. Sin embargo, también están expuestos a noticias falsas, pornografía, retos peligrosos, y contenido, en general, no apto para su criterio. La respuesta de los niños ante lo consumido representa un problema cuando no hay una recepción crítica de su parte.

“La respuesta de los niños ante lo consumido representa un problema cuando no hay una recepción crítica de su parte”.

YouTube es una plataforma de transmisión de videos que sigue, hasta cierto punto, la filosofía del libre contenido. También es una de las tres redes sociales más utilizada en el mundo, según varios estudios de mercadeo. De ella han salido videos como el “*Kiki challenge*”, considerado ilegal, el “*Condom challenge*” y el “*Bird box challenge*”, ambos con consecuencias graves para la salud de los participantes. El consumo de este tipo de videos de retos peligrosos en *YouTube* por parte de los niños entre 9 y 11 años de edad es el problema al que se enfoca esta investigación.

Si bien *YouTube* se ha esforzado por evitar que los menores consuman este tipo de contenidos con soluciones como diseñar *software* para público infantil: *YouTube Kids*, la restricción de contenido para ciertas edades, la desmonetización de videos por el tipo de actividades mostradas, etcétera, este enfoque prohibitivo considera a la herramienta como el problema. Sin embargo, esta investigación propone tomar el nivel de la recepción crítica como el problema y la solución al mismo tiempo.

La hipótesis que aquí se plantea es: si se fomenta la recepción crítica en los niños de entre nueve y once años de edad mediante una estrategia de comunicación educativa; entonces, se incentivará el discernimiento, el análisis, la evaluación y la toma de postura ante cualquier contenido que consuman en *YouTube*.

La base teórica de este proyecto se sustenta con la teoría de la recepción crítica y los estudios de la recepción mediática. El objetivo principal de esta investigación fue diseñar una estrategia de comunicación educativa que fomente el pensamiento crítico de los niños entre 9 y 11 años de edad ante el consumo de videos de retos peligrosos en la plataforma de videos *YouTube*, mientras que los objetivos particulares fueron los siguientes:

- Diseñar de una propuesta interdisciplinaria que posibilite poner en práctica algunas habilidades correspondientes al pensamiento crítico (análisis, evaluación y toma de postura) entre los niños.

- Fomentar un consumo consciente y responsable ante el contenido audiovisual de *YouTube*.
- Apoyar a la sociedad en el desarrollo de ciudadanos críticos ante el consumo de información.

Para lograr estos objetivos se utilizó una metodología mixta con técnicas cuantitativas y cualitativas. Se trabajó con grupos de niños de entre 9 y 11 años de edad pertenecientes a 4 escuelas primarias de la zona de Cuajimalpa, dos públicas y dos privadas. La metodología se dividió en cuatro fases: las dos primeras fases para obtener información, la siguiente fase para el diseño de una solución y la última para evaluar la propuesta.

La fase 1 consistió en la aplicación de una encuesta, en ella se identificaron las preferencias y los tipos de contenidos de *YouTube* más populares, así como el nivel de interacción de los niños con la plataforma y los contenidos de riesgo a los que están expuestos. En la fase 2 se realizaron grupos focales con el objetivo de realizar una evaluación de su pensamiento crítico ante los retos peligrosos, entender la forma en que concebían el concepto de reto y bosquejar ideas para un producto o propuesta final.

En la fase 3, se describe el proceso de diseño y desarrollo de esta propuesta interdisciplinaria denominada: *Vlogger*, que consiste en un juego de mesa análogo y digital que busca fomentar la recepción crítica de los niños. En esta fase convergen las disciplinas de Comunicación, Diseño y Computación aportando en el desarrollo de la propuesta interdisciplinaria.

Finalmente, la fase 4 consistió en la realización de las pruebas de usabilidad y evaluación del juego de mesa. Aquí se puede observar la dinámica de los niños durante el juego y el análisis de los resultados obtenidos.

La metodología usada se encuentra detallada a lo largo de los cuatro capítulos de este trabajo. En el capítulo 1, se contextualiza el problema de investigación, se ahonda en el tema de acceso a la información en la era digital y los contenidos de riesgo propios de un medio masivo y popular como *YouTube*. Adicional a ello se pueden revisar los resultados obtenidos en la fase 1 de la metodología, donde se identifican las preferencias de contenidos de los niños y se argumenta el porqué se tomó la decisión de enfocarse en los retos peligrosos como contenido de riesgo y cómo la recepción crítica ayudará a abordar esta problemática.

A continuación, en el capítulo 2 se describen los sustentos teóricos de esta investigación. Se parte de los estudios de la recepción mediática para aterrizar en la recepción crítica tomando en cuenta a Guillermo Orozco. También se ahonda en temas como la alfabetización mediática y se analiza a *YouTube* como plataforma de contenidos mediáticos y red social.

En el capítulo 3, se presenta la metodología, el diseño, la implementación y los resultados. Se describe el proceso exploratorio, que consistió en un cuestionario implementado a 370 niños y los hallazgos del mismo. También, se explican a detalle dinámicas y objetivos realizados en *focus group*.

Por último, en el capítulo 4 se describen la fase 3 y 4 de la metodología. Por un lado, la fase 3 detalla el proceso de desarrollo y diseño de los elementos del juego de mesa, que como ya se mencionó está compuesto por un tablero y una aplicación para dispositivos móviles (*App*). Y por otro lado, la fase 4 se concentra en la evaluación de esta propuesta interdisciplinaria mediante pruebas de usabilidad del juego, los resultados de esta experiencia y hallazgos obtenidos.

Capítulo 1

Contenidos de riesgo en
la era de la información:
YouTube y los retos
peligrosos

1.1 Acceso a la información en la era digital

Desde la aparición de las redes sociales en Internet, estas se han convertido en una herramienta popular de información, utilizadas tanto por empresas como por particulares con distintos fines: comunicar, aprender, mercantilizar, comercializar y difundir noticias, entre otros. Su uso ha generado cambios en la comunicación, es decir, se ha gestado una revolución digital debido a la gran cantidad de información gestionada y difundida hoy en día. Manuel Castells en su conferencia *Internet y la sociedad red* (2000, p. 1) señala: “Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro, es presente. [...] Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social”.

Esto refuerza la idea de las modificaciones que ha venido a generar el Internet en la sociedad actual. Castells (2000) conceptualiza al Internet como el medio sobre el que se desarrolla un nuevo entorno denominado “sociedad red”, la cual es una estructura social dominante de la era moderna.

Por ello, para la presente investigación este término refuerza la idea de la intersección e interrelación que existe actualmente entre información, usuarios y tecnología. Por su parte, las redes sociales generan múltiples beneficios si se emplean de forma consciente y responsable, de acuerdo con Adam N. Joinson (2003). La desinhibición, la inclusión, la imaginación, el desarrollo de habilidades sociales, la reinención personal, las experiencias interpersonales, la discusión de múltiples temas, la recreación, las ganancias comerciales, las noticias sociales, la creatividad y el logro de metas académicas son algunas de las bondades derivadas de las redes sociales. Precisamente, en el ámbito académico, dichas redes se han convertido en entornos de educación no formal¹, pues facilitan el acceso y publicación de contenidos de diversa autoría, generando así, una nueva tendencia educativa. Así mismo, estas redes favorecen el intercambio de información, mejoran los vínculos comunicativos entre personas de todas las edades, géneros, nacionalidades y con distintas preferencias de contenidos. Además, las redes sociales, originan en las personas un sentido de pertenencia y empatía en las llamadas comunidades virtuales; siendo estos, espacios de convivencia e intercambio de ideas. Un ejemplo de esto es el fenómeno que se puede ver en los seguidores de los canales de *YouTube* o grupos de *Facebook*, quienes crean comunidades basadas en gustos y preferencias en común.

¹ Entiéndase por educación no formal lo que Coombs et al (1975, p.27) define como “toda actividad organizada, sistemática, educativa, realizada fuera del marco del sistema oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto adultos como niños”.

Problemáticas en la era de la información

A pesar de las bondades mencionadas de Internet y las redes sociales, no todo el contenido que albergan es verídico o proveniente de una fuente confiable, por lo que, se puede generar una gran desinformación. Debido a ello, el consumo de estos materiales requiere de una cuidadosa evaluación de datos, situación de la que los usuarios, en algunas ocasiones, no son conscientes. Un ejemplo de esta falta de análisis y evaluación de contenidos de Internet es el consumo y la divulgación de noticias falsas o *fake news*. Las fuentes que emiten estas noticias falsas tienen objetivos variados, desde actores “influenciadores” interesados en desinformar o manipular los mensajes para desviar la atención de otros hechos importantes, hasta celebridades o figuras públicas como empresarios y políticos que buscan limpiar su imagen ante las críticas, o bien, ganar seguidores mediante mensajes tendenciosos. En fin, su propósito es incidir en la opinión de las personas.

Ejemplo de esto, fue lo ocurrido en el sismo de septiembre del 2017 en la Ciudad de México, cuando Televisa convirtió la tragedia de una niña llamada “Frida Sofía” (supuestamente atrapada bajo los escombros de una escuela) en una historia mediática internacional. Durante días, la historia se fue haciendo cada vez más grande e imparable, con detalles de su ubicación y la estrategia para su rescate. Todos se encontraban atentos al seguimiento de la noticia, hasta que el Secretario de Educación Aurelio Nuño desmintió el hecho públicamente y tanto la Marina como la televisora tuvieron que disculparse. Se cree que la difusión de esta noticia fue una estrategia del pasado gobierno priista para no perder más capital electoral rumbo a las elecciones del 2018. Cabe señalar, que en Internet existe el deseo de hacer más visible cierta información y hay algoritmos tecnológicos que posibilitan este acto, exponiendo así la privacidad de las personas en la red. Este uso de los datos personales es uno de los principales problemas del medio, según señala la *Internet Society* (2018). Los datos que las compañías de *software* recuperan de los usuarios suelen ser la materia prima con la que trabajan, de esta forma generan perfiles caracterizados por gustos y preferencias según búsquedas y navegaciones.

El uso es tan diverso y sus consecuencias tan grandes como lo es el influir en las elecciones presidenciales de un país. Así fue como sucedió en las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos de Norte América (García, 2018). En las que la compañía *Cambridge Analytica* perfiló psicológicamente a millones de usuarios de *Facebook* para mostrar contenido individualizado. Además de generar noticias falsas, replicarlas y divulgarlas también de manera personalizada y estratégica (BBC Mundo, 2018). Todo esto para cambiar el comportamiento de la audiencia, según se lee en su sitio web (Cambridge Analytica, 2018). A lo anterior hay que agregar que la *Internet Society* (2018) no consi-

dera como problema el contenido disconforme a la edad del usuario. Esta problemática se intensifica por el hecho de que la navegación en Internet es un acto en solitario y que no tiene manera de corroborar la edad de los usuarios, es decir, quien sea puede visualizar cualquier contenido. Para ejemplificar esto, se puede realizar una búsqueda literal sobre ¿cómo hacer una bomba?

Para adquirir dichos resultados se abrió un navegador web (Google, Firefox, Explorer), posteriormente, se escribió en la barra de direcciones la frase deseada y después de presionar la tecla *Enter*, en la imagen 1 se muestra una captura de pantalla con los resultados obtenidos.

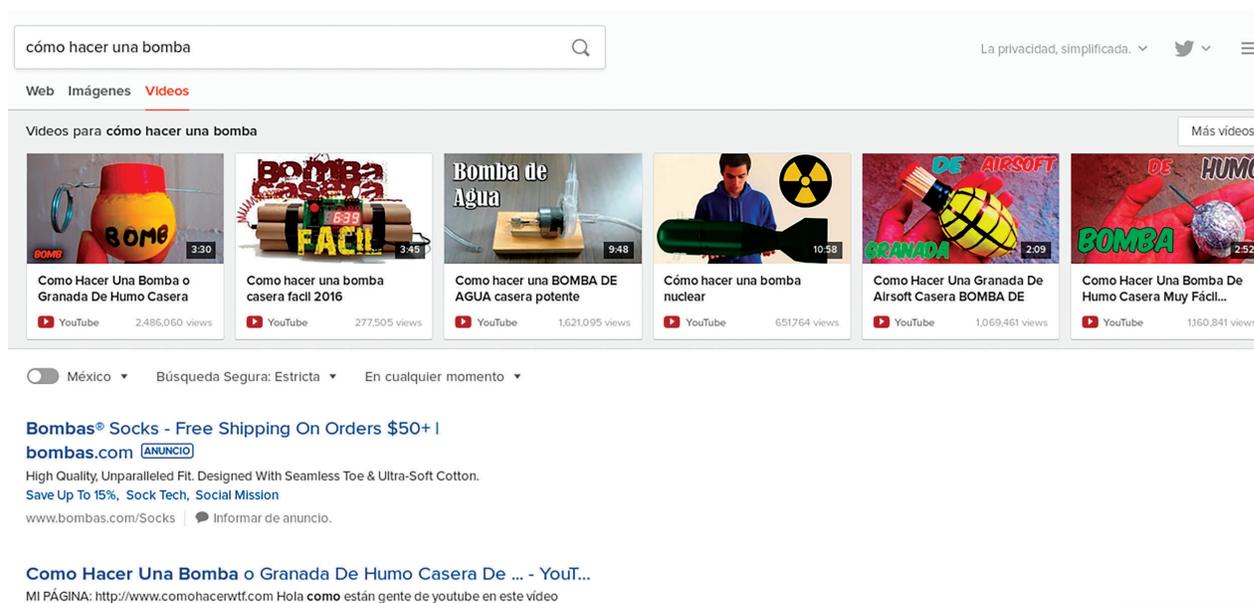


IMAGEN 1. Resultados de búsqueda en el navegador.

En ella se observa páginas que hablan de una bomba de humo, sin embargo, navegando se pueden obtener algunos resultados más nocivos que otros, y que además podrían ocasionar daños físicos al internauta si se llegasen a realizar.

Como se afirmó, la edad del usuario jamás fue requerida ni existió ningún tipo de filtro para mostrar estos datos. Es así de sencillo como un menor de edad puede acceder a diversa información con la posibilidad de replicar lo que llegase a ver, sin tener en consideración los riesgos que representa para su salud y la de quienes lo rodean.

Es entonces que en la presente investigación se considera importante abordar al público infantil, ya que son un segmento vulnerable, debido a la época tecnológica en la que actualmente se vive. Los menores, constantemente, están expuestos a la masiva información difundida

por los medios. Aunado a la carencia de una educación formal del manejo de medios digitales, estos usuarios corren mayor riesgo de dañar su integridad física ante un desconocimiento para examinar, evaluar y tomar una postura ante lo que consumen.

Los problemas anteriores no son exclusivos de blogs, de sitios de periódicos o de sitios dedicados a la difusión. También, las redes sociales tienen la misma problemática. Por ejemplo, aún cuando *YouTube* cuenta con una serie de normas que, además, ha ido detallando con el tiempo, el contenido es tan diverso que no hay un control sobre lo que se publica o sobre quién lo consume.

Frente a este tipo de contenidos existen diversas alternativas de solución por parte de los desarrolladores *software* que buscan atender las problemáticas presentadas. En el caso del contenido acorde a la edad, se han desarrollado sistemas que restringen el acceso a cierto contenido de Internet. El control parental que ofrecen antivirus como *Kaspersky* y su versión *Kaspersky Safe Kids* son un ejemplo de estas alternativas, pues realizan un monitoreo en tiempo real de las actividades de los usuarios y restringen el acceso a una lista de sitios maliciosos (la lista es creada a juicio de cada una de las empresas desarrolladoras). Cabe señalar que estas soluciones pueden ser efectivas, pero tienen un costo por parte del usuario y una instalación previa, además de la creación de cuentas específicas para cada perfil.

La creación de perfiles por edad es otra solución común entre los desarrolladores de *software*. *YouTube Kids*, *Messenger Kids* y la subordinación de las cuentas basada en las relaciones familiares son más ejemplos de cómo se ha buscado mostrar contenido acorde a la edad de los usuarios. Sin embargo, estos candados no son los más efectivos, debido al dominio que los niños tienen de los dispositivos, a la desatención de los padres o, en casos más aislados, a fallas en el filtrado de los contenidos. Resulta complicado abordar esta problemática con la prohibición, ya que los candados y barreras no son suficientes ante la gran oferta de información y las habilidades que tienen los menores de edad en el manejo de las plataformas y en la búsqueda de contenidos. Así pues, la solución que propone este proyecto está orientada a la educación para los medios y el fomento de la recepción crítica de los usuarios.

1.2 *YouTube* y los contenidos de riesgo

YouTube es un sitio web donde cualquier usuario puede ver y compartir videos. Fue lanzado en el año 2005 y adquirido un año más tarde por *Google*. Como red social, es una de las más populares a nivel mundial. En

México, es la tercera más popular entre los niños según la Asociación de Internet.mx (2018) Además, esta es la plataforma de videos más utilizada según lo reporta el Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016).

Podemos entender a *YouTube* como “un medio híbrido que combina las capacidades de almacenamiento de un archivo con el entretenimiento de la televisión y la interfaz interactiva de una red social” (Scolari, 2018, p. 94). En este sitio web, los infantes se sienten cómodos y encuentran material que en muchas ocasiones ha sido creado especialmente para ellos, como es el caso de los canales infantiles. Actualmente existen muchos *YouTubers*² independientes que tienen canales destinados a un público infantil, por ejemplo: Los Polinesios, Gibby, Tv Ana Emilia, De ToxoMoroxo, La Bala, ElrubiusOMG, Fernanfloo. Estos creadores desarrollan contenido, dentro de las normativas de *YouTube*, para menores con temáticas de su agrado.

Los administradores de *YouTube* son conscientes de la gran cantidad de audiencia infantil que consume su contenido y han realizado algunos esfuerzos por mantener fuera aquel contenido no apto para menores de edad. Ya que este sitio considera a una persona que aún no tiene la mayoría de edad legal en su país como “menor”. Sin embargo, el consumo de contenidos es muy distinto entre un menor de diecisiete, uno de trece, uno de diez y uno de cinco años, a pesar de que, todos pueden tener acceso al mismo contenido.

El hecho es, que la cantidad de material audiovisual que recibe y muestra *YouTube* hace que la clasificación humana no sea una solución viable. Por esto, se desarrollaron sistemas que categorizan los contenidos no aptos para menores como un esfuerzo por controlar el tipo de información que puede ser visible o pertinente para público infantil. Cabe mencionar, que un menor tiene la posibilidad de mentir sobre su edad, si así lo desea, sin el riesgo de ser detectado por *YouTube* y así poder visualizar contenido clasificado como inapropiado para su edad o acceder a este mediante la compañía de un adulto.

YouTube (2018) argumenta que algunos videos pueden no ser aptos para todo público, aunque estos no infrinjan ninguna de sus políticas. Así, este material es considerando como posible contenido de riesgo para la niñez, pues la plataforma estipula las siguientes categorías o factores como índice de contenido no adecuado para los menores:

1. Lenguaje vulgar
2. Imágenes perturbadoras y violencia
3. Imágenes de desnudos y contenidos de carácter sexual
4. Representación de actividades nocivas o peligrosas.

2 Entiéndase como *Youtuber* a la persona que produce contenido para su canal de *YouTube*.

Sin embargo, el movimiento *#ElsaGate* evidenció que existe contenido en *YouTube* clasificado como infantil, pero que en realidad no lo es. Estos videos hacían uso de personajes infantiles para mostrar prácticas sexuales no aptas para menores de edad (Plácido, 2017). Así pues, observamos que *YouTube* no considera, en realidad, las diversas formas en que puede presentarse contenido no apto para menores. En este sentido, esta investigación contempla también otro tipo de contenido riesgoso contemplado como son los golpes y peleas, el lenguaje vulgar, los retos peligrosos y los contenidos con dinámicas sexuales.

Efectivamente, los candados de la propia plataforma pueden ser de gran ayuda para controlar el consumo de contenido inadecuado para los niños. Pero hay que tomar en cuenta las habilidades y el manejo de los dispositivos digitales que tiene la niñez actual, pues, muchas veces son expertos en el manejo de éstos y un candado no representa impedimento alguno para consumir lo que ellos desean. Lo anterior, aunado a la curiosidad, característica innata de todo niño, los podría llevar a ser capaces de consumir cualquier información que les sea prohibida.

Así mismo, los esfuerzos para controlar la información disponible y el consumo que está en Internet parecen ser insuficientes debido a la gran cantidad disponible y el fácil acceso que actualmente tiene cualquier individuo. Por ende, consideramos que, ante esta problemática, la solución debe estar enfocada y dirigida a la educación del usuario y no únicamente hacia el manejo de la tecnología.

Tipos de contenidos de riesgo en *YouTube*

YouTube permite monetizar los videos subidos en la plataforma con base en el número de reproducciones, no obstante, impide la obtención de ganancias económicas dependiendo de sus contenidos como: lenguaje vulgar o palabras altisonantes, imágenes violentas o perturbadoras, desnudos o contenido sexual explícito, así como, representar de forma audiovisual actividades nocivas o peligrosas. Al respecto de las groserías, catalogadas como lenguaje vulgar por la plataforma, *YouTube* plantea lo siguiente:

Algunos tipos de lenguaje no son adecuados para los espectadores más jóvenes. El uso de un lenguaje sexualmente explícito o un exceso de obscenidades en el video o en los metadatos asociados puede provocar la restricción por edad de tu video. (*YouTube*, 2018)

Ahora bien, aunque las políticas para lucrar con los videos en *YouTube* excluyen a aquellos que hacen uso de lenguaje vulgar y palabras altisonantes, el éxito de la gran cantidad publicada, radica en el uso constante

de un lenguaje común, irreverente y grosero. Si bien, sabemos que para que un discurso sea ofensivo hace falta más que el uso del vocablo mismo. Aún así, en esta investigación se está considerando el empleo de lenguaje vulgar como aquel contenido audiovisual dañino a la integridad física de la persona, pues este tipo de discursos generalmente vienen acompañados de imágenes que denotan actitudes o comportamientos agresivos para sí mismo y para otros. Y si la audiencia no tiene suficientemente desarrolladas las habilidades cognitivas necesarias para consumir y entender la información mostrada puede ser riesgosa de entender o imitar.

Otro tipo de contenido riesgoso considerado por esta investigación es aquel en el que se muestran golpes y peleas, y que *YouTube* sí lo señala (imágenes perturbadoras y violencia). Hay que resaltar, que esta restricción no comprende videos sobre artes marciales o alguna otra disciplina deportiva o artística que involucra golpes. No obstante, en la presente investigación sí se toma en cuenta aquellos videos en que los participantes se golpean o golpean a otros sin reglas, estructura o sin ser un deporte. Es decir; peleas callejeras, golpes en el salón de clases, *bullying*, entre otros. Respecto a este tipo de contenido, *YouTube* tiene más consideraciones que con el lenguaje vulgar. Pues, aunque no hay una pronunciación específica sobre lo que es contenido violento, sí existen ciertas consideraciones sobre publicar o no estos videos. Al respecto, el sitio reconoce la posibilidad de que en la búsqueda de reportar un evento se puedan mostrar peleas o actitudes violentas.

Las publicaciones cuyo propósito principal sea causar un efecto chocante, sensacionalista o injustificado no están permitidas (*YouTube*, 2018). Incluso, se menciona que no se publicarán ciertos contenidos demasiado agresivos y explícitos.

Aunque *YouTube* prohíbe los videos pornográficos (*YouTube*, 2018), aún así existen casos como el ya mencionado movimiento *#ElsaGate*. Los videos de *#ElsaGate* mostraban a personajes animados realizando prácticas sexuales. Por ello, aunque la plataforma no tiene clasificados a este estilo de contenidos como de índole sexual, en esta investigación sí se están tomando en cuenta, ya que, justamente representan un contenido inadvertido por los candados o filtros que buscan aminorar esta problemática de consumo de contenidos no aptos para aquellos más jóvenes. Además, respecto del contenido sexual, *YouTube* plantea lo siguiente:

No se permite el contenido sexualmente explícito, como la pornografía. Los videos que tengan contenido fetichista se eliminarán o tendrán restricciones de edad según la gravedad del acto en cuestión. En la mayoría de los casos, no se permite mostrar en *YouTube* imágenes de fetichismo violento, gráfico o humillante. Un video que contenga desnudos u otro contenido sexual se puede permitir si el objetivo principal es educativo, documental, científico o artístico, y no es innecesariamente gráfico (*YouTube*, 2018).

Finalmente, la cuarta categoría “alternativa” planteada en esta investigación, es la que compete a aquel material audiovisual de “retos peligrosos”, en la cual se ahondará en las siguientes secciones.

1.3 Selección de los centros educativos

A partir de la problemática anterior y con el objeto de delimitar el tema de investigación se decidió realizar una encuesta a niños y se creyó conveniente encuestarlos dentro de sus centros educativos.

Las escuelas primarias con las que se trabajó en esta investigación, fueron seleccionadas dentro de la zona poniente de la Ciudad de México, en la alcaldía de Cuajimalpa, cercanas a la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa. Pretendiendo responder a la misión de la universidad: promover un compromiso ético y social con la zona cercana en la que está asentada.

Esta comunidad asume como tarea el desarrollo, aplicación, preservación y difusión de las ciencias, las artes, las humanidades y las tecnologías que contribuyan oportunamente a la mejora del nivel de desarrollo humano de la sociedad, en particular en su zona de influencia, y al fortalecimiento del proyecto académico de la UAM (Misión, 2005).

Las escuelas elegidas para hacer el trabajo de campo fueron la Escuela Pública José Luis Vieyra turno matutino, la Escuela Pública Maestros de México turno matutino, el Colegio Vincent Van Gogh y el Instituto Rosner. Y con base en la edad seleccionada para el estudio se decidió trabajar con niños de cuarto, quinto y sexto grado de primaria.

Cabe resaltar que el prestigio que tiene la Universidad Autónoma Metropolitana nos abrió las puertas de los centros, tanto la dirección como los profesores y el alumnado nos facilitaron la investigación. Al finalizar cada fase de la metodología se le entregó a las direcciones de cada escuela un informe con los hallazgos obtenidos con sus estudiantes.

1.4 Sondeo exploratorio: contenidos populares de *YouTube* entre los niños

En esta investigación se partió de una fase exploratoria en la que el objetivo principal era el de conocer los gustos y preferencias de los niños en cuanto a los contenidos que consumían en *YouTube*. Por lo que, en un principio se les aplicó a los niños de cuarto, quinto y sexto grado de primaria, de las cuatro escuelas ya mencionadas, una encuesta que consistía en preguntarles sobre la frecuencia con que utilizaban *YouTube*, número de días a la semana; el nivel de interacción que tenían con la plataforma, las acciones que realizan durante y después de ver un video; sus canales y categorías preferidas y los contenidos de riesgo que habían visto en el sitio. Esta fase exploratoria está detallada en el tercer capítulo del presente trabajo.

1.4.1 Canales populares en los niños

Los resultados de la encuesta aplicada denotaron que, en cuanto a los gustos de los infantes en la plataforma de *YouTube*, hay una clara preferencia por el contenido de entretenimiento, destacando aquel de *Youtubers* y videojuegos en el caso de los varones. LosPolinesios, fue el canal preferido y más popular en todas las escuelas y en todas las edades, tanto en niños como en niñas, siendo esta una preferencia unánime que nos da una buena idea de lo que le agrada consumir a la audiencia infantil. Los Polinesios son un grupo de tres hermanos de origen mexicano, los cuales cuentan actualmente con cinco canales dentro de la plataforma de *YouTube*, cada uno con diferente temática y contenido. En su canal principal, LosPolinesios, suelen subir vídeos personales, normalmente videos de viajes y experiencias cotidianas, con un toque cómico. Al momento de esta redacción cuentan con más de 16 millones de suscriptores. En sus otros canales, LosPolinesios cuentan con diversos contenidos: de bromas ligeras, retos, tutoriales y un hasta un poco de videojuegos (*Fandom*, 2018).

Otro hallazgo de la encuesta fue que los canales de videojuegos y *gameplays*³ resultaron muy populares para el público masculino, pero no tanto para el público femenino. Destacando canales como el de Fernanfloo quien es un *YouTuber* de nacionalidad salvadoreña cuyos contenidos tratan principalmente de *gameplays* de videojuegos donde él mismo comenta con un toque divertido e irreverente. Las niñas en cambio, tienen una mayor variedad de contenido consumido, por lo que, además de Los Polinesios, no hubo otro canal al que siguieran más de dos niñas.

3 Se entiende por *gameplay* a videos en los que se juega un videojuego.

1.4.2 Contenidos de riesgo en los niños

En la encuesta exploratoria se les preguntó a los niños sobre los posibles contenidos de riesgo a los que habían sido expuestos al consumir contenido de *YouTube*. Las opciones que se les dieron señalaban: groserías, golpes y peleas, retos peligrosos y contenido sexual. Los resultados mostraron que los niños se habían encontrado principalmente con groserías, seguido por retos peligrosos.

Se decidió abordar la problemática de los retos peligrosos, dejando de lado las groserías por tratarse de un tema donde los límites y las interpretaciones no son del todo claras, pueden ser subjetivas, y varían según la cultura. Por otro lado, los retos peligrosos pueden representar un daño latente para las personas que intentan realizarlos. Además, el hecho de consumir contenido audiovisual de retos peligrosos brinda otras posibilidades y formas de poner en marcha el pensamiento crítico ligado a la recepción crítica, tanto al momento de ver el video e interpretar la información como al emitir una opinión o tomar una postura posterior al observar el video.

1.4.3 Canales con retos peligrosos

Con base en los canales que los niños indicaron como sus favoritos en esta primer encuesta, se hizo una búsqueda sobre videos en los que se encontraron retos peligrosos y se hallaron acciones que dañan la integridad física de quien los realiza o pudiera realizarlos. Por ejemplo, los canales donde se encontró mayor contenido de este tipo fueron: Los Polinesios, Badabun y JukiLop. Cabe mencionar que se partió de la definición propuesta de que un reto peligroso es aquel que busca desafiar o provocar a alguien a que participe o realice una actividad en la que existe la posibilidad de que se dañe la integridad física de alguna persona.

1.4.4 Objetivos a partir de la exploración

Con base en los hallazgos de la exploración, se eligió a los retos peligrosos como el contenido de riesgo en el cual se enfoca la investigación. Además, se trazaron los lineamientos para la siguiente fase. Debido a que, en esta segunda fase se buscó indagar en cómo es que los niños conceptualizan la idea de reto peligroso y cuál es su reacción ante el consumo de este tipo de videos. Aunado al hecho de hacer una indagación acerca del nivel de pensamiento crítico que tienen los menores ante el consumo de este tipo de contenido audiovisual, prestando principal atención a tres características del pensamiento crítico: análisis, evaluación y toma de postura frente a la información recibida.

1.4.5 Retos peligrosos

Con base en la información que *YouTube* clasifica como contenidos de riesgo, en esta investigación nos dimos a la tarea de indagar acerca de los hábitos de consumo de los niños en la Ciudad de México. Para ello, realizamos una exploración inicial que consistió en una breve encuesta en las cuatro escuelas (Escuela Pública José Luis Vieyra, Escuela Pública Maestros de México, Colegio Vincent Van Gogh e Instituto Rosner).

En esta exploración, niños de nueve a once años de edad respondieron un cuestionario sobre los intereses, gustos y preferencias dentro de la plataforma *YouTube*. Uno de los hallazgos más importantes que arrojó esta exploración fue el consumo frecuente de retos peligrosos que tienen los niños de estas edades en *YouTube*.

Si bien no existe una definición formal de lo que es un reto peligroso en *YouTube* o en redes sociales, en esta investigación se desarrolló una, tomando en cuenta las definiciones encontradas en la literatura:

Desafiar o provocar a alguien a que participe o realice una actividad en la que existe la posibilidad de que dañe su integridad física o dañe la de alguna otra persona.

Para esta exploración, también se tomó en cuenta el análisis de contenidos mencionados por los infantes como sus favoritos, así como, los daños que pueden generarles.

En un sondeo inicial donde los niños indicaron cuáles eran sus canales favoritos, como investigadores, nos dimos a la tarea de analizar aquellos videos donde aparecieran retos peligrosos tomando como base la definición previamente planteada. Se analizó un total de 100 videos con retos peligrosos para, de esta forma, hacer una tipología y poder clasificarlos. Con esta taxonomía se tipificó a los retos según el tipo de daño potencial que provocan. Las categorías de los retos peligrosos que se propusieron fueron las siguientes: asfixia, lesiones físicas (moretones, raspones, cortaduras), actividades vergonzosas, daño gastrointestinal, lesiones en vías respiratorias (desgarre muscular) y quemaduras en distinto grado.

1.5 Nativos digitales

Esta investigación es de carácter académico y está enfocada en realizar un análisis sobre cuál es la recepción de los niños, “nativos digitales” en la era de la información, frente a información provista por los medios digitales, para, a partir de ello, diseñar una estrategia de comunicación

educativa que les permita desarrollar algunas habilidades cognitivas de orden superior como: comprensión, discernimiento, análisis, evaluación y toma de postura ante contenidos consumidos vía Internet.

Por su parte, Carlos Scolari, en la conferencia sobre *Transmedia Literacy* celebrada en la UAM Cuajimalpa en el mes de noviembre de 2018, señaló que no debemos ver a los nativos digitales como aquellos individuos con diferencias cognitivas “especiales” por el solo hecho de haber nacido y haberse desenvuelto en la era digital. Es decir; los niños sí han desarrollado ciertas competencias de manejo tecnológico, y con frecuencia, resultan expertos, pero no cuentan con diferencias esenciales o sustanciales en cuanto a capacidades cognitivas con relación al resto de la población.

Ahora bien, el término “nativo digital” ha sido utilizado regularmente para describir a las actuales generaciones, que desde pequeños tienen contacto directo con las nuevas tecnologías, lo cual les facilita el aprendizaje y los hace sentirse cómodos al momento de navegar y consumir información proveniente de estos medios digitales. Por lo tanto, al resto de la población se le ha denominado inmigrantes digitales, pues son individuos que no nacieron ni se desarrollaron con tecnologías digitales desde temprana edad, sin embargo, sí tuvieron que aprender a utilizarlas en algún momento de su vida y cuentan con la capacidad de ser expertos mediante la práctica.

Una de las características principales de los nativos digitales es el tiempo en que realizan las tareas y actividades diarias. Los niños y jóvenes están acostumbrados a recibir y procesar la información mucho más rápido que los inmigrantes. Además, los nativos digitales se caracterizan por estar acostumbrados a trabajar empleando múltiples ventanas, pantallas y realizando varias tareas al mismo tiempo, mientras que para las generaciones pasadas esto es visto, sencillamente, como una habilidad “peculiar o especial”.

Hay expertos que apuntan a identificar a los nativos digitales por medio del tiempo que utilizan o llevan utilizando las tecnologías digitales para la resolución de problemas. Es decir, que no importa la edad o la fecha de nacimiento para definir a un nativo digital, sino la frecuencia de uso de las nuevas tecnologías enfocadas a la resolución de problemáticas.

El hecho es, que las generaciones que crecieron junto con las nuevas tecnologías son mucho más propensas a hacer uso de éstas y hacerlas parte de su cotidianeidad. También, es importante indicar que existen otras diferencias entre los propios individuos de esta generación de nativos digitales. Por ejemplo, el no tener las mismas facilidades de acceso a estas nuevas tecnologías y dispositivos hace de esta una generación heterogénea, debido al manejo de las herramientas tecnológicas.

Las diferencias pueden generar que el nivel de uso y conocimiento de ciertos sujetos sea mayor en unos que en otros. Actualmente, un reto importante para los docentes (que son inmigrantes digitales), es el de encaminar a los nativos digitales a dar un buen uso educativo y de aprendizaje a las herramientas tecnológicas, porque si bien los niños pueden ser expertos en el uso de dispositivos digitales, frecuentemente los usan con fines de esparcimiento.

Es fundamental conocer el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para fortalecer el aprendizaje tanto dentro como fuera del aula. Aunado, a la creación de espacios educativos más dinámicos e interactivos que complementen el proceso de enseñanza-aprendizaje en las nuevas y futuras generaciones.

También, es bien sabido que se deben estimular los procesos mentales de los menores a través de enseñanzas formales e informales, para, de esta forma, hacer más significativo cualquier aprendizaje. Uno de los objetivos de incluir a las TIC en el proceso de aprendizaje es que el estudiante entienda que la tecnología se puede aplicar a diversas áreas del conocimiento, e inclusive a situaciones de la vida cotidiana sin que representen algún tipo de problema, es decir, sea sencillo su uso.

Así pues, se logrará que el individuo sea el propio artífice en la construcción de sus aprendizajes y sea autogestivo. Ahora bien, como se ha indicado en esta investigación se trabajará con niños de entre nueve y once años de edad (preadolescentes), quienes conforman el universo a estudiar (nativos digitales). Esto, debido a que, nacieron en la era de la información y muy probablemente están habituados al manejo de dispositivos tecnológicos ya sea en casa, en la escuela, solos o con sus amigos. Además de estar plenamente familiarizados con la plataforma de *YouTube*, su uso y sus contenidos al ser esta una de las plataformas más populares entre el público infantil de acuerdo con la Asociación de Internet.mx (2018).

1.6 Pensamiento crítico ante el consumo de información

Como se ha dicho, en esta investigación se considera relevante hacerle frente al problema que representa el consumo indiscriminado de contenido en Internet, específicamente al consumo de los denominados retos peligrosos, mediante una estrategia de comunicación educativa que incentive una postura crítica desde temprana edad. La finalidad será fomentar que el usuario comprenda, compare, analice y evalúe de mejor forma contenidos audiovisuales y la información que se le transmite.

Para lograr esta meta, se tomó en cuenta que el pensamiento crítico es una habilidad que todo ser humano posee y debe desarrollar a lo largo de su vida empezando desde la niñez para la resolución de problemas de diversa índole. Asimismo, una recepción crítica de la información favorecerá el confrontar de mejor manera los datos consumidos en Internet, pues el usuario debe hacer un análisis y una evaluación, para, de esta manera, ser diligente y cuidadoso en el momento de seleccionar y consumir información.

Esta investigación abordó la problemática del consumo crítico de información. En definitiva, como se ha mencionado se considera que la postura crítica debe ser enseñada y fomentada en las personas desde la niñez, el problema es que los programas escolares poco toman en cuenta esto y privilegian otro tipo de aprendizajes por sobre una educación mediática. Esto se ve reflejado en la currícula para la educación de SEP, pues no existe tal cual la materia de Educación para los Medios o la materia de Recepción Crítica que impulse y fortalezca competencias de selección, análisis y evaluación de información para aplicarse en la consulta de información en los medios análogos o digitales.

A pesar de los esfuerzos hechos por la Secretaría de Educación Pública para incentivar aprendizajes significativos que se puedan emplear en distintas etapas de la vida mediante la Nueva Reforma Educativa promulgada por Enrique Peña Nieto en 2013. La enseñanza actual sigue orientada hacia un enfoque pedagógico tradicional, el cual está encaminado, esencialmente, a la adquisición de conocimientos por medio de la enseñanza de asignaturas escolares básicas y memorísticas por sobre la reflexión, la crítica y la argumentación a la información provista. Mas la adquisición de un conocimiento científico y formal, no está relacionada con el desarrollo de un pensamiento crítico ni de sus habilidades, según plantea López (2012).

La misma autora retoma la importancia de llevar a cabo una enseñanza explícita y enfocada en estas habilidades. Por ello, la presente investigación prioriza el fomento del desarrollo del pensamiento crítico. Puesto que, se consideran competencias que deben ser enseñadas, transmiti-

das y fomentadas desde la infancia. Entre estas características del pensador crítico se encuentran, como lo señala la Peter Facione (1990), la comprensión, el análisis, la interpretación, la creatividad, la selección, la claridad, el orden, la síntesis, la evaluación y la toma de postura ante la información recibida. Cabe enfatizar que de ellas se eligieron tres (análisis, evaluación y toma de postura), debido a la importancia que, se considera, tienen ante el consumo de información y las acciones que hace una persona después de haber recibido la información mediática. Para conseguir fomentar estas habilidades se creó una propuesta interdisciplinaria en la que coadyuvan las áreas de diseño, comunicación y sistemas para la interacción, pues desde la perspectiva de cada una de estas disciplinas se enriquece una posible solución al problema de investigación: falta de una herramienta educativa que fortalezca en los niños de entre nueve y once años de edad habilidades que les faciliten la comprensión y selección de sus consumos cuando naveguen en Internet, particularmente al observar videos en la red social más popular hoy en día entre ellos: *YouTube*.

Capítulo 2

Los Estudios de la
Recepción como
herramienta teórica para
abordar el consumo de
contenidos en *YouTUBE*

En el ámbito de la comunicación, existe un enfoque que conjunta el proceso de creación de mensajes con la educación: la comunicación educativa. Este enfoque de estudio es crucial para el desarrollo del presente trabajo, ya que vincula las teorías de la comunicación, la alfabetización mediática y los estudios de la recepción con las teorías de enseñanza y aprendizaje.

Abordar estas áreas de conocimiento permitirá comprender las relaciones existentes entre la comunicación y el aprendizaje para facilitar la creación de una propuesta interdisciplinaria, que ayude a cubrir con el objetivo de la problemática planteada: fomentar la recepción crítica en niños de nueve a once años de edad ante el consumo de contenidos de riesgo en *You Tube*.

Los estudios de la recepción, entonces, son enfoques que nos ayudan a abordar el problema señalado. Por ello, en este capítulo se explica y reflexiona sobre qué son los estudios de la recepción, sus orígenes y algunos autores que sostienen, como nosotros, la importancia de que la audiencia analice acerca de su consumo mediático para desarrollar una recepción crítica.

2.1 Estudios de la Recepción Mediática

A principios de la década de los 80 se dio un fuerte cambio en el ámbito de los estudios de la comunicación en América Latina. Se empezó a encarar las problemáticas con una visión nueva, fresca y distinta de todo lo que se había visto con la *Mass Communication Research*¹, que dominaba entre las teorías comunicativas de aquellos tiempos.

Los comunicadores latinoamericanos empezaron a replantearse las preguntas y buscar nuevas respuestas, pero, sobre todo, empezaron a buscar nuevas formas de abordar los problemas de la comunicación. Con el libro *De los medios a las mediaciones* (1987) de Jesús Martín Barbero se sentaron las bases para las nuevas investigaciones y análisis que hasta el día de hoy han dejado marca en los estudios latinoamericanos.

1 La *Mass Communication Research* o Investigación de los medios Masivos de Comunicación es una corriente que tiene sus orígenes a mediados del siglo XX y busca analizar los efectos de los mensajes mediáticos con el objetivo final de conducir el comportamiento de las masas. En estos estudios, el receptor es conceptualizado como un ente pasivo que es víctima de mensajes mediáticos que lo fulminan y nada puede hacer al respecto.

Es justamente con este tipo de investigaciones que, surgen los Estudios de la Recepción Mediática (ERM) en América Latina. Partiendo de la idea de enfatizar el significado que la audiencia proporciona de forma particular a los mensajes, los investigadores empezaron a trabajar y labrar un nuevo camino que llevó a los ERM a consolidarse como una herramienta efectiva, además de una buena apuesta teórica. Como menciona Orozco (2000, p.16), los ERM “se han convertido con rapidez en un modo característico de investigar, plantear preguntas y formular objetos específicos de estudio”.

Al hablar de recepción mediática nos referimos al “conjunto de interacciones de forma y contenido entre diversos segmentos de audiencia y los medios. Interacciones que no se dan en el vacío sociocultural y político, sino que están condicionadas históricamente y son mediadas desde distintos ámbitos” (Orozco, 2000, 16). Desde este marco, las audiencias juegan un papel activo en el proceso de comunicación.

2.1.1 Orígenes, obstáculos y desarrollo de los ERM

El surgimiento de los ERM se da a partir de la curiosidad de los investigadores de la comunicación de comenzar a voltear intencionalmente hacia el sujeto receptor, visto ahora como un componente elemental del proceso comunicativo y que se había pasado por alto anteriormente. Estos estudios buscan responder a nuevas preguntas que ya no se interesan tanto en el medio, el mensaje o el emisor, sino en cómo lo entendió el receptor. “¿Quiénes son las audiencias? y, sobre todo, ¿qué más son las audiencias antes, durante y después de sus interacciones mediáticas?, han sido dos preguntas centrales que han inspirado los ERM en América Latina” (Orozco, 2000, p.13).

Los ERM surgen como una opción de estudiar los fenómenos mediáticos más allá del propio medio o los efectos que este genera en la sociedad. Parten de la idea de que los individuos que conforman las audiencias no son seres pasivos e inertes, sino que tienen un papel activo y de suma importancia en el complejo proceso mediático. Estos mismos, buscan comprender de una forma integral las múltiples interacciones que ocurren con las audiencias dentro de los fenómenos mediáticos (Orozco, 2003)

No ha resultado sencillo para el ámbito académico internacional, dar una definición que deje a todas las partes contentas y satisfechas. Esto es entendible si tomamos en cuenta, por ejemplo, que los trabajos sobre los ERM en Latinoamérica no han seguido los mismos caminos que en el resto del mundo. El hecho es que los ERM buscan analizar los fenómenos mediáticos más allá del mensaje, el medio y la propia audiencia agregando como elemento clave a las diversas mediaciones que pueden existir en cada uno de estos fenómenos.

Por una parte, los ERM toman en cuenta y analizan diversos contextos regionales, culturales, sociales, económicos, políticos y religiosos que pueden involucrarse de alguna forma con el objeto de estudio. El objetivo final de estos acercamientos es el de entender de qué forma la audiencia está interpretando estos mensajes, cómo los está entendiendo y qué significado les da. Por otra, se preguntan también sobre los significados que pueden tener los distintos medios en casos particulares de audiencias y circunstancias específicas, así como, los efectos de estos significados en el plano cognitivo, emocional, social y hasta político (Staiger, 2005).

En los ERM se busca que el individuo asuma un papel activo en el complejo proceso de comunicación en el que se ve involucrado al tiempo que desentraña los mensajes. Guillermo Orozco no solo está de acuerdo con el papel activo que se le debe dar a las audiencias, sino que afirma que las audiencias cambian con el tiempo y se transforman (2000).

En los estudios de la comunicación, estas propiedades de cambio y transformación solo se les habían otorgado a los propios medios como parte de un cambio tecnológico. Los ERM llegan aquí como un par-teguas que centra la atención no en el mensaje, sino en la interpretación que el público tiene de este. Esto representa un fuerte desafío para la investigación en la comunicación, ya que la obliga a ser flexible, dinámica y estar en constante movimiento.

Para Orozco (2000), los ERM han tenido muchos obstáculos en su desarrollo teórico y académico. Por un lado, la hegemonía de la corriente conductista que se enfoca en los efectos que producen los medios. Con el auge de la publicidad, el interés mercantil y político en la manipulación y persuasión mediática de la opinión pública, los investigadores se han enfocado en explorar la relación entre las intenciones de un emisor que busca conseguir ciertas metas y los resultados obtenidos en los sujetos, considerados siempre pasivos y manipulables.

Para este trabajo, la importancia de las audiencias sobre el mensaje se vuelve más clara gracias al medio. Puesto que, si bien la oferta *You Tube* está preseleccionada debido a un perfil de usuario, aún así permite una selección por parte del mismo; un consumo bajo demanda. Entonces, el papel del consumidor adquiere más responsabilidades en este nuevo esquema.

Por otro lado, los estudios de rating que buscan conocer a las audiencias, únicamente, a partir de sus preferencias programáticas, eclipsan el interés por una comprensión integral de los sujetos, de sus usos sociales y la producción de sentido que generan a partir de sus percepciones e interacciones con los medios (Orozco, 2003).

En la actualidad, el medio y el mensaje siguen siendo lo más importante y lo primero a tomar en cuenta dentro de los fenómenos comunicativos, no solo para la comunidad académica, sino también para la sociedad en su día a día. “(...) siguen siendo los objetos a culpar o a admirar, o los objetos de premios internacionales y los temas de debate grupal o nacional” (Orozco, 2003, p.2). Como ejemplo de esto, podemos pensar en los premios Óscar, que enaltecen a las películas, los directores, productores, actores y personas involucradas en la realización del producto mediático que son las películas. Sin embargo, los ERM intentan cambiar esta tendencia enfatizando la significación y el sentido como el centro de interés en la investigación.

Ante todas estas problemáticas y obstáculos, los ERM han podido abrirse paso y en la actualidad se posicionan como una herramienta teórica y analítica pertinente para todo tipo de investigación que busca esclarecer los efectos mediáticos en la sociedad, sobre todo si se busca profundizar en los sujetos, como es el caso de la presente investigación.

Dentro de la investigación de los ERM se ha dado privilegio a los estudios cualitativos, generalmente en microescenarios como la escuela o el barrio. Se afirma que estos lugares son donde los sujetos sociales hacen mayor uso de sus referentes mediáticos, es decir; se da un intercambio de las apropiaciones y se reproducen nuevos significados (Orozco, 2000, p.18). Se reconoce a las audiencias como activas y se considera que dicha actividad no se reduce a una mera reacción a estímulos, sino que obedece a patrones socioculturales que han sido aprendidos, desarrollados y establecidos por los sujetos a lo largo de su vida y su relación con el medio en cuestión (Orozco, 2003, p.8).

Al mismo tiempo, se considera una multiplicidad de referentes que provienen de diversas fuentes, directas e indirectas. Se asume que hay referentes culturales, sociales y temporales; además de fuentes referenciales que son particulares para cada uno de los sujetos sociales (Orozco, 2003, p. 7). Es por esto que, para esta investigación se acudió a escuelas, tanto públicas como privadas, y se trabajó con grupos focales integrados por niños y niñas de diversas edades entre los nueve y once años, entendiendo a cada una de ellas como un microescenario ideal para aplicar estudios de la recepción con nuestro público objetivo. Se consideró en esta investigación la mejor forma de observar a detalle su comportamiento, sus hábitos de consumo y su contexto social.

2.1.2 Las mediaciones y los ERM en América Latina

La perspectiva de la mediación que inauguró Martín Serrano en 1977 y que se vio revitalizada en América Latina por Martín-Barbero sirve de estructura teórica en los ERM en América Latina, pues busca explorar a las audiencias con una nueva mirada y esto representó un

fuerte cambio a los estudios de la comunicación. En Latinoamérica, la mediación ha destacado como un componente activo y estructurante en los procesos comunicativos.

Con las mediaciones como elemento clave dentro de los análisis mediáticos, se reduce el interés íntegro en el medio de comunicación y el mensaje, además de un proceso de recepción entendido meramente como una etapa mecánica y de un análisis lineal. Nos encontramos con las mediaciones, entendidas como todo aquello que puede mediar y determinar el entendimiento o significado que el público da a los mensajes.

Como lo menciona Orozco (2000), los ERM han dejado en manifiesto la gran diversidad de mediaciones que pueden existir en los procesos mediáticos y la gran diversidad de su causalidad. Además, la incidencia que cierto mensaje pueda tener sobre una persona o grupo de personas no será la misma. Es decir, una persona no entenderá un mensaje mediático de una forma idéntica a la de la persona de junto, así como un sector social no dará el mismo significado a los mensajes que otro sector.

Esto “ha obligado a los investigadores latinoamericanos a repensar, imaginar y ensayar con creatividad nuevas estrategias metodológicas que sean cada vez más integrales y complejas” (Orozco, 2000, p.18). Según el mismo autor, los ERM hacen uso de técnicas multidisciplinarias que combinan lo cuantitativo y cualitativo. Es por esto que, para esta investigación se ha planteado una metodología mixta en la que se emplearon desde instrumentos tan convencionales como el cuestionario hasta una breve representación teatral, para la recolección de datos.

A pesar de que ha habido contraposiciones y disputas entre los académicos latinos acerca de los ERM, estos representan una herramienta de suma importancia para los estudios de la comunicación. “(...) los ERM han constituido una veta de investigación empírica útil para la comprensión de los procesos y de los sujetos de la comunicación” (Orozco, 2000).

En Latinoamérica se ha privilegiado el modo cualitativo sobre el cuantitativo al momento de abordar los ERM y las herramientas utilizadas han sido muy diversas, ya que van desde entrevistas semidirigidas, grupos de discusión, observación participante y hasta análisis semióticos (Orozco 2000, p. 17). Es debido a estas complejas y diversas características metodológicas que los ERM Latinoamericanos han dirigido sus pretensiones de transformación de objetos y sujetos de estudio en ámbitos locales privilegiando a los microescenarios.

En América Latina los estudios relacionados con la educación no se restringen únicamente a los procesos formales de enseñanza-aprendizaje, sino que conciben el proceso educativo como uno de carácter sociocultural amplio y complejo en el que no solo interesan las calificaciones en una boleta, sino valores, ideología, actitudes y motivación por aprender.

2.1.3 La recepción crítica

Conforme avanza la tecnología en la era de la información los educadores, pedagogos y especialistas en comunicación han desarrollado estrategias para usar en los medios y en las nuevas tecnologías, con el fin de empoderar a los espectadores en cuanto a sus capacidades analíticas y críticas frente a los mensajes que consumen constantemente.

Por su parte, Orozco reitera la importancia de la actitud crítica frente al consumo mediático, pues señala:

No ha sido gratuito el hecho de que la corriente inaugurada por los estudios de la recepción, en un principio sistematizada por el investigador danés Klaus Jensen, tomara como uno de sus sinónimos más populares el título de Análisis Crítico de la Audiencia, donde “crítico” significa en la práctica “lo que no es rating” (Orozco, 2003, p.4).

Ahora bien, el Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa (INITE) define a la recepción crítica como “la capacidad que puede potenciar a los sujetos, mediante la práctica, para desnudar analíticamente la información y los mensajes transmitidos por los medios” (INITE, s.f., p. 247). Se debe tomar en cuenta que este concepto surge cuando el sujeto ejerce el pensamiento crítico, al momento de la recepción mediática. Es decir no puede haber recepción crítica, si el receptor no hace uso de ciertas habilidades características del pensamiento crítico, tales como el análisis, la evaluación y la toma de postura.

Ambos conceptos (recepción crítica y pensamiento crítico) se vinculan y van de la mano, ya que son actividades cognitivas de orden superior y pueden ser ejercidas de manera paralela por las personas, según menciona el INITE (s.f.). Se entiende entonces, a la recepción crítica como un proceso analítico, en el cual los sujetos aplican a los mensajes los medios necesarios para oponerse, aceptar selectivamente o reinterpretar los contenidos o mensajes mediáticos. De esta forma pueden minimizar la “posible” influencia negativa y asimilar de manera eficaz los contenidos o mensajes mediáticos.

Cuando los sujetos ejerzan el pensamiento crítico al momento de la recepción mediática serán sensibles al contexto, apoyándose con todos los recursos y criterios que tienen a su disponibilidad permitiéndoles emitir un juicio. Así pues, estos receptores críticos llevarán a cabo un proceso intelectual disciplinado que se manifestará en la conceptualización, el análisis y la evaluación de lo observado aplicando su reflexión y su razonamiento personal (INITE, s.f.).

2.1.4 Los ERM en la era digital

La rápida evolución de los medios de comunicación con su gran capacidad de reproducción y recreación de realidades, así como la inmersión en estas, plantean un serio dilema a profesores e instituciones educativas. El lenguaje audiovisual y la tecnología digital ha ido desplazando al material impreso, esto debido a que, para un niño, la dinámica de una imagen en movimiento resultará mucho más atractiva que la de un texto impreso.

Además, nos encontramos con una oferta de contenidos cada vez más grande, y los sujetos sociales interactúan frecuentemente con una mayor cantidad de entornos mediatizados. Esto da como resultado un gran escenario casi virgen para la exploración académica, para la que los ERM resultan una herramienta bastante atractiva.

Orozco (2000) menciona que la globalización y las convergencias tecnológicas son desafíos a los que deben hacer frente los ERM. Aunado a esto, la rapidez con la que evolucionan las tecnologías digitales hace pensar que los ERM tendrán más desafíos y que con el paso del tiempo se irán complicando en mayor medida. Pues, se pueden ir sumando factores como los nuevos tipos de interacciones múltiples que darán como resultado tipos de audiencias cada vez más diversas y complejas.

A pesar del carácter multidisciplinario de los ERM y su flexibilidad teórico-práctica, para Guillermo Orozco sigue faltando una integración adecuada de la parte tecnológica, “no en sentido instrumental, sino como dispositivo que modifica la percepción” (Orozco, 2000, p.28) y lo teórico. En este sentido, el carácter interdisciplinario de la presente investigación es pertinente para las necesidades de los ERM en la actualidad y para el futuro.

Para poder tener una recepción crítica ante los contenidos mediáticos, es necesario que el sujeto cuestione de forma permanente la información que está recibiendo y hacer un análisis de esta para aprovechar al máximo la recepción mediante un proceso cognitivo bien encausado. No hace falta hacer énfasis en la importancia que tienen las audiencias dentro de la experiencia mediática en los estudios de la recepción. Sin embargo, también es importante hacer un análisis del medio en cuestión, tanto por parte de la audiencia al momento del consumo mediático como de cualquiera que pretenda hacer un análisis o estudio. Orozco afirma que es justamente la mediación lo que va a definir la interacción y su resultado. Aunque, hay que tomar en cuenta que tener una interacción con un referente comunicacional, ya sea mediático o tecnológico no elimina ni diluye la condición compleja del sujeto receptor (Orozco 2003).

Tomando todo esto en cuenta, debemos estar al pendiente de todas las mediaciones que pueden llegar a intervenir en el proceso comunicativo que pueden ir desde la clase social a la que pertenece el sujeto receptor, hasta el sexo o los gustos personales del mismo. Pero no podemos hacer a un lado la importancia del medio en cuestión, el cual debemos conocer a la perfección, así como conocer sus características esenciales.

Otra de las premisas distintivas de los ER es la consideración de que todo proceso de comunicación está necesariamente mediado, multi-mediado desde diversas fuentes, contextos y situaciones. Es el “juego de la mediación” en todo caso lo que define la interacción y lo que perfila su resultado. (Orozco 2003)

En el caso de esta investigación, el medio es *YouTube*, y por ende debemos conocer a la perfección sus orígenes, la forma en la que opera y cuáles son sus características como medio de comunicación, como plataforma mediática y como red social. También es necesario reconocer la forma en la que los emisores se comunican, interactúan con sus audiencias e intentan persuadir y convencerlas. Es necesario, descifrar el lenguaje comunicativo que opera en *YouTube*.

2.2 *YouTube*: Plataforma audiovisual y comunidad interactiva

El Internet aloja un servicio de reproducción de videos denominado *YouTube*. Este servicio o plataforma, forma parte de las bases de esta investigación. Es por esto que, esta sección abordará sus orígenes y buscará contextualizarla como parte de un entendimiento dentro de la problematización planteada en este proyecto.

De acuerdo con Estella y Ardèvol (2007), la popularización de los sitios web para compartir imágenes y videos en Internet ha transformado el escenario de los medios de comunicación y ha introducido nuevas prácticas de producción, distribución y consumo de productos culturales y *YouTube* es un claro ejemplo de esta transformación.

YouTube fue fundado en el año 2005 en San Bruno, California por tres ex empleados de Paypal: Chad Hurley y Jawed Karim, ambos ingenieros y Steve Chen, diseñador. La intención inicial fue la de crear un sitio de citas para conocer en video a la persona con quien se deseara salir (BBC, 2008). El éxito e innovación de la idea les permitió a sus creadores vender el sitio a Google por \$1, 560 millones de dólares en

2006. Ese fue su origen, pero con el tiempo *You Tube* fue utilizado para múltiples objetivos.

En la actualidad, *You Tube* es una plataforma para compartir videos que permite a cada usuario publicar su propio contenido, realizar listas de los contenidos audiovisuales favoritos y a su vez observar los videos de otros. Cada usuario tiene su propio canal asignado y es allí donde va a publicar su contenido. Este sitio web hace posible a través de una interfaz muy simple, que cualquiera con una cuenta pueda subir y compartir sus contenidos audiovisuales a miles de usuarios de forma gratuita y sin la necesidad de conocimientos técnicos especializados.

La misión original de la plataforma, compartir el día a día, se ha transformado en un referente de diversidad en los medios contemporáneos. Esta transformación ha sido resultado de su popularidad, el uso de la audiencia, las nuevas prácticas corporativas y a la libertad que ofrece a sus usuarios. Sin embargo, el objetivo de ser una plataforma útil para compartir videos en línea se conserva y debido a su alto volumen de visitantes, aunado a un amplio rango de audiencias, provee de un gran alcance de difusión (Burgess, 2015).

Según lo dicho por uno de sus fundadores, el éxito del sitio se debe a la implementación de cinco características clave: recomendaciones de videos a través de la lista de “videos relacionados”, compartir por correo electrónico el video en un solo clic, más funciones de redes sociales, herramientas de interacción y finalmente, un reproductor de video externo (Gannes, 2006).

Aunado a que *You Tube* es el tercer sitio web más visitado del mundo, con más de mil millones de visitantes únicos cada mes, no existe otra opción de plataforma para alojar y compartir contenido de video como esta, además, puede integrarse fácilmente con otras plataformas de redes sociales. *You Tube* le ofrece a los usuarios una potente herramienta de análisis, por lo que es fácil hacer un seguimiento de la cantidad de visitas que un canal o un video recibe, evaluar aquellos videos que generan mayor impacto y conocer cuáles países/zonas demográficas contribuyen más al recuento de visitas.

Debido a que la plataforma es propiedad de Google, es necesario contar con una cuenta de usuario que permite la configuración de un canal personalizado. Dentro de él se puede gestionar el tipo de contenido que se mostrará en dicho canal, el diseño de éste, las suscripciones a videos de otros canales y los comentarios; de modo tal que se pueda interactuar fácilmente con otros canales o usuarios con los que se puedan compartir intereses.

Al ser *YouTube* una plataforma para compartir contenido es importante asegurarse de no subir ningún material protegido por derechos de autor (video, audio o imágenes) sin el consentimiento del propietario. *YouTube* mantiene una gran base de datos de correspondencia de contenido (conocida como ID de contenido) que escaneará automáticamente todos los videos subidos a la plataforma en busca de material protegido por derechos de autor. De esta manera, si se encuentra una coincidencia, el video podría ser retirado o la cuenta podría recibir una advertencia de derechos de autor.

Dentro de la plataforma, la gente puede experimentar diferentes grados de compromiso con los videos, que van desde la visión casual de contenidos hasta la compartición de videos con el fin de mantener relaciones sociales. Las prácticas comerciales de la plataforma han resultado ser particularmente controvertidas, ya que si bien, algunos grandes productores de contenidos han firmado acuerdos para compartir sus derechos con *YouTube*, muchos otros los han rechazado argumentando no estar de acuerdo sobre la distribución y circulación de sus contenidos sin un control sobre sus derechos de autor.

YouTube evidentemente ha representado una disrupción en los modelos de medios existentes, catalogado como un sitio web con contenido útil, divertido, extravagante, una plataforma de lanzamiento de muchas nuevas estrellas, pero a la vez un sitio poco regulado, con comportamientos ilegales, no éticos y etiquetado dentro de la categoría de riesgo para los jóvenes (Burgess, 2013b, p.23).

Sin embargo, – y a pesar de las diferentes opiniones al respecto – el verdadero valor de este sitio de alojamiento y distribución de videos ha sido convertirse en un espacio de interacción social y de comunicación directa de la gente, creando un nuevo medio de comunicación público y personal, dando origen a una comunidad virtual, donde la cultura participativa se convirtió en su negocio central.

2.2.1 *YouTube* y la cultura participativa

De acuerdo con Jenkins (2006) la cultura participativa es un término que se usa a menudo para hablar acerca del vínculo aparente entre las tecnologías, el contenido creado por la comunidad virtual y los medios de comunicación, donde el consumo ya no se ve necesariamente como el punto final de una cadena de producción económica, sino como un ciclo dinámico de innovación de las audiencias y los medios.

La importancia de la comunidad virtual en *YouTube* es que se presenta como un espacio de apropiación de significados culturales relacionados con diversas temáticas, los cuales varían a partir del propósito con el

que cada usuario crea el video que ingresa al sitio; de manera que el usuario se convierte al mismo tiempo en creador y protagonista del video, generando así un espacio para la libre expresión, entretenimiento, información e identificación colectiva con otros usuarios.

La producción de estos contenidos audiovisuales y su libre circulación en Internet, separan a esta plataforma del modelo teórico clásico de la comunicación de las masas, ya que supone la entrada del consumidor en el circuito de cultura como productor. Debido a ello, *YouTube* se ha convertido en un espacio clave, a través del cual los jóvenes comienzan a construir una identidad grupal afín a sus gustos, y a su vez, una identidad individual que los distingue del resto. Esta capacidad de diferenciarse se vuelve crucial en ellos para poder ser reconocidos como seres individuales con personalidad propia.

Esta identidad les permite a los usuarios de *YouTube*, describir a través de ella sus pertenencias sociales, gustos y preferencias. La comunidad dentro de esta plataforma les permite inclusión individual dentro de un grupo, a través de los comentarios emitidos para dar a conocer la apropiación e interiorización que cada uno hace de los contenidos.

2.2.2 *YouTube* y los medios populares

YouTube representa una disrupción entre los modelos de negocios existentes, pues ha emergido como un sitio con poder entre los medios de comunicación tradicionales y a la vez como un vehículo para lanzar debates públicos sobre los nuevos medios de comunicación e Internet, particularmente en lo que respecta a los jóvenes.

Los discursos de los medios de comunicación tradicionales sobre la plataforma entran constantemente en conflicto. Por un lado, la describen como una aplicación novedosa para los nuevos medios y un sitio potencial de autoexpresión común, hasta su prominencia como una amenaza para el dominio de los medios y el orden de la sociedad civil, un sitio poco regulado, con comportamiento ilegal, no ético y centrado en los jóvenes como una categoría de riesgo.

A medida que *YouTube* ha evolucionado, también lo ha hecho su papel en los medios. Ya que, a menudo, se cita a la plataforma al expresar inquietudes familiares sobre los jóvenes y los medios digitales, especialmente en relación con los riesgos y los usos indebidos que lo caracterizan. Esta convergencia de pánico difundida mediante los medios de comunicación se puede ejemplificar con historias como lo es el “ciberacos”: uso de tecnologías digitales para intimidar a otros, publicando videos humillantes o insultantes o empleando videos para documentar y celebrar actos de violencia.

Un ejemplo de ello ocurrió en marzo de 2007, cuando el gobierno de Victoria en Australia bloqueó el acceso a *YouTube* desde las escuelas como respuesta a la carga de un video que mostraba la violación de una niña por parte de doce jóvenes. Y así, situaciones similares para restringir el acceso al sitio web se presentaron en diferentes países. Debido a ello, *YouTube* lanzó en 2007 su propia iniciativa en contra del acoso cibernético, el canal *Beatbullying*.

En su momento la creación de esta nueva categoría de ciberacoso, fue un ejemplo claro sobre los efectos de los discursos de los medios de comunicación sobre temas de moralidad en *YouTube*, creando un pánico mediático (Drotner, 1999) como inquietud e incertidumbre en torno a la experiencia con los medios y el uso masivo de las nuevas tecnologías.

Afortunadamente, los temas centrales de este pánico mediático no son representativos de las prácticas de la comunidad de *YouTube* en general. Sin embargo, aunque muchas veces pareciera que estos debates sobre los buenos o malos usos de la plataforma se reducen a ideas sobre ética y juicios acerca de si los contenidos cumplen o no las normas morales predeterminadas, en realidad lo relevante es el ocuparse de poner en práctica la ética personal, así como, la capacidad de actuar de forma consciente, reflexiva y responsable ante las acciones e implicaciones ante los contenidos que subimos a esta plataforma como usuarios.

2.2.3 Generación *YouTube*

Google² define a la generación C como la generación *YouTube* y señala que es una generación poderosa desde el punto de vista comercial y cultural. Conocida así, pues prosperan en conexión, comunidad, creación y curación, están comprometidos con ser escuchados y compartir lo que consideran importante para crear nuevas redes de creadores y amistades. También, indica que *YouTube* se ha convertido en la voz de esta generación, a la cual ofrece tanto entretenimiento como contenidos educativos a cada instante y a su preferencia.

Para este nuevo sector de consumidores habituados al manejo de dispositivos móviles y tecnología de vanguardia, Internet no solo se queda en la pantalla, sino que trasciende a formar parte de un estilo de vida para interactuar cuando sea y donde sea.

La generación C no se define por una edad en común, sino más bien por un grupo de actitudes, características y forma de pensar. (Barry, 2015) Son la generación que está permanentemente conectada a un dispositivo electrónico y a Internet (Generation Connected). Algunas de las características particulares de este grupo son las siguientes:

² <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/meet-gen-c-youtube-generation-in-own-words/>

- a) La televisión les aburre. No conciben los medios de comunicación lineales y sin interacción, además no toleran los anuncios.
- b) Prefieren el uso de servicios de mensajería a través del celular que la realización de llamadas por teléfono.
- c) Están ávidos de compartir sus vivencias.
- d) Les parece difícil comprender que la cultura tenga propietarios, es decir, no se explican que haya que pagar por copiar una canción o un texto, a pesar de consumir más cultura que ninguna generación anterior.
- e) Los dispositivos móviles son el instrumento indispensable para realizar cualquier tarea, ya sea de ocio o trabajo.
- f) No saben buscar algo sin Google, ha perdido la capacidad de recurrir a otras fuentes.
- g) Fotografían y graban videos de casi cualquier cosa, hecho que supone desde pérdida de privacidad hasta delitos o contenido no apto para algunas edades.
- h) Valoran la autenticidad.
- i) Políticamente son muy revolucionarios, pero lo suyo no es salir y protestar en las calles, ellos creen que pueden cambiar el mundo con ayuda de las nuevas tecnologías para acabar con el monopolio de los medios tradicionales y los mensajes teledirigidos.
- j) Tienen cultura global.³

Este tipo de público permanentemente conectado a algún dispositivo electrónico requiere y pareciera necesitar del registro, grabación y fotografía hasta de los actos más cotidianos de su vida como una nueva forma de pasatiempo y de práctica cultural, diluyendo así los límites entre la esfera pública y la privada.

2.2.4 Consumo cultural en *YouTube*

De acuerdo con García Canclini (1993) podemos definir al consumo como el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y uso de los productos. A pesar de que este término podría orientarse más hacia su origen económico, no deja de lado otras nociones afines como la recepción, apropiación, audiencias o usos.

³ <https://blogs.alianza.com/redessociales/2006/11/09/icomos-la-generacion-youtube/>

En el caso de *You Tube*, existe un consumo cultural que se observa bajo el proceso de apropiación que los usuarios hacen del contenido de los videos, su interpretación de lo que observan y la forma en que lo usan para interactuar en su vida cotidiana.

Canclini (1999) menciona seis modelos teóricos interdisciplinarios para explicar los diferentes tipos de consumo, construidos a partir de dos nociones: la de necesidades y la de bienes. Entiéndase en este caso por necesidades, no a las biológicas, sino a las creadas a partir de la interiorización de determinaciones que la sociedad nos impone y de la elaboración psicosocial de los deseos. Es decir, la clase o grupo al que se pertenezca acostumbrará a sus integrantes a necesitar ciertos objetos y a realizar una apropiación de estos. Así pues, el carácter construido a partir de la necesidad se vuelve evidente cuando se analiza la forma en que se convirtieron en objetos de uso normal, aquellos bienes que hace treinta o cuarenta años simplemente no existían.

Ahora bien, de estos seis modelos teóricos se presentan dos de ellos, por ser estos los más pertinentes para el objeto de estudio de esta investigación⁴:

Modelo 3: El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos. En una sociedad basada en la premisa que todos los hombres son iguales, el consumo se vuelve fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales. Estudios como los de Pierre Bourdieu (2002) revelan que, para ocultar las diferencias por las posesiones económicas, se busca justificar la distinción social por los gustos que separan a unos grupos de otros. En el sondeo inicial de esta investigación los niños se pueden identificar con otros de acuerdo con sus gustos, sin embargo, también pueden diferenciarse socialmente si tomamos en cuenta que, según los resultados de nuestra encuesta de hábitos de consumo, los niños de las escuelas privadas mostraron un consumo de canales extranjeros superior al de los niños de escuelas públicas.

Modelo 4: El consumo como sistema de integración y comunicación. No siempre el consumo funciona como diferenciador entre clases o grupos. Este modelo se puede observar en casi cualquier práctica cotidiana de consumo: ir al cine, salir a comer, ir al centro comercial, etc.,

4 Canclini, N. G. (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*:

Modelo 1: el consumo es el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital

Modelo 2: el consumo es el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social

Modelo 5: el consumo como escenario de objetivación de los deseos

Modelo 6: el consumo como proceso ritual

todos estos ejemplos son comportamientos que favorecen la sociabilidad. En el caso del consumo de contenidos en *You Tube* y los niños, se vuelve un escenario para la integración y comunicación donde existe un sistema de significados comprensible para todo el grupo. Eso sí, el acceso a las tecnologías como el Internet sí que funciona como diferenciador de clases, donde los niños de escasos recursos quedarán fuera de cualquier tipo de interacción con estos grupos.

2.2.5 Difusión de contenidos en *You Tube*

Durante la última década, la plataforma *You Tube* ha experimentado un gran crecimiento debido a sus atractivas características de usabilidad y funcionalidad que facilitan a los usuarios la creación de canales propios y publicación de contenidos que pueden ser compartidos con una gran audiencia. *You Tube* permite generar una variedad de interacciones sociales entre sus usuarios, lo que les permite suscribirse a otros canales, comentar y elegir sus videos favoritos o incluso publicar videos en respuesta a otros. Esta doble naturaleza de participación contrasta con las demás comunidades online donde no existían tantas posibilidades de interacción social (Parameswaran y Whinston 2007).

Una de las características de *You Tube* es la gran variación en el éxito de sus contenidos, donde algunos pueden convertirse en superestrellas de Internet, mientras otros jamás lo harán. Esta inequidad e imprevisibilidad del éxito en el mercado cultural se atribuye a un fenómeno llamado contagio social (Salganik et al. 2006). El contagio social describe la forma en que las preferencias y acciones de un individuo son influenciadas por el contacto interpersonal o interacciones sociales, por lo que, el comportamiento de un individuo podría ser el resultado de las normas o gustos prevalecientes del grupo social al que pertenece.

Dada la facilidad de crear un canal personalizado, los usuarios en *You Tube* buscan el reconocimiento de sus pares a partir de acciones de interacción social con otros usuarios. Cada que se publica un nuevo video dentro de un canal, se envía un correo electrónico a los suscriptores para que puedan verlo, comentarlo y, por lo tanto, impulsar la popularidad del contenido. Dentro de este proceso podemos identificar tres mecanismos diferentes de influencia social en *You Tube*. El primero está constituido por la red local de amigos dentro de la comunidad de interés, el segundo son los lazos de amistad entre usuarios fuera de la comunidad y el tercero, son las redes de suscriptores dentro de la comunidad, basadas en un patrón de afiliación de intereses compartidos.

De acuerdo con un estudio sobre las redes sociales y la difusión de los contenidos generados por los usuarios (Susarla et al. 2012), los lazos de amistad dentro de la comunidad de interés se caracterizan por una mayor frecuencia de interacción en comparación con los lazos de suscriptor, lo que concuerda con la teoría de que la pertenencia a un grupo es

la base para definir la identidad y las interacciones sociales (Watts et al. 2002) y con el hecho de que las relaciones de amistad se caracterizan por la afinidad, mientras que los vínculos de suscriptor existen para obtener contenidos basados en los gustos e intereses de los usuarios.

Por lo tanto, las dos dimensiones de participación de los usuarios en *YouTube*, tanto en la creación de contenidos como en la formación de opinión influyen de forma diferente en el proceso de difusión. En el siguiente diagrama conceptual de influencia social podemos observar los elementos que impactan en las diferentes etapas de difusión de un video (Susarla et al. 2012).

Conceptual Diagram of Social Influence

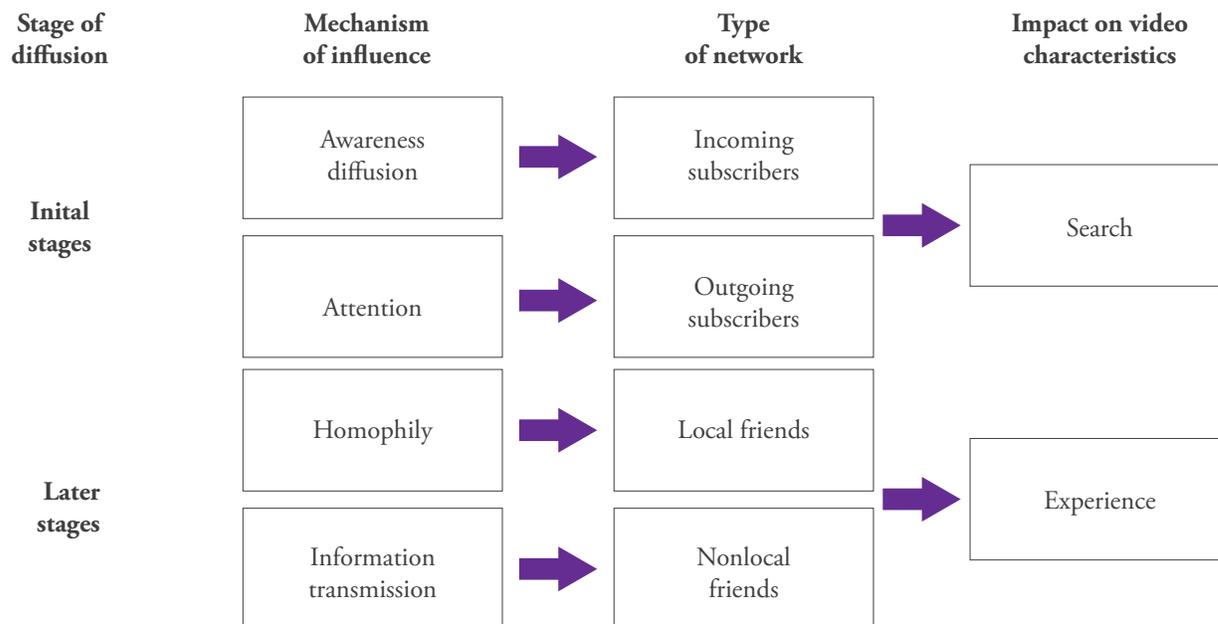


FIGURA 1. Diagrama conceptual de la influencia social en *YouTube*. Susarla y Tan (2012) Social networks and the diffusion of user-generated content: Evidence from YouTube. Information Systems Research

De acuerdo con el diagrama anterior, la importancia del papel de los suscriptores en la etapa inicial de difusión de un video es básica, esto, debido a la incertidumbre de su contenido para encontrarlo en una búsqueda. Posteriormente, en la siguiente fase, la experiencia de que los espectadores compartan con su red de amigos será de gran ayuda para su difusión ya que podrán influir en sus opiniones, preferencias o percepciones.

Es claro que existe una desconcertante variedad de opciones de contenido y que los usuarios carecen de conciencia sobre la gama de op-

ciones disponibles, por lo tanto, todos aquellos videos que carezcan de promoción o de publicidad de cualquier tipo difícilmente alcanzarán una amplia audiencia de espectadores. Aunado a ello, el crecimiento de oferta de videos en *You Tube* aumenta considerablemente la dificultad de búsqueda y localización de contenidos.

Por lo que resultará evidente que los actores o canales con una red de suscriptores mayor tendrán un impacto significativo en la tasa de difusión de sus videos pues tendrán la capacidad de llegar a más usuarios, mientras que los usuarios con acceso a contenido informativo de una amplia variedad de fuentes en línea como blogs, podcasts y redes sociales —que influyen en sus gustos y preferencias—, tendrán una ventaja como resultado del acceso a múltiples fuentes de información y se convertirán en importantes agentes de difusión en otros grupos.

2.2.6 Video amateur

Uno de los supuestos más comunes en la producción cultural amateur es que el talento en bruto combinado con una buena distribución digital son una fórmula efectiva para conseguir casi automáticamente éxito y fama en los medios digitales. Y es que existen diferentes historias de éxito que lo comprueban, actualmente, los sellos discográficos y los buscadores de talento centran cada vez más su atención en las publicaciones en línea y por lo tanto *You Tube* se ha mitificado como el medio por excelencia para darse a conocer “Broadcast yourself” en la fama y la fortuna.

Las nuevas tecnologías y plataformas de medios abren las posibilidades para la comercialización de contenido amateur y, en algunos casos, llegan a convertir a los productores de estos contenidos en celebridades. Sin embargo, el marcador del éxito no se medirá solo por su popularidad en línea, sino también por su capacidad posterior para pasar a los medios tradicionales: el contrato de grabación, festival de cine, piloto de televisión, contrato publicitario, etc.

A diferencia de otros sitios de redes sociales más obvios, como Facebook, donde las redes se basan en perfiles personales y amistades, en *You Tube* el contenido del video es en sí, el principal vehículo de comunicación y el principal indicador de agrupamiento social (Paolillo, 2008).

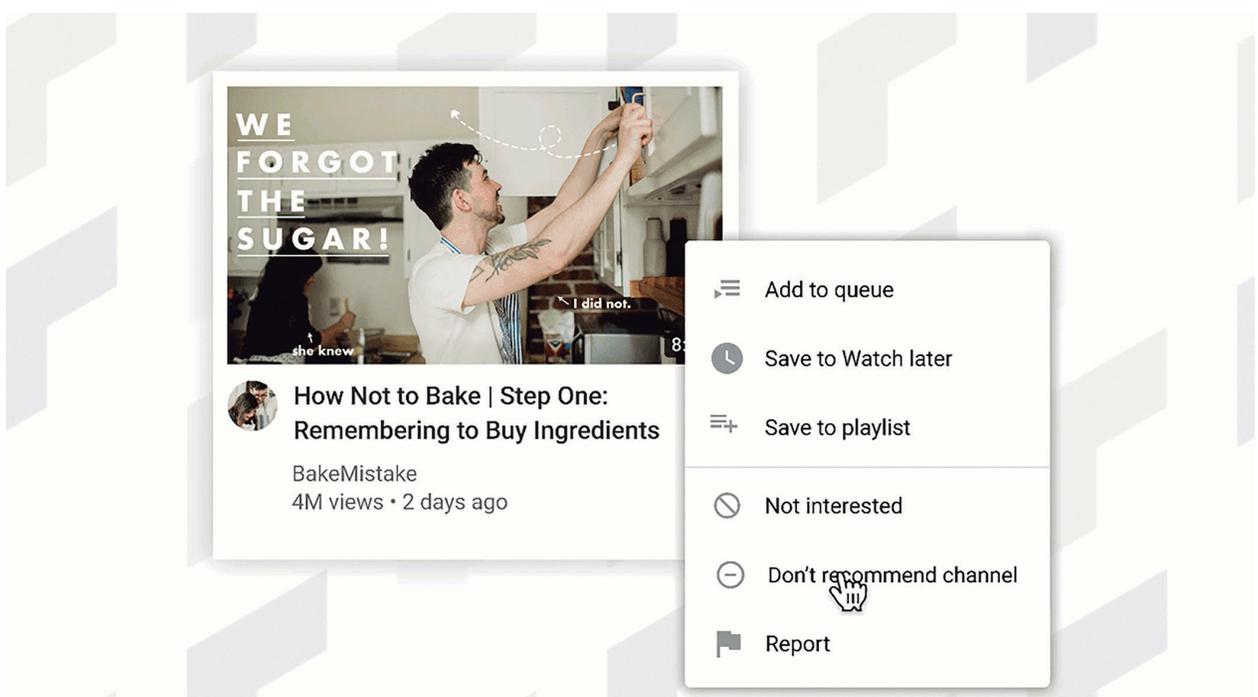
Otro término importante de mencionar es los “*You Tubers*” o estrellas de *You Tube*, pues son aquellos que están definidos como un grupo de usuarios e impulsores importantes de la economía en la plataforma y de la creación conjunta de la cultura emergente de *You Tube*.

2.2.7 Diseño e interfaz de la plataforma

Cuando *YouTube* inició, se trataba del único portal que soportaba vídeo en formato 320x240 con una relación de aspecto de 4:3. La ampliación de resoluciones soportadas, las aplicaciones móviles o el salto a las consolas y las *Smart TV* vendrían después, y en la actualidad la plataforma ofrece vídeo SD, HD, 4K, 360 y 3D en prácticamente todos los dispositivos con conexión a Internet.

Recientemente, a finales del 2019, *YouTube* lanzó un nuevo diseño de *YouTube* para las computadoras de escritorio y las tablets que agrega más funciones a la experiencia de visualización en la página principal para ayudar a encontrar más rápido el próximo video favorito. Además de esto podemos encontrar:

- Títulos de video más largos y miniaturas más grandes y detalladas
- Íconos de los canales debajo de cada video para reconocer a los creadores favoritos y encontrar el contenido preferido.
- Se implementó la opción para seleccionar varios videos que se deseen ver a continuación sin interrumpir el que se está mirando actualmente.
- Omitir las sugerencias de canales que no se desean mirar
- Selección de temas para definir mejor el contenido de la página principal y los videos de “A continuación”.



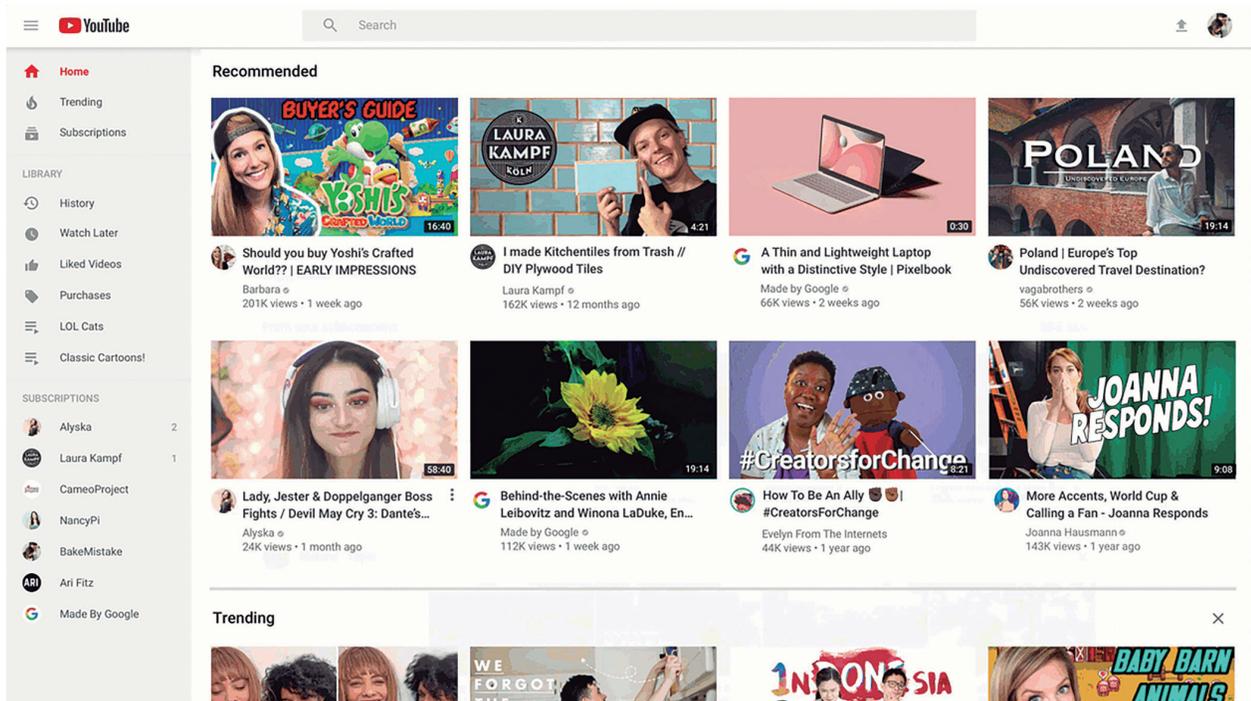
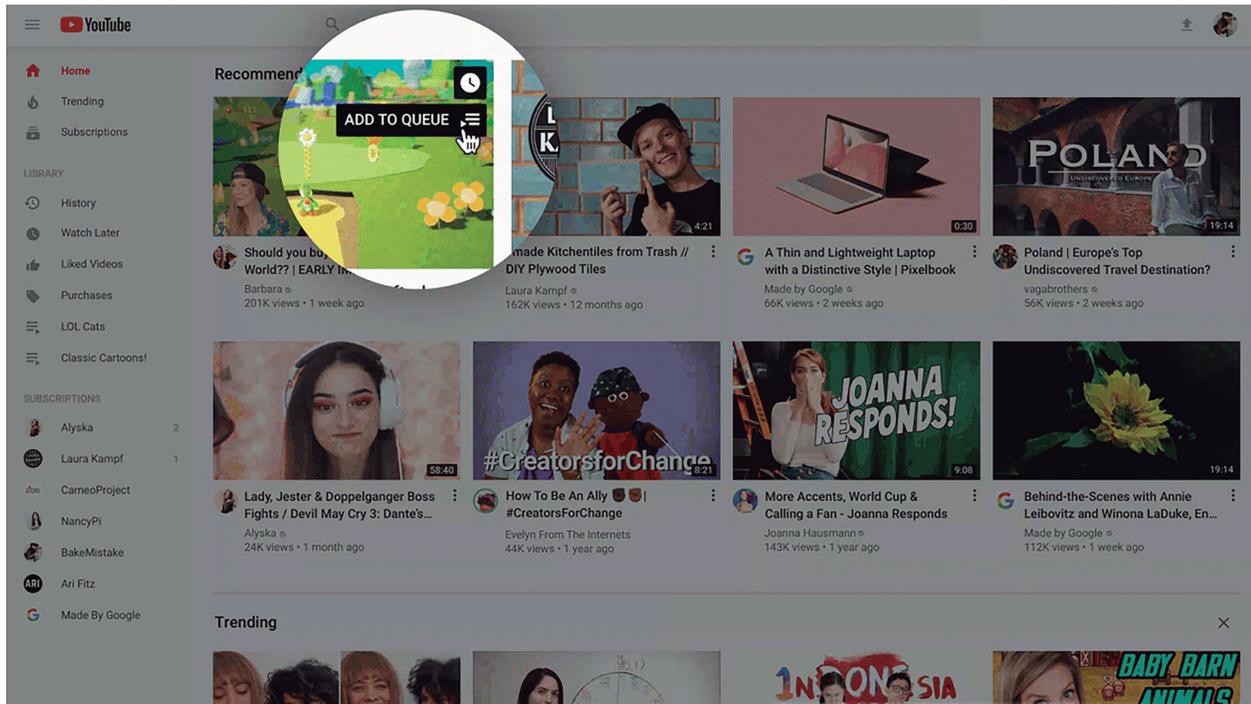


IMAGEN 2. Nuevo diseño de la plataforma *YouTube*.

2.2.8 Recepción de *YouTube*

YouTube se presenta como una plataforma de videos online, pero también como una red social con posibilidades de interacción y convivencia por parte de los usuarios. La plataforma resulta muy atractiva para los menores debido a su versatilidad, simplicidad y funcionamiento intuitivo. Además, la cantidad de material audiovisual que *YouTube* pone al alcance del usuario es muy grande y de una variedad que deja contento a todo tipo de consumidores. En este sentido, *YouTube* resulta un sitio web donde las nuevas generaciones se sienten cómodas y bien representadas, ya que siempre tendrán a la mano el contenido audiovisual que les resulte atractivo.

A diferencia de otras redes sociales populares como *Facebook*, *YouTube* ofrece un repertorio de posibilidades de contenido, categorías y temáticas muy variado y da la posibilidad al usuario de consumir lo que él quiera, al momento que él quiera y en la cantidad que él quiera. Además, agrega una barra de búsqueda en primer plano del sitio que corre con el mejor buscador que existe (Google) para que la gente encuentre el tipo de videos que está buscando al momento. Es decir, *YouTube* ofrece contenido a la medida del usuario. Es por eso que controlar el consumo no es una opción acertada.

Como ya se dijo, los niños son expertos en las herramientas digitales y tienen facilidad para navegar en este tipo de plataformas. No hace falta instruir en ningún sentido a los niños y adolescentes en el manejo de estas herramientas. Sin embargo, nada garantiza el uso del pensamiento crítico al momento de consumir los contenidos o la publicidad que es parte de estos. No existe una alfabetización mediática orientada a la recepción crítica. En esta investigación se parte del hecho de que no es una opción viable prohibir o censurar el contenido no adecuado, ya que los niños de una forma u otra verán el contenido de su agrado, sea este de retos peligrosos o cualquier tipo de contenido de riesgo. Y justamente en el caso de los retos peligrosos es indispensable ejercer una recepción crítica por parte de niños y adolescentes.

Estaremos hablando de recepción crítica en el consumo de contenido audiovisual en *YouTube* cuando los usuarios, sin importar el tipo de contenido que miren, hagan uso del intelecto y utilicen habilidades del pensamiento crítico tales como la evaluación, el análisis y la toma de postura ante lo que vieron en la plataforma. Fomentar el pensamiento crítico es justamente el objetivo del presente trabajo de investigación.

Capítulo 3

Metodología para
el fomento de la
recepción crítica

3.1 Metodología para el fomento de la recepción crítica

La metodología empleada en este proyecto fue de carácter mixto y se dividió en cuatro fases como se puede ver en la Figura 2. La primera fase que comprendió un sondeo inicial se nombró Fase 1: Exploración “Tus gustos en *YouTube*”. Donde a través de una encuesta se identificaron los tipos de contenidos de *YouTube* más consumidos por nuestra población de interés (niños entre 9 y 11 años de edad). Su relevancia radica en que los resultados obtenidos dirigieron la investigación a un contenido de riesgo en específico: los retos peligrosos.



FIGURA 2. Diagrama de la metodología del proyecto: Fomento de la recepción crítica en niños de nueve a once años ante el consumo de videos de retos peligrosos en *YouTube*.

En la segunda fase denominada: Evaluación de la recepción crítica, se realizaron grupos focales en las cuatro escuelas primarias ya mencionadas (cfr. p.26). Esta fase 2 se dividió en tres dinámicas, las cuales tenían los siguientes objetivos: documentar lo que nuestra población de interés (los niños) entendía por el concepto “reto”; realizar la evaluación del pensamiento crítico de los niños, que sirvió como referencia para el resto de la investigación; por último, detectar necesidades, intereses y requerimientos para diseñar una propuesta educativa que posibilitara el desarrollo de la recepción crítica en los niños.

La tercera fase consistió en el diseño y desarrollo de la propuesta interdisciplinaria, la cual consistió en la elaboración de un juego de mesa interactivo, donde se conjugaron conocimientos específicos de las áreas de diseño, comunicación y sistemas para la interacción que posibilitaron el objetivo de esta investigación: fomentar la recepción crítica de los niños entre los 9 y 11 años al consumir retos peligrosos en *YouTube*. Es relevante mencionar que, para esta fase 3 se consideró el uso de algunas teorías enfocadas en el aprendizaje y la niñez, las cuales enriquecerían la propuesta final, tales como el aprendizaje basado en juegos y el diseño de experiencias de usuario. Además, se tomaron en cuenta aspectos como el desarrollo cognitivo y físico de los infantes, la estructura de un juego, el diseño gráfico para niños y el diseño y desarrollo de *software* en dispositivos electrónicos (celulares). Sobre estos temas se ahondará en el capítulo 4.

Finalmente, la cuarta fase consistió en la realización de pruebas de usabilidad por parte de los menores ante el prototipo desarrollado y una etapa final de ajustes conforme a los hallazgos obtenidos de estas pruebas. De esta forma, la fase 4 concluyó con el registro de los resultados encontrados.

Cabe señalar, que las primeras dos fases de esta metodología se encuentran detalladas en el presente capítulo. Debido a que se intenta clarificar y describir minuciosamente los pasos que se siguieron, además de explicar y mostrar los resultados encontrados. De igual forma, mostrar la relevancia que cobraron estas primeras fases metodológicas, pues dieron pauta al producto final desarrollado para fomentar la recepción crítica. De esta manera, las dos últimas fases de la metodología (fase 3 y fase 4), se desarrollan puntualmente en el capítulo 4.

3.2 Fase 1: Exploración “Tus gustos en *YouTube*”

El objetivo en esta primera fase radicó en conocer los hábitos de consumo en la plataforma *YouTube*, de la población de interés en este caso de estudio. Los hábitos considerados son frecuencia de consumo, canales de preferencia, tipos de contenidos más populares, posibles contenidos de riesgo a los que se encuentran expuestos actualmente y nivel de interacción con la plataforma.

La población de interés estuvo constituida por 370 niños de edades entre 9, 10 y 11 años. La Tabla 1 muestra la distribución de esta población inicial clasificada por género y edad. Como puede verse, se buscó que la muestra fuera equitativa en cuanto a género (184 vs 186).

	9 años	10 años	11 años	Total de niños por género
Niños	71	45	68	184
Niñas	57	58	71	186
Total de niños por edad	128	103	139	

TABLA 1. Composición de la muestra encuestada en la fase 1 de exploración

En esta fase 1 se eligió la encuesta como instrumento para obtener información cuantitativa. Cabe señalar que, inicialmente, se aplicó al cuestionario una prueba piloto con el fin de verificar la comprensión del lenguaje utilizado y la pertinencia de las categorías temáticas de contenidos populares consumidos por los menores en *YouTube*. Esta prueba se realizó en octubre del 2018 en el colegio privado Händel School a los alumnos de un grupo de 4º grado de primaria y a menores de entre 9 y 11 años de edad que asistían a los cursos de inglés para niños impartidos en la UAM Cuajimalpa, y que coincidían con las edades de la muestra definitiva en esta investigación.

Con estos resultados, se realizaron algunos ajustes en el planteamiento de las preguntas (véase encuesta inicial “Tus gustos en *YouTube*” en Anexo) para posteriormente, lograr la encuesta final (véase pregunta 2 de la Imagen 2). Un ejemplo de los ajustes realizados fue el cambio del valor “Noticias” por el de “Animales” dentro de las categorías de preferencia. Finalmente, la encuesta que se aplicó a los 370 niños es la que se puede ver en la imagen 3.

Tus gustos en YouTube

Edad: _____ **Género:** niño niña

1. ¿Cuántas días ves YouTube a la semana?
 Todos los días 5 o 6 días 3 o 4 días 1 o 2 días No lo veo

2. Marca con una cruz si te gusta mucho, más o menos, poco o nada, ver estas categorías en YouTube

	Mucho	Más o menos	Poco	Nada
Música				
Chistes y comedia				
Deportes				
Videojuegos / gameplays				
Tutoriales				
Tareas escolares / Ciencia				
Tecnología				
Cocina				
Animales				
Películas				
Video-blogs				
Belleza y moda				
Otro, ¿cuál?				

3. Escribe cuáles son tus 3 canales o categorías, favoritos en YouTube

4. Marca todo lo que hayas visto o escuchado en YouTube

Generitas. ¿En qué video o canal? _____

Golpes y patetas. ¿En qué video o canal? _____

Retos peligrosos. ¿En qué video o canal? _____

Contenido sexual. ¿En qué video o canal? _____

Ninguno de los anteriores.

5. ¿Qué sueles hacer después de ver un video? Puedes marcar varios.

Dar like - me gusta

Dar dislike - no me gusta

Compartir

Agregar un comentario

Responder un comentario

Dar like a comentarios

Leer comentarios

Ver el siguiente video que YouTube reproduce

Volver a ver el video

Interrumpir el video

Poner pausa y reanudar después

Guardar

Suscribir

Subir videos

Nada

IMAGEN 3. Encuesta o instrumento final utilizado en la Fase 1 de la metodología: Exploración “Tus gustos en *YouTube*”.

Cabe mencionar que al principio de la encuesta se les solicitó a los niños su edad y género, para identificar si existían diferencias significativas en gustos y preferencias de los niños de acuerdo al género. Los resultados obtenidos corroboraron esta primer hipótesis.

Resultados de la exploración

En la Imagen 4 se muestran los tres canales más vistos por los niños y niñas encuestados. Fernanfloo¹ y Ninja² fueron el tercer y segundo canal más visto por los niños, mientras que Gibby³ y Kimberly Loaiza⁴ por parte de las niñas. El canal favorito para ambos géneros y en todas las edades es actualmente: Los Polinesios⁵.



IMAGEN 4. Los canales más vistos por niños y niñas según la encuesta “Tus gustos en *YouTube*”.

En la pregunta 1 de esta encuesta (véase Imagen 3) se buscaba conocer la frecuencia de consumo. Es decir; la intención de este reactivo en el cuestionario “Tus gustos en *YouTube*” era encontrar un subconjunto de nuestra población inicial que tuviera como hábito consumir 5 o más días el contenido de *YouTube*, pues éstos niños que están más inmersos en la plataforma son la población meta de la presente investigación.

1 <https://www.YouTube.com/user/Fernanfloo>

2 <https://www.youtube.com/user/NinjasHyper>

3 <https://www.youtube.com/channel/UCY62oxtmOKk5-JLJOXBWnA>

4 <https://www.youtube.com/channel/UCQZfFRohQ7UX-0CdXl-6pwQ>

5 <https://www.youtube.com/user/LosPolinesios>

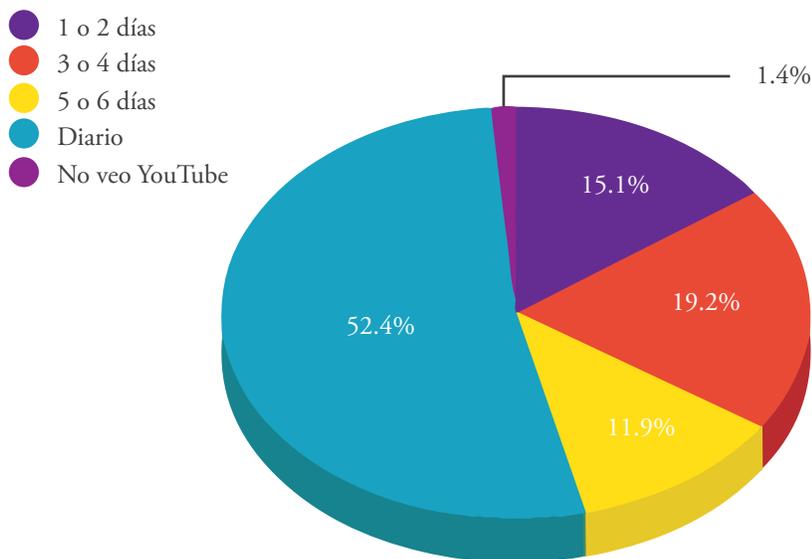


FIGURA 3. Resultados de frecuencia de uso de *YouTube*.

En la Figura 3 se puede observar que arriba del 64% de los niños encuestados ven videos en *YouTube* más de 5 días a la semana y solo el 1.4% de los usuarios indicó que no lo veía. Aunque en las siguientes preguntas este 1.4 % de los menores no mostraron un desconocimiento total del tema ni tuvieron problemas para contestar el resto del cuestionario, se concluye, entonces, que el 98% de los niños encuestados conocían la plataforma e indicaron verla al menos una vez a la semana. Esto, resalta la importancia de generar estrategias o ideas para fomentar la recepción crítica de la población infantil que consume contenido en esta plataforma.

En la pregunta 2 (véase Imagen 2), se buscó conocer las temáticas de los videos más consumidos en *YouTube*, considerando la opción de incluir temas no previstos por nuestro grupo de investigación. Las respuestas a esta pregunta ayudaron a concentrarnos sólo en las temáticas más populares.

En el caso de la pregunta 3 (véase Imagen 3) al ser reactivo abierto, el objetivo era enlistar canales o *YouTubers* desconocidos por el grupo de investigación y populares entre los menores para así detectar si en esos canales existía contenido de riesgo para ellos. (Véase anexo Tipología de videos).

A partir de las respuestas obtenidas se realizó un listado de los canales mencionados. Se verificó la existencia de cada canal, se corrigió la ortografía de aquellos que así lo requirieron y se hizo un conteo del número de niños y número de niñas que los mencionaron. A partir de esta medición se pudo observar que las niñas no comparten tanto los mismos gustos, como sí lo hacen los niños. Para demostrar esto, se pueden ver las estadísticas de la tabla 2.

	Niñas	Niños	Global
Canales	168	202	331
Moda	1	1	1
Promedio [χ]	2.7	2.1	2.6
Desviación estándar [σ_1]	6.75	3.01	6.51
Desviación estándar sin los extremos [σ_2]	4.64	3.87	4.85

TABLA 2. Datos estadísticos de la muestra de canales proporcionados por los niños.

En la tabla 2 se expresan las estadísticas de la muestra de canales o categorías que mencionaron los niños encuestados en la pregunta número 3. En el primer renglón está el total de canales con al menos un voto por cada género. Es decir, los niños registraron 202 canales o categorías distintas contra 168 de las niñas y en conjunto aportaron 331 opciones con al menos una mención. Aunque de las más de trescientas opciones, el 69% tuvo una sola mención.

Aunque pareciera que las niñas tienen más gustos compartidos, puesto que, en promedio cada opción tiene 2.7 menciones, contra las 2.1 menciones de los niños, la desviación estándar [σ_1] indica que la muestra de los varones es más compacta. Incluso, cuando se quitaron los canales con más y menos menciones, la σ_2 es mayor para las niñas. Esto se traduce en menos canales en común para las niñas, pero los que tienen en común son muy seguidos; tal es el caso de LosPolinesios con 80 menciones. En cambio, los niños, tienen una muestra más homogénea.

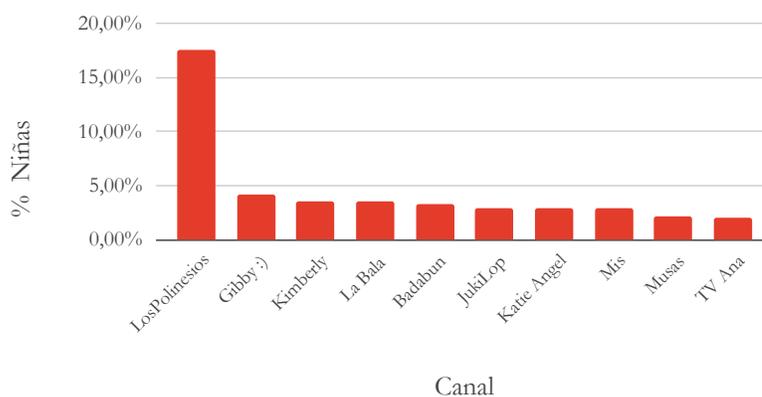


FIGURA 4 . Preferencia de canales preferidos por las niñas.

En la figura 4 se observan los 10 canales con más menciones de las niñas y en la imagen 6 los canales con más menciones para los niños. Ambos están trabajados en porcentajes para que se puedan equiparar.

En el caso de las niñas, se puede notar la gran diferencia entre el canal más visto y el resto. En cambio, la gráfica de la figura 5, la de los niños, se puede apreciar más homogénea aunque con porcentajes más bajos.

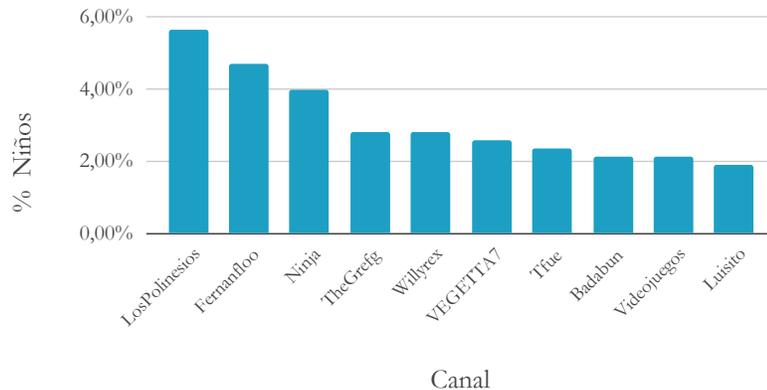


FIGURA 5. Preferencia de canales preferidos por los niños.

Después de ubicar los nombres de los canales más vistos por la población encuestada, el equipo de investigación se dio a la tarea de ver 100 retos producidos por estos canales. La intención de esta exploración fue la de conocer el tipo de daño físico que cada una de estas actividades podría acarrear al ejecutor. Los resultados de la revisión de los videos se pueden ver en el anexo Tipología de videos. Finalmente, se propuso una taxonomía (Tabla 3) sobre los posibles daños a la salud que puede traer consigo realizar alguno de estos retos.

Tipo de daño	Asfixia
	Daño a las vías respiratorias
	Daño gastrointestinal
	Fracturas o torceduras
	Quemaduras
	Moral

TABLA 3. Taxonomía de posibles daños a la salud derivados de hacer ciertos retos.

En la pregunta 4 de la encuesta (véase imagen 3) se les cuestionó a los menores de manera puntual si habían tenido alguna aproximación a contenido que *YouTube* establece como de riesgo, tal y como se definió en el apartado 1.2 *YouTube* y los contenidos de riesgo. Es decir; groserías, golpes y peleas, escenas sexuales o retos peligrosos. Esto con la finalidad de enfocar el proyecto a alguno de estos contenidos.

Pese a que los hallazgos fueron que la mayoría de los niños encuestados consumían en mayor medida groserías (véase Figura 6), se decidió trabajar con el segundo resultado con mayor consumo: retos peligrosos. Puesto que, el tema de groserías es subjetivo y obedece a factores culturales y morales que no estaban contenidos en el objeto de estudio de este proyecto de investigación.

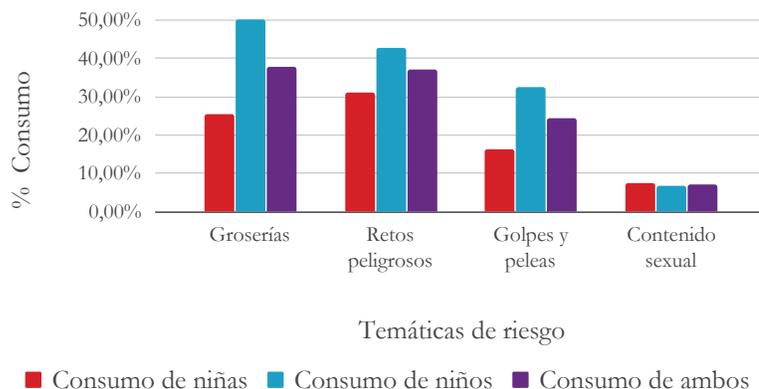


FIGURA 6. Contenido de riesgo consumido en *YouTube* autorreportado por la muestra encuestada.

Finalmente, en la pregunta 5 (véase imagen 3), se les pidió a los niños que indicaran las interacciones que tenían con la plataforma de *YouTube*. El objetivo de esta pregunta era conocer el nivel de apropiación y conocimiento que los menores tenían de la plataforma de videos. Es decir, además de ver los videos, qué otras actividades realizaban y cómo se relacionaban con otros usuarios. Las opciones que los niños podían elegir eran Acciones de clic, Acciones de escribir, y Acciones de leer.

Como se mencionó en el capítulo 1, los hallazgos de las encuestas en la Fase 1 de exploración sirvieron para definir la problemática a trabajar en la presente investigación, es decir; los contenidos de retos peligrosos. También sirvió para comprobar el alto nivel de consumo de *YouTube* en los niños y el tipo de contenidos de su preferencia (Véase capítulo 1, sección 1.3).

3.3 Fase 2: Evaluación del pensamiento crítico ante un video de reto peligroso

Una vez que se obtuvo el panorama de los canales y el tipo de contenido que consumían los niños, el siguiente paso dentro de la metodología fue el de conocer qué tan críticos estaban siendo los niños con respecto a los contenidos de *YouTube* que estaban consumiendo, específicamente su posición frente a los retos peligrosos. Para esto se usó la técnica de investigación cualitativa comúnmente empleada en el campo de las ciencias sociales: los grupos focales. Esta herramienta permite obtener opiniones, sentimientos, pensamientos y argumentos del entrevistado, lo cual nos facilitó conocer la información y analizar las posturas que los niños tienen frente a los retos peligrosos.

Algunas de las ventajas de los grupos focales son el ahorro de tiempo y dinero en comparación a otras herramientas y dinámicas de análisis, la flexibilidad que ofrecen en cuanto a la diversidad de temas y opciones para la propia iniciativa y espontaneidad de los niños. Así como, la interacción que se da entre los participantes (Valles, 2000), ya que al escuchar la conversación del grupo se pueden sentir estimulados por las ideas y comentarios de los demás, esto puede traer consigo resultados más creativos, interesantes y reflexivos para quien investiga.

Para hacer la evaluación del pensamiento crítico en los niños, se utilizó una rúbrica que adaptó el equipo de investigación (Imagen 11). La rúbrica, propuesta por la Universidad de Northeastern Illinois (Véase anexo), originalmente evaluaba todas las habilidades del pensamiento crítico. Se trabajó con los cuatro niveles de valoración propuestos por la universidad: Principiante, En progreso, Satisfactorio y Sobresaliente. Pero en vez de trabajar todas las habilidades del pensamiento crítico, la rúbrica adaptada por nosotros evaluó únicamente las habilidades de análisis, evaluación y toma de postura.

Fue necesario hacer esta adaptación debido a que la rúbrica que propone la Universidad de Northeastern Illinois está ideada para hacer una evaluación completa del pensamiento crítico en los niños. Al ser un instrumento pensado para un análisis mucho más extenso de lo que se necesitaba para esta investigación, fue necesario trabajar con base en esta rúbrica y hacer una adaptación buscando enfocarnos únicamente en las tres habilidades antes mencionadas y acotar al tema de los videos de retos peligrosos

Rúbrica para la evaluación del pensamiento crítico en niños					
		4	3	2	1
Habilidad	Concepto indicador	Sobresaliente	Satisfactorio	En progreso	Principiante
Análisis	Identifica	Identifica clara y detalladamente los riesgos, peligros o posibles daños físicos	Identifica los riesgos, peligros o posibles daños físicos	Identifica parcialmente los peligros o posibles daños físico	No identifica los riesgos, peligros o posibles daños físicos
	Interpreta	Realiza interpretaciones precisas, exhaustivas y convincentes de las intenciones de la youtuber	Realiza más de 1 interpretación de las intenciones de la youtuber	Realiza 1 interpretación de algunas intenciones de la youtuber	No realiza interpretaciones de las intenciones de la youtuber
Evaluación	Infiere	Da un juicio o conclusión detallada a partir del reto peligroso (video o situación)	Da un juicio o conclusión a partir del reto peligroso (video o situación)	Da un juicio impreciso a partir del reto peligroso (video o situación)	No da un juicio o conclusión a partir del reto peligroso (video o situación)
Toma de postura	Argumenta	Decide no realizar el reto y presenta argumentos detallados de los riesgos y posibles consecuencias de realizarlo	Decide no realizar el reto y presenta un argumento de los riesgos y posibles consecuencias de realizarlo	Indeciso sobre realizar el reto y anticipa algunas posibles consecuencias de realizarlo	Decide realizar el reto y no anticipa las posibles consecuencias de realizarlo
					Nivel de PC

FIGURA 7. Rúbrica adaptada para la evaluación del pensamiento crítico en infantes.

En la Figura 7 se observa el tipo de respuesta que cada uno de los niños podía proporcionar. Con base en esa respuesta es ubicado en una habilidad del pensamiento crítico (análisis, evaluación y toma de postura), en un concepto indicador (identifica, interpreta, evalúa y toma una postura) y un grado de valoración (sobresaliente, satisfactorio, en progreso y principiante). A continuación se describen estas habilidades del pensamiento crítico, según diversos autores:

- Análisis. Según Peter A. Facione (1990), consiste en identificar relaciones inferenciales entre afirmaciones, preguntas, conceptos, descripciones u otras formas de representación que intentan expresar creencias, juicios, experiencias, razones, información u opiniones. El análisis incluye las sub-habilidades de: examinar ideas o conceptos, detectar argumentos y descomponerlos.

Las preguntas que se hicieron para conocer el nivel de análisis de los niños fueron ¿por qué crees que ella está haciendo el reto? ¿Crees que sea correcto lo que está haciendo? Algunos niños respondieron: “Para tener más vistas” otros niños mencionaron “Para

que la vean más, o sea, porque eso es interesante, entonces para que la vean más y le den *likes*". Aunque ambas respuestas dicen en esencia lo mismo, en la segunda hay una interpretación más precisa. Por lo tanto, la segunda verbalización tendría una evaluación más alta respecto de la primera.

- b) Evaluación. Por un lado Scriven (1991, p.62) define esta habilidad como "el proceso de determinar el mérito o valor de algo; o del producto de ese proceso"⁶. Y por otro lado, Peter A. Facione (1990), define a la evaluación como la capacidad de juzgar la credibilidad de las declaraciones u otras representaciones que dan cuenta o describen la percepción, experiencia, situación, juicio, creencia u opinión de una persona; y evaluar la lógica de las relaciones inferenciales entre las declaraciones, descripciones, preguntas y otras formas de representación. La evaluación incluye las sub-habilidades de juzgar declaraciones y juzgar argumentos.

Por ejemplo, en la dinámica donde los niños vieron un video de reto peligroso, se les planteó la situación: ellos se encontrarían solos en casa, mientras un familiar o amigo menor de edad los invitaría a realizar el reto sin ningún tipo de supervisión adulta. La mayoría de ellos respondió que no lo realizarían y argumentaron su respuesta. De esta manera se pudo observar su capacidad de discernimiento y medición de consecuencias.

- c) Toma de postura. Según el Diccionario de la Real Academia Española es la posición o actitud que alguien adopta respecto de algún asunto, por lo tanto, tomar una postura consiste en adoptar una posición, declararse partidario o no de algo, comprometerse o manifestarse respecto a algo.

Durante el desarrollo de las dinámicas se pudieron observar diferentes perspectivas en los niños, ante cualquier pregunta, pues algunos manifestaron argumentos sólidos ampliamente desarrollados, mientras que otros no fundamentaban, pero siempre fueron capaces de mostrar su postura ante las situaciones.

La rúbrica que se tomó como referencia para medir el pensamiento crítico se divide en cuatro niveles de desarrollo: principiante, en progreso, satisfactorio y sobresaliente. A continuación se detallan:

Nivel principiante

Los niños que se encontraban en este nivel no eran capaces de identificar riesgos o peligros ante el material audiovisual mostrado y deci-

⁶ "The process of determining the merit or worth or value of something; or the product of that process". (Scriven 1991, p.62)

dían replicar el reto peligroso sin anticipar consecuencias de sus actos. También se ubicaban en este nivel a aquellos niños que no realizaban interpretaciones, juicios o conclusiones objetivas de intenciones o acciones realizadas por terceros.

Nivel en progreso

Los menores ubicados en este nivel eran aquellos que lograron identificar parcialmente ciertos peligros o posibles daños y realizar alguna interpretación o dar un juicio no muy detallado a partir de alguna situación. Es importante señalar que en este nivel los niños solían estar indecisos sobre realizar o no los retos, ya que podían anticipar algunas de sus consecuencias.

Nivel satisfactorio

Los niños ubicados en este nivel eran capaces de identificar riesgos, peligros o posibles daños, realizaban más de una sola interpretación y expresaban su juicio o conclusión sobre el reto o situación vista. Por lo tanto, decidían no realizar el reto y argumentaban su toma de postura a diferencia de los niños ubicados dentro del nivel en progreso.

Nivel sobresaliente

En el caso de los niños ubicados en un nivel sobresaliente, eran aquellos capaces de identificar clara y detalladamente los riesgos en la realización de retos peligrosos, y eran quienes presentaban interpretaciones precisas acerca de una situación, pero con argumentos detallados sobre su toma de postura, así como, el motivo por el cual no realizar el reto, vislumbrando las posibles consecuencias de hacerlo.

POBLACIÓN. GRUPOS FOCALES E INFORMANTES EN ESCUELAS

En esta Fase 2 de la metodología se decidió conformar cuatro grupos focales; uno por cada escuela en la que se trabajó. Se plantearon tres distintas dinámicas con estos grupos: la primera de ellas tenía el objetivo de conocer el concepto que los niños tenían respecto a un reto de *YouTube*, la segunda sirvió para evaluar sus habilidades de análisis, evaluación y de toma de postura frente a la visualización de retos peligrosos y finalmente la tercer dinámica, proporcionó datos e ideas a considerar en el diseño del producto final de esta investigación que posibilite la recepción crítica frente a ciertos contenidos en *YouTube*.

Previo al desarrollo de trabajo con estos grupos focales, se elaboraron permisos y se concertaron citas con los directivos de las escuelas para solicitar su colaboración y la de algunos de sus alumnos. Dichos grupos estuvieron conformados de la siguiente manera en cuanto a género y edades según su grado escolar:

Escuela	Grado de primaria	Total de alumnos del grupo focal
Escuela Primaria José Luis Vieyra	6º	1 niña
	4º, 5º y 6º	5 niños
Escuela Pública Maestros de México	5º y 6º	5 niñas
	5º y 6º	4 niños
Colegio Vincent Van Gogh	5º y 6º	3 niñas
	4º, 5º y 6º	3 niños
Instituto Rosner	5º y 6º	3 niñas
	4º, 5º, 6º	3 niños

TABLA 4. Composición de los grupos focales.

Los criterios utilizados para conformar los grupos focales respondieron a los siguientes factores: participaron aquellos niños que contaron con permisos de los padres de familia para trabajar en las dinámicas de investigación, variedad en género y edad escolar, frecuencia de uso de la plataforma mayor a 5 días, asistencia a escuela primaria.

DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS SESIONES DE TRABAJO

Cada una de las sesiones de trabajo, con los grupos focales por escuela, tuvo una duración de una hora y media aproximadamente. Se procedió a formar grupos de seis participantes por cada una de las cuatro escuelas, con excepción de un grupo que contó con nueve integrantes en solo una institución educativa debido a la cantidad de niños que deseaban participar con respecto a las otras escuelas.

Las sesiones de trabajo se realizaron dentro de las instalaciones de cada centro educativo con la finalidad de no sacar a los menores de su entorno habitual. Sin embargo, se solicitó a los directivos un espacio adecuado para el desarrollo de la actividad, preferentemente, diferente del aula. Es decir; un lugar amplio donde se pudiera generar un ambiente informal, de actividad física y donde los participantes se sintieran más cómodos y menos cohibidos.

Con el objetivo de obtener un análisis más detallado de las intervenciones de los niños, todas las sesiones fueron grabadas en formato de audio. Adicional a lo observado por parte de los investigadores en las dinámicas acerca del desenvolvimiento individual (reacciones y comportamientos) y el trabajo en equipo de los menores.

Cada sesión fue dirigida mediante la intervención de uno o dos moderadores que contaban con el guion de cada dinámica. Se utilizó una pequeña pelota

para darles la palabra a los niños, a manera de juego y así promover el dinamismo y el respeto de escucha a lo que cada uno expresaba en la actividad.

El papel de los moderadores fue dirigir los procedimientos de trabajo, plantear el problema o la cuestión a debatir, proporcionar instrucciones, mantener a los niños enfocados en el problema a resolver, incentivar la participación y el respeto a las opiniones del resto del grupo.

Una de las instrucciones que se les dio a los niños al inicio de esta dinámica fue que anotaran en una etiqueta sus nombres o cómo deseaban ser nombrados, buscando generar un ambiente amigable entre ellos. Además, la etiqueta fungió como identificador para el moderador; quien en voz alta diría el nombre del participante y con ello se podrían identificar posteriormente las distintas intervenciones en las grabaciones de audio.

Debido a la particularidad de trabajo con niños en esta investigación, Espino (2012) sugiere la utilización de técnicas adicionales dentro de grupos focales con el fin de obtener mayor concentración o comprensión entre los participantes. Por ello, en las sesiones de trabajo se utilizó distinto material: la proyección de un video y el empleo de material impreso como apoyo para así facilitar el logro de los objetivos en cada dinámica.

Material empleado en las sesiones de trabajo

Como ya se dijo era necesario material complementario en las diversas dinámicas aplicadas en la Fase 2 de la metodología con el fin de enriquecer el proceso, haciéndolo más interactivo, dinámico y divertido para los niños. En la imagen 5 se muestra sobre una mesa, nombrada la “Estación de la imaginación” parte del material usado. La lista completa del material empleado durante las cuatro dinámicas de trabajo con los grupos focales se enlista a continuación:

- Etiquetas adheribles
- Marcadores de colores
- Marco de unicel simulando el frame de YouTube
- Props de manitas de like y dislike
- Música popular de algunos YouTubers
- Snacks (jugos, palomitas, papas y dulces)
- Tarjetas en blanco
- Cinta adhesiva de colores
- Tarjetas con palabras impresas en distintas tipografías que remitieran a sensaciones y cosas relacionadas a videos vistos en *YouTube*.
- Tarjetas en blanco
- Ilustraciones de objetos peligrosos (cerillo, gancho, spray, enchufe, cuchillo, triciclo, bicicleta, cubeta, agua, cigarros, ratonera, explosivos, veneno, fuego, pegamento, televisión, sartén, vaso de cristal), cajas de cartón, botellas de plástico, globos, condón, em-

- paquetes vacíos de Alka-Seltzer, Pepto-Bismol y jarabe para la tos.
- Elementos varios: espadas de plástico, muñecos de plástico, pistolas de plástico, guante de boxeo, celular, balas de plástico, peluches, pelotas, peluca, estola de plumas, casco para la cabeza, antifaz, pines de boliche de plástico, mascada y plastilina.
- Cartulinas blancas
- Hojas de colores
- Tijeras de punta chata
- Incentivos para obsequiar a los participantes con estampas de sus *YouTubers* favoritos



IMAGEN 5. Material a elegir por los niños para la creación de un reto.

3.3.1 Dinámica 1 “Creación de un reto”

Es importante señalar que para esta primera dinámica de la Fase 2 de la metodología se empleó un guion (véase Anexo. Guion dinámica 1), el cual fue una guía fundamental para los moderadores que llevaron a cabo esta actividad con los niños, ya que les permitió seguir instrucciones de desarrollo en la sesión de trabajo.

El objetivo principal de la dinámica, era conocer la forma en que los niños concebían el concepto de “reto”. Su duración fue de 20 a 30 minutos aproximadamente. Se les invitó a los niños a crear su propio reto de *YouTube*. Buscando que imaginaran que el reto sería visto como si fuese un video de dicha plataforma.

En este ejercicio se formaron un mínimo de dos y máximo tres equipos de trabajo, según la cantidad de niños en cada escuela. Se colocaron diversos materiales y objetos sobre una mesa llamada “Estación de la imaginación” (véase Imagen 5). En la estación se dotaba a los niños de material diverso para apoyarse en la creación de su reto. Este material se basó en objetos encontrados en algunos de los videos que los niños refirieron haber visto en *YouTube* durante la Fase 1 de exploración de la metodología empleada en la presente investigación.

Durante la dinámica de trabajo se observó a cada uno de los equipos para documentar mediante la observación participante su proceso de organización y roles desempeñados. Esta técnica cualitativa permite al observador recoger información o datos del medio natural donde se está practicando, así como, estar en contacto con los sujetos observados. Así mismo, facilita el compartir y participar socialmente con las personas que forman parte del contexto o situación a analizar.

La observación participante fue de gran utilidad, pues permitió evaluar el análisis de los menores y obtener información de sus argumentos durante la creación del reto, de forma directa sin necesidad de elementos técnicos especiales como una cámara de Gessell⁷. Ayudó a tener claro lo que los niños estaban analizando, cuestionándose o discutiendo con sus compañeros de equipo y saber si comprendían o no la actividad que debían realizar (reto).

Después de transcurrido el tiempo de trabajo establecido, se les solicitó a los niños que representaran su reto frente a los demás. Posteriormente, el resto de los equipos votaron por su reto favorito a través de un prop con manitas de like y dislike alusivas a la plataforma de *YouTube*.

⁷ Esta técnica consiste en que en acondicionar una habitación para permitir la observación con personas. Está conformada por dos ambientes separados por un vidrio de visión unilateral, los cuales cuentan con equipos de audio y de video para la grabación de los diferentes experimentos.

Y finalmente se premió al equipo ganador que obtuvo mayor cantidad de likes.

Como parte de los resultados obtenidos en esta actividad se observaron patrones de organización en la creación de los retos en las distintas escuelas. A partir de estos patrones, se generaron diagramas de flujo para poder compararlos y analizarlos más claramente. Por una parte, en el Colegio Vincent Van Gogh y en la primaria José Luis se observó una estructura de reto sencilla (Figura 8), en la que el equipo elegía una actividad a su gusto y era llevada a cabo por todos los miembros del grupo sin mayor estructura o complejidad. No existía un ganador, ni perdedor, tampoco un castigo o una competencia.

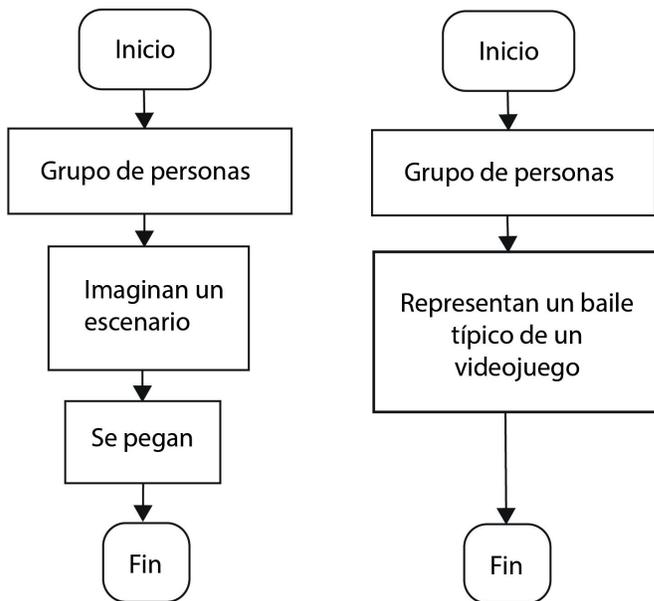


FIGURA 8. Estructura de reto 1. Colegio Vincent Van Gogh y Primaria José Luis Vieyra.

La estructura más compartida (Figura 9), pues se realizó en tres de las cuatro escuelas, implicaba un desafío o actividad a realizar que se podía repetir un cierto número de veces por sus participantes. En algunas situaciones se podía presentar un castigo si el participante no ejecutaba con éxito las pruebas acordadas, pero esta penalización no fue global. La conclusión de los retos no siempre estaba clara en la delimitación del tiempo.

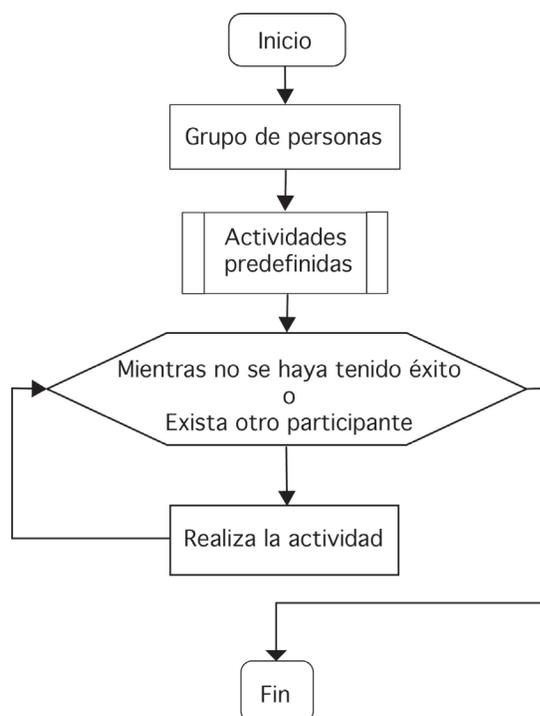


FIGURA 9. Estructura de reto 2. Llevada a cabo por 5 equipos distintos.

En el caso del Instituto Rosner, la actividad no se comprendió, y pese a que se conformaron inicialmente dos equipos distintos, los integrantes de ambos equipos trabajaron individualmente e hicieron un mismo concurso de manualidades; donde todos los participantes al final de esta actividad mostraron de forma individual sus creaciones “retos”. Fue por esto que no se realizó la diagramación de esta escuela. A pesar de ello, se concluye que la concepción de reto entre estos niños no necesariamente involucra poner en riesgo su integridad física. En otras palabras, entienden un reto como un desafío sin tener que ser peligroso, pero sí divertido para ellos.

3.3.2 Dinámica 2 “Proyección de un video de un reto peligroso”

En la dinámica 2 se utilizó un guion para las intervenciones del moderador, que incluyó el tipo de preguntas que se les harían a los niños al finalizar la proyección del video mostrado (véase Anexo. Guion dinámica 2).

Esta actividad tuvo una duración de 20 a 30 minutos, su objetivo fue evaluar las habilidades del pensamiento crítico: análisis, evaluación y toma de postura de los niños ante la proyección de un video de reto peligroso en *YouTube*. Esta dinámica consistió en mostrarles un video en el que Kimberly Loaiza, una de las *YouTubers* más seguidas, según nuestra fase exploratoria, hace un tutorial para que la gente prenda sus

manos con fuego ayudándose de gel antibacterial. Este video fue el estímulo para que después de verlo se les hiciera a los usuarios una serie de preguntas, y así evaluar su nivel de recepción crítica.

Ahora bien, en la Figura 10, se puede observar los resultados de la habilidad de toma de postura evaluada en esta fase 2 de la metodología. Donde se les cuestionó a los menores sobre si realizarían o no el reto y algunos respondieron que no dando las siguientes razones:

–“No lo haría, porque puede haber un accidente.”

–“Pues yo no lo haría, porque me da un poco de miedo y me da como cosa hacer eso.”

–“Yo no lo haría por riesgo de mi cuerpo. me podría quemar, podría llegar al hospital y no quiero y mejor no.”

Otros menores manifestaban en sus respuestas el por qué aceptar realizar el reto, aunque sugerían tomar algunas precauciones:

–“Yo sí lo haría pero con precaución de mis padres para que me digan qué es lo que tengo que hacer y ya... si ya saqué las manos del fuego y mis papás me dicen -ya mételas al agua-, y ya las meto para que tenga más precaución en mis manos.”

–“Bueno yo, pues sí lo haría. Porque nosotros nunca tenemos esa experiencia de poder jugar con fuego.”

–“No lo haría, es peligroso. Porque que tal que con el gel antibacterial se quemaba de más y se quedaba sin manos.”

–“Yo sí lo haría pero con supervisión de un adulto.”

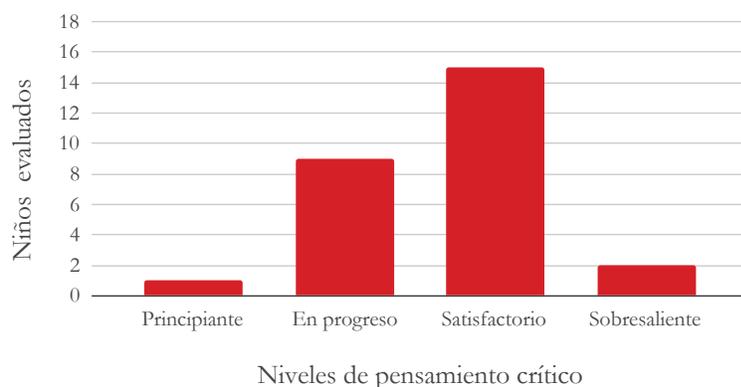


FIGURA 10. Resultados en la habilidad de toma de postura. con los grupos focales

En la Figura 11 podemos observar los resultados de la evaluación de la habilidad de análisis, donde se les pidió que realizaran interpretaciones sobre el video que acababan de ver. Es decir; se buscaba conocer si eran capaces de identificar los riesgos, peligros o posibles consecuencias, así como, realizar un juicio sobre las intenciones de la *YouTuber*.

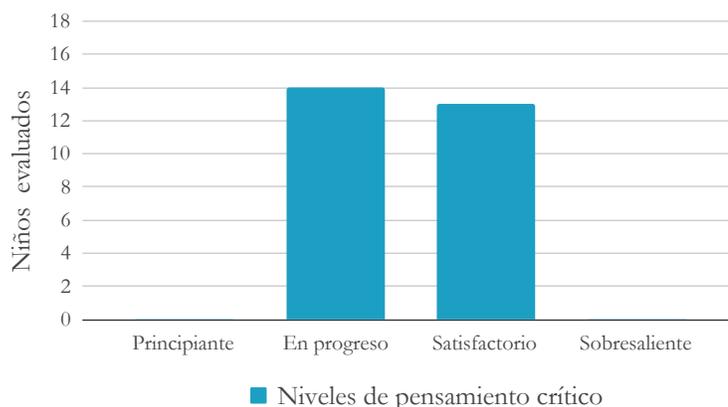


FIGURA 11. Resultados en la habilidad de análisis con los grupos focales.

Como ejemplo de dichas respuestas evaluadas en el nivel de “En progreso” se tienen las siguientes opiniones de los menores:

- “Para tener más *views*.”
- “Por diversión, porque le gusta hacerlo.”
- “A lo mejor para poder lograr sus sueños que tiene, ser una *youtuber*. A la vez está mal porque se le podría salir de control y ya no podría controlarlo. Y para poder atraer más gente para que pueda ser popular”.
- “Para tener más *likes*.”

En el caso de algunas respuestas de los chicos evaluadas en un nivel “Satisfactorio” se ejemplifican con los siguientes argumentos:

- “Por visitas, y pues claro ya tiene 16 millones de suscriptores, yo la sigo porque siento que es muy divertida.”
- “Para entretener a la gente para que haga eso. Pero sinceramente yo le daría *dislike*. La verdad se ve muy chidori hacer eso, pero, sinceramente, yo no quiero porque ya tuve una mala experiencia.”
- “Para que la vean más, o sea porque eso es interesante, entonces para que la vean más y le den *like*”.

En la Figura 12 se pueden ver los resultados de la habilidad de evaluación. En donde se les pidió realizar un juicio o conclusión sobre el video y las intenciones de la *YouTuber*. Además se les planteó una situación en donde ellos estaban en casa sin sus padres, acompañados de alguien de su edad, que les sugería hacer el reto.

Ante este escenario, algunas respuestas evaluadas en el nivel de “En progreso” fueron las siguientes:

–“Primero iría por una cámara, una cubeta de agua y ya nada más lo hacemos y ya”.

–“Yo esperaría a que sus papás lleguen”.

–“Sinceramente le diría -estás loco-. Porque le diría que no se debe jugar con fuego pero sinceramente me daría curiosidad. Como que un 45% que sí y el otro 55% que no. Sinceramente, lo haría a mi suerte, es que siempre para decidir algo.... como que sí como que no, estoy indeciso. Creo que no”.

–“Le diría que no, porque como dice mi compañera Luz, no tenemos supervisión y puede hasta explotar con el mismo fuego porque si alguien no nos ve, pues podemos hacer otro tipo de cosas”.

Algunas ejemplos de respuestas ante este mismo escenario, pero evaluadas en nivel “Satisfactorio” fueron las siguientes:

–“No porque es peligroso y yo solamente lo haría con la supervisión de mi mamá o de mi papá”.

–“No lo haría porque es peligroso y podemos llegar a quemar algo, si no nos quemamos nosotros quemamos algo”.

–“Yo le diría que no, porque no tenemos ni una supervisión para que si pasa algo, nosotros a veces no sabemos qué hacer en caso de eso”.

–“Yo le diría que no, que está loco. Porque es obvio porque quiere jugar con su cuerpo porque es una sustancia química que es muy inflamable y si metemos las manos mucho tiempo y luego las sacamos, ya no te la puedes quitar y te puedes hasta morir. Porque el mismo fuego se va recorriendo a todo tu cuerpo y te puedes hasta matar ¡Nel pastel!”.

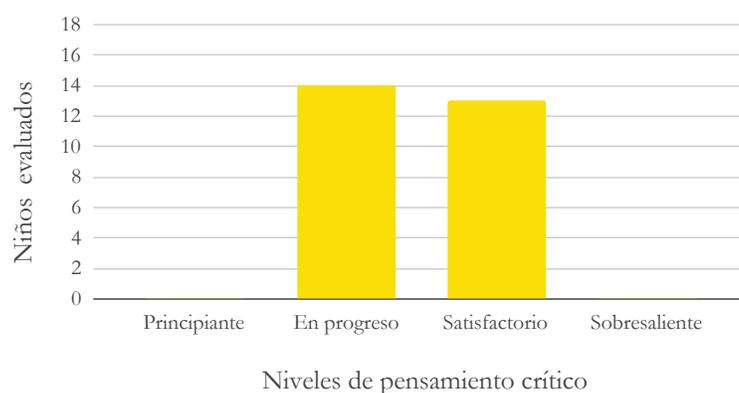


FIGURA 12. Resultado en la habilidad de evaluación con los grupos focales.

A partir de estas tres gráficas (véase figuras 10, 11 y 12) se puede observar que la mayoría de los niños encuestados tuvieron resultados homogéneos en las tres habilidades evaluadas del pensamiento crítico: análisis, evaluación y toma de postura. Es decir; en general, los niños se evaluaron en los niveles de En progreso y Satisfactorio. A partir de esta evaluación hecha con la Rúbrica para evaluar habilidades de pensamiento crítico (véase anexo), se concluye que los menores sí percibieron algunos de los riesgos o consecuencias ante un video de reto peligroso.

No obstante, también se puede observar en la gráfica de toma de postura, que solo un niño no vislumbró ningún riesgo a partir del video mostrado. También llamó la atención, al analizar los resultados tanto de las gráficas como del tipo de argumentos que los niños proporcionaron, conforme a las preguntas del guion mencionado, que más de la mitad de los menores evaluados, pese a que perciben consecuencias dañinas a su persona, refirieron sí haber considerado imitar ese reto aunque los ponía en peligro, pues les parecía divertido (véase anexo, Transcripciones de las entrevistas).

Toda esta información sirvió como punto de partida para entender si los niños perciben o no riesgos ante videos de retos peligrosos consumidos en *YouTube*. Así pues, el producto final de esta investigación debería contener información que les ayudara a los infantes a tomar una postura donde contemplen consecuencias ante la realización de este tipo de actos perjudiciales (retos peligrosos) y que pueden dañar su integridad física.

3.3.3 Dinámica 3. Necesidades y requerimientos del usuario

La duración de esta última dinámica con los grupos focales fue de 10 a 15 minutos y sus objetivos fueron:

1. Indagar si los niños eran o no capaces de asignarle alguna categoría de riesgo al video de Kimberly que habían observado, así como, analizar la construcción de sus argumentos con sus respuestas. Es decir; si explicaban detalladamente el porqué algo les parecía o no peligroso.
2. Bosquejar las necesidades del usuario mediante preguntas o ejemplos donde los menores nos dieran su opinión sobre cuál producto tecnológico les gustaría jugar para aprender acerca de los riesgos peligrosos en los videos que han explorado en *You Tube*.
3. Rescatar ideas que desde la percepción de los menores les fueran atractivas para diseñar un producto que los ayude a comprender los riesgos de hacer retos peligrosos vistos en la red.

La dinámica 3 consistió en que los niños eligieran de un mazo, algunas tarjetas en blanco y otras impresas que a su parecer se relacionaban con el video que acababan de ver. Las tarjetas impresas contenían ilustraciones y palabras con diferentes tipos de letra. Esto para observar si existía una relación entre forma y significado percibida por los menores y que debiera ser contemplada gráficamente en el producto final de la investigación. Todo esto, con la finalidad de observar de qué forma categorizaban el video y si lo entendían o relacionaban con el concepto de riesgo o peligro.

Una vez colocadas las tarjetas sobre la mesa se les pidió a los participantes que tomaran cuatro tarjetas en total: dos en blanco y dos impresas, para contarnos qué habían entendido del video. Señalándoles que en las dos tarjetas en blanco podían escribir o dibujar su explicación y las dos tarjetas impresas las podían usar para complementar sus ideas acerca del video visto.

La finalidad de esta actividad era analizar sus argumentos para comprender o reiterar cuál era su postura ante un video de reto “peligroso”, si entendían los riesgos, si un soporte visual (tarjetas) les ayudaría a argumentar mejor sus ideas. A la vez, evaluar si algún tipo de imagen les llamaba la atención para sobre ello trabajar en la propuesta gráfica de esta investigación que busca fomentar habilidades de recepción crítica: análisis, evaluación y toma de postura, en ellos.

Sin embargo, este ejercicio no arrojó los resultados esperados, pues la dinámica se tornó dirigida y algunas de las tarjetas resultaron obvias, por lo tanto se decidió no continuar aplicándola en el resto de las escuelas, ya que los niños solo elegían las ilustraciones y palabras relacionadas directamente al video, ejemplo: dibujos sobre fuego, peligro, muerte, hospital, etc., por lo que nunca se pudo observar que lo ligaran a otro tipo de actividad o categoría que no se hubiera contemplado.

Para el segundo y tercer objetivo de la dinámica 3 se realizó un ejercicio de lluvia de ideas, donde se les mostraron ejemplos de diferentes

propuestas de productos y ellos argumentaban sobre cuál preferían o les parecía más atractiva. Entre las opciones mostradas y explicadas estaban Página web, sitio multimedia, juego de mesa, una actividad en su escuela, exposición, canal de *YouTube* y video interactivo.

A partir de los resultados obtenidos en esta dinámica 3, se decidió elaborar un juego de mesa que combinara la tecnología análoga de un tablero físico con la tecnología digital y popular de una *App*. Esto, con la finalidad de que la experiencia de juego-aprendizaje se convirtiera en una actividad divertida para realizar en familia o con amigos y que la interacción verbal de otros participantes pudiera influenciar de manera positiva la toma de decisiones que un niño puede tener mientras juega.

Con respecto al procesamiento de la información de los grupos focales en la Fase 2, se hizo la transcripción de los audios recabados en las sesiones (Véase Anexo. Transcripciones), realizando, posteriormente, una clasificación y descripción de categorías que finalmente nos ayudarían a interpretar los resultados.

En el presente capítulo se describirán las fases 3 y 4 de la metodología, correspondientes al diseño del juego de mesa y su evaluación. La elección de un juego de mesa como un medio para fomentar y desarrollar el pensamiento crítico se debió a los siguientes factores:

- Niñez como usuarios principales
- Bondades de un juego en el campo educativo:
 - Propicia la socialización familiar y entre iguales
 - Genera motivación para un aprendizaje significativo (Contreras, 2016)
 - Posibilita la capacidad de juicio
 - Incrementa la concentración, el esfuerzo y la motivación (Sánchez, 2015)

Cabe señalar, que en las encuestas y entrevistas realizadas, algunos niños refirieron disfrutar más de la convivencia familiar que se da a partir de un juego de mesa clásico por sobre las actividades realizadas de forma individual frente a una pantalla.

Esto nos llevó a diseñar un juego de mesa al que se le nombró *Vlogger*. Se buscó que este fuera atractivo, divertido y al mismo tiempo cumpliera con el objetivo de fomentar habilidades del pensamiento crítico. Se consideró que el diálogo y la interacción que derivan de los participantes en un juego de mesa propiciará el interés y la motivación por realizar alguna actividad. En este caso, hacia el aprendizaje y el desarrollo de la recepción crítica en los niños.

Otro aspecto relevante fue que para la conceptualización y desarrollo del juego de mesa se tomó en cuenta el uso de palabras y términos empleados en su plataforma de videos favorita: *YouTube*; con un tablero físico que permite la interacción personal y remite a la convivencia en familia (referida por ellos en las pruebas cualitativas), así como, el empleo de un dispositivo móvil, siendo este la tecnología digital más usada entre la población según la Asociación de Internet MX (2019).

Ahora bien, es importante indicar que el juego de mesa español *Quizzers* producido por la compañía Cayro, sirvió como base en el diseño de la herramienta propuesta en esta investigación. Ya que *Quizzers* conjuga tanto tecnología análoga como digital dirigida a toda la familia. Esta característica, les sería más atractiva a los menores, ofreciéndoles así, una alternativa divertida de aprendizaje con un lenguaje familiar.

4.1 Fase 3: Diseño de la propuesta interdisciplinaria

Descripción de la propuesta

La propuesta interdisciplinaria está conformada por un juego análogo/digital con un tablero y una aplicación para dispositivos móviles. Este juego pretende que los niños reconozcan y aprendan sobre los riesgos y las consecuencias de sus decisiones a través de situaciones hipotéticas relacionadas con Internet y *You Tube* convertirse en los mejores vloggers. Así pues, los retos peligrosos son el punto de partida en este proyecto, que busca fomentar la recepción crítica ejercitando y desarrollando las habilidades de análisis, evaluación y toma de postura.

En este juego de mesa los jugadores irán moviendo sus fichas a lo largo de un tablero impreso utilizando dos dados. Se deberá usar un celular o tableta que contenga la aplicación del juego. Pues a lo largo de este, a cada participante se le realizaron preguntas enfocadas en estimar sus habilidades de análisis, evaluación y toma de postura. A la vez que, dependiendo de las respuestas, el jugador en turno podrá o no afectar su carrera como *You Tuber* y con ello obtendrá un cierto número de *likes* y *dislikes* contabilizados mediante la aplicación señalada.

Cada vez que el usuario lanza los dados y mueve su ficha seleccionar en la aplicación del celular el color de la casilla en la que ha caído para que esta le devuelva una pregunta de alguna habilidad (análisis, evaluación o toma de postura) a ser resuelta por el menor. Es decir, si un niño cae en una casilla azul, tendrá que indicar esto en la aplicación y responder una pregunta identificada con este color.

Al final para completar una ronda de juego, el participante deberá llegar a la casilla final y contar con 4,500 likes indicados en la aplicación digital para así ganar el juego y convertirse en el mejor *Vlogger*.

Aunque el juego contempla la estrategia de cada jugador como medio para convertirse en ganador, sí considera, en menor medida, elementos de suerte u oportunidad como los presentes en las recompensas que se pueden obtener a través de las tarjetas de bonus. Estas tarjetas tienen la finalidad de agregar dinamismo y arbitrariedad al juego, dando la apariencia de llevar ventaja sobre los otros jugadores sin tomar en cuenta el conteo de likes que cada uno lleve.

Por ejemplo, puede que un niño tuviera “suerte” de avanzar muy rápido en el tablero debido a tiradas altas de los dados u obteniendo algún atajo proveniente de una tarjeta de bonus, sin embargo, podría quedarse recorriendo el último tramo del tablero por varios turnos y

finalmente verse rebasado por otro jugador con mayor puntaje, y sin una oportunidad de ganar si sus respuestas no acumulan la cantidad de likes necesarios para ganar.

4.1.1 Elaboración y desarrollo de preguntas y respuestas

Las preguntas y respuestas dadas, ya sea por la aplicación o por el jugador, son el eje del juego, ya que en cada turno, los jugadores eligen una respuesta que les otorga una calificación y de esta forma pueden ir acumulando puntaje para buscar la victoria. El equipo de investigadores se dio a la tarea de desarrollar una serie de preguntas empleando un lenguaje que resultara natural para los niños en torno a *YouTube*, siendo este parte de la narrativa temática del juego.

Es así como, las preguntas y respuestas se realizaron con base en la rúbrica para medir el pensamiento crítico señalada anteriormente (véase anexo). Fue necesario hacer ligeras modificaciones para que se adecuara al juego. Hay que tomar en cuenta que la primera adaptación que se hizo de la rúbrica de la Universidad de Northeastern Illinois fue enfocada en un video de *YouTube* en particular y determinadas preguntas a partir de este (Véase Capítulo 3, 3.3 Fase 2: Evaluación del pensamiento crítico ante un video de reto peligroso). La depuración de estas preguntas fue meticulosa y minuciosa, pues se realizaron varias revisiones y correcciones por parte de todo el equipo de trabajo. Finalmente, fue necesario reducir las preguntas a la mínima extensión posible con el objetivo de que el texto cupiera en la pantalla de un teléfono inteligente, además de dotar al juego de más fluidez y velocidad, buscando que no fuera aburrido para los niños.

4.1.2 Diseño de los elementos del juego

A partir de la decisión de que la propuesta final fuera un juego de mesa, se empezaron a bosquejar ideas sobre la naturaleza del mismo. Se contemplaron las opciones de hacer un juego 100% análogo o 100% digital y también se consideraron muchas formas y formatos para el tablero. Por ejemplo, se llegó a proponer un tablero sin inicio y sin final, pensando en el dinamismo que pudiera tener el juego.

Se hicieron diversas pruebas y bosquejos del tablero y la jugabilidad ayudándonos de bocetos en papel para plantear diagramas de flujo. De igual forma, las primeras pruebas de usuario realizadas con adultos, fueron hechas con un *dummy* del tablero en hojas de papel impreso e ilustrado de forma sencilla.

Todos estos bosquejos y pruebas iniciales fueron de gran utilidad para el desarrollo último del juego de mesa, tanto en su forma impresa como digital, las cuales se detallarán a continuación.

4.1.2.1 EL JUEGO DE MESA

El juego está conformado por un tablero, 4 tipos diferentes de tarjetas, 1 instructivo, 4 fichas (una por cada participante), 2 dados de forma cúbica y una aplicación para dispositivos móviles que cuenten con sistema operativo Android.

Lo primero en diseñarse fue el **tablero** (Imagen 6). El cual está conformado por 74 casillas incluyendo las de inicio y fin identificadas por distintos iconos. Por ejemplo, 18 de ellas pertenecen a la habilidad de análisis con el icono de una bombilla y fondo azul; 20 casillas corresponden a la habilidad de evaluación, su icono es una cabeza con un engrane dentro y fondo amarillo; 20 casillas se refieren a la habilidad de toma de postura, estas cuentan con una mano en donde el dedo índice apunta arriba y tienen fondo naranja; 9 casillas son de bonus marcadas con una estrella; 5 son casillas de ruta en color morado y con flechas dentro que señalan dos direcciones. Además, hay 2 casillas fuera de la ruta natural del juego que pertenecen a la sección de hospital y de juzgado.



IMAGEN 6. Tablero del juego de mesa.

En la Imagen 7 se muestran las cinco casillas que forman la ruta central del juego. Las casillas azules, amarillas y naranjas indican el tipo de pregunta que el usuario tendrá que responder en la aplicación. La casilla de bonus indica que debe tomarse una tarjeta con el mismo ícono y contestar una pregunta aleatoria. La casilla de ruta

indica dos caminos posibles dentro del tablero, al caer ahí se deberá tomar una tarjeta del mismo ícono y seguir las instrucciones de la misma.



IMAGEN 7. Casillas del juego

Como se puede ver en la Imagen 6, y se mencionó anteriormente, no hay una ruta predefinida. Si bien, la dirección está indicada por las casillas de inicio y de final, un jugador puede recorrer tantas casillas como lo decida. Inclusive, podría buscar ir al juzgado de manera intencional para estar más cerca de la casilla final y si tiene los puntos necesarios, buscar ganar de esta manera. La estrategia de juego está abierta a la creatividad y juicio de cada participante, abonando también al propio pensamiento crítico del usuario.

Es importante aclarar que las casillas de **Hospital** y **Juzgado** (Imagen 8) no se encuentran en la ruta natural del tablero (véase Imagen 6), son consideradas como casillas de consecuencia. Un jugador es enviado a estas como resultado de sus decisiones. Por ejemplo, si a la pregunta “Se dará un premio y dinero a quien gane el concurso del video más peligroso ¿qué decides?” el usuario eligiera en la aplicación la opción de: “Saltar al brincolín desde mi balcón”, en la pantalla del celular aparecerá un texto de retroalimentación indicándole que sus acciones le han enviado al hospital. Entonces, el jugador deberá tomar una tarjeta que corresponda al hospital y seguir las instrucciones que ésta le indique para poder salir de esa casilla y continuar jugando.



IMAGEN 8. Casillas de consecuencia en el tablero.

Lo que se busca con las casillas de consecuencias es mostrar a los usuarios que sus actos siempre tienen repercusiones. Así pues, las preguntas diseñadas en estas casillas evalúan las habilidades de análisis, evaluación y toma de postura en los participantes ante una situación determinada.

Puesto que, la mayoría de las tarjetas de Hospital y Juzgado hacen que el usuario pierda de 1 a 3 turnos. Con esto, queda segregado de la dinámica y el impacto en la experiencia de juego es inmediato, generando así, en la mayoría de los casos registrados, que se analice y evalúe mejor la situación de las respuestas dadas o las subsecuentes respuestas.

A continuación se detallan los 4 tipos de tarjetas relacionadas a las casillas de hospital, juzgado, bonus y ruta. Cada una de ellas tiene instrucciones diferentes de acuerdo a su tipo:

- **Tarjetas de juzgado y hospital.** Contienen niveles distintos de consecuencias, donde el jugador por haber caído ahí es dirigido con indicaciones sobre los turnos que pierde o rutas que deben tomar para salir de esas casillas.
- **Tarjetas de bonus.** Le permiten al jugador obtener ciertos premios o ventajas sobre el resto de los jugadores que puede utilizar en diferentes momentos del juego.
- **Tarjetas de ruta.** Definen la ruta que el jugador debe tomar para continuar el camino dentro del tablero.

Finalmente, y tomando en cuenta la guía de prácticas enfocadas al diseño de experiencias para niños, se diseñó un instructivo con un lenguaje adaptado al nivel de comprensión de los menores con instrucciones claras y precisas acerca de cómo ganar el juego y la forma de jugarlo. En cuanto a su formato es, tamaño media carta impreso a color frente y vuelta (véase Imagen 9) y se encuentra dividido en cuatro secciones con la siguiente distribución:

1. **Para comenzar.** Se muestra como iniciar el proceso de registro de jugadores dentro de la aplicación.
2. **¿Cómo ganar?** Se establece la meta del juego y cómo alcanzarla.
3. **Para jugar.** Se explica la dinámica general del juego.
4. **Casillas del tablero.** Se describen a detalle los diferentes tipos de casillas.

VLOGGER

¿QUIÉN SE CONVERTIRÁ EN EL MEJOR?

Edad
9+



2 - 4 jugadores

Para comenzar:
Registren en la aplicación el número de jugadores y el nombre que cada uno utilizará a lo largo del juego.

Una vez registrados, la aplicación elegirá de forma aleatoria el orden de los turnos.




¡Cómo ganar!
Consigue 4,500 likes, llega a la casilla final y contesta una última pregunta para convertirte en el mejor vlogger.

Para jugar:

- 1 Tira los dados y mueve tu ficha de acuerdo al número de casillas que hayas obtenido.
- 2 Selecciona en la aplicación el color de la casilla en la que caíste y contesta la pregunta eligiendo una de las opciones.
- 3 Si caes en una casilla de  o  responde la pregunta y toma una tarjeta.
- 4 Si al llegar a una casilla  aún te faltan casillas por avanzar, podrás elegir la ruta que quieras; camino 1 o 2.
- 5 Si alguna de tus respuestas te envía al  o al  deberás tomar una tarjeta que te dará instrucciones para salir.

El tablero
Cuenta con cuatro tipo de casillas:

-    Indican el color o ícono de la pregunta que deberás seleccionar en la aplicación.
-  Indica que debes tomar una tarjeta de bonus y contestar una pregunta aleatoria dentro de la aplicación.
-  Estas casillas están ubicadas donde hay dos caminos posibles. Al caer aquí en tirada exacta deberás tomar una tarjeta de ruta y seguir las instrucciones.
-   Tus decisiones te pueden llevar a las casillas de hospital y juzgado. Para salir, deberás tomar una tarjeta y seguir las instrucciones

IMAGEN 9. Instructivo del juego.

Experiencia de usuario

Desde hace muchos años, el aumento del uso de productos digitales y la creciente presencia de tecnología en la vida cotidiana de los niños ha hecho necesario enfocar la experiencia del usuario al ámbito infantil – juvenil en el diseño de interfaces.

Los productos digitales dirigidos a niños, deben considerar la etapa de desarrollo cognitivo en la que se encuentren con la finalidad de adaptar el objetivo de la herramienta digital a la edad del público meta, en este caso niños de entre 9 y 11 años de edad. Los menores ubicados en esta fase están aprendiendo a usar la lógica para hacer inferencias y razonar sobre el mundo, es por ello que el juego contempla preguntas que los colocan como protagonistas de diversas situaciones con la finalidad de que puedan realizar sus propias deducciones y tomar decisiones con base en ellas.

Para esta propuesta, se decidió utilizar el diseño de experiencias de usuario o UX por sus siglas en inglés (*User Experience*), esto, con la finalidad de diseñar una herramienta atractiva y divertida que los niños quieran usar en más de una ocasión y con ello poder lograr el objetivo de fomentar las habilidades del pensamiento crítico.

Adicional, Feifei Liu (2018 a), especialista en experiencias de usuario de *Nielsen Norman Group*, publicó una guía de buenas prácticas enfocada al diseño de experiencias para niños de 3 a 12 años, en ella dan cinco recomendaciones clave que todo producto digital/análogo debe considerar:

1. Dar a los niños instrucciones claras y específicas indicando el objetivo del juego (u otras tareas en línea) y cómo lograrlo.
2. Las instrucciones deben ser adaptadas al nivel de comprensión de los niños. No basta con dar instrucciones; también se debe asegurar que los menores las entiendan.
3. Usar los modelos mentales existentes y el conocimiento sobre el mundo que tienen los infantes para ayudarlos a realizar tareas. Aunque la capacidad cognitiva de los niños todavía se está desarrollando, ya poseen modelos mentales y conocimientos tácitos sobre cómo funciona el mundo. Se debe hacer referencia a su conocimiento previo, pues reduce el esfuerzo que necesitan para entender cómo funcionan los juegos y aplicaciones.
4. Reducir la carga cognitiva diseñando interfaces auto explicativas y evitando posibles errores. Un buen diseño reduce los recursos mentales necesarios para comprender e interactuar con el sistema. Cuando los usuarios son jóvenes, su capacidad de memoria es menor que la de los adultos, por lo que es crucial prestar atención a la cantidad de información que sus usuarios necesitan llevar consigo para utilizar una interfaz.
5. Las instrucciones deben ser claras y específicas, pero no demasiado prescriptivas. Debido a que las habilidades de razonamiento de los niños todavía están en desarrollo, es más probable que tomen las instrucciones específicas literalmente.

Todos estos rasgos fueron contemplados en el diseño de la propuesta con la finalidad de conseguir una experiencia de juego satisfactoria para los niños.

Desarrollo físico de los niños

Otro tema importante a considerar en el diseño de un juego análogo/digital, es la etapa de desarrollo físico en la que se encuentren los niños. Feifei Liu (2018 b), menciona que a medida que cambia el desarrollo físico a lo largo de la infancia, también lo hacen sus capacidades físicas y limitaciones de acuerdo a su edad. Debido a esto, el desarrollo de sus habilidades y coordinación motoras influyen en la capacidad que tienen los infantes para interactuar con ciertos juegos y dispositivos.

Por su parte, estos aspectos sugirieron un adecuado diseño tanto del tablero como de la aplicación digital, ya que debía haber concordancia gráfica, motora y cognitiva con la etapa de desarrollo físico de los niños. Es decir, se debía tomar en cuenta lo siguiente:

Elementos grandes y perceptibles. Aplica tanto para el tamaño de las casillas, espacios para colocar las tarjetas y botones a clickear dentro de la aplicación con la finalidad de evitar frustración, pérdida de interés en los usuarios o incluso abandono del juego.



IMAGEN 10. Muestra del tamaño de los elementos en la aplicación.

Interacciones simples. La dinámica del juego e interacción tablero – aplicación, debía ser lo más sencilla posible, los movimientos de las fichas en el tablero, la forma de ganar, las instrucciones claras e ilustradas y una interfaz del aplicación sencilla de navegar. Un ejemplo de esto se puede ver en la Imagen 11, en la que se indica al usuario qué hacer al comenzar su turno. En la parte de arriba está indicado el canal en turno, después el icono de reproducción con el que se llevará un seguimiento de los puntos y en seguida la instrucción: “Tira los dados para comenzar tu turno y después presiona el reloj”.

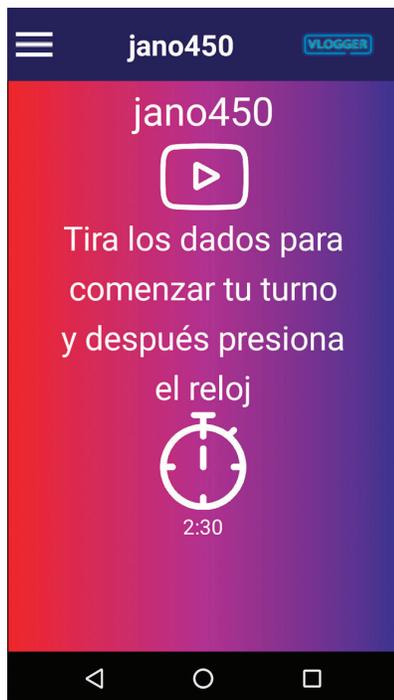


IMAGEN 11. Ejemplo de instrucción clara.

Principios de diseño enfocado a niños

Adicional a las recomendaciones enfocadas al desarrollo físico y cognitivo, se tomaron en cuenta una serie de principios de diseño, que de acuerdo a Karina Ibarra (2016), experta desarrolladora de experiencias de usuario para niños, deben considerarse a la hora de diseñar un juego para público infantil:

1. **Simplicidad:** El diseño debe ser sencillo, intuitivo, con el menor texto posible y con iconos fáciles de reconocer para un usuario de esta edad. Por tanto, también es recomendable incluir audio e interacción.
2. **Metas centradas:** Los niños deben reconocer de manera rápida la meta que han de conseguir en el juego, para evitar problemas de entendimiento y abandono por aburrimiento.
3. **Honestidad:** Transparencia total cuando se trata de diseñar para niños. Los niños son confiados por naturaleza, así que no tiene lógica diseñar sin ser honestos con ellos.
4. **Diversión:** Debemos tener presente que un juego debe ser divertido para ellos, porque en caso contrario perderán el interés por él. No hay que olvidar que “la diversión es la base de cualquier juego”, tanto para adultos como para niños.
5. **Desafíos:** Otro punto clave que no podemos pasar por alto, es introducir la presencia de retos o desafíos que motiven a los más pequeños durante la utilización del juego. Debemos

conseguir que se sientan motivados a la hora de superar las diferentes actividades que se proponen, consiguiendo que se sientan satisfechos al alcanzar ese resultado.

Elementos de diseño en la propuesta

Una vez considerados todos estos principios y recomendaciones, en este apartado se desarrollan los elementos de diseño del juego de mesa que lograron una imagen visualmente atractiva, funcional y que garantizaron la jugabilidad:

Paleta de color

Es uno de los elementos más importantes para captar la atención de los niños. En el caso de la propuesta para este proyecto de investigación se utilizaron colores rosa, azul, amarillo, naranja y morado (véase Imagen 3). El contraste entre ellos es lo que hace que el tablero y las casillas no pasen desapercibidos.

De acuerdo a la psicología del color (Heller, 2004), campo de estudio dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y conducta humana, ningún color carece de significado y que estos no se combinan de manera accidental. Por lo tanto, el efecto e interpretación psicológica de cada color estará determinado por su contexto. Con base en esto, la paleta elegida para este trabajo (véase Imagen 3) tiene los siguientes significados:

- **Naranja:** Se relaciona con entusiasmo, felicidad, creatividad, confianza y estímulo. Retoma la felicidad del amarillo y la energía del rojo. Es un color cálido pero sin la agresividad del rojo. Tiene un efecto vigorizante, vibrante, extrovertido y desinhibido.
- **Amarillo:** Se traduce en optimismo, alegría, felicidad, energía, calor e inteligencia. Estimula la actividad mental.
- **Azul:** Representa la frescura, espiritualidad, confianza, libertad, paciencia, lealtad y paz. Al ser un color frío está ligado a la inteligencia y la consciencia. Tiene un efecto de calma y tranquilidad.
- **Morado:** Simboliza poder, lujo, ambición, sabiduría, creatividad e independencia. Suele asociarse a productos relacionados con ciencia ficción, magia y misterio.
- **Rosa:** Aunque se asocia fuertemente a la feminidad y normalmente suele usarse en productos dirigidos a la mujer, también se vincula con aspectos ligados a la niñez e inocencia.

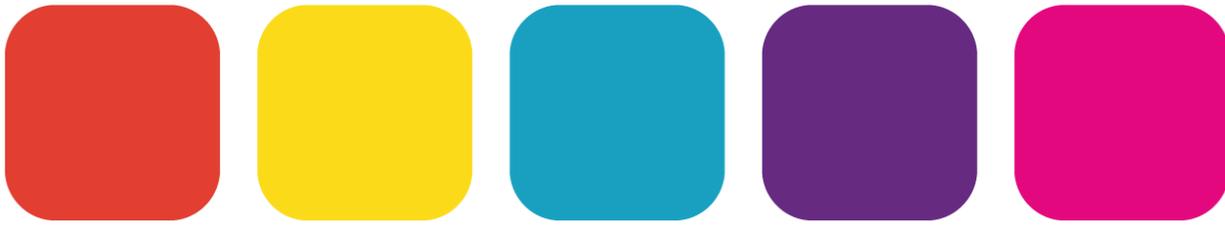


IMAGEN 12. Paleta de color.

Símbología

Los niños tienden a identificar fácilmente los elementos que los rodean, los símbolos son las primeras cosas que se aprenden (los animales, formas geométricas, etc.) Por ello, funciona utilizar símbolos y elementos que puedan identificar. Sin embargo, es importante no olvidar la capacidad de imaginación que tienen los niños cuando sueñan con personajes fantásticos y aventuras extraordinarias.

El secreto de un diseño exitoso para niños está en encontrar esa conexión entre la realidad que conocen y las cosas con las que sueñan, esto permite que los niños se identifiquen con la imagen gráfica de determinado producto y adquieran confianza y familiaridad con mayor rapidez. Diseñar iconos claros y sencillos es fundamental para conseguir esa memoria visual que se requiere, y que una vez entendidos se asimilen a la perfección.

En el caso de los símbolos utilizados en la propuesta (véase Imagen 13), se realizaron abstracciones para cada uno de los tipos de casillas: foco para identificar las preguntas de análisis; cabeza con engrane para identificar las preguntas de evaluación; mano para identificar las preguntas de toma de postura; estrella para la casilla de bonus; las flechas para las casillas de ruta; la balanza que representa al juzgado para representar las consecuencias de índole legal; el hospital para las consecuencias con repercusiones físicas; la cámara de video en la casilla final para representar un *vlogger* exitoso, el objetivo del juego; finalmente, el símbolo que representa a *YouTube* en la casilla de salida, para contextualizar a los usuarios. Los íconos de la segunda línea de la Imagen 4 son fácilmente identificables por los niños debido a sus experiencias previas y la familiaridad con el tema de la plataforma de videos.

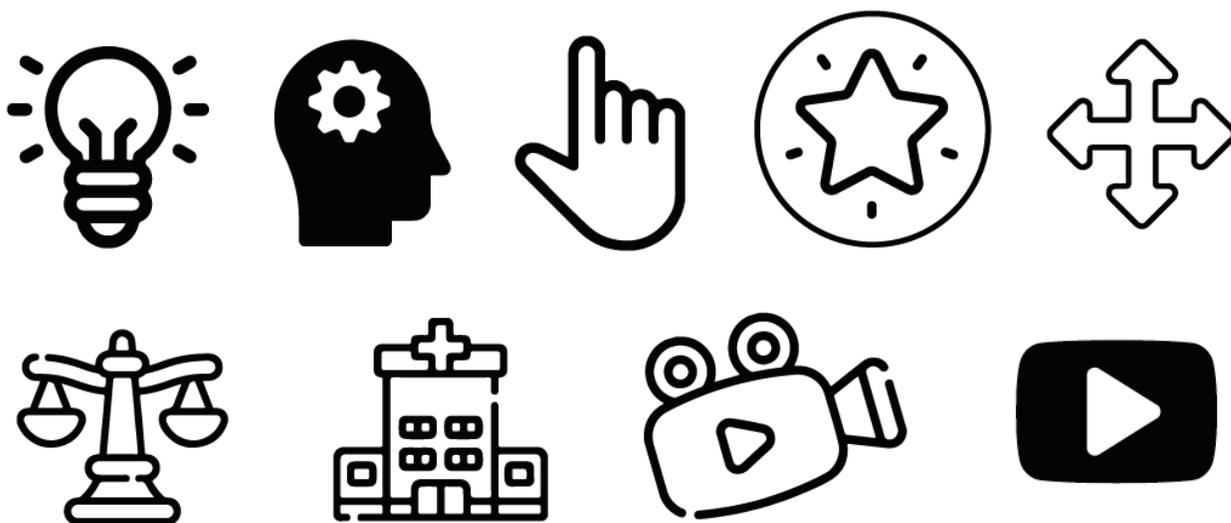


IMAGEN 13. Casillas y otros elementos simbólicos del tablero

Tipografía

La tipografía compone un papel importante en el diseño, ya que es parte de su contexto y significado. Anteriormente las tipografías con serifas o patines eran las más comunes para componer los textos de los libros infantiles hasta los años 40, se les consideraba más legibles y funcionales. Sin embargo, Sue Walker (2013) menciona que una de las razones de esto era en realidad la falta de variedad de tipografías y no su verdadera funcionalidad.

El origen de las tipografías *Sans Serif* en los libros infantiles se basó en el aprendizaje de la escritura, estas resultan más adecuadas para los lectores infantiles debido a que sus formas se asemejan a las letras con las que se les enseña a escribir.

En este proyecto se utilizaron dos fuentes tipográficas *Sans Serif*: *Arial Rounded* y *Block T* (Véase Imagen 14). Ambas opciones tienen trazos geométricos simples y legibles y por lo tanto resultan adecuadas para este tipo de productos infantiles.

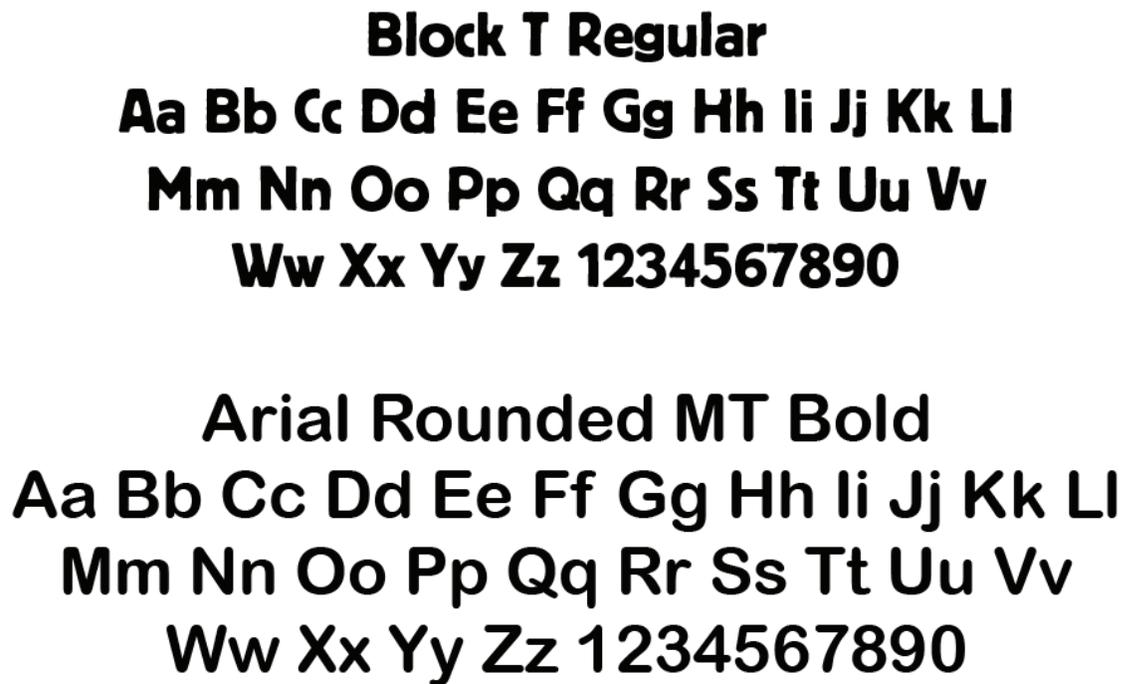


IMAGEN 14. Fuentes tipográficas.

4.1.2.2 LA APLICACIÓN MÓVIL

Una vez que se tuvo diseñada la dinámica del juego y el tablero, siguió el desarrollo de la **aplicación móvil**. La intención de este orden fue la de dar prioridad en todo momento a la parte análoga del juego, ya que la interacción entre los jugadores era uno de los requerimientos principales en el desarrollo de esta solución, era importante que el tablero guiara la dinámica y experiencia del juego o de lo contrario habría habido una disminución en la convivencia entre los individuos.

Como parte de este desarrollo, se realizó un diagrama de casos de uso (Figura 13), usual en el diseño de *software*. Con este diagrama se buscó conocer las situaciones a las que se enfrentaría el usuario al momento de estar frente del juego. También, permitió mantener una dinámica de juego sencilla y accesible para los niños. Además, conocer el panorama completo, ya que apoya y facilita la visualización de las pantallas necesarias para la aplicación móvil.

El diseño de la aplicación se divide en dos secciones: lo visible y lo invisible. En el primer aspecto se encuentra la **interfaz**. En ella se mantuvo la paleta de colores e iconografía de las partes físicas del juego (tablero y tarjetas). La interfaz consta de un total de 9 pantallas, donde se dio prioridad al contraste en colores y escasez de elementos en lo mostrado, agilidad en las transiciones y al uso de un lenguaje claro, preciso y adecuado al contexto de videos en *YouTube*.

El uso de un lenguaje adecuado al contexto se puede ver en la imagen de registro de los jugadores: Imagen 15 figura a. En ella se pueden observar cuatro cuadros de texto con la insignia “Primer canal”, “Segundo canal”, etcétera. Esto fue en alusión a los canales de *YouTube*. Detalles como este o como el uso de un icono de iniciar reproducción (véase Imagen 15, figura b), para llevar un seguimiento del puntaje, buscan envolver al usuario en un ambiente familiar al de la plataforma de videos. Esto abona a la narrativa y es parte fundamental del diseño de juegos; diseñar la atmósfera adecuada.

Figura a

Figura b



IMAGEN 15. **Figura a.** Pantalla de registro de los jugadores. **Figura b.** Icono de reproducción similar al de *YouTube*.

Posterior al registro, de manera automática la aplicación indica a los usuarios de quién es el turno. Esto se hizo para darle dinamismo al juego y que los usuarios comenzasen a jugar lo más pronto posible. La

rapidez del juego, fue un eje central en el diseño de la interfaz. Es por esto que se buscó tener el menor número de toques o clics posibles para que el usuario no se aburriera con facilidad ni se distrajera con una herramienta compleja.

En la Imagen 16 se muestra un diagrama de uso de la aplicación, desde que el usuario la abre hasta que termina la primera ronda. Un ejemplo de la sencillez de uso deseada es que para que inicie el primer turno desde que se abre la aplicación, sólo tienen que pasar 3 pantallas. De manera que la duración de la espera dependerá en su totalidad del tiempo que pasen los jugadores ingresando sus canales.

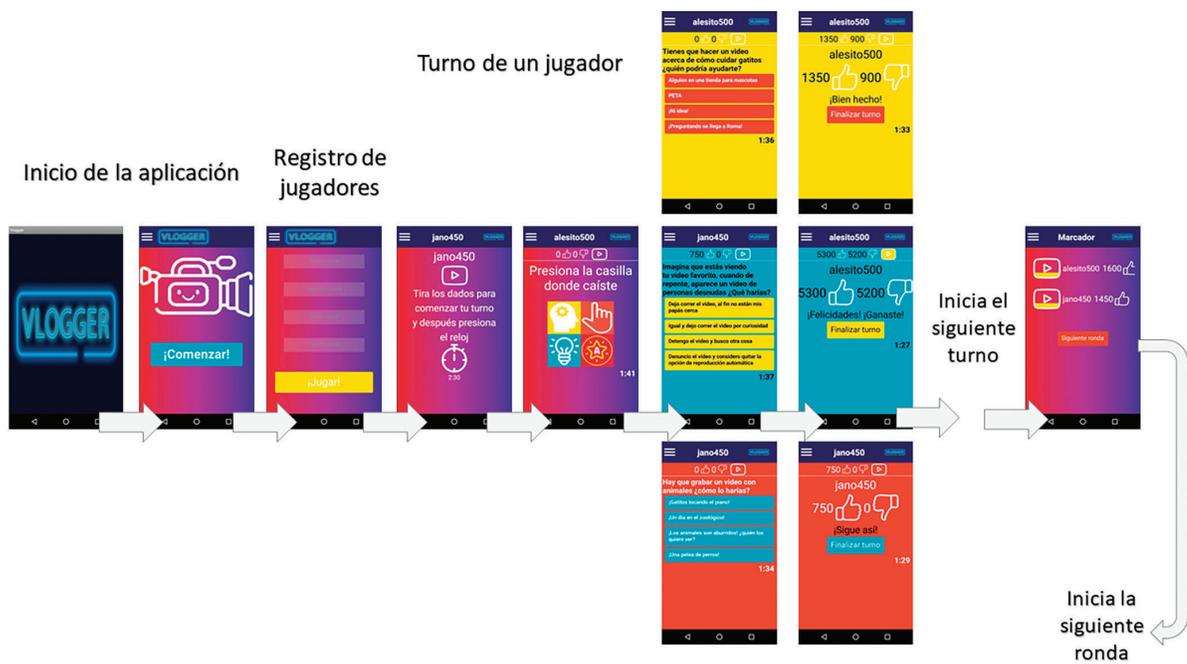


IMAGEN 16. Diagrama de uso de la aplicación.

Un elemento que en un principio no se tenía contemplado, pero que se encontró de gran utilidad durante el diseño, fue el temporizador. Debido a que el juego involucra leer algunas líneas largas de texto y esto puede aumentar el tiempo de desarrollo según la habilidad de lectura de cada jugador, se optó por poner un tiempo límite para la respuesta. El conteo del tiempo para la respuesta generó que los usuarios se mantuvieran atentos al juego y no perdieran el hilo de la dinámica. La duración del turno completo para cada usuario fue de dos minutos y medio, logrando así mantener el desarrollo del juego por debajo de una hora y media.

El temporizador inicia para comenzar el turno de cada jugador (pantalla 4 de la Imagen 16) y se detiene una vez que el participante ha ele-

gido una respuesta (sexto bloque de pantallas de la Imagen 16). Como ya se mencionó, cada persona tendrá dos minutos y medio para tirar sus dados, mover la ficha, seleccionar en la aplicación el color de la casilla en la que cayó (quinta pantalla de la Imagen 16), leer su pregunta y contestarla (sexto bloque de pantallas de la Imagen 16). El color de la pregunta que verá el usuario va a depender directamente de la selección que haga: azul para análisis, amarillo para evaluación, naranja para toma de postura y cualquiera de las tres en caso de seleccionar el ícono de bonus.

Mediante las pantallas de retroalimentación (Imagen 17), que consisten en hacer del conocimiento del jugador las consecuencias de sus decisiones, se incluyen respuestas del sistema donde le muestran al usuario su puntaje y mensajes que buscan alentarlos a la reflexión de sus respuestas ante cada una de las preguntas mostradas en las distintas interfaces. También se visualiza un ícono de *Play* que se va rellenando conforme a las respuestas “correctas” de cada jugador, según la lógica del juego. De igual forma, se muestran los avisos para dirigirse al hospital o al juzgado según lo ameriten las contestaciones del usuario.



IMAGEN 17. Pantallas de retroalimentación.

Al final de cada ronda de juego en la aplicación se visualiza un tablero de puntos (8a pantalla de la imagen 16), en el que los jugadores pueden constatar el avance de cada uno de ellos y quién va más adelantado en la meta de conseguir los 4500 puntos, alentando la competencia

entre los participantes. Después de esto, el proceso vuelve a comenzar con el jugador que inició la ronda.

Si bien el análisis, la evaluación y la toma de postura son procesos que, de manera ideal, se estarían llevando al momento de responder la pregunta, también se busca que exista un análisis y una evaluación posterior, para esto es la retroalimentación. Otro aspecto a resaltar para el usuario, es el de dar a conocer que ir al hospital o al juzgado es una opción real y no es divertida. Puesto que, después de que un jugador es enviado a cualquiera de estas dos casillas, la tarjeta que deberá sacar le puede indicar que deje de jugar por uno, dos o hasta tres turnos. Esta segregación busca generar una experiencia negativa y de reflexión para el usuario.

Por medio de la interfaz de usuario se busca transmitir las ideas y conceptos del juego, a veces de forma explícita (visible) y otras veces de manera implícita (invisible). Es decir; esta interfaz funciona como una especie de “aparador” de la aplicación, transparente para el usuario, donde se llevan a cabo el orden de los turnos, la generación de preguntas, el seguimiento de sus respuestas. Mientras que en el caso de la valoración de habilidades de análisis, evaluación y toma de postura, de acuerdo con las distintas respuestas de los jugadores, resulta fundamental para la investigación, pero invisible al usuario. Sin embargo, al desarrollador le permite conocer el efecto final del producto.

Después de que los jugadores han capturado sus canales en la aplicación, esta generará las estructuras de datos para cada uno de ellos (véase Figura 14). En ellas el sistema llevará la respuesta seleccionada en el último turno, los puntos totales (*likes* y *dislikes*), el historial de likes obtenidos por categoría (análisis, evaluación, y toma de postura), si el jugador está o no en una casilla de consecuencia y el canal. Ya que se generó esta estructura para cada participante, de manera aleatoria, el sistema reordena a los participantes e indica el turno del primero en la lista. Este orden se seguirá el resto del juego.

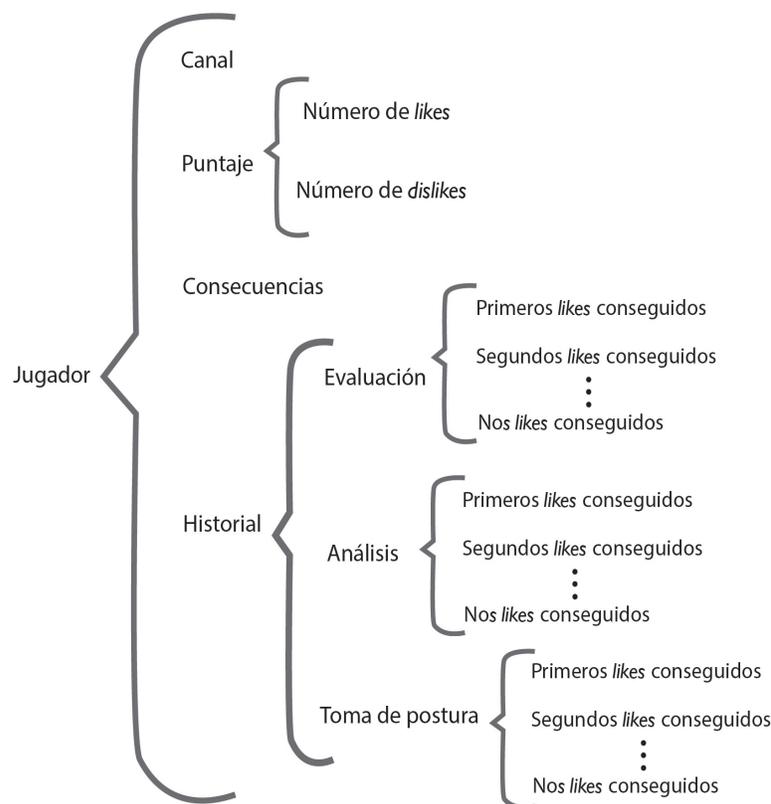


FIGURA 14. Estructura de datos del jugador.

La generación de las preguntas y respuestas del juego fue un proceso complejo e iterativo. En primera instancia se trabajó con una rúbrica para definir los niveles de las respuestas. Es decir, que las respuestas debían cubrir los aspectos indicados para cada nivel del pensamiento crítico según la habilidad evaluada. Esta rúbrica fue la utilizada en la dinámica 2 de la fase 2 de la metodología “Proyección de un video de un reto peligroso”, se adaptó para que pudiera utilizarse en el juego donde se evaluarían respuestas relacionadas a diversas situaciones y no de un video en particular como en el caso del de Kimberly Loiza.

Por ejemplo, si se deseaba que una respuesta de evaluación fuera sobresaliente se debía plantear una respuesta que diera un juicio o conclusión detallada a partir del problema o situación. En cambio, si en la misma pregunta se deseaba plantear una respuesta de nivel principiante, esta no debía dar un juicio o conclusión a partir del problema o situación. Este proceso se siguió para cada respuesta de cada habilidad. Para conocer la rúbrica completa véase anexo, Rúbrica para la aplicación.

De esta forma, se generaron 80 preguntas con cuatro opciones de respuesta cada una. Cada pregunta plantea una situación en la que el usuario se ve envuelto y finaliza pidiendo una acción del usuario. En un principio se desarrollaron 40 situaciones con la temática de retos

peligrosos y posteriormente se hicieron otras 40 sobre alfabetización mediática. Todas ellas fueron trabajadas una y otra vez para lograr en primera instancia que fueran comprensibles por nuestros usuarios, después, que tuvieran la longitud adecuada para no aburrirlos con una lectura excesiva y por último, que se visualizaran correctamente en las pantallas de los dispositivos móviles.

Un ejemplo es la siguiente pregunta enfocada a la habilidad de análisis: *#NoMásBolsasChallenge. El reto es usar una bolsa de plástico en la cabeza y respirar rápidamente ¿qué dices?* La primera parte de este enunciado plantea una situación de reto peligroso enmarcada en una “buena acción”, que es la idea de no usar más bolsas. La segunda parte es la pregunta directa ¿qué dices? Lo que se espera de una respuesta sobresaliente, según la rúbrica, es que identifique clara y detalladamente los riesgos o posibles daños físicos. De este modo, la respuesta planteada en la aplicación en este nivel fue: *Me puedo asfixiar si la bolsa se me pega al rostro o si un pedazo de plástico se me va a la garganta.* Sin embargo, esta respuesta era muy larga y sobria, por lo que la opción final de redacción fue: *¿Bolsa en mi nariz y plástico en mi garganta? Nop.* Así, se busca plantear a grandes rasgos los argumentos del primer enunciado largo, pero ahora condensándolos en una respuesta más concreta. Para consultar todas las preguntas y respuestas véase anexo, Preguntas de la aplicación.

Una vez desarrolladas todas las preguntas y respuestas, se guardaron por categorías dentro de la aplicación para que fueran mostradas según la selección de los usuarios. Una vez que el jugador en turno selecciona la casilla en la que cayó, la pregunta y sus respuestas son seleccionadas de manera aleatoria y extraídas de la lista de preguntas posibles para que no se repitieran entre los participantes. Si el juego aún no ha terminado y las preguntas disponibles ya se terminaron, entonces se volverán a cargar y a mostrar de nuevo. Aunque de todas las pruebas aplicadas, en ninguna sucedió esto.

Después de que un jugador ha elegido su respuesta, la aplicación le mostrará el puntaje obtenido. Al mismo tiempo, esta respuesta se va a almacenar en la estructura definida de este usuario para llevar un histórico de las respuestas dadas. Con este registro se busca conocer la evolución de las respuestas a lo largo del juego. Este proceso no es algo que involucre al usuario final y su procesamiento se hace según la equivalencia mostrada en la Tabla 5. La intención para hacer este seguimiento es la de conocer el efecto del juego sobre los participantes y poder evaluar la propuesta interdisciplinaria.

Puntaje de una respuesta, expresado en likes	Nivel del pensamiento crítico
100 likes	Principiante
250 likes	En progreso
500 likes	Satisfactorio
750 likes	Sobresaliente

TABLA 5. Equivalencia entre los niveles del pensamiento crítico y sus puntajes.

Así fue que primero se diseñaron la dinámica y la narrativa del juego, después los elementos físicos como el tablero y las tarjetas, para finalmente y en paralelo, desarrollar las preguntas y la aplicación para dispositivos móviles. Una vez que se obtuvieron todas las herramientas se procedió a evaluar su funcionamiento. Para esto se hicieron pruebas de usabilidad y ajustes basados en estas mismas pruebas. Este proceso se expresa en la siguiente sección.

4.2 Fase 4: Evaluación de la recepción crítica

4.2.1 Pruebas de usabilidad

Las pruebas de usabilidad se llevaron a cabo desde el principio del diseño, con los primeros bosquejos de la lógica de la aplicación y las pantallas que la compondrían. Esto fue importante pues gracias a todas estas pruebas se fue refinando el diseño y ajustando hasta conseguir la salida final. De modo que, se realizó una prueba con dos grupos de adultos y una segunda con tres grupos de niños. Cabe resaltar que la usabilidad medida no fue únicamente de la parte digital del juego, fue de la totalidad del mismo.

Las primeras pruebas fueron realizadas a dos grupos de adultos. El primero con dos participantes y el segundo con seis; ninguno de ellos había tenido relación alguna con el juego. A todos se les pidió que verbalizaran todo lo que se les viniera a la mente durante su interacción con el juego. Esto permitió conocer instrucciones confusas, falta de información y la experiencia que estaba viviendo en ese momento, que en ambos casos fue diversión primero y luego aburrimiento y cansancio.

La primera prueba se realizó después del desarrollo de las primeras pantallas, mostradas en la Imagen 18. Ya con un primer boceto del juego completo se pidió a los participantes jugaran sin el apoyo o instrucciones de ninguno de los desarrolladores. Esto permitió conocer en

primera instancia la claridad y precisión del instructivo y otros aspectos del juego que hasta ese momento se habían pasado por alto y que se hicieron notar durante estas pruebas. No sólo dentro de la aplicación, también en la dinámica, por ejemplo, hasta antes de esta prueba se había considerado el uso de un solo dado. Otro hallazgo fue que la selección de avatares en este primer planteamiento debía quitarse para la siguiente versión, ya que podía ser más divertido y creativo para los participantes interactuar con una interfaz que permitiera teclear un sobrenombre para cada uno de los participantes del juego.



IMAGEN 18. Primer bosquejo de las pantallas de la aplicación en donde se encuentran interfaces donde los jugadores podían escoger un avatar.

Otros aspectos que también se encontraron perfectibles después de esta primer prueba de usabilidad con un prototipo en papel fueron: la retroalimentación de los puntajes, que hasta ese momento no se había considerado como un elemento importante del juego; la duración de la sesión, pues en las aplicaciones se estaban invirtiendo alrededor de 40 minutos sin obtener un claro ganador. El número de participantes también se redujo de 6 a 4, esto en aras de la duración del juego.

El sistema de puntos fue algo que cambió radicalmente. En un primer planteamiento, los usuarios debían conseguir tres puntajes distintos: uno para cada habilidad evaluada. Además de esto, los puntajes no eran indicados de manera numérica, simplemente se daba una retroalimentación textual y se coloreaba una barra. Este sistema de puntos era muy complejo, incluso para el primer grupo, por lo que se cambió a un sólo marcador global y a indicar numéricamente los puntos obtenidos por respuesta y el acumulado total del juego.

Una vez que se tuvo esta primer retroalimentación, se rediseñaron las pantallas y se presentó un prototipo de alta fidelidad. A este segundo prototipo se le dio una dinámica muy similar a la final. En esta ocasión se notaron algunos aspectos a mejorar dentro de la retroalimentación del juego, como la longitud de las preguntas. Datos como los puntos del turno, el avance en el mismo sistema de puntajes, la indicación del usuario en turno y la sonorización de la aplicación, se corrigieron después de esta segunda muestra.

Estas pruebas se desarrollaron con tres grupos de cuatro niños cada uno. Los usuarios pertenecían al rango de edades de esta investigación, esto se hizo así para obtener una retroalimentación del grupo de estudio. En esta ocasión se siguió la misma dinámica que en la prueba pasada, pero adicional a pedir la verbalización de los participantes, misma que no siempre se consiguió, se realizó un cuestionario de salida. Este cuestionario se encuentra en el anexo, Cuestionario de usabilidad.

Las preguntas de ¿Entendiste las instrucciones? y ¿cómo se gana? permitieron conocer uno de los puntos más conflictivos de la primera prueba: la claridad de las instrucciones. Esta última pregunta no la pudieron contestar correctamente ninguno de los 12 participantes a pesar de decir que sí habían comprendido las instrucciones. Por lo tanto, después de este experimento se volvió a cambiar la estructura de la información y la manera de ganar. Así, conseguir el triunfo quedó expresado de la siguiente forma: Obten 4500 likes, llega a la casilla final y contesta una última pregunta para convertirte en el mejor Vlogger.

¿Entendiste las preguntas? Esta interrogante permitió conocer aspectos de redacción. Aunque es directa y clara, la mayor información en este sentido se obtuvo de la observación del grupo. Puesto que, había preguntas al principio o a la mitad del juego que los niños no com-

prendieron pero al contestar la encuesta no las tomaron en cuenta en su respuesta y dieron un sí a la comprensión. ¿Te costó trabajo leer las preguntas? estaba enfocada a saber si la visualización en la aplicación era la adecuada. Cosas como la longitud de las preguntas, los colores y la manera en la que se presentaron las respuestas se modificaron levemente después de esta prueba.

¿Te pareció divertido? y ¿Lo jugarías otra vez? estaban enfocadas en la experiencia del usuario. La primera es clara, directa y obtuvo el 100% de respuestas positivas por parte de los participantes. Esto resultó alentador puesto que uno de los objetivos de la solución y por el cual se decidió utilizar UX fue el de generar una experiencia divertida. La segunda pregunta permitió reafirmar la respuesta anterior y también apoyaba otro de los objetivos: que la herramienta se usase más de una vez. De nuevo el 100% de los niños contestaron que sí lo jugarían de nuevo.

Algo que no se consideró durante las pruebas y que a pesar de todos los cambios no se logró conseguir un resultado favorable ni en las pruebas de usabilidad ni en las pruebas finales, fue que los niños se acercaran por sí solos a leer el instructivo. En todos los casos que se les permitió actuar sin una guía, los participantes comenzaron el juego como si jugaran otro juego de mesa (Monopoly™) y a establecer sus propias reglas de juego. Trataron de inferir el uso de los componentes y la dinámica, y no prestaron atención al dispositivo móvil. Fue por esto que el equipo de investigación tuvo que detener la aplicación para solicitar la lectura del instructivo.

Con el desarrollo de estas pruebas se buscó que la herramienta fuera aceptada por el grupo de interés: niños entre 9 y 11 años de edad. Que la experiencia de uso fuera placentera y sobre todo divertida. Conocer esto, permitió que la aplicación en las escuelas participantes se enfocara exclusivamente en la evaluación del pensamiento crítico. En otras palabras, se valoró primero la forma para después enfocarse en el contenido.

4.2.2 Jugando con el juego de mesa Vlogger

Una vez que se tuvo una herramienta que satisfizo con todos los requerimientos se procedió a aplicarla en las escuelas participantes. Para esto se solicitó, que en la medida de lo posible, los participantes hubieran estado en los grupos focales de la fase 2 de la metodología (véase Capítulo 3.5). A pesar de que, en esta ocasión serían cuatro niños y no seis, esto coincidió con que los 2 participantes faltantes ya habían cambiado de escuela. Como se trabajó en dos años escolares distintos, todos los niños había cambiado de grado y los niños de 6o. en la primer evaluación ya estaban en secundaria para la segunda.

La aplicación del juego se llevó a cabo de la siguiente manera: primero se les pidió que contestaran un cuestionario sobre su percepción de

los retos peligrosos y de la fidelidad de la información en Internet. Después, se les solicitó que leyeran el instructivo impreso del juego de mesa, las preguntas y las respuestas en voz alta, esto derivado de las pruebas de usabilidad, en las que se encontró que si no se hacía esto se afectaba la experiencia del juego. Al final de cada ronda de juego, el equipo de investigación extrajo las estadísticas del pensamiento crítico recopiladas por la aplicación.

4.2.3 Evaluación del juego de mesa Vlogger

Las estadísticas obtenidas a partir de la evaluación del juego de mesa, se analizaron como una línea del tiempo y de manera global. En un primer análisis se extrajeron de la aplicación las respuestas dadas por los niños en cada turno que participaron, divididas por habilidad. Por ejemplo: el juego comienza y el participante cae en una casilla amarilla, entonces su respuesta será registrada como su primer respuesta de análisis. Para su siguiente turno, cae en una casilla de evaluación, ahora esta será su primer respuesta de evaluación. Si en su tercer turno vuelve a caer en una casilla amarilla, entonces su respuesta será graficada como la segunda de análisis y así consecutivamente según la habilidad en la que vaya cayendo.

Entonces, durante el juego un participante puede tirar nueve veces y caer cinco de estas en casillas de análisis, tres veces en evaluación y sólo una en toma de postura. En la gráfica de la Figura 15 se puede observar el juego anterior graficado. La intención de esto fue la de observar el progreso de las respuestas a lo largo del juego. Lo que se esperaba era que los usuarios subieran al menos un nivel de su pensamiento crítico con respecto de lo mostrado al iniciar el juego.

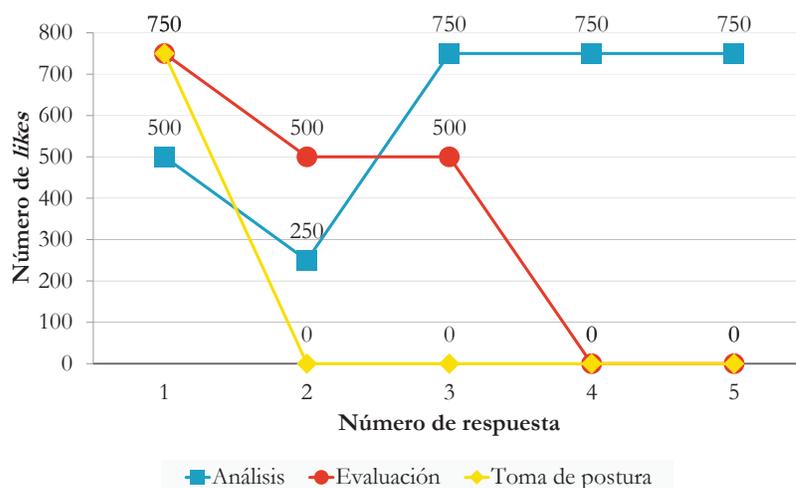


FIGURA 15. Histórico de respuestas para un niño.

Un aspecto que no se consideró al momento de diseñar el seguimiento por parte de la aplicación, fue la importancia de conocer el histórico global. Pues como se muestra en el ejemplo de la Figura 16 no se puede conocer si la respuesta de análisis que obtuvo 750 likes se dio antes o después de la respuesta de evaluación con 500 likes. El error consta en considerar a las habilidades por separado, cuando no es así. Entonces, no se puede saber si en realidad hubo un progreso a lo largo del juego o no.

A pesar de que en la Figura 15 las respuestas 4 y 5 de la línea de análisis mantienen un puntaje alto, esta tendencia no aplicó de la misma forma para todos los casos. Pero, de nuevo, no se puede concluir la manera en que se modificaron las respuestas porque la quinta respuesta en la gráfica no es necesariamente la última respuesta dada en la ronda de juego.

La Figura 16 ejemplifica lo anterior. El jugador contestó un total de 6 preguntas, de las cuales dos mostraron una mejoría en análisis y evaluación. Sin embargo, la segunda respuesta de análisis fue un nivel abajo de la anterior. Como no se tiene registrado el histórico global, no se puede describir qué respuesta fue primero o si hubo mejoría en el pensamiento crítico del niño. Los registros de cada participante se encuentran en el anexo, Históricos por participante.

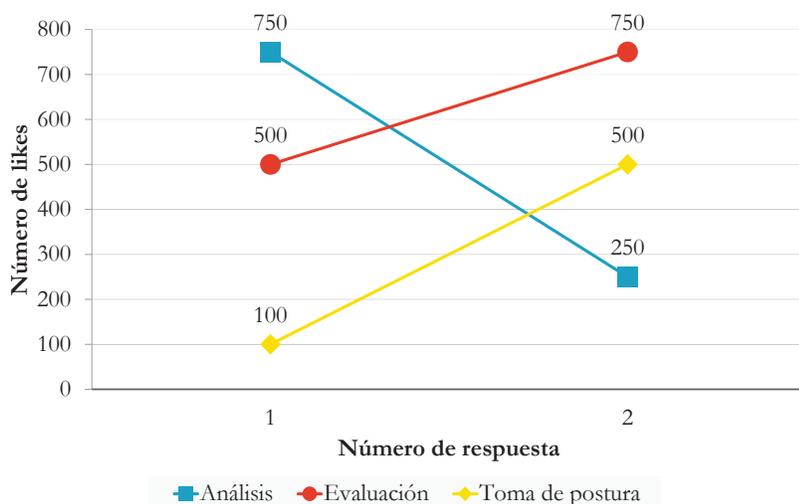


FIGURA 16. Histórico de respuestas para un niño.

El análisis global se realizó como en la evaluación hecha durante la fase 2 de la metodología. En ellas se muestra el nivel de la habilidad de todos los participantes. En la Figura 17 se pueden apreciar las gráficas comparativas entre el nivel evaluado en la metodología y el nivel evaluado por la aplicación, durante el juego. En ella se puede notar que el grueso de la población se mantiene en los niveles de *En progreso* y *Satisfactorio*, además de que también hay una mayoría en progreso. Sin

embargo, en la medición del juego aumentó el porcentaje de niños con un nivel sobresaliente.

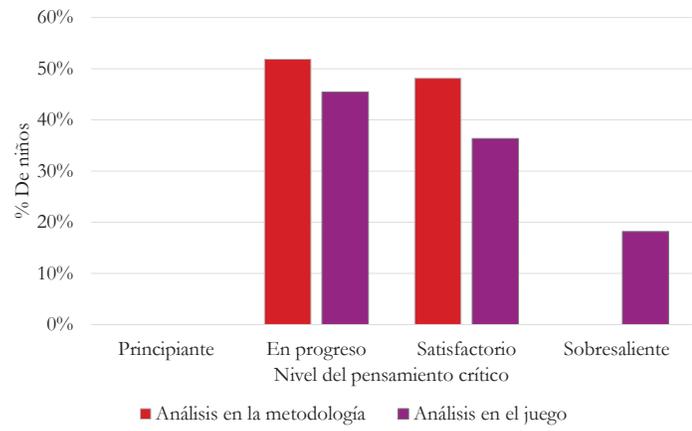


FIGURA 17. Gráfico comparativo de la evaluación de Análisis.

En la Figura 18 se muestran la comparativa entre los niveles registrados para la habilidad de evaluación. De nuevo, el grueso de la población se concentra en los mismos niveles que el análisis: *En progreso* y *Satisfactorio*. Aunque, en esta ocasión sí hay un cambio sobre el nivel con mayor porcentaje. Puesto que, en la valoración hecha durante la metodología el mayor porcentaje está *En progreso* y en el juego es *Satisfactorio*, el siguiente nivel. Al igual que en la gráfica anterior, el porcentaje registrado durante el juego de niños en un nivel *Sobresaliente* es mayor que el registrado en la metodología.

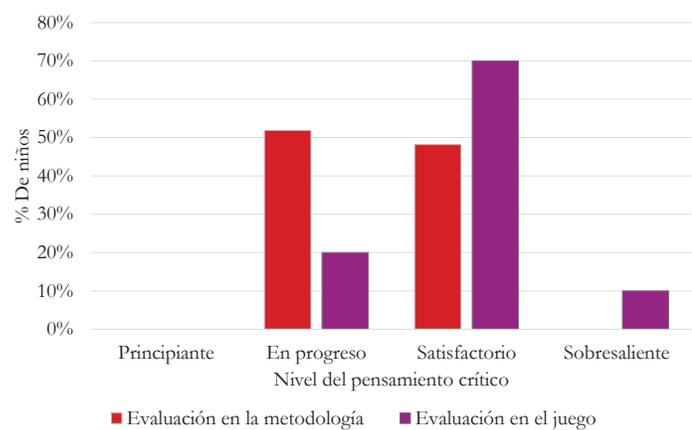


FIGURA 18. Gráfico comparativo de los resultados de Evaluación.

Finalmente, en la Figura 19 se encuentra la misma comparativa pero sobre la Toma de postura. En esta ocasión hubo más cambios que en las anteriores. Se puede notar que en los registros tomados por el juego

el nivel de la habilidad es mayor que en la metodología. Pues, no hay niños registrados en el nivel Principiante, los registrados En progreso son menores y los registrados como Satisfactorio son mayores en el juego. Y aunque en menor medida, también hubo un incremento en el porcentaje de Sobresaliente.

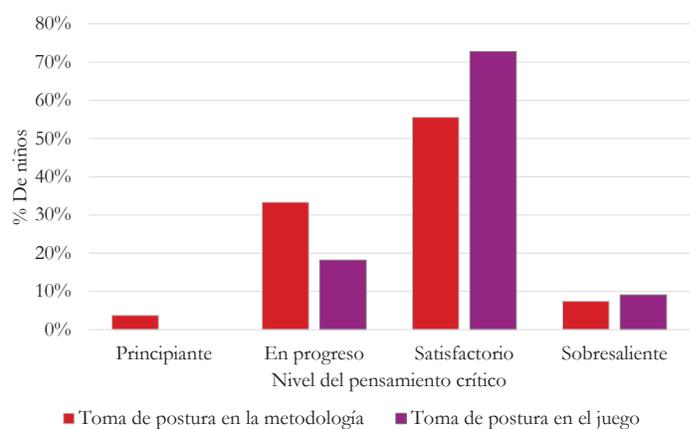


FIGURA 19. Gráfico comparativo de la evaluación de Toma de postura.

A pesar de que en todas las gráficas se puede notar un nivel más alto del pensamiento crítico en los niños, no es suficiente para decir que fue el juego la causa de esto. El periodo que pasó entre ambas evaluaciones es un factor fundamental para no poder hacer esta conclusión. Puesto que, el pensamiento crítico de los niños se pudo desarrollar por muchos factores ajenos a la propuesta interdisciplinaria.

No obstante, a partir de la observación se reconoció un incremento en la atención de los niños sobre el juego y su motivación ante este. También se pudo ver un cambio en aquellos que cayeron en las casillas de consecuencia. Pues, de los tres niños que cayeron en ellas, dos mejoraron sustancialmente sus respuestas. Finalmente, en todos los casos estudiados se pudo ver un interés por parte de los niños, producto del hecho de que les resultó una experiencia divertida. Por lo que se puede afirmar que los participantes están dispuestos a jugar más de una vez con *Vlogger*, cumpliendo así uno de los principales requerimientos.

4.2.4 La influencia del juego de mesa en los niños

A partir de las pruebas realizadas con los niños se encontró que en las dinámicas donde había diálogo y retroalimentación entre ellos, el desempeño era mucho mayor. Sin embargo, esto solo ocurría en los grupos donde los niños se conocían previamente, en algunos casos incluso se observó que el grupo se dividía en duplas de compañeros de salón y solo tenían interacción entre sí.

Se comprobó que el hecho de contar con un desafío era un detonante de motivación, el cual ayudaba a que el juego fuera más dinámico y divertido para los niños, siendo la competencia un elemento clave que se reforzaba con el tablero de posiciones al final de cada ronda en el juego.

Otro hallazgo importante fue que la fluidez de lectura con la que contaban los niños era un elemento determinante en el desarrollo del juego. Por ejemplo, los infantes de escuelas públicas en general tuvieron dificultad para leer de forma clara y fluida. Por lo tanto, la dinámica del juego se hacía más lenta y se perdía la interacción entre los jugadores, pues no era fácil comprender lo que estaba leyendo su compañero o incluso algunos no terminaban de leer las opciones y preferían elegir una respuesta al azar.

4.2.5 Cuestionario de entrada y salida

Como ya se señaló, antes de iniciar a jugar y después de haber terminado el juego en las pruebas de usuario con los menores, se realizaba un pequeño cuestionario con el objetivo de detectar cambios de opinión y de postura frente a los retos peligrosos con el hecho de jugar a Vlogger. Dichos cuestionarios se aplicaron a un total de 15 niños.

Como se puede observar en la Figura 20, la percepción sobre los retos peligrosos cambia en la encuesta de salida haciéndolos parecer más divertidos y menos riesgosos. Se cree que este cambio pudo deberse a que los niños relacionaron lo divertido del juego con los retos, lo que evidentemente causaría el efecto contrario a lo esperado.

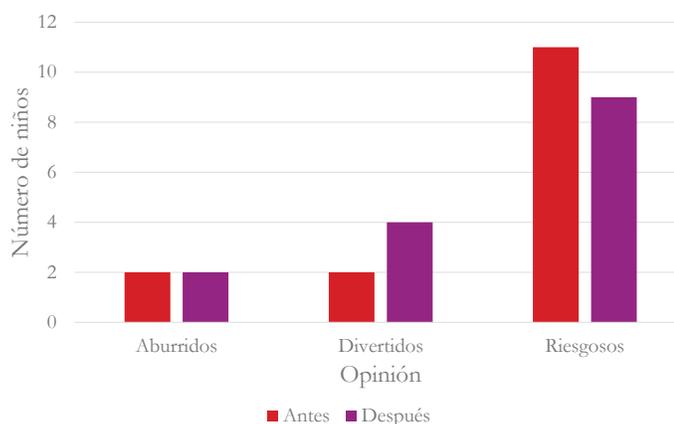


FIGURA 20. Percepción sobre los retos peligrosos.

En el caso de esta pregunta se puede observar en la Figura 21 que si hubo un cambio en el número de niños que lo pensarían mejor antes de realizar un reto peligroso.

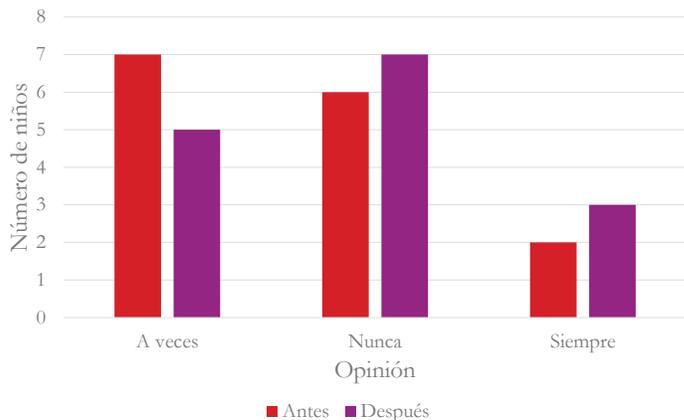


FIGURA 21. Realización de un reto.

La gráfica de la Figura 22, nos muestra el cambio de percepción que tuvieron acerca de la figura de los *YouTubers*.

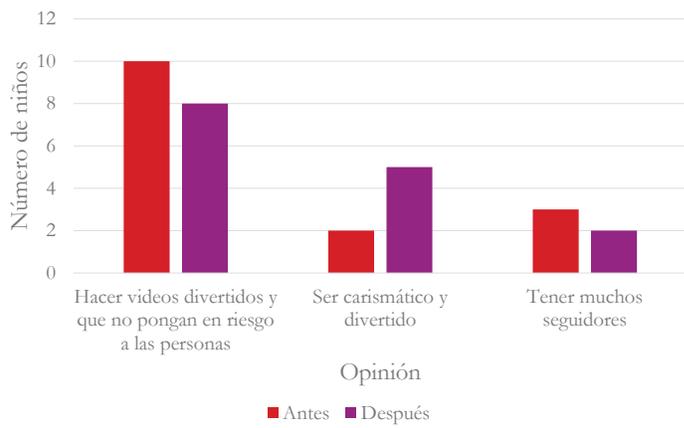


FIGURA 22. Opinión de los niños acerca de los *YouTubers*.

En el caso de la Figura 23, se puede ver un cambio de percepción en cuanto a la fiabilidad de la plataforma de videos como fuente de información.

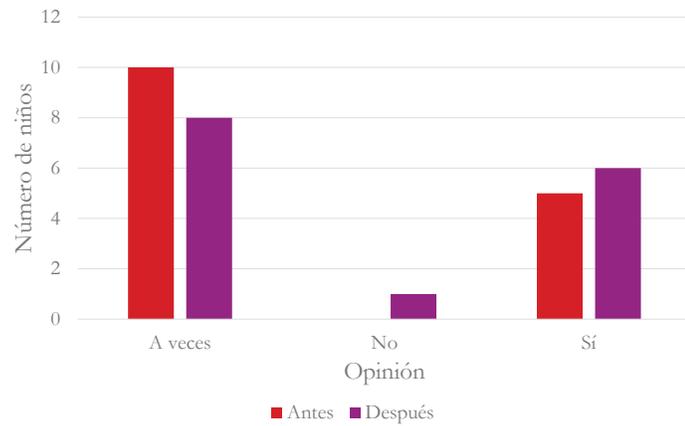


FIGURA 23. Fiabilidad de *YouTube* como fuente de información.

Como se puede observar en la Figura 24 la mayoría tenía claro desde el principio los riesgos que conllevaba realizar un reto peligroso.

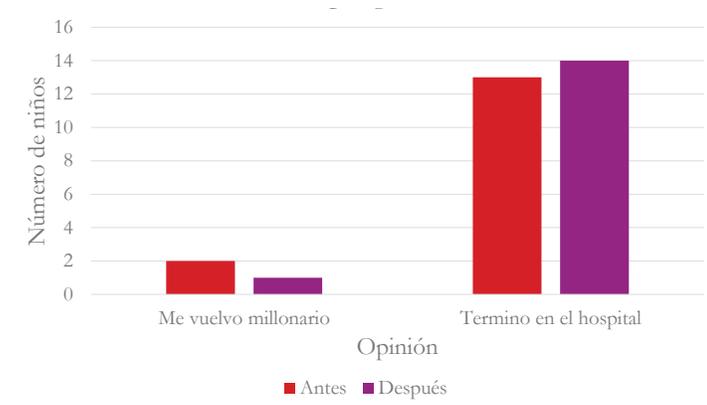


FIGURA 24. Consecuencias de realizar un reto peligroso.

En la Figura 25, la mayoría de los niños pone por delante sus preferencias por temas de videojuegos o tutoriales sobre los retos peligrosos.

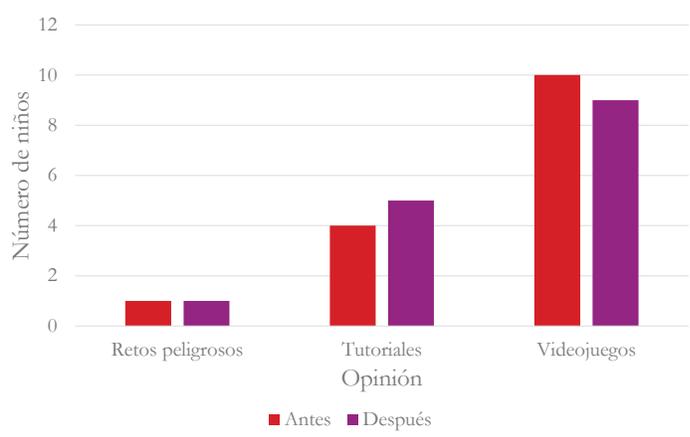


FIGURA 25. Preferencia de contenidos

4.3 Análisis de los resultados

En las pruebas que se realizaron con los niños en las escuelas y en las pruebas piloto, surgieron diversos hallazgos, relacionados con la experiencia de juego y la respuesta por parte de los menores. Desde las pruebas piloto se detectaron aspectos a mejorar, como por ejemplo, el hecho de que el juego resultaba muy monótono y serio debido al silencio de la aplicación, es decir, la falta de sonidos y música de la *App*. Ante esto, se agregaron sonidos de respuesta según las interacciones de los jugadores, otorgándole dinamismo y agilidad al juego; además de una música de fondo que armonizaba el ambiente de juego.

Algo que resultó evidente desde un inicio fue que los niños no querían leer el instructivo y, en lugar de esto, buscaban la forma de empezar el juego tirando los dados, moviendo las fichas y leyendo las tarjetas. Les importaba poco no entender del todo la dinámica del juego, ellos querían jugar de inmediato. Con esto se puede concluir que la mejor forma de construir un juego atractivo para estos niños es haciéndolo lo más intuitivo posible. No se debe esperar a que ellos lean un instructivo detenidamente antes de empezar a jugar, sino que deben tener la posibilidad de iniciar el juego recurriendo solo a leer en momentos de duda y con el menor volumen de texto posible.

Con respecto a la extensión de las preguntas y las respuestas de opción múltiple provistas en la aplicación para dispositivos móviles, hubo problemas, pues a pesar de que se hizo un esfuerzo por hacerlas lo más cortas posible, en su mayoría, los niños no querían leer bloques de texto tan extensos. En ocasiones solo escogían aleatoriamente una respuesta en lugar de leer las opciones completas. Ya se había previsto esta situación y fue por eso que las respuestas de opción múltiple y las propias preguntas se recortaron lo más posible, con el objetivo de no hacer de esta parte del juego un proceso tedioso o aburrido para los niños. Sin embargo, esto no fue suficiente.

Un aspecto satisfactorio en el diseño de esta herramienta educativa fue que los niños rápidamente relacionaban el juego con Internet y *Youtube*, lo cual llamaba su atención desde un inicio, incitando su curiosidad por el juego. Aunque hay que mencionar que en ocasiones los niños no entendían el por qué un juego de mesa trataba temas de Internet y plataformas digitales. Resultaba extraño para ellos, ya que relacionaban los juegos de mesa con momentos familiares y actividades que nada tienen que ver con tecnología o Internet.

Después de haber probado el juego en todas las escuelas la conclusión a la que se llegó es que se debe procurar que las preguntas y respuestas no excedan de una oración y que a los niños les tome el menor tiempo posible leerlas. De esta forma se hará un juego más dinámico, más

atractivo y además quedará más tiempo para que puedan analizar su respuesta entre las cuatro opciones posibles.

Un punto importante que se detectó con los niños es que hubo confusión sobre cómo ganar el juego. A pesar de que se indicaba en el instructivo, a los niños no les quedaba claro si se ganaba llegando a la casilla final o consiguiendo los likes en la aplicación. Este hecho fue algo recurrente en las distintas escuelas. Hizo falta hacer énfasis en el hecho de que la victoria en el juego se lograba tanto en el tablero como en la aplicación. Es decir, había un objetivo tanto en el tablero, que era llegar a la casilla final tirando los dados y moviéndote por las casillas, y había otro objetivo dentro de la aplicación, que era llegar a los 4500 likes con base en tus respuestas. Se requería lograr ambos objetivos para ganar el juego. Aclarar esto a los menores no era algo difícil ya que se resolvía con una indicación muy sencilla: “consigue los 4500 likes y llega a la meta”. El problema fue que a los niños no les gustaba leer el instructivo y actuaban igual que con la interacción de un celular, solo deseaban que fuera intuitivo sin necesidad de leer y solo picarle a los botones.

En general se consiguió que todos los niños participaran activamente y se divirtieran, uno de los objetivos del juego. Sin embargo, el objetivo principal, que era el de fomentar una recepción crítica hacia los posibles riesgos y consecuencias de realizar retos peligrosos, no se vio del todo reflejado en las respuestas de los cuestionarios de entrada y salida que se realizaron en las pruebas.

Conclusiones

Fomento de la recepción crítica en niños de nueve a once años ante el consumo de videos de retos peligrosos en *YouTube*

Conclusiones

Esta investigación buscó hacerle frente a la problemática del consumo de videos de retos peligrosos en YouTube mediante una estrategia de comunicación educativa que incentivara la recepción crítica desde temprana edad. La base teórica del proyecto partió del hecho que el pensamiento crítico es una habilidad que todo ser humano posee y va desarrollando a lo largo de su vida en mayor o menor medida.

Se optó por trabajar con niños de entre 9 y 11 años, que de acuerdo a la etapa de su desarrollo cognitivo tenían la madurez necesaria para posibilitar en ellos el desarrollo de una recepción crítica y en específico de las habilidades de análisis, evaluación y toma de postura. Además de ser una población con un alto nivel de consumo de YouTube.

El objetivo primordial de la investigación radicó en incentivar que los niños pongan en práctica estas habilidades durante el consumo de contenidos audiovisuales, con la finalidad de probar la hipótesis que este proyecto plantea: “Si se fomenta la recepción crítica en los niños de entre nueve y once años de edad mediante una estrategia de comunicación educativa; entonces, se incentivará el discernimiento, el análisis, la evaluación y la toma de postura ante cualquier contenido que consuman en YouTube”.

La metodología mixta aplicada a esta investigación, resultó efectiva al combinar técnicas cuantitativas y cualitativas que ayudaron a orientar el inicio del proyecto, a recabar datos y, posteriormente, a delimitar y profundizar en el tema. Por su parte, los grupos focales con los niños sirvieron para recabar la información necesaria para poder diseñar y desarrollar una estrategia educativa que finalmente se materializó en Vlogger: una herramienta que combinó la tecnología digital de una aplicación móvil con elementos de un juego de mesa tradicional.

La experiencia del juego en los niños les resultó atractiva por ser una actividad que involucra a varios participantes. Esto generó un ambiente de camaradería, competencia y comunicación entre ellos, lo que los llevó a retroalimentarse con base en sus respuestas, estar atentos a las preguntas que en el juego se les planteaban e imaginar distintos escenarios también presentados durante la dinámica del juego. La temática del juego de mesa logró capturar su atención al plantearles situaciones relacionadas a temas de su interés y conocimiento. Puesto que, se hacía mención de sus canales favoritos,

medios digitales y al proceso en general con el que se encuentran altamente familiarizados dentro de la plataforma: YouTube.

Los niños demostraron un amplio conocimiento de los términos utilizados en la plataforma de videos. Palabras como canal, youtuber, likes y dislikes resultaron términos fácilmente comprendidos por todos los jugadores. El conocimiento de la función de cada uno de estos conceptos hizo evidente la apropiación tecnológica que, actualmente, tienen los niños sobre YouTube. Debido a ello, el uso de los likes y dislikes como sistema de puntaje en el juego, marcaba una clara relación con lo acertado o no de sus respuestas.

Cabe mencionar que las experiencias previas que los niños tienen sobre los juegos de mesa, fueron un factor que jugó en contra durante las pruebas piloto. Puesto que, los participantes comenzaron a jugar sin leer el instructivo, y por lo tanto, a inferir las reglas del mismo basados en su conocimiento empírico. Esto, además de causar confusión y desconcierto en el grupo, ocasionó que el dispositivo electrónico se viera relegado, pues al ser un elemento "no tradicional" en un juego de mesa clásico, ya que no supieron de qué manera debían integrarlo en la dinámica del mismo.

Si bien, el juego de mesa no representa una solución definitiva al problema del consumo de contenidos de riesgo ni modifica en automático el nivel de las habilidades de pensamiento crítico mencionadas de los jugadores con solo jugarlo una vez, sí se pudo observar que la dinámica del mismo, el diálogo y la interacción de sus participantes fueron elementos importantes para la reflexión y toma de decisiones durante el juego. Por lo tanto, se cree que a través de su uso recurrente es viable lograr el reforzamiento necesario para volverlos sujetos más críticos de lo que ya son ante el consumo de contenidos audiovisuales potencialmente dañinos.

El tema de querer realizar retos peligrosos seguirá existiendo, es por ello que la forma más atinada de enfrentar el problema es a través de la educación mediática de los usuarios. Debido a ello, es que los estudios de la recepción resultaron ideales para abordar la base teórica de la presente investigación. Pues muestran lo importante que es reconocer la toma de decisión y la individualidad que cada persona tiene ante el contenido mediático que consume. Ello para fomentar una postura crítica en las audiencias y destacar la importancia de conocer a fondo el medio con el que se está trabajando. En este caso, el análisis de YouTube como plataforma y red social, permitió realizar una propuesta de comunicación educativa adecuada, efectiva y que cumpliera con los objetivos deseados.

El fomentar el ejercicio de la recepción crítica de los contenidos, les proveerá a los niños de las habilidades necesarias para poder analizar,

evaluar y discernir toda la información que consuman tanto en medios digitales como tradicionales. Lo que les permitirá adoptar una actitud crítica ante los mensajes, que se traducirá en un ejercicio adecuado de las facultades intelectuales y de responsabilidad que todo ciudadano debería realizar.

Otro de los retos importantes en el desarrollo de esta investigación, fue la coordinación del trabajo entre las distintas disciplinas: Diseño de la información, Sistemas para la Interacción y Estrategias en Comunicación. Para ello, fue importante respetar y tomar en cuenta los enfoques particulares de cada una de estas áreas del conocimiento. Cada miembro del equipo aportó desde su expertise, información específica y especializada conforme a su perfil laboral y de formación académica; el diálogo, el intercambio de conceptos y acuerdos en equipo fueron fundamentales y constantes a lo largo de este proyecto de investigación.

El Diseño de Información se enfocó en realizar el análisis de la información de manera que su comprensión fuera eficiente y efectiva para los usuarios durante todas las etapas de desarrollo del proyecto y en todos los formatos utilizados. Desde la elaboración de dummies, presentaciones, posters, elección de tipografía, paleta de color, iconografía, hasta el diseño gráfico del juego de mesa y la aplicación móvil.

Por su parte, el área de Estrategias en Comunicación enriqueció la investigación y análisis teórico del proyecto, facilitando la justificación y desarrollo de la conceptualización final del juego de mesa. Basándose en teorías como la de la recepción mediática, la recepción crítica y el aprendizaje basado en juegos como sustento para la elección de un juego de mesa como propuesta interdisciplinaria.

El área de Sistemas para la interacción a través del diseño de experiencias de usuario planteó un marco de trabajo que buscó el desarrollo de una herramienta que fuera usada más de una vez. Así mismo, facilitó la implementación de técnicas cuantitativas usadas en la metodología planteada, su análisis, entendimiento y representación. La abstracción de los conceptos permitió interpretar y comparar las estructuras de los retos mostrados por los niños.

Con todo lo anteriormente mencionado, se comprobó la relevancia del trabajo interdisciplinario de estas tres áreas, ya que se conjugaron los conocimientos necesarios para abordar un problema desde distintas aristas, posibilitando una solución compleja para un problema complejo. Esto, mediante el ensamble de la tecnología analógica y la digital en un mismo producto: un juego de mesa capaz de fomentar las habilidades de análisis, evaluación y toma de postura de los niños.

Referencias

- Adolescentes, medios de comunicación y culturas colaborativas. Aprovechando las competencias transmedia de los jóvenes en el Aula. Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra. Youtube (2018). Ayuda de Youtube. Contenido con restricción de edad. Recuperado de <https://support.google.com/youtube/answer/2802167?hl=es-419>
- ALI, A. Z. M., WAHID, R., SAMSUDIN, K., & IDRIS, M. Z. (2013). *Reading on the Computer Screen: Does Font Type Have Effects on Web Text Readability?*. *International Education Studies*, 6(3), 26-35.
- ALVAREZ SOUTO, Javier, CRESPO SUÁREZ, Eduardo, LOWY KIRSCHNER, Amalia, (1986). *Cómo consumen los niños. Sociología del consumo infantil*. Comunidad de Madrid. Dirección general de comercio y consumo. Conserjería de Trabajo, Industria y Comercio.
- Asociación de Internet MX, (2019). *15º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018*. Recuperado de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/15-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2019-version-publica/lang,es-es/?Itemid=>
- Asociación de Internet.mx (2018). *14º Estudio sobre los Hábitos de los usuarios de Internet en México 2018*. Recuperado de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/lang,es-es/?Itemid> BBC Mundo (2018, marzo 21).
- 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día*. BBC. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797> Cambridge Analytica (2018).
- BBC Mundo (2018, abril 23). *Cómo 3 jóvenes pasaron de crear un sitio de citas llamado YouTube a ser millonarios consultores de negocios*. BBC. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43873637>
- BARRY, D. S., MARZOUK, F., CHULAK-OGLU, K., BENNETT, D., TIERNEY, P., & O'KEEFE, G. W. (2016). *Anatomy education for the YouTube generation*. *Anatomical sciences education*, 9(1), 90-96.
- BURGESS, Jean. (2015). *From 'Broadcast yourself' to 'Follow your interests': Making over social media*. *International Journal of Cultural Studies*, 18(3), 281-285. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1367877913513684>

- Cambridge Analytica - *Data Drives all that we do. Data Drives all we do*. Recuperado de <https://cambridgeanalytica.org/> Castells, Manuel. (2000). Internet y la sociedad red. Conferencia de Presentación del Programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento (p. 19).
- CATT Lab, (s.f.). *Virtual Incident Management Training*. Recuperado de <http://www.cattlab.umd.edu/?portfolio=virtual-incident-management-training-2>
- Cayro, (s.f.). *Quizzers - Juego de preguntas*. Recuperado de <https://tienda.cayro.es/quizzers.html>
- Contreras, Ruth. (2016). Presentación. *Juegos digitales y gamificación aplicados en el ámbito de la educación*. RIED: Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 19(2), 27-33.
- Coombs, Philip. & Ahmed, Manzoor. 1975. *Attacking rural poverty : how non-formal education can help: La lucha contra la pobreza rural : el aporte de la educación no formal (Spanish)*. A World Bank research publication. Washington DC ; World Bank. <http://documents.worldbank.org/curated/en/964091468333061996/La-lucha-contra-la-pobreza-rural-el-aporte-de-la-educacion-no-formal>
- Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction*. California Academic Press. Fandom. (2018).
- DE SOUSA BORGES, S., Durelli, V. H., Reis, H. M., & Isotani, S. (2014). *A systematic mapping on gamification applied to education*. In Proceedings of the 29th annual ACM symposium on applied computing (pp. 216-222). ACM.
- Espino, Juan. (2012). *El grupo focal y el uso de viñetas en la investigación con niños*. EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales, (24), 45-65.
- ESPINOSA, R. S. C. (2016). *Juegos digitales y gamificación aplicados en el ámbito de la educación*. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 19(2), 27-33.
- ESTALELLA, Adolfo, & ARDEVOL, Elisenda. (2007). *Field Ethics: Towards Situated Ethics for Ethnographic Research on the Internet*. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research, 8(3). Recuperado de <http://dx.doi.org/10.17169/fqs-8.3.277>
- Facione, Peter. (1990). *Critical thinking: A statement of expert consensus for purposes of educational assessment and instruction* (The Delphi Report).
- Facebook fue uno de los factores más importantes en el éxito de Trump*. El país. Recuperado de https://elpais.com/tecnologia/2018/05/04/actualidad/1525422138_239714.html

GANNES, Liz. (2006). Jawed Karim: *How YouTube Took Off*.

HELLER, E. (2004). *Psicología del color*. Barcelona: Gustavo Gili.

IBARRA, K. (2016). *Design Principles for kids*. octubre 23, 2019, de Medium Corporation. Recuperado de <https://medium.com/@karinai/design-principles-for-kids-886bb781358f#.2emgq6shx>

Instituto Federal de Telecomunicaciones (2016). *Encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales 2016*. Recuperado de http://www.ift.org.mx/sites/default/files/encca2016_vf-compressed.pdf Internet Society (2018).

Instituto Internacional de Investigación de Tecnología Educativa. (s.f.). Capítulo 9: *Educación para la Recepción crítica*. Recuperado de http://gc.initelabs.com/recursos/files/r157r/w13644w/TecnoEduc_2aEd_09.pdf

LENZE, James. (1991). *Serif vs. san serif type fonts: A comparison based on reader comprehension*. Investigating visual literacy, 93-98.

LIU Feifei. (2018 a). *Designing for Kids: Cognitive Considerations*. octubre 24, 2019, de Norman Nielsen Group. Recuperado de <https://www.nngroup.com/articles/kids-cognition/>

LIU Feifei. (2018 b). *Design for Kids Based on Their Stage of Physical Development*. octubre 24, 2019, de Norman Nielsen Group. Recuperado de <https://www.nngroup.com/articles/kids-cognition/>

LÓPEZ, Gabriela. (2012). *Pensamiento crítico en el aula*. Docencia e Investigación, 37, 41-66. Nickerson, Raymond. (1988).

Los problemas - Internet Society. Los problemas. Recuperado de <https://www.internetociety.org/es/los-problemas/> Joinson, Adam. (2003).

Los Polinesios. Recuperado de <https://youtube.fandom.com/es/wiki/LosPolinesios> García, Pablo (2018, mayo 7).

MARTÍN-BARBERO, Jesús. (1998). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

New paths to learning for rural children. New York: International Centre for Educational Development. Facione Peter A. (1990).

On Improving Thinking through Instruction. Research in Education, 15, 3-57. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1167360> Scolari, Carlos A (Ed.). (2018).

- OROZCO, Guillermo. (2000). *Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina*. Comunicación y Sociedad, Guadalajara, (38), 11-36.
- OROZCO, Guillermo. (2003). *Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos*. Intexto, (9), 48-61.
- SÁNCHEZ I Peris, F. (2015). *Gamificación*. Education In The Knowledge Society (EKS), 16(2), 13-15. doi:10.14201/eks20151621315
- Scriven, Michael. (1991). *Evaluation thesaurus*. Sage.
- STAIGER, Janet. (2005). *Media reception studies*. New York: NYU Press.
- SUSARLA, A., Oh, J. H., & TAN, Y. (2012). *Social networks and the diffusion of user-generated content: Evidence from YouTube*. Information Systems Research, 23(1), 23-41.
- Understanding the psychology of Internet behaviour: Virtual worlds, real lives*. Revista iberoamericana de educación a distancia, 6(2), 190.
- PLACIDO, Dani Di (2017). "YouTube's 'Elsagate' Illuminates The Unintended Horrors Of The Digital Age." Forbes, Forbes Magazine, Recuperado de www.forbes.com/sites/danidiplacido/2017/11/28/youtubes-elsagate-illuminates-the-unintended-horrors-of-the-digital-age/
- Valles, M. S. (2007). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Síntesis Editorial.
- VERGARA RODRÍGUEZ, D., & MEZQUITA MEZQUITA, J. M. (2016). *Diseño de juegos serios para reforzar conocimientos: una experiencia educativa en secundaria*.
- WALKER, S. (2013). *Book design for children's reading: typography, picture, print*. London: St Bride Foundation.

Anexos

Fomento del pensamiento crítico en niños de entre 9 y 11 años para el consumo de contenidos en YouTube					
Conceptos	Categorías	Variables	Indicadores		
Alfabetización mediática Capacidad de los ciudadanos para consultar, comprender, apreciar con sentido crítico y crear contenido en los medios de comunicación.	Uso mediático	Nivel de uso de plataforma	Dar like, dar dislike, compartir, agregar un comentario, responder un comentario, dar like a comentarios, leer comentarios, ver el siguiente video que YouTube reproduce, volver a ver el video, interrumpir el video, poner pausa y reanudar después, guardar, suscribir, subir videos o nada		
	Información	Plataformas digitales	YouTube	Escribe cuales son tus tres canales o categorías favoritas en YouTube	
		Tipo de usos	Canales mencionados	Escribe cuales son tus tres canales o categorías favoritas en YouTube	
		Contenidos Temáticos	Música, Chistes y comedia, Deportes, Videjuegos - Gamplays, Tutoriales, Temas escolares - Ciencia, Tecnología, Cocina, Animales, Películas, Video blogs y Belleza y moda	Marca con una cruz si te gusta mucho, más o menos, poco o nada, ver estas categorías en YouTube	
	Opinión	Contenidos de riesgo	Groserías, golpes y peleas, retos peligrosos, contenido sexual o ninguno de los anteriores	Marca todo lo que hayas visto o escuchado en YouTube	
		Actividades posteriores al consumo	Dar like, dar dislike, compartir, agregar un comentario, responder un comentario, dar like a comentarios, leer comentarios, ver el siguiente video que YouTube reproduce, volver a ver el video, interrumpir el video, poner pausa y reanudar después, guardar, suscribir, subir videos o nada	¿Qué sueles hacer después de ver un video? Puedes marcar varios	
	Audencia	Características del usuario	Niño o niña Edad	¿Qué sueles hacer después de ver un video? Puedes marcar varios	
	Cultura digital Es un nuevo campo de investigación y de aplicación, que se refiere a la versión digital del patrimonio cultural desde las artes visuales, las artes escénicas, los medios de comunicación, hasta los entornos artificiales y los entornos naturales. (Arturo Colorado Castellary)	Contenidos en YouTube	Temáticas de preferencia	Escribe cuales son tus tres canales o categorías favoritas en YouTube	
		Acceso	Tecnología	Wi-Fi, Cableado, Red 3G/4G	Marea con una cruz si te gusta mucho, más o menos, poco o nada, ver estas categorías en YouTube
			Dispositivos	Teléfono, tableta, computadora o consola	
Relaciones sociales		Interacciones	Momentos de uso	Dar like, dar dislike, compartir, agregar un comentario, responder un comentario, dar like a comentarios, leer comentarios, ver el siguiente video que YouTube reproduce, volver a ver el video, interrumpir el video, poner pausa y reanudar después, guardar, suscribir, subir videos o nada	¿Qué sueles hacer después de ver un video? Puedes marcar varios
				Hábitos de consumo	Interacciones
		Frecuencia de uso	Dar like, dar dislike, compartir, agregar un comentario, responder un comentario, dar like a comentarios, leer comentarios, ver el siguiente video que YouTube reproduce, volver a ver el video, interrumpir el video, poner pausa y reanudar después, guardar, suscribir, subir videos o nada	¿Cuántos días ves YouTube a la semana?	

Tabla de operacionalización de fase 1: Tus gustos en YouTube

Proyección de un reto peligroso				
Conceptos	Categorías	Variables (son medibles y observables)	Indicadores / Respuestas a elegir	Items / Preguntas
<p>Pensamiento crítico Procesamiento disciplinado que lleva a conceptualizar, aplicar, analizar, sintetizar y evaluar la información recopilada por medio de la observación, experimentación, reflexión, razón y comunicación como guía para la toma de postura y la acción</p>	<p>Habilidades del pensamiento crítico</p>	<p>Análisis. Identificar las relaciones de inferencias reales o supuestas entre enunciados, preguntas, conceptos, descripciones u otras formas de representaciones que tienen el propósito de expresar creencias, juicios, experiencias, razones, información u opiniones.</p>	<p>Examinar ideas</p> <p>Identificar argumentos</p> <p>Identificar las parte que componen el argumento (analizar argumentos)</p>	<p>¿Qué les pareció? ¿Por qué?</p> <p>¿Lo harías? ¿Por qué?</p> <p>¿Qué opinas de eso?</p> <p>¿Qué reto han hecho ustedes? ¿Por qué?</p>
		<p>Evaluación. Es un proceso en el que primero se llevará a cabo la valoración de la credibilidad de los enunciados que recuentan o describen la percepción, experiencias, situaciones, juicios, creencias u opiniones personales y la valoración de la fuerza lógica de las relaciones de inferencia, reales o supuestas entre enunciados, descripciones, preguntas, etc.</p>	<p>Validar los principios, ideas, bases, fuentes</p> <p>Validar los argumentos</p>	<p>¿Por qué creen que esté haciendo esto?</p> <p>Ahora imaginen que están en casa de su mejor amigo y les dice que hagan el reto. Nadie los ve ¿qué harían?</p> <p>¿Tú que opinas?</p> <p>¿Qué reto han hecho ustedes? ¿Por qué?</p> <p>¿Qué les pareció?</p> <p>¿Lo harías?</p> <p>Ahora imaginen que están en casa de su mejor amigo y les dice que hagan el reto. Nadie los ve ¿qué harían?</p>
<p>Cultura digital Es un nuevo campo de investigación y de aplicación, que se refiere a la versión digital del patrimonio cultural: desde las artes visuales, las artes escénicas, los medios de comunicación, hasta los entornos artificiales y los entornos naturales. (Arturo Colomado Castellar)</p>	<p>Medio</p>	<p>Toma de postura</p>	<p>Actitud</p> <p>Acción</p>	<p>Representación de un reto</p>
	<p>Grupo social</p> <p>Categoría de consumo</p> <p>Hábitos de consumo</p> <p>Necesidades del usuario</p>	<p>YouTube</p> <p>Niños consumidores de <i>YouTube</i></p> <p>Retos peligrosos</p> <p>Situación</p> <p>Frecuencia de uso</p>	<p>Uso mayor a 5 días</p> <p>Entre 9 y 11 años de edad</p> <p>Conocer del tema</p> <p>Clasificación</p> <p>Evaluación de riesgo</p> <p>Definición del usuario</p> <p>En soledad o en Compañía de...</p> <p>Uso mayor a 5 días</p>	<p>Representación de un reto</p> <p>Edad</p> <p>Representación de un reto</p> <p>Actividad con las tarjetas para categorizar videos</p> <p>¿Qué retos han hecho ustedes?</p> <p>Representación de un reto</p> <p>¿Ustedes con quién ven YouTube?</p>
<p>Diseño Centrado en el usuario Consiste en enfocar el diseño de un producto con la información necesaria que vayan a necesitar las personas a las que van dirigido</p>		<p>Requerimientos</p>		<p>¿Cómo les gustaría? o ¿Qué creen que se debería hacer?</p>

Tabla de operacionalización de fase 2: Focus Groups

Tus gustos en YouTube

Edad: _____

Género: niño niña

1. ¿Cuántas días ves YouTube a la semana?

Todos los días 5 o 6 días 3 o 4 días 1 o 2 días No lo veo

2. Marca con una cruz si te gusta mucho, más o menos, poco o nada, ver estas categorías en YouTube

	Mucho	Más o menos	Poco	Nada
Música				
Chistes y comedia				
Deportes				
Videojuegos / gameplays				
Tutoriales				
Tareas escolares / Ciencia				
Tecnología				
Cocina				
Animales				
Películas				
Video bloggs				
Belleza y moda				

Otro, ¿cuál? _____

3. Escribe cuales son tus 3 canales o categorías, favoritos en YouTube

4. Marca todo lo que hayas visto o escuchado en YouTube

- Groserías. ¿En qué video o canal? _____
- Golpes y peleas. ¿En qué video o canal? _____
- Retos peligrosos. ¿En qué video o canal? _____
- Contenido sexual. ¿En qué video o canal? _____
- Ninguno de los anteriores

5. ¿Qué sueles hacer después de ver un video? Puedes marcar varios.

- Dar like - me gusta
- Dar dislike - no me gusta
- Compartir
- Agregar un comentario
- Responder un comentario
- Dar like a comentarios
- Leer comentarios
- Ver el siguiente video que YouTube reproduce
- Volver a ver el video
- Interrumpir el video
- Poner pausa y reanudar después
- Guardar
- Suscribir
- Subir videos
- Nada

Evaluación de habilidades del pensamiento crítico

	Concepto Indicador	Grados de valoración			
		Sobresaliente	Satisfactorio	En progreso	Principiante
Evaluación	Identifica y explica problemas o situaciones ¿Crees que sea correcto lo que está haciendo? De los videos de retos que han visto en YouTube ¿cuales han hecho y por qué?	Identifica y resume <u>claramente</u> los problemas y situaciones principales y explica <u>detalladamente</u> por qué y cómo son. Aborda e <u>identifica asuntos implícitos en el contexto.</u>	Identifica y resume los problemas y situaciones principales y explica por qué y cómo son.	Identifica y resume <u>parcialmente</u> los problemas y situaciones principales y explica de forma <u>limitada</u> por qué y cómo son.	<u>No identifica</u> , resume o explica el problema o situación principal. Representa los asuntos forma inexacta e inapropiada.
	Interpreta el contenido ¿Por qué crees que ella esté haciendo el reto?	Ofrece interpretaciones <u>precisas, exhaustivas y convincentes</u> de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas o dilemas planteados.	Ofrece interpretaciones de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas o situaciones o dilemas planteados.	Ofrece interpretaciones de algunos de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas o situaciones o dilemas planteados.	<u>No ofrece</u> interpretaciones de los elementos fundamentales que forman parte de los problemas o situaciones o dilemas planteados.
Toma de postura	Presenta un punto de vista y plantea otras perspectivas ¿Qué les pareció? ¿Lo harían?	Presenta un punto de vista de <u>forma clara y precisa</u> de los problemas, situaciones o dilemas planteados. Plantea objeciones y provee respuestas convincentes a estas.	Presenta un punto de vista de los problemas, situaciones o dilemas planteados y discute sus debilidades y fortalezas.	Presenta un punto de vista impreciso e indeciso de los problemas, situaciones o dilemas planteados. Anticipa objeciones menores a su planteamiento o considera posiciones alternas débiles.	<u>No presenta</u> un punto de vista claro. Falla en anticipar objeciones hacia su punto de vista o considerar otras perspectivas y posiciones.
Análisis	Analiza los argumentos presentados ¿Por qué crees eso?	Analiza <u>detalladamente</u> los asuntos que aborda el argumento principal de los problemas, situaciones o dilemas planteados. Además, <u>examina a detalle</u> los argumentos secundarios y su relación lógica con el argumento principal.	Analiza los asuntos que aborda el argumento principal de los problemas, situaciones o dilemas planteados pero no a detalle. Además, <u>examina parcialmente</u> los argumentos secundarios y su relación lógica con el argumento principal.	Analiza <u>parcialmente</u> los asuntos que aborda el argumento principal de los problemas, situaciones o dilemas planteados. Además, <u>examina de forma limitada</u> los argumentos secundarios.	<u>No identifica</u> los componentes principales de los argumentos de los problemas, situaciones o dilemas planteados, ni demuestra las relaciones lógicas entre éstos.
	Evalúa las inferencias y las deducciones ¿Tú que opinas?	Identifica y explica <u>detalladamente</u> los errores de razonamiento de otros. Además, al hacer inferencias o deducciones <u>evita errores</u> de razonamiento.	Identifica y explica los errores de razonamiento de otros. Además, al hacer inferencias o deducciones incorpora algunas errores de razonamiento.	Identifica y explica <u>parcialmente</u> los errores de razonamiento de otros. Además, al hacer inferencias o deducciones incorpora <u>mayores errores</u> de razonamiento.	<u>No identifica</u> y explica errores de razonamiento de otros. Además, al hacer inferencias o deducciones incorpora <u>muchos errores</u> de razonamiento.
Evaluación	Presenta soluciones viables Ahora imaginen que están solos en la casa de su mejor amigo, sin sus papás cerca y su amigo les propone que hagan el reto que acaban de ver en el video. ¿Lo harían, si, no y por qué?	Presenta soluciones viables a los posibles problemas, conflictos, situaciones o dilemas presentados de <u>manera clara, crítica, coherente y concisa</u> . Además, <u>apoya las recomendaciones con argumentos sólidos</u> y ofrece evidencia para cada una de ellas.	Presenta soluciones viables a los posibles problemas, conflictos, situaciones o dilemas presentados de manera clara y coherente. Además, <u>apoya la mayoría de las recomendaciones con argumentos</u> y ofrece evidencias para cada una de ellas.	Presenta de forma <u>limitada</u> soluciones a los posibles problemas, conflictos, situaciones o dilemas presentados. Además <u>apoya algunas recomendaciones con argumentos</u> y ofrece evidencias que, aunque claras y realistas, son <u>superficiales</u> .	<u>Presenta muy pocas soluciones</u> o <u>no presenta solución alguna</u> a los posibles problemas, conflictos, situaciones o dilemas presentados. Las recomendaciones son apoyadas de manera superficial con muy poco o <u>ningún argumento</u> .

Rúbrica para evaluar habilidades de pensamiento crítico. Adaptación de la rúbrica propuesta por la Universidad de Northeastern Illinois para medir la Recepción Crítica

No de Reto	Nombre del Video	Canal	Reto	Tipo de daño	Vergonzoso
1	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Chuparse el ombligo	Otro	Vergonzoso
2	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Comer chile habanero	Gastrointestinal	
3	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Contar fantasía sexual	Otro	Vergonzoso
4	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Toques eléctricos	Quemaduras	
5	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Lavarse dientes con jabón de trastes	Gastrointestinal	
6	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Vivaporub en los ojos	Heridas físicas	Vergonzoso
7	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Llamar a tu ex	Otro	Vergonzoso
8	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Prestar teléfono para mandar mensajes	Otro	Vergonzoso
9	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Comer 2 donas en 10 segundos	Gastrointestinal	
10	¿Qué probabilidad hay? El final más triste de la historia	Badabun	Comer 2 donas en 10 segundos	Asfíxia	
11	¿Qué hay en la caja? 3 / What's in the box challenge - Gibby :)	Gibby :)	Adivinar lo que habla en la caja	Otro	Vergonzoso
12	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	Comer una cucharada de pimienta	Asfíxia	
13	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	7 segundos para publicar en redes sociales: "tengo diarrea se me salió el caldo"	Otro	Vergonzoso
14	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	7 segundos para poner la cabeza dentro del escudo	Gastrointestinal	
15	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	7 segundos para comer una cucharada de comida de perro	Gastrointestinal	
16	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	7 segundos para lavarse los dientes con lavatrastes	Gastrointestinal	
17	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	7 segundos para alarse la cinta adhesiva en la cabeza	Heridas físicas	
18	Reb de los 7 segundos(intenso) JUKILOP	JUKILOP	7 segundos para modelar jabón de manos	Heridas físicas	
19	¿ME FUISTE INFIEL? (VERDAD O RETO) JUKILOP	JUKILOP	Muestran explícitamente retos peligrosos que han hecho. Prenderse fuego	Heridas físicas	
20	¿ME FUISTE INFIEL? (VERDAD O RETO) JUKILOP	JUKILOP	Muestran explícitamente retos peligrosos que han hecho. Meterse un condón por la nariz y sacarlo por la boca	Asfíxia	
21	¿ME FUISTE INFIEL? (VERDAD O RETO) JUKILOP	JUKILOP	Muestran explícitamente retos peligrosos que han hecho. Dejar caer un globo con agua sobre la cabeza	Asfíxia	
22	¿ME FUISTE INFIEL? (VERDAD O RETO) JUKILOP	JUKILOP	Llamadas vergonzosas: Dejar mensajes eróticos a sus padres, confesar un embarazo	Gastrointestinal	Vergonzoso
23	¿ME FUISTE INFIEL? (VERDAD O RETO) JUKILOP	JUKILOP	Rebax: mezclar muchos adresos y deglutirlos	Heridas físicas	
24	¿ME FUISTE INFIEL? (VERDAD O RETO) JUKILOP	JUKILOP	Toques eléctricos si dicen mentiras a cada pregunta	Gastrointestinal	
25	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Tomar agua del retete	Gastrointestinal	
26	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Comer una cucharada de pimienta	Gastrointestinal	
27	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Comerse un huevo crudo	Gastrointestinal	
28	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Quitarse una prenda	Gastrointestinal	
29	EL RETO DEL CONDÓN - CONDOM CHALLENGE Fernanfloo	Fernanfloo	Llantar un condón con agua y soltarlo en la cabeza para que esta entre al condón	Otro	Vergonzoso
30	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Tomarse una botella de agua en 10 segundos	Asfíxia	
31	BOTELLA CONDÓN CHALLENGE II- Fernanfloo	Fernanfloo	Lanzar una botella y dejarla en pie después de haber realizado el condom challenge	Asfíxia	
32	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Tomarse un shot de salsa picante	Gastrointestinal	
33	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Comerse una cucharada de canela	Gastrointestinal	
34	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Comerse una cucharada de canela	Asfíxia	
35	Retos extremos de Instagram con final feliz	Badabun	Salir a la calle en toalla	Otro	Vergonzoso
36	YouT ubers puechan la manchan más picosa del mundo	Badabun	Comer sopa con chile habanero	Gastrointestinal	
37	RETOS LOCOS/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Limón en los ojos	Heridas físicas	
38	RETOS LOCOS/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Comerse un habanero	Gastrointestinal	
39	RETOS LOCOS/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Condón con agua	Asfíxia	
40	RETOS LOCOS/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Condom challenge	Asfíxia	
41	BAILE EN TOALLA PUBLICAMENTE/ #CumplearetoKIM2	Kimberly Loaiza	Ballar en toalla en un crucero	Otro	Vergonzoso
42	BAILE EN TOALLA PUBLICAMENTE/ #CumplearetoKIM2	Kimberly Loaiza	Comer un limón	Gastrointestinal	
43	BAILE EN TOALLA PUBLICAMENTE/ #CumplearetoKIM2	Kimberly Loaiza	Comer 2 cucharadas de mayonesa	Gastrointestinal	
44	BAILE EN TOALLA PUBLICAMENTE/ #CumplearetoKIM2	Kimberly Loaiza	Aventar a alguien a la alberca sin consentimiento	Heridas físicas	
45	BAILE EN TOALLA PUBLICAMENTE/ #CumplearetoKIM2	Kimberly Loaiza	Entrar a una tienda, tomar algo y salirse sin pagar	Otro	
46	RETOS LOCOS 2 /FT. Juan de Dios Pantiga) Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Tomar una botella con Sprite y comer 2 plátanos para provocarse el vómito	Gastrointestinal	
47	RETOS LOCOS 2 /FT. Juan de Dios Pantiga) Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Meterse a una tina con hebos	Daño Respiratorio	
48	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Plenarse los labios con un tenedor para obtener un efecto de volumen	Heridas físicas	
49	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Hacer palomitas con la plancha para el caballo	Heridas físicas	
50	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET 2/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Tratar de quemar con un encendedor una bolsa con agua	Heridas físicas	
51	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET 2/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Tratar de peinarse con una aspiradora	Heridas físicas	
52	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET CON FUEGO/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Quemar una bola de algodón mojada en gel antibacterial	Heridas físicas	
53	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET CON FUEGO/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Colocar en un plato una gran cantidad de gel antibacterial, prender fuego y meter las manos	Heridas físicas	
54	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET CON FUEGO/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Hacer burbujas con humo dentro	Heridas físicas	
55	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET CON FUEGO/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Hacer una mezcla de bicarbonato, azúcar glass y alcohol. Prender fuego y ver la reacción	Heridas físicas	
56	PROBANDO TRUCOS RAROS DE INTERNET CON FUEGO/Kimberly Loaiza	Kimberly Loaiza	Meterse una cucharada con algodón de maíz a la boca y soplar hacia una antorcha con fuego	Heridas físicas	
57	¿QUÉ PROBABILIDAD HAY? □ (MUY EXTREMO) JUKILOP	JUKILOP	Tomar agua de una fuga del techo	Gastrointestinal	
58	¿QUÉ PROBABILIDAD HAY? □ (MUY EXTREMO) JUKILOP	JUKILOP	Bagarse del coche empujando de la calle a bailar sin pentabones	Otro	Vergonzoso
59	¿QUÉ PROBABILIDAD HAY? □ (MUY EXTREMO) JUKILOP	JUKILOP	Lavarse la cara con agua del escusado	Gastrointestinal	
60	¿QUÉ PROBABILIDAD HAY? □ (MUY EXTREMO) JUKILOP	JUKILOP	Recibir un gotchazo sin protección de vestuario	Heridas físicas	

Tipología de videos. Parte 1

No de Reto	Nombre del Video	Canal	Reto	Tipo de daño
61	¿QUE PROBABILIDAD HAY? (MUY EXTREMO) JUKIOP	Jukiop	Comer un fideo encontrado en el bote de basura	Gastrointestinal
62	ME PASO UN CONDÓN POR LA NARIZ! - Kimberly Loaiza Plus	Kimberly Loaiza Plus	Meterse un condón por la nariz y sacarlo por la boca	Asfixia
63	NO MEZCLEIS NITROGENO LIQUIDO CON COCACOLA	elubiusOMG	En un balde con agua deja caer una botella cerrada con nitrógeno líquido para posteriormente verterla y tener un cohete	Heridas físicas
64	NO MEZCLEIS NITROGENO LIQUIDO CON COCACOLA	elubiusOMG	A una botella de cocaola le vierte nitrógeno líquido para después voltearla y tener un cohete	Heridas físicas
65	NO MEZCLEIS NITROGENO LIQUIDO CON COCACOLA	elubiusOMG	Manejar nitrógeno líquido	Quemaduras
66	Cumpliendo retos extremos de Instagram	Badbun	Pintarse las cejas color verde	Otro
67	Maleta Challenge El día que casi muero con Soy Fredy	Andrea Zuñiga	Meterse en una maleta de viaje	Asfixia
68	Beer Pong: Extremo con cosas asquerosas	Badbun	Beer Pong con cosas asquerosas y shots de tequila	Gastrointestinal
69	No te rías Challenge Con leche descompuesta	Badbun	El reto es no reírse mientras les cuentan un chiste mientras tienen leche descompuesta en la	Gastrointestinal
70	Regresé a mi pueblo. Retos con mi amiga de la infancia	Badbun	Hacer distintos retos de habilidad y el castigo es un baile vergonzoso	Daño Respiratorio
71	RETOS CON MI HERMANO MAYOR!-Fernanfloo	Fernanfloo	Mojarse en una fuente	Otro
72	QUIERO LLORAR!! -Jelly Beans Challenge Fernanfloo	Fernanfloo	Comer un dulce de sabores extravagantes y asquerosos	Gastrointestinal
73	Reto de la Canela, perros y tonterías // Especial 7.000 suscriptores	Fernanfloo	Comer una cucharada de canela en polvo	Asfixia
74	LOS CIEGOS EN LA CALLE CHALLENGE LOS POLINESIOS RETO	ExtraPolinesios	Realizar distintas actividades en la calle con lentes que obstaculizan la vista	Heridas físicas
75	PROBANDO CUPCAKES CON INSECTOS RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Comer cupcakes con mezclas raras y asquerosas de ingredientes	Gastrointestinal
76	COMELO O USALO CHALLENGE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Pueden llegar a comer diferentes cosas, incluso algunos que no son productos alimenticios	Gastrointestinal
77	LA COMIDA MAS PICANTE DE COREO RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Comer comida muy picante	Gastrointestinal
78	BROMA: DESAYUNO CON PEGAMENTO BROMAS PLATICA POLINESIA LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Comer comida con pegamento	Gastrointestinal
79	BROMA: CHOCOLATES DE POPO LOS POLINESIOS PLATICA POLINESIA BROMAS	PraticiaPolinesia	Comer chocolate de popo de conejo	Gastrointestinal
80	CUCHILLO A 1000 GRADOS VS IPHONE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Calientan un cuchillo con un soplete e intentan romper diferentes objetos	Heridas físicas
81	RATONERA VS BOTELLA RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Destruyen diferentes objetos con una ratonera	Heridas físicas
82	EXPLOTANDO UN IPHONE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Hacen explotar un celular y otros objetos por medio de explosivos y un control remoto	Heridas físicas
83	RETO POLINESIO CON MENTOS COCA COLA LIGHT ZERO AND MENTOS DIET COKE	ExtraPolinesios	Con los ojos vendados deberán identificar si están probando comida de perro o comida de hui	Gastrointestinal
84	COMIDA DE PERRO VS HUMANA RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Hacen explotar botellas de refresco con mentos dentro	Heridas físicas
85	STUNG BY A TARANTULA HAWKI	Brave Wildlerness	Comerse un cactus	Heridas físicas
86	L.A. BEAST EATS A CACTUS	skippy6zable	Comerse un cactus	Heridas físicas
87	L.A. BEAST EATS A CACTUS	skippy6zable	Comerse un cactus	Gastrointestinal
88	INSANE ROOF JUMPING INTO POOL!	Tanner Braungardt	Saltar a una piscina desde azotea	Heridas físicas
89	THE SILLY SALMON CHALLENGE! (craziest moments) 000	Jackson O'Doherty	Saltar imitando un salmón a albercas, fuentes o al piso	Heridas físicas
90	RETO DE LA RULETA ASQUEROSA RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Eligen un item para comer y una ruleta les dirá si van o no a comer	Gastrointestinal
91	RETO ADVINA O VOMITA LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Después de tratar de adivinar el personaje que representan, van a comer comida japonesa que	Gastrointestinal
92	ICE ICE BABY CHALLENGE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	LosPolinesios	Comer helios los más que puedas meterte a la boca rellendo "rice ice baby"	Asfixia
93	ICE ICE BABY CHALLENGE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	LosPolinesios	Comer helios los más que puedas meterte a la boca rellendo "rice ice baby"	Heridas físicas
94	100 LITROS DE SLIME LOS POLINESIOS VLOGS	LosPolinesios	Verse slime de distintas consistencias y espesores sobre la cabeza	Asfixia
95	GLOBOS GIGANTES CHALLENGE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	LosPolinesios	Meterse dentro de un globo gigante usando una aspiradora	Asfixia
96	CUCHILLO A 1000 GRADOS VS IPHONE RETO POLINESIO LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Con dos sopletes calientan un cuchillo y con este caliente queman distintos articulos	Quemaduras
97	GOSSIP OR DIE POLINESIO CHALLENGE LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Comer: tierra, chile, beber vinagre	Gastrointestinal
98	GOSSIP OR DIE POLINESIO CHALLENGE LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Toques	Heridas físicas
99	GOSSIP OR DIE POLINESIO CHALLENGE LOS POLINESIOS	ExtraPolinesios	Poner sus dedos en una ratonera	Heridas físicas
100	Kid completes CONDOM CHALLENGE 1 DY	seven meno	Meterse un condón por la nariz y sacarlo por la boca	Asfixia

Guion de dinámica 1 “Creación de un reto”

-Hola chicos, ¿cómo están?. Mi nombre es _____ y mis compañeros son (se mencionan) y estudiamos en la UAM Cuajimalpa.

-Les agradecemos que estén aquí con nosotros para participar en esta nueva sesión de trabajo. Para nosotros es muy importante su ayuda para conocer lo que piensan sobre algunos videos de *YouTube*.

-Antes de iniciar el ejercicio queremos que sepan que toda nuestra plática será grabada. En esta dinámica no hay respuestas correctas o incorrectas, por lo que queremos escuchar las opiniones de todos, por muy diferentes que sean, pues todas son válidas.

-Para que podamos llevar la sesión en orden les pediremos que anoten en estas etiquetas un *nickname* (sobrenombre) o un nombre que les guste para que así los identifiquemos. Por favor colóquenlas en un lugar visible para que podamos ubicarlos.

-Ok, comencemos por presentarnos rápidamente, diciendo su edad y nombre ¿Quién quiere empezar?

-Muy bien, para esta dinámica formaremos dos equipos de trabajo con tres integrantes por cada equipo (se indica quienes integran cada equipo). Ahora, elijan el nombre de su equipo.

-La dinámica consiste en que cada equipo deberá **crear su propio reto** para *YouTube* y después actuar frente al resto de nosotros. Al final votaremos dando *likes* y *dislikes* con las manitas que les dimos para saber cuál reto obtiene más likes.

-¡Ojo! No hay limitantes para crear su reto, pueden utilizar todos los elementos que se encuentran en esta mesa para ayudarse a crearlo ¿ok?

-REGLAS:

- 1) Van a tener 20 minutos en total
- 2) Tendrán 15 minutos para ponerse de acuerdo con su equipo y decidir qué utilizarán y cómo lo harán. Mientras ustedes están trabajando, nosotros nos acercaremos a cada equipo para ver cómo van.

- 3) Tendrán 5 minutos para actuarnos su reto.
- 4) ¿Tienen alguna duda? muy bien, ¡corre tiempo!

(Cuando vayan a presentar su reto usaremos el marco de *YouTube* para indicar el inicio de la proyección de su video).

Aspectos a observar	Categoría de análisis
Valoración de ideas y argumentos	Evaluación
Acuerdos y elección del reto	Toma de postura
Identificar la fiabilidad de ideas y uso de argumentos propuestos	Análisis
Lo que consideran como reto. Hay riesgos, actividad física, divertida, en equipo o individual	Concepto de reto

(Indicar cuando quede poco tiempo de trabajo para apresurar al término de la actividad)

-Ok chicos, el tiempo se acabó, ¿están listos?

-Comencemos por el equipo _____, pasen y actúen su reto por favor.

-Démosle un aplauso a sus compañeros, muchas gracias chicos.

-Ahora les pediremos que con la ayuda de las manitas que mis compañeros les acaban de repartir, nos ayuden a evaluar levantando un *like* si les gustó o un *dislike* si este reto no les gustó.

(se repite la indicación con los dos equipos)

-¡Ambos retos estuvieron increíbles! les agradecemos mucho su participación.

Antes de comenzar con la siguiente dinámica tomaremos un pequeño receso de cinco minutos para que puedan ir al baño o tomar agua y podamos continuar ¿ok?

Guión de dinámica 2 “Proyección de un reto peligroso”

-Muy bien chicos, vamos a continuar con la sesión. Ahora usaremos esta pelota para ceder la palabra a cada uno, sólo tienen que levantar la mano y en cuanto tengan la pelota en sus manos pueden comenzar a hablar.

-¿Tienen alguna duda?

-Muy bien, estamos listos, ahora les **mostraremos un video**, les pedimos que observen todo lo que sucede en él y después les haremos unas preguntas al respecto.

(Se proyecta video de: *Probando trucos raros de internet con fuego de Kimberly Loaiza*, Truco Manos con Fuego. Minuto 3:46 a minuto 4:41) Se reproduce dos veces.

Pregunta	Categoría de análisis	Observaciones para el moderador
¿Qué les pareció el video?	Toma de postura	Opinión y decisiones personales y grupales
¿Por qué?	Análisis	Tipo de argumentación del niño
¿Tú qué opinas de lo que dice_____?	Evaluación	Identificar errores de razonamiento de otros
¿Lo harías?	Toma de postura	Opinión y decisiones personales y grupales
¿Por qué?	Análisis	Motivos y razones de su decisión
¿Por qué creen que esté haciendo eso?	Evaluación	
y ¿qué opinas de eso?	Análisis	
Opción 1: Ahora, _____(nombre del niño) imagina que estás en la casa de su mejor amigo y te propone que hagan el reto del video. Además, sus papás salieron y nadie los vería ¿qué harían?	Evaluación Toma de postura	

<p>Opción 2: Ahora, _____(nombre del niño) imagina que estás en la casa de tu primo y te propone que hagan el reto del video. Además, tus tíos salieron y nadie los vería ¿qué harían?</p> <p>Opción 3: ¿Cómo se llama tu mejor amigo? Ahora, _____(nombre del niño) imagina que estás en su casa y te propone que hagan el reto del video. Además, sus papás salieron y nadie los vería ¿qué harían?</p>		
<p>De los videos de retos que han visto en YouTube ¿cuáles han hecho y...</p>	<p>Retos peligrosos</p>	
<p>... por qué?</p>	<p>Toma de postura</p>	

-Muy bien chicos, ahora les vamos a pedir que de forma ordenada elijan de esta mesa, una o más tarjetas que nos ayuden a definir qué tipo de video creen que es el que les mostramos.

(Se proporcionan tarjetas en blanco, crayolas y marcadores para que representen gráficamente sus ideas)

-Ahora cuéntenme, ¿por qué dibujaron o escribieron eso?

Guión de dinámica 3 “Ideas para una propuesta interdisciplinaria”

-Ok, ya para finalizar, diganme

Pregunta	Categoría de análisis	Observaciones para el moderador
¿Ustedes, con quién ven <i>YouTube</i> ?	Hábitos de consumo	Posibles influencias
¿Por qué creen que los niños deberían saber sobre los riesgos de los retos peligrosos?	Diseño centrado en el usuario	Necesidades
Si tuvieras oportunidad de proponer una idea para enseñarles a los niños sobre retos peligrosos ¿Cuál sería?	Medios digitales o análogos	Posibles productos
¿Si fuera un juego de mesa-video interactivo-canal de <i>YouTube</i> -red social como Facebook, sitio web para que te fuera atractivo y tuvieras ganas de usarlo cómo sería o qué características te gustaría que tuviera ?	Diseño centrado en el usuario	Motivaciones Aspectos de diseño y comunicación Aspectos didácticos

-Chicos hemos terminado por hoy. Les agradecemos mucho su participación y el que hayan compartido todas sus opiniones con nosotros.

-¡Nos vemos pronto!

(Finaliza sesión, a cada niño se le obsequia un detalle por su participación)

Material requerido para las dinámicas:

- Etiquetas
- Marcadores
- Marco de unicel imitando frame de *YouTube*

- *Props* de manitas de *like* y *dislike*
- Música de *YouTube*
- *Snacks* (jugos, palomitas o dulces)
- Tarjetas con diferentes categorías de videos (escritas e ilustraciones)
- Tarjetas en blanco
- Elementos varios: Muñecos de plástico, coches, pelotas, ilustraciones de objetos peligrosos (cerillo, gancho, spray, enchufe, cuchillo, celular, bicicleta, cubeta, agua, cigarros, ratonera, explosivos, veneno, fuego, pegamento), benda para los ojos, caja de cartón, botella de plástico, plastilina, globos, condones, gel antibacterial, Alka-Seltzer, Pepto-Bismol, jarabe para la tos, pelucas, antifaces, artículos de fiesta y pistolas.
- Cartulinas blancas
- Hojas de foamy y bond de colores
- Tijeras de diferentes formas
- Incentivos para los participantes

Transcripción de entrevistas escuela

Maestro de México

María

¿Qué te pareció el video?

Estaba bonito y me sorprendió

¿Lo harías?

Sí

¿Por qué?

Suena divertido, pero es peligroso también

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Porque es divertido

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Ligas en la sandía. Lo hice con mi hermano

Paola

¿Qué te pareció el video?

Está padre, porque, porque, pues es bonito pero, te puedes quemar y es peligroso

¿Por qué?

Porque están jugando con fuego, pero si usas las precauciones no te quemas

¿Tú que opinas de lo que otro dijo?

Pues, tiene razón porque desperdicias gel antibacterial y es peligroso

¿Lo harías?

Pues sí lo haría porque, pues, siempre que hago algo le pido permiso a mi mamá y si no me deja, pues no lo hago

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Por diversión, para hacer retos

Escenario hipotético

No porque es peligroso y yo solamente lo haría con la supervisión de mi mamá o de mi papá

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Personas con fuego ensimo, la chona challenge. He hecho la chona,

Canelo

¿Qué te pareció el video?

Fue sorprendente como pudo tomar el fuego con sus manos pero a la vez peligroso porque no se tiene que jugar con fuego

¿Por qué?

Porque te puedes hacer daño a ti mismo

¿Lo harías?

No pobre gel, se desperdicia mucho y aparte es un producto muy inflamable

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Por ganar dinero, por suscriptores

Escenario hipotético

No, porque puede ser peligroso

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Decir sí por 24 horas a mis papás. La botella challenge.

Cristina

¿Qué te pareció el video?

Me pareció bonito y está padre...y hay que tener cuidado pues con el fuego

¿Por qué?

Porque puedes causar un accidente

¿Lo harías?

No

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Por diversión, porque le gusta hacerlo

Escenario hipotético

No, que lo hagan ellos. Yo no lo haría, es peligroso y me da miedo

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

La botella challenge

Danaé

¿Qué te pareció el video?

Está bien pero no deberías jugar con fuego porque que tal si le llega a la ropa y se le incendia

¿Por qué?

Porque sí

¿Lo harías?

Sí

¿por qué?

Pues se me hace divertido, pero mi mamá tendría que estar viendo para que no causara un accidente

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Yo opino que lo hace por ...

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

24 horas en un brincolín. Licuados asquerosos

Chiquitín

¿Qué te pareció el video?

Es un poco interesante, pero a la vez peligroso

¿Por qué?

Porque desperdicias gel antibacterial ¡eso es muy caro!

¿Lo harías?

No lo haría ¡pobre gel antibacterial!

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

La botella challenge y un día completo en XBox

Said

¿Qué te pareció el video?

Este, se me hace muy peligroso porque, este, se, este, si mete las manos al fuego, además es gel antibacterial. Igual es peligroso, se te puede llegar a la ropa el fuego

¿Lo harías?

No se, yo creo que sí

¿Por qué?

Por que como dice Chiquitín, pobre gel antibacterial

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

No sé

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Licudados asquerosos. Me daba tentación de hacerlo

Diego

¿Qué te pareció el video?

Se ve bonito como prende el gel antibacterial, pero es peligroso el fuego.

¿Por qué?

Porque puedes causar un accidente

¿Lo harías?

Yo sí lo haría pero también se gasta mucho gel antibacterial

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Licudados asquerosos, estaba en mi cuarto pero mi primo vomitó

Fer

¿Qué te pareció el video?

Está bonito pero te puedes quemar

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Por

Escenario hipotético

No lo haría, porque puede haber un accidente

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Ninguno

Transcripción de entrevistas escuela

Jose Luis Vieyra Gonzalez

Fernando

¿Qué te pareció el video?

El video me pareció muy padre porque a la hora que la youtuber echó el gel, luego lo prendió y no se quemó las manos.

¿Lo harías?

Yo sí lo haría pero con precaución de mis padres para que me digan qué es lo que tengo que hacer y ya... si ya saqué las manos del fuego y mis papás me dicen -ya mételas al agua-, y ya las meto para que tenga más precaución en mis manos.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Por lo que también dijo aquí mi compañero Mark, para traer más gente a su canal y para entretener a los niños o a las personas. Yo le daría dislike

Escenario hipotético

Como dijo mi compañero Mark, yo le diría que no, que está loco. Porque es obvio porque quiere jugar con su cuerpo porque es una sustancia química que es muy inflamable y si metemos las manos mucho tiempo y luego las sacamos, ya no te la puedes quitar y te puedes hasta morir porque el mismo fuego se va recorriendo a todo tu cuerpo y te puedes hasta matar. Nel pastel.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Yo he visto el reto de 24 horas en una caja y yo lo he hecho. Primero en la mañana me desperté y armé la caja, eran como dos cajas y las junté. A la hora que las junté se volvió una caja grandota y yo me metí 24 horas ahí pero en la sala. Y luego en la sala se escuchaban ruidos. 24 horas y luego me dormí y luego desperté y ya.

Mark

¿Qué te pareció el video?

Me pareció muy bueno el reto, pero a la vez peligroso porque puede que no lo hagamos bien y nos podemos quemar las manos. y pues.... adiós manos.

¿Lo harías?

Sinceramente si (lo haría). porque me gustaría jugar con fuego pero a la vez no porque obviamente quiero cuidar mi cuerpo. Como que si como que no.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Para entretener a la gente para que haga eso. Pero sinceramente yo le daría dislike. La verdad se ve muy chidori hacer eso, pero sinceramente yo no quiero porque ya tuve una mala experiencia.

Escenario hipotético

Sinceramente le diría -estás loco-. Porque le diría que no se debe jugar con fuego pero sinceramente me daría curiosidad. Como que un 45% que sí y el otro 55% que no. Sinceramente lo haría a mi suerte, es que siempre para decidir algo.... como que si como que no, estoy indeciso. Creo que no.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

He visto varios pero los únicos que he hecho son dos. Uno es el juego de la fiesta del demonio y el otro es el juego de las escaleras y les contaré los dos. El juego de las escaleras lo hice como a media noche, mis papás habían ido a una fiesta y mi hermana se fué con su novio, ya que ya tiene 23 años y pues ya es medio independiente. Y pues en mi casa hay unas escaleras, las fui contando así y mientras iba avanza más calor sentía y escuchaba risas, murmullos y sentí que alguien me estaba tocando la cabeza, pero cuando ya estaba al medio del juego me quería escapar, pero mejor no. Pero cuando yo llegué hasta abajo escuché que alguien me dijo que escogiera un desea y pues yo le dije que no quería nada porque obviamente eso es mentira. Eso es lo que dice en el video pero a mi no me dijeron nada. Luego me volví a subir, pero cuando subí sentí un alivio pero tenía una venda en los ojos obviamente, pero cuando me la quité sentí que estaba en un mundo nuevo o algo así. Tienes que ir contando los pasos, te vuelvas a subir, si sigue igual el patrón es que lo hiciste mal, pero si hay un escalón de más es que lo hiciste bien. Y el otro

que hice hice fue la fiesta del demonio que consiste en que abras la puerta de tu cuarto y digas -oigan todos, hay una fiesta en mi casa que dura de las 12 a las 3:30 am. Y pues, cierro la puerta así como en 2 segundos y cierro, me quedo despierto en un solo lugar sin moverme, escuché muchas risas y murmullos, escuché que las cosas se caían, pero ya al momento de las 3:30 me paré rápido de mi cama y dije -oigan todos, ya acabó la fiesta así que adiós. Pero la verdad si sentí como muchos escalofríos. Y pues el que iba a hacer con unos amigos de mi hermano, era el hombre de media noche, pero mejor no lo decidí hacer porque no quería morir.

Rober

¿Qué te pareció el video?

A mi me pareció muy padre porque nadie podría hacer algo así con mucha experiencia, con muchos intentos.

¿Lo harías?

Bueno yo, pues sí lo haría. Porque nosotros nunca tenemos esa experiencia de poder jugar con fuego.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

A lo mejor para poder lograr sus sueños que tiene, ser una youtuber. A la vez está mal porque se le podría salir de control y ya no podría controlarlo. Y para poder atraer más gente para que pueda ser popular.

Escenario hipotético

Yo le diría que no, porque no tenemos ni una supervisión para que si pasa algo, nosotros a veces no sabemos qué hacer en caso de eso.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Yo vi un video de donde primero tenían que llevar agua con sal, un cuchillo y un peluche. Y tenías que sacarle todo el relleno y ponerle hilo rojo para que lo cocieras. Y en la bañera, tenías que ponerle agua y debías hacer 5 veces con el cuchillo. Ya después cerrabas la puerta y los espíritus que andan por ahí se le meten. Entonces el cuchillo lo dejabas ahí en

la bañera. Después abrimos la puerta y para poder quitarle el espíritu dentro del peluche, tienes que echarle el agua con sal.

Luz

¿Qué te pareció el video?

A mi me pareció muy padre pero a la vez también me pareció peligroso. Porque puede que no lo hagamos bien y podemos quemar un mantel o una cortina y eso puede llevar a otras cosas. Se me hizo padre, pero a la vez peligroso.

¿Lo harías?

Pues yo no lo haría, porque me da un poco de miedo y me da como cosa hacer eso.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

A lo mejor para atraer más gente a su canal. Y pues para jugar y saber que se siente... para tener una experiencia de eso. Está mal, podría hacer otras cosas que no son tan peligrosas en vez de utilizar eso, porque si se te sale de control....

Escenario hipotético

Yo también le diría que no. Porque como dijo Rober, yo sí creo que se necesita que alguien te esté supervisando porque puede pasar algo muy peligroso y entonces nosotros a veces no sabemos qué hacer. Entonces yo sí creo que lo haría cuando estén los papás.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Pues he visto varios, pero nunca hice uno. Pues, hay uno que si se me hace medio peligroso porque tienes que poner agua con jabón en las escaleras y subirlas pero bailando y se me hace peligroso. Nunca he hecho uno.

Ricardo

¿Qué te pareció el video?

Muy divertido pero a la vez tuvo que haber tenido mucha precaución porque se puede quemar y puede haber un accidente.

¿Lo harías?

Yo no lo haría por riesgo de mi cuerpo. me podría quemar, podría llegar al hospital y no quiero y mejor no.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Porque tiene pantallas para hacerlo, pero debe de tener la edad suficiente para poder hacer. Tiene como sueños. A veces está mal porque no sabe los accidentes que puede provocar.

Escenario hipotético

Le diría que no, porque como dice mi compañera Luz, no tenemos supervisión y puede hasta explotar con el mismo fuego porque si alguien no nos ve, pues podemos hacer otros tipos de cosas.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Yo he hecho el de la ballena azul. En las escaleras tienes que poner 7 cuchillos y los tienes que saltar, y después tenías que patearlos o sacarlos y después donde cayeran cada espíritu iba y para terminarlo, el espíritu, tienes que volver a poner los cuchillos donde los pusiste.

Issac

¿Qué te pareció el video?

Yo me sentí feliz porque estuve conviviendo con todos mis compañeros.... Chido porque la chava con el gel le echó y cuando metió las manos no se le quemaron. Estuvo divertido.

¿Lo harías?

Si lo haría. Porque estaría chido jugar con eso.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Porque lo que dice mi amigo Mark, yo no lo haría porque.... quiere que la gente esté con ella y que siempre quiere que la apoyen y siempre va a estar grabando sus videos. Hace sus videos porque los niños se divierten y luego se pueden ir al hospital y ya.

Escenario hipotético

Pues hacer lo que estaba haciendo la chava y como dice usted maestro jano, porque si no están estaría bien, si lo haría con mi compañero o con el que esté y cuando acabemos pues que siga el otro y si hay más amigos, que lo hagan.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Yo vi un reto que es el de los 3 magos y lo hice. Tenías que poner alrededor varios cuchillos y unas velas y como estaba el círculo tenías que poner.

Tenías que estar vendado de los ojos y te tenías que amarrar de una silla y tenías que ponerla en el espejo con los 3 magos que eran. Y yo cuando lo hice estaban junto a mi los 3 magos. Y cuando me la quité escuché voces que estaban gritando y cuando entré a mi cuarto estaban ahí girando y fui al baño, regresé y mi cama estaba caliente, y se estaba quemando mi cama. Estaba con mi hermano.

Transcripción de entrevistas

Instituto Rosner

Leo

¿Qué te pareció el video? ¿Lo harías?

Es divertido, pero, pues también es peligroso porque te puedes quemar. Sí lo haría por sentir fuego en mis manos.

Escenario hipotético

Estaba con un amigo y sí lo íbamos a hacer porque queremos tener fuego en las manos.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

No he hecho ninguno.

Zoé

¿Qué te pareció el video?

Mmm, porque es algo original que se prendan las manos.

Porque, pues en algún momento podría traspasar de más, el fuego podría llegar a tocar algo que no estuviera lleno de gel antibacterial.

¿Lo harías?

Estuvo padre el video, pero es peligroso, sí lo haría porque está padre jugar con fuego.

Escenario hipotético

Estaba con mi mejor amiga, no lo haría porque es peligroso y podemos llegar a quemar algo, si no nos quemamos nosotros quemamos algo.

Frida

¿Qué te pareció el video?

A mí se me hizo divertido porque como está tocando, la manera en que lo está tocando no se estaba quemando, así se me hizo divertido. Divertido y algo peligroso. El fuego fue divertido que lo estuviera tocando porque yo casi nunca uso fuego solo para la cocina y porque eso podría ser peligroso por quemarse.

¿Lo harías?

Sí lo haría.

Escenario hipotético

Estaba con mi perro sí lo haría para experimentar el fuego.

Ian

¿Qué te pareció el video?

¡Porque nunca he visto el fuego en mi vida!, no, porque siento que está muy padre el reto, porque está jugando con fuego y a mí no me dejan jugar con fuego.

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Por visitas, y pues claro ya tiene 16 millones de suscriptores, yo la sigo porque siento que es muy divertida.

¿Lo harías?

Sí lo haría porque se ve muy divertido.

Escenario hipotético

Estaba con mi mejor amigo, sí lo haría porque se ve muy divertido y yo creo que estaría padre hacerlo con un amigo.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

El de la canela, un cucharón y te lo puedo decir una cuchara, estaba tosiendo como loquito, tuve que tomar un buen de agua y luego pues ya, no se me paró como..., empecé a estornudar y a toser, no sé, tenía la canela aquí en la garganta y no hice nada solo esperarme a que se me pasara.

Zarah

¿Qué te pareció el video? ¿Lo harías?

Divertido porque se quemó las manos. No lo haría, es peligroso.

Porque que tal que con el gel antibacterial se quemaba de más y se quedaba sin manos.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

No he hecho.

Escenario hipotético

Zarah-Estaba con una prima, no lo íbamos a hacer porque es peligroso.

Mateo

¿Qué te pareció el video?

A mí me hubiera gustado que se retorciera del dolor. Porque en algún momento se va a caer el gel antibacterial y va a tocar tu piel y te vas a quemar todo todito toditito y te van a echar limón.

¿Lo harías?

Sí lo haría, el video me pareció bien, chido, lo haría, pero solo quemaría la ropa de mis perros, porque a los perros es ilegal. Sí lo haría porque se me van a iluminar las manos.

Escenario hipotético

Con un unicornio que no habla, es negro, mata gente.

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

No he visto videos de esos.

Transcripción de entrevistas

Vincent Van Gogh

Kaleb

¿Qué te pareció el video?

Este video ya lo había visto pero de esa Youtuber no, pero ya había visto de otros Youtubers que hacen eso, de que en vez de ponerlos en un plato nada más se lo ponen así en la mano y ya nada más le prenden fuego y ya

¿Lo harías?

Yo lo haría porque es divertido y además para que mi prima vea que es mágico

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Para tener más views

Escenario hipotético

Primero iría por una cámara, una cubeta de agua y ya nada más lo hacemos y ya

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Yo hice dos, el del chile, era igual nada más que había diferentes chiles en la mesa y te tapas los ojos y tenías que escoger y otro que era ahí de varios alimentos y adentro había insectos o algo diferente

Dylan

¿Qué te pareció el video?

Pues que ese truco es peligroso por el fuego, porque uno no debe jugar con fuego y ya lo había visto en otros Youtubers

¿Lo harías?

Yo a la vez si y a la vez no, porque es peligroso y si porque se me haría divertido

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Para tener mas views igual

Escenario hipotético

Yo no lo haría porque es peligroso y aparte no hay supervisión de un adulto

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Ninguno

Karla

¿Qué te pareció el video?

A mi me gustó y además ya lo había visto

¿Lo harías?

Yo si porque se me hace divertido

Escenario hipotético

Yo esperarí a que sus papás lleguen

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Yo la caja invisible, es una caja invisible que tienes que brincar

Mati

¿Qué te pareció el video?

Es peligroso porque el gel se puede calentar y te puedes quemar las manos o una parte de tu cuerpo

¿Lo harías?

Yo sí lo haría pero con supervisión de un adulto

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Para divertir a sus suscriptores y sus fans

Escenario hipotético

Yo traería una cubeta por si lo hago y luego si se me calientan las manos ya poner las manos en agua y no se me quemen

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

He comido un chile habanero

Vania

¿Qué te pareció el video?

Creo que esta mal también, porque según yo solo es si se apaga no te quema porque el alcohol se quita... (inaudible) si es peligroso pero creo que.... (inaudible)

¿Lo harías?

Yo no lo haría

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Para que la vean más, osea porque eso es interesante, entonces para que la vean más y le den likes

Escenario hipotético

Yo diría que sí, pero igual con una cubeta como ella lo hizo

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Si he hecho, dos, uno de slime y otro que es un challenge donde tienes que taparte los ojos y andar a ciegas todo el día

Diego

¿Qué te pareció el video?

Que mmm es muy peligroso eso y yo ya lo había visto con otro Youtuber

¿Lo harías?

Yo lo haría por tener muchos likes

¿Por qué crees que esté haciendo esto Kimberly?

Para tener más likes

Escenario hipotético

Yo le llamaría a mis papás y así ya lo podría hacer

¿Cuáles han visto y cuáles han hecho?

Mmm no he hecho ninguno, no me gustan los retos

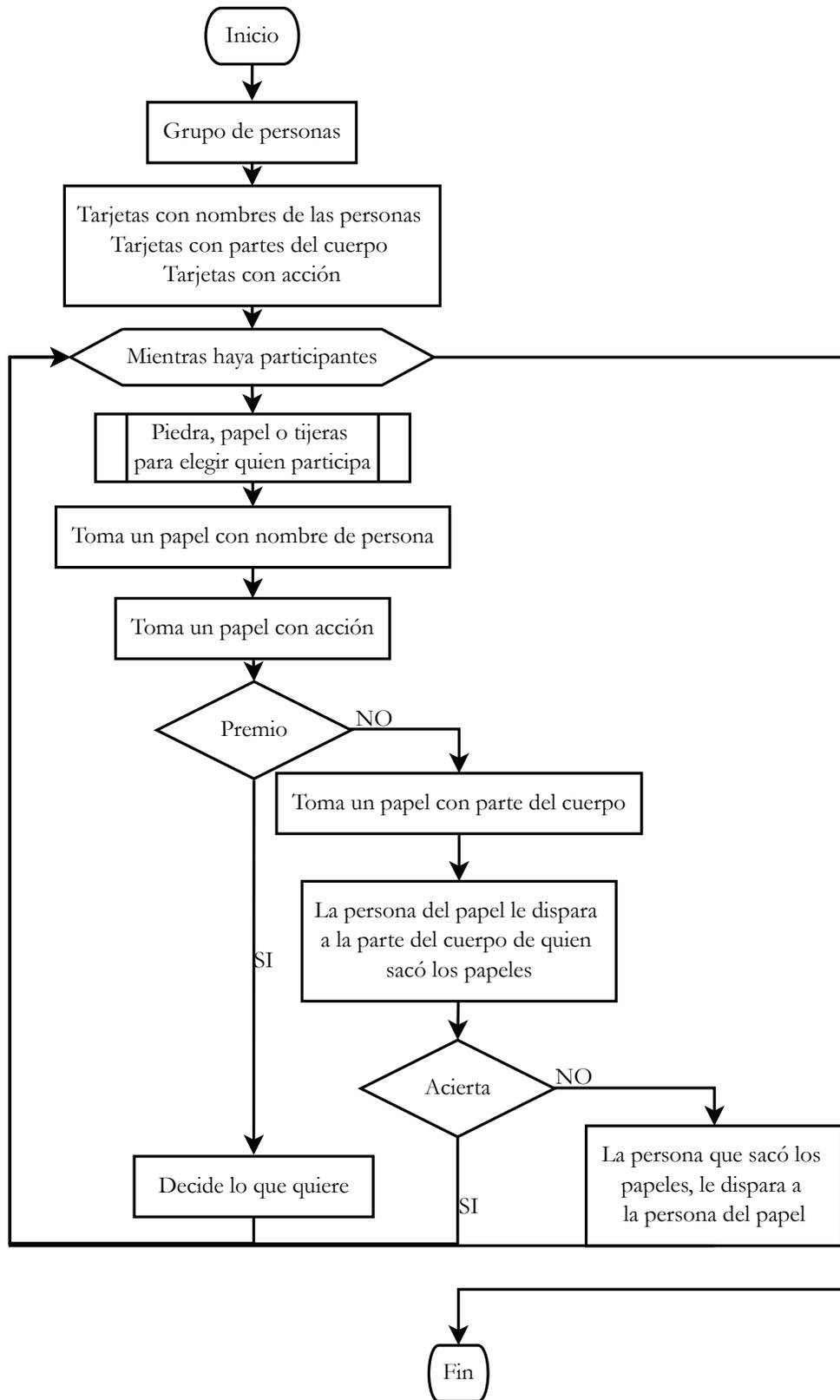


Diagrama de un reto presentado en el Colegio Vincent Van Gogh coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

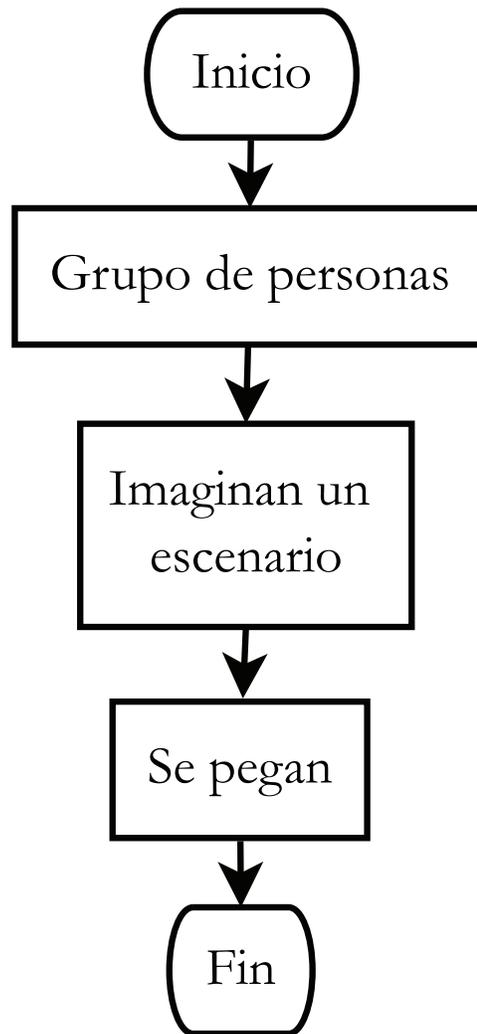


Diagrama de un reto presentado en el Colegio Vincent Van Gogh coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

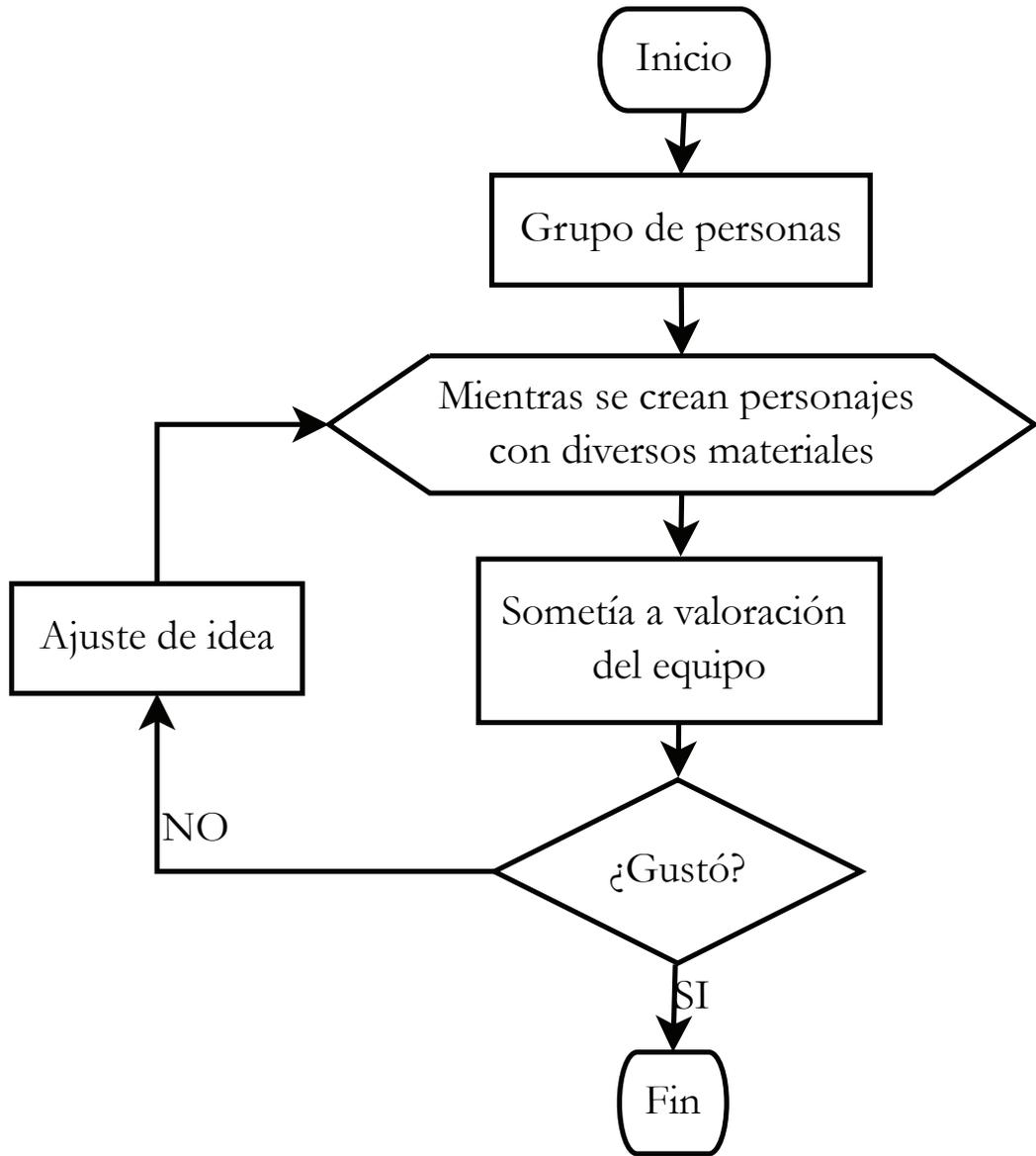


Diagrama de un reto presentado en el Instituto Rosner coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

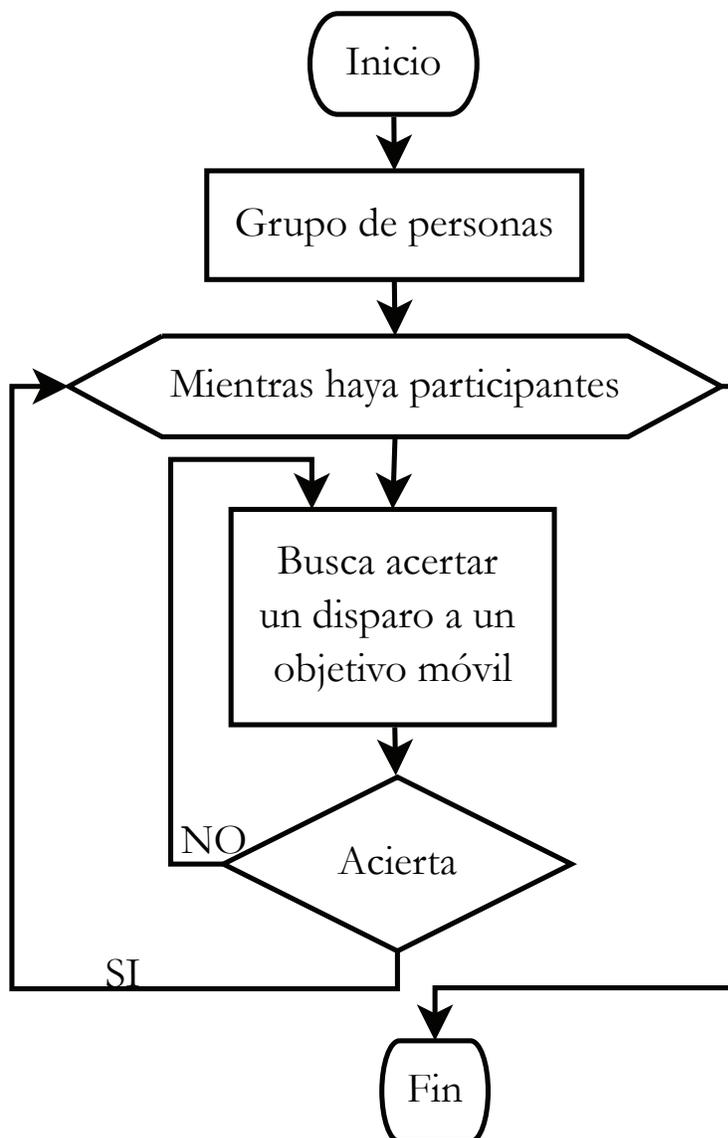


Diagrama de un reto presentado en la Escuela Maestros de México coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

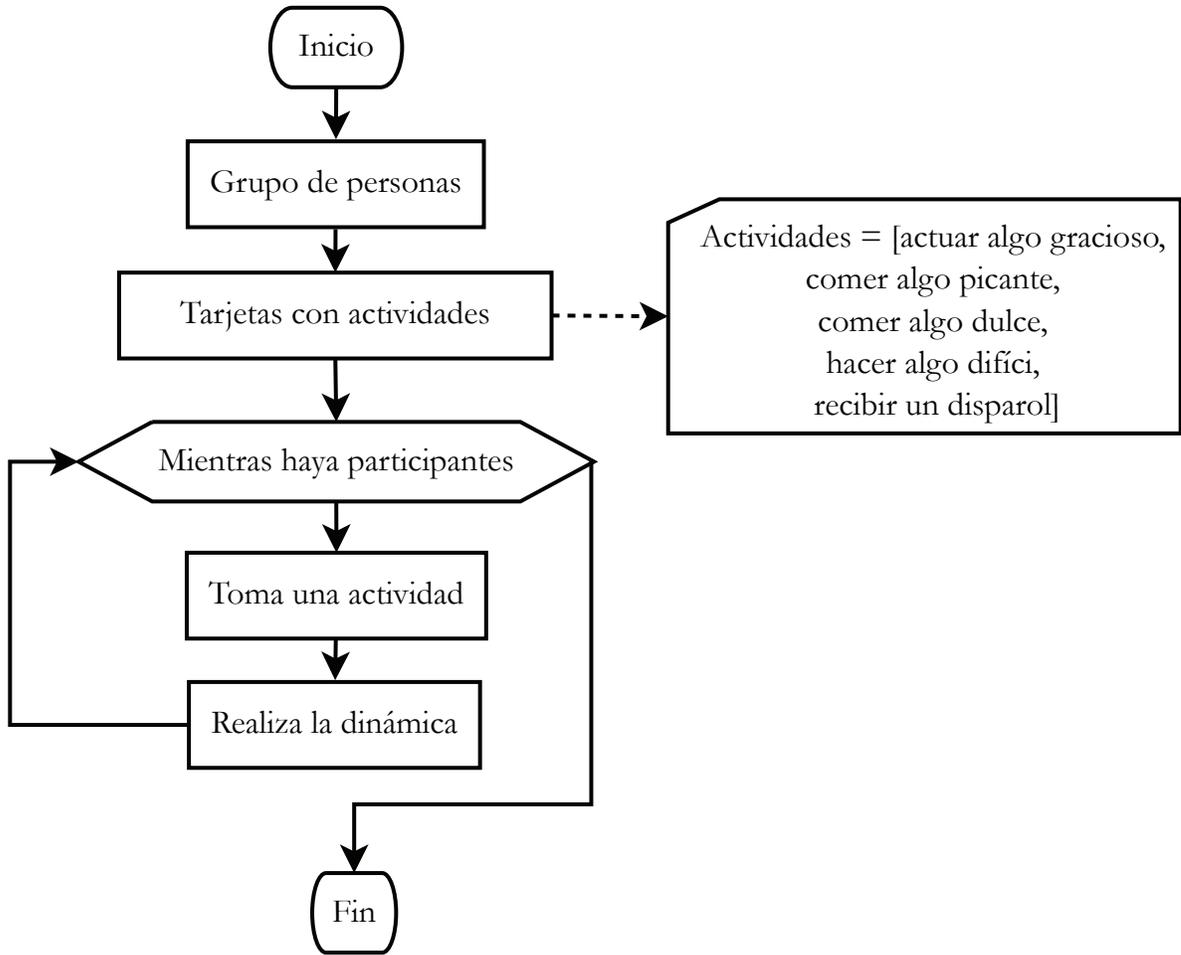


Diagrama de un reto presentado en la Escuela Maestros de México coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

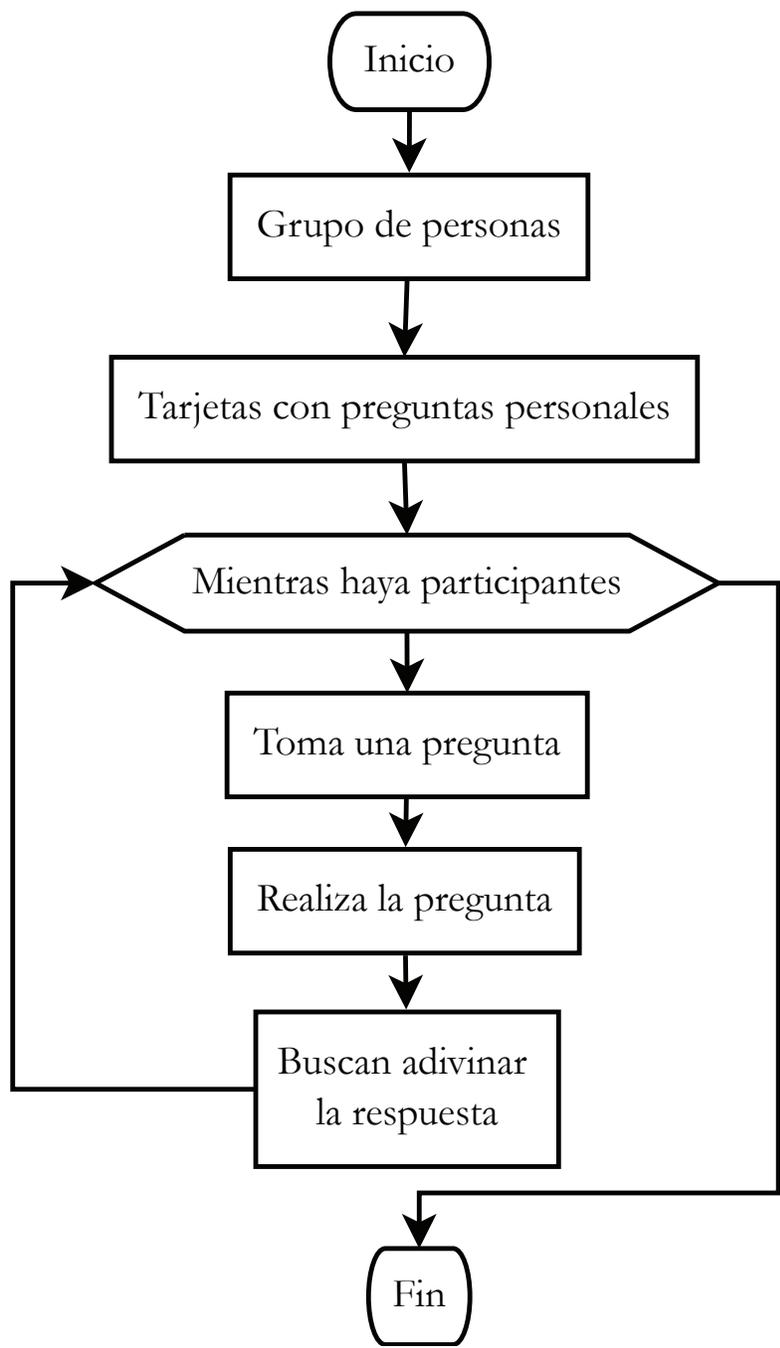


Diagrama de un reto presentado en la Escuela Maestros de México coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

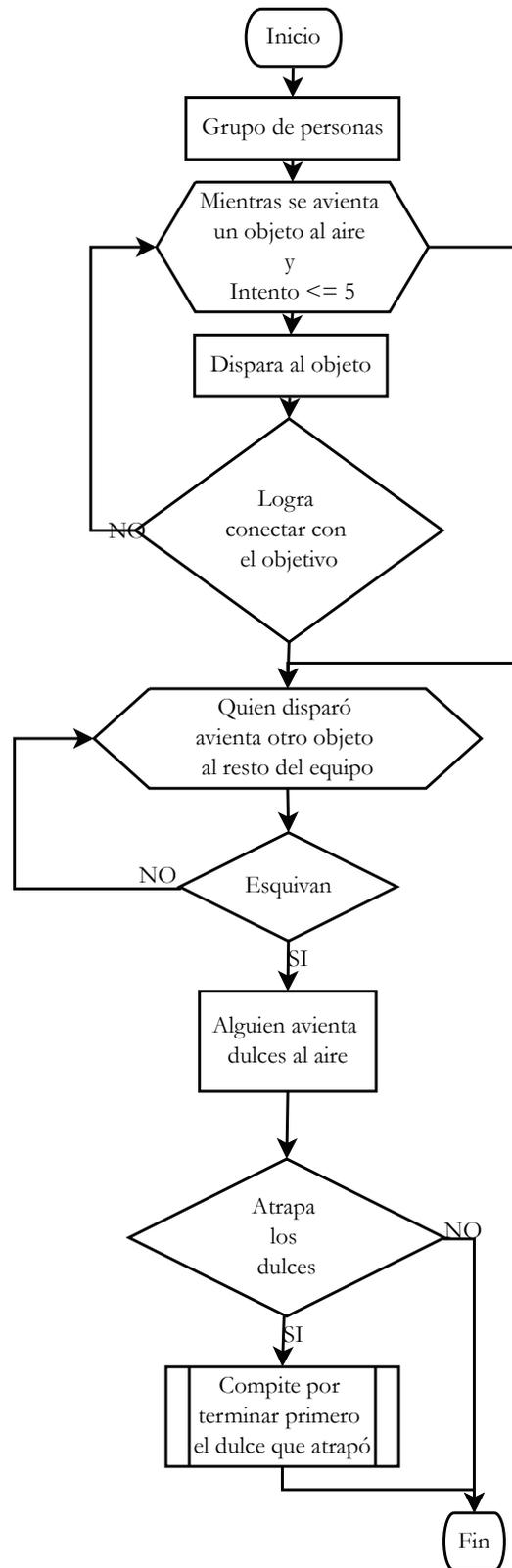


Diagrama de un reto presentado en la Escuela José Luis Vieyra coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

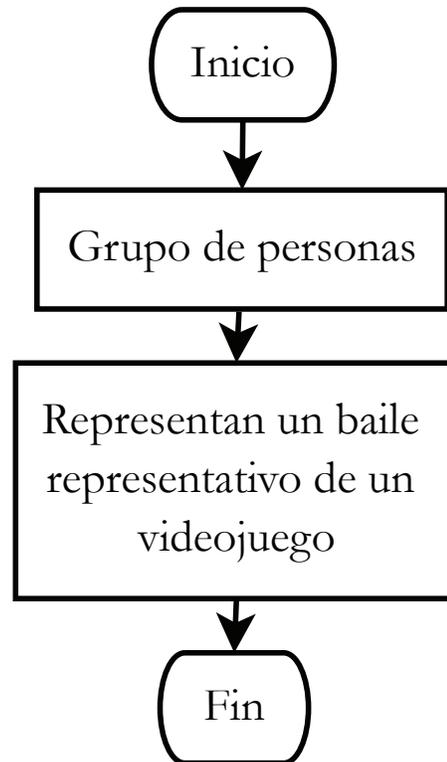
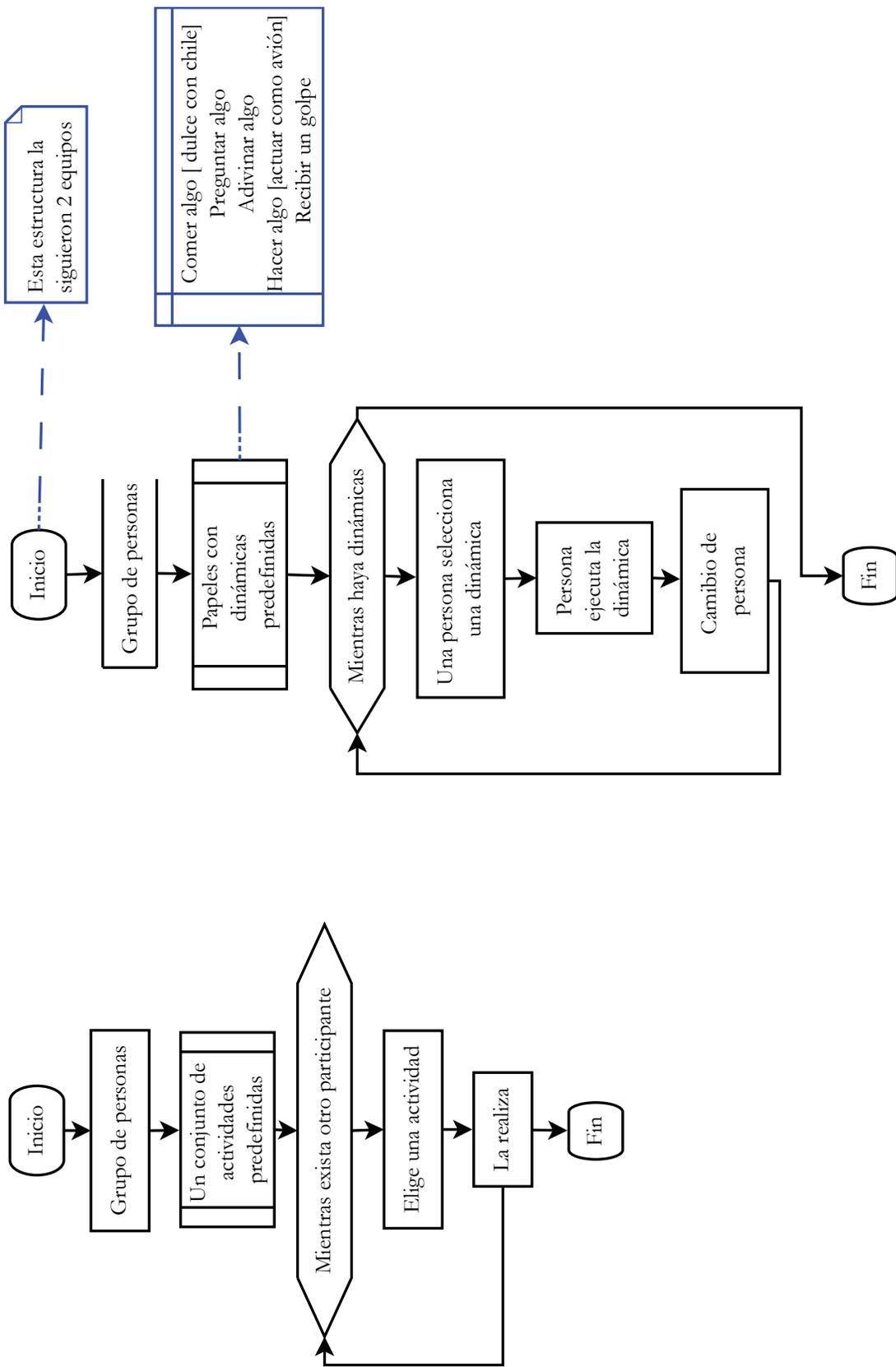


Diagrama de un reto presentado en la Escuela José Luis Vieyra coincidente con la Estructura 2 de los retos presentados por los participantes



Estructura 2 de los retos presentados por los participantes

	PREGUNTA	SOBRESALIENTE (A)		SATISFACTORIO (B)	
1	La sensación del momento es grabar videos aventándose desde un balcón a una alberca. ¿Tú qué haces?	Decido no hacerlo ya que la caída es muy riesgosa y puede tener graves consecuencias	No lo hago, puede tener graves consecuencias	Decido no hacerlo porque es muy peligroso	No lo hago, puedo no librarla
2	Una marca de ropa quiere patrocinarte, pero te pide a cambio que hagas un video prendiéndote fuego. ¿Qué haces?	No grabo el video y rechazo el patrocinio, ninguna marca vale mi vida	Mi vida y mi salud son más importantes	No grabo el video porque jugar con fuego es peligroso	No participo, puede ser peligroso
3	Te proponen hacer un video donde salgas comiendo distintos tipos de chile. ¿Qué haces?	No hago el video, eso podría ocasionarme una enfermedad estomacal seria	No, que diarreón	No hago el video, podría hacerme daño	No, ¡qué enchilada!
4	¿Qué idea te parece la mejor para un nuevo canal de videos donde aparecerás?	Un canal que sirva para crear conciencia sobre diversos temas	El canal más interesante	Un canal con contenido interesante para niños	El canal con contenido para niños
5	Se dará un premio y dinero a quien gane el concurso del video más peligroso ¿Qué decides?	No participo, ningún premio vale más que mi vida o mi salud	Mi vida y mi salud son más importantes	No participo, podría ponerme en riesgo	No participo
6	#NoMásBolsasChallenge. El reto es usar una bolsa de plástico en la cabeza y respirar rápidamente ¿qué dices?	Me puedo asfixiar si la bolsa se me pega al rostro o si un pedazo de plástico se me va a la garganta. Y ¿cuál es la razón del reto?	¿Bolsa en mi nariz y plástico en mi garganta? Nop	¿Y si me ahogo?	¿#NoMásBolsasChallenge? Mejor dicho, #Ahogado-Challenge, paso gracias
7	Tu canal dejó de tener seguidores y los retos peligrosos son la sensación. ¿te animas a grabar uno?	No son los seguidores que quiero y los retos peligrosos jalan gente de manera temporal. Yo paso	¿De la moda lo que te acomoda! Y esta no me queda	Retos peligrosos debe decir algo... son: PELIGROSOS	¡Retos PE..LL..GRO..SOS! ¡Siguiente!
8	Para una marca deberás hacer uno de los siguientes videos ¿cuál eliges?	Tomar 1 litro de agua purificada en menos de 10 segundos por 500 pesos	Tomar 1 litro de agua purificada en menos de 10 segundos por 500 pesos	Tomar 2 litros de agua purificada en menos de 30 segundos por 2 mil pesos	Tomar 2 litros de agua purificada en menos de 30 segundos por 2 mil pesos
9	Te sugieren hacer un video metiéndote algo por la nariz y sacarlo por la boca. ¿qué opinas?	Esta moda va a pasar pronto y el daño de meterme cosas por la nariz no tanto	¿Mocos de globo? ¡Mejor no!	Las modas van y vienen, este reto no va a durar	Estos retos nunca duran
10	La tendencia es hacer videos comiendo muchas hamburguesas en el menor tiempo posible ¿Qué eliges?	Comer hasta sentirme satisfecho	Me como las de siempre, pero con el turbo puesto	Comer lo más que pueda aunque quede un poco lleno	Siempre me como 2, hoy voy por 3
11	Se puso de moda hacer videos de retos usando fuego. Puedes ganar más seguidores. ¿qué dices?	Me puedo quemar el cuerpo, la cara o hasta causar un incendio, así que no los hago	No. Me puedo quemar el cuerpo, la cara o causar un incendio.	Puede ser peligroso, mejor no los hago	Puede ser peligroso, mejor no.
12	Estás a punto de llegar a tus primeros 1,000 seguidores. Tus amigos te proponen intentar algo más llamativo ¿Cuál eliges?	Haría un video divertido que no implique riesgos de ningún tipo, la seguridad es primero	Un video que no me ponga en riesgo de ninguna forma	Haría algo llamativo con algunas medidas de seguridad	Algo llamativo con algunas medidas de seguridad
13	Otro vlogger te reta a bailar bajándose de un coche en movimiento ¿Qué decides?	No acepto hacerlo. Puedo causar un accidente, lastimarme yo o a alguien más	No acepto. Puedo lastimarme o a alguien más	No lo hago, puedo chocar el coche	No lo hago, puedo chocar el coche
14	Hasta ahora, la mayoría de tus videos eran sobre videojuegos, pero te proponen cambiar la temática ¿Cuál eliges?	Tutoriales y documentales con temas divertidos y educativos para niños	Tutoriales, documentales, temas divertidos y educativos	Videos con retos entretenidos y chistosos que no sean peligrosos	Retos chistosos no muy peligrosos
15	Si tuvieras chance de volverte un vlogger muy famoso ¿Cuál sería tu perfil ideal?	Divertido, inteligente y siendo responsable de mis actos	Divertido, inteligente y responsable	Chistoso y un poco loco, pero precavido	Chistoso y loco pero siempre precavido
16	¿Cuál consideras que es el papel de los vloggers?	Influencers responsables de lo que dicen y hacen, pendientes de los gustos de sus seguidores, actualmente, son ejemplo para la juventud.	Influencers que cuidan lo que dicen y hacen para sus fans	Personas que se divierten con su trabajo y consideran las consecuencias de sus actos.	Divertirse y ser responsables en su chamba
17	Actualmente, tienes muchos seguidores y recién hubo un caso muy fuerte de bullying en tu escuela ¿Considerarías importante grabar un video hablando sobre esto?	Sí grabaría un video y le daría mayor importancia a lo mal que estuvo hacer bullying para así crear conciencia sobre el problema	Sí e intentaría crear conciencia del daño	Haría un breve comentario sobre el tema en mi canal, pero sin darle mucha importancia	Comentaría algo, pero no me clavo

Preguntas correspondientes a cada nivel y habilidad de Recepción crítica de los jugadores a evaluar en la aplicación

EN PROGRESO (C)		PRINCIPIANTE (D)		HABILIDAD
No estoy seguro de hacerlo, parece peligroso	No estoy seguro de que sea buena idea	Hago el reto y me convierto en estrella de Internet	¿Cuándo grabamos?	toma de postura
Consideraría no hacerlo, podría tener graves consecuencias	Mmm no lo sé	Planeo un video llamativo donde me prendo fuego en todo el cuerpo	¡Hagámoslo!	toma de postura
No estoy seguro de hacerlo, algo podría salir mal	No sé	Hago el video y como los chiles más picantes hasta llorar	Sí ¡hasta llorar!	toma de postura
Un canal con algunas bromas pesadas	El canal más bromista	Un canal extremo, con muchos riesgos y retos	El canal más arriesgado	análisis
Consideraría no participar, algo podría salir mal	Creo que no es tan buena idea	Un video donde salto desde mi ventana al brincolín	Saltar al brincolín desde mi balcón	análisis
No se, hay retos que no salen bien y este me late que será uno de esos	Y si...? Bueno, pero...?	La causa es buena... los likes. #NoMásBolsasChallenge	La causa es buena: muchos likes. #NoMásBolsasChallenge	análisis
Un video me puede atraer las miradas y ser el impulso que necesito	Un video nada más, un millón de seguidores y ya	A grabar y hacerme viral! #SinMiedoAlÉxito	A grabar y hacerme viral! #SinMiedoAlÉxito	evaluación
Tomar agua de un charco por 2 mil pesos	Tomar agua de un charco por 2 mil pesos	Toma un vaso de agua del escusado por \$10 mil y hazte viral	Toma un vaso de agua del escusado por \$10 mil y hazte viral	toma de postura
¿Quién me lo sugiere? Las cosas de quien vienen	Depende, ¿quién lo sugiere?	Ya he visto a miles hacer esto y no les ha pasado nada. Esto es pan comido	¡Pan comido!	evaluación
Comer hasta que me duela la panza	Un sal de uvas y subirme al tren	Comer muchísimas hamburguesas hasta vomitar.	Comer, vomitar y volver a comer	toma de postura
Igual y lo hago, pero considero algunas medidas de seguridad	Igual y lo hago, pero con cuidado	Busco la forma más llamativa para hacer el video, ¡entre más peligro haya, más likes!	Claro que lo hago, ¡entre más peligro, más likes!	toma de postura
Haría un video de reto peligroso, solo hay que tener cuidado	Un reto peligroso. Con cuidado y no pasa nada	Definitivamente me grabaría haciendo un video de un reto peligroso y con mucho riesgo	Un reto muy peligroso, porque tiene que llamar la atención	evaluación
Revisaría los riesgos que implica y lo haría con un adulto	Lo haría con un adulto y con cuidado	¡Lo hago! no puedo quedar mal ante mis seguidores	¡Lo hago! no puedo quedar mal ante mis seguidores	toma de postura
Videos haciéndole bromas pesadas a mis amigos y familia. ¡Eso estaría divertido!	Bromas pesadas a familia y amigos	Videos con actividades riesgosas. ¡Eso le gustará a mis seguidores!	Actividades muy riesgosas	análisis
Aventurero y temerario, corriendo algunos riesgos con protección	Aventurero y temerario	Arriesgado y extremo, ¡sin miedo al peligro!	Extremo y sin miedo al peligro	análisis
Personas que se divierten mientras se vuelven famosos, a veces no consideran riesgos de sus actos.	A veces tomar en cuenta algunos riesgos	Personas que hacen lo que sea por obtener fama y dinero	Famosos que le entran a todo sin miedo	evaluación
Considero que está mal lo que pasó, pero ese no es mi problema	¡Qué mal eso que pasó!, pero no me incumbe	No haría el video ¡qué aburrido!	¡Aburridoooo!	análisis

	PREGUNTA	SOBRESALIENTE (A)		SATISFACTORIO (B)	
18	Un video que hiciste salió mal y tuviste que ir al hospital, pero tuviste muchas vistas y ahora eres popular. ¿Qué decisión tomarás?	No volvería a hacer algo así, y además grabaría un video mostrándoles a mis seguidores las terribles consecuencias	Ni loco lo vuelvo a hacer y mejor muestro las consecuencias	Para nada volvería a hacer algo así. Casi no la libro	A penas la libré, me arrepiento
19	Un nuevo reto peligroso circula en internet, pero muy popular ¿Lo harías para compartirlo con tus seguidores?	No lo haría y realizaría un video alertando sobre los riesgos de ese tipo de retos	Obvio NO y alerta sobre los riesgos	No lo haría, pues puede ser riesgoso	No estoy loco, podría dañarme
20	Tus seguidores te piden hacer el reto de no comer y beber durante 24 horas ¿Qué decides?	No lo haría porque no quiero terminar en el hospital lastimado	Absolutamente NO, me voy a perjudicar	No lo haría	Mejor no
21	Si pudieras convertirte en el vlogger más exitoso ¿Cuál perfil elegirías?	Alguien que busca crear conciencia sobre problemas actuales que dañan al mundo y a las personas	Alguien que crea conciencia sobre problemas de la sociedad y el mundo	Alguien reconocido por sus videos interesantes y entretenidos	Alguien con videos interesantes y divertidos
22	En una de tus transmisiones en vivo te preguntan ¿Por qué crees que los niños no deben ver videos para grandes? Tu respondes:	Porque hay contenido que como niños aún no podemos entender y solo nos confunda	Porque hay contenido que aún no podemos entender y nos puede confundir	Porque no podemos ver escenas de desnudos, violencia o groserías	Porque no podemos ver desnudos, violencia o groserías
23	Si tu vlogger o influencer favorito te pide que te grabes metiéndote un condón por la nariz ¿qué harías?	No lo haría porque me puedo ahogar y morirme en el intento	No lo haría. Me puedo ahogar y morirme	No lo haría ¿qué tal que se me queda atorado?	No lo haría ¿qué tal que se me queda atorado?
24	Si para tener más seguidores tienes que contar un secreto personal o mentira de tu mejor amiga o amigo ¿qué harías?	No lo haría, es mi amigo y lo estimo nunca diría o haría algo para lastimarlo	No lo haría. Lo estimo y nunca haría algo para lastimarlo	No lo haría porque es mi amigo, igual y se enoja	No creo. Igual y se enoja conmigo
25	Tienes un video muy popular con la música de tu cantante favorito, tu representante te pide le cambies la música para evitar problemas legales. ¿Qué harías?	Cambio la canción. Lo mejor es alejarte de cualquier tipo de problema legal. Además podrían quitarme mi video que ya es popular	Cambio la canción. Me podrían quitar mi video, además no quiero problemas legales	La cambio, no quiero problemas legales	La quito, no quiero problemas
26	Se te plantea hacer un video de acción y aventuras, ¿qué harías?	Haría un video de aventuras científicas donde la acción sean los efectos o reacciones de los experimentos	¡El hombre ciencia! Derrotando al aburrimiento	Me grabaría haciendo un reto aventurero, pero sin dañarme o poner en riesgo a otros	A practicar rappel
27	Hay que grabar un video con animales ¿cómo lo harías?	Un video con un trato digno y responsable de las mascotas puede ayudar a generar conciencia	¡Un día en el zoológico!	Los animales son geniales, grabarlos haciendo cosas chistosas siempre funciona	¡Gatitos tocando el piano!
28	Si tuvieras que grabar un video de ayuda a otros ¿qué grabarías?	Que una sola persona ayude no es tan trascendental como el que entre una comunidad se tiendan la mano	Una cadena de favores	Ayudar a más de una persona y buscar compartir esta actividad	Un día ayudando a alguien
29	Subiste un video inadecuado a tu canal y la plataforma de videos te mandó una advertencia, pero eres muy famoso, ¿qué harías?	Lo bajaría para ajustarlo, pues estoy consciente que fue inadecuado y debo cumplir con las reglas	Lo vuelvo a editar	Lo bajaría y no volvería a grabar videos al respecto	¡Adiós video!
30	Te piden grabar un video donde hagas caras chistosas mientras comes algunos alimentos ¿qué comida escogerías para tu video?	Si como cosas ácidas, las muecas salen naturales	Lo ácido mueve los músculos del rostro	Con el limón y el chile siempre hago muecas	Un limoncito, un chilín y parezco Zepillín
31	Es tiempo de pasar 24 horas dentro de una maleta. No baño, no agua, no comida y definitivamente NO SALIR ¿Lo harías?	No lo hago, algo malo podría pasarme si dejo de comer o tomar agua tanto tiempo	Primero está mi salud, no me arriesgaría por algo así	Paso, gracias	Paso, gracias
32	Tu video sobre pegar tus labios con hielo y sal ha sido prohibido por la plataforma ¿qué está pasando? ¿cuál fue el error?	Estoy poniendo en riesgo mi salud	No debo poner en riesgo mi salud por algo así	Definitivamente es riesgoso, no más videos así	Seguro es por el riesgo
33	¡Oferta! Sube tu canal a 1 millón de seguidores por sólo mil pesos. ¿Quieres?	No acepto, prefiero conseguirlos por mis méritos con seguidores reales	No acepto, es ilegal	No acepto, eso es trampa	Debe ser una trampa

EN PROGRESO (C)		PRINCIPIANTE (D)		HABILIDAD
Seguiría haciéndolos pero haría unos menos peligrosos	Quizá unos cuantos más si los aguanto hacer	Seguiría haciendo esos videos, ¡viva la fama!	¡Yupiii más de esos!	toma de postura
Intentaría hacerlo, pero si se pone peligroso quizá lo deje	¡Qué tanto es tantito!, pero me cuido	¡Seguro! suena muy divertido	¡Seguro! ¿dónde firmo?	evaluación
Lo haría, pero quizá haga algunas trampas para que mis papás no se den cuenta ni me regañen	Medio lo haría con trampas para que no me cachen	¡Claro, lo que mis seguidores pidan!	¡Lo que mis seguidores pidan!	toma de postura
Divertido, buena onda y con muchos seguidores	Divertido, buena onda y con muchos seguidores	El más famoso y millonario	El más famoso y millonario	evaluación
No podemos ver personas desnudas	No podemos ver personas desnudas	¡Seguro es solo por molestar, ya ves como son los adultos!	¡Seguro solo es por molestar, ya ves como son los adultos!	análisis
Igual y lo hago, pero con cuidado y supervisión	Puede ser... con cuidado y supervisión	¡Lo hago! no puedo quedar mal ante mis seguidores	¡Lo hago! no puedo quedar mal ante mis seguidores	análisis
No se, igual y lo hago. Depende de cuantos seguidores me dan	Igual y lo hago. ¿Cuántos seguidores me dan?	Sí lo haría, igual gano más dinero y nuevos amigos	Sí lo hago. Ganaré más dinero	evaluación
La dejo, pero le hago unos pequeños cambios a la canción	La dejo, pero le hago unos pequeños cambios a la canción	No cambio nada, así como está ya es muy popular,	No cambio nada, así como está ya es muy popular,	toma de postura
Copiaría una escena popular y peligrosa de mi videojuego favorito	Volaré como Superman	Haría algo loco, travieso y peligroso, aunque me lastime	Si hay sangre, hay vistas	toma de postura
Haría una mezcla de videos donde se vean animales peleando o personas que le hacen daño a los animales	¡Los animales son aburridos! ¿quién los quiere ver?	Grabar sangre y violencia siempre es la conuinación ganadora	¡Una pelea de perros!	evaluación
En esta plataforma lo que grabes es por gusto no por deber, no tengo que grabar nada	¿Cómo? Yo no tengo que grabar nada	Que flojera grabar videos de ayuda	Paso sin ver	análisis
Lo bajaría, pero abriría otra cuenta de usuario para seguir subiendo lo que quiero	Supongo que bajarlo ¿no?	No lo bajaría, es mi gusto y ese video me hizo popular y famoso	¿No saben quién soy? Yo no bajo nada	evaluación
Mezclaría comida de todo tipo ¡entre más asqueroso mejor!	¡Licuado sorpresa!	Las caras chistosas dan risa, pero si le sumamos riesgo: dan seguidores	¡Ruleta de la muerte! Con alimentos caducos	evaluación
No creo que sea buena idea	Mmm, no lo sé	Si, ¿cuándo comenzamos?	¿Cuándo comenzamos?	evaluación
No estoy seguro sobre que salió mal, si advertí que no se hiciera en casa	No tengo idea	Soy tan famoso que me están queriendo robar mis vistas	Me quieren sabotear	Análisis
Quizá lo considere ¿si no son seguidores reales, no habría problemas legales?	Quizá lo considere	¡Va! ¿Dónde pago?	¡Va! ¿Dónde pago?	toma de postura

	PREGUNTA	SOBRESALIENTE (A)		SATISFACTORIO (B)	
34	¡Fiesta de vloggers! Sólo tienes que comer una cubeta de huevos crudos en 1 hora	Definitivamente no lo hago, puedo terminar con una fuerte infección estomacal	No acepto, luego ni como curarme esa diarrea que me daría	No lo creo, seguro terminaré vomitando	Mejor no, seguro termino vomitando
35	¡Chisme! Germanflo está en el hospital después de pegar sus manos con pegamento blanco por un día	Era de esperarse, ese pegamento no está hecho para ponerse en el cuerpo y por tanto tiempo	¿Y qué esperaba? Espero no haya sido grave	Solo a el se le ocurre hacer esas cosas, espero no haya sido muy grave	¿Cómo se le ocurre?
36	Los Bolinesios han perdido 1 patrocinador porque NO quisieron colgarse de cabeza por 6 horas ¿qué opinas?	Yo habría hecho lo mismo, prefiero protegerme y buscar otro patrocinio	¡Genial! no son los únicos patrocinios y va su salud de por medio	Estuvo bien, LosBolinesios siempre cuidan lo que hacen y muestran en sus videos	Ellos siempre se cuidan
37	Necesitas subir tus seguidores ¿qué opción eliges?	Aunque sin vistas no hay canal. También es cuestión de trabajo y constancia más que de viralidad	Écharle los kilos con contenido más interesante y único	Podría ayudar si subo 2 videos semanales y los publico en más redes sociales	Ayudaría la frecuencia de videos y en otras redes
38	Tus seguidores te retan a que te grabes por la noche espantando gente debajo de un puente ¿qué harías?	Varias cosas podrían salir mal. Si no les gusta mi contenido, hay muchas opciones en Internet	Primero mi seguridad, sino les gusta mi contenido son libres de irse	Espantar a la gente puede provocar accidentes	¡Ni más, eso está manchado!
39	¡Los videos de niños peleando se están poniendo de moda! ¿Qué opinas, lo haces?	No lo haría. La violencia lastima y me pueden cerrar el canal	La violencia trae más violencia y me pueden cerrar mi canal	No creo que sea buena idea, quizás me traiga problemas	No es mi estilo, quizá traiga problemas
40	ElGüerusOMJ se está quejando que le han quitado el dinero de sus gameplays ¿Qué opinas de esto?	Las reglas son claras y él no deja de gritar, molestar e insultar a los otros jugadores ¿eso está prohibido!	Ante reglas claras no entendi: molestar e insultar está prohibido	Esta plataforma cada vez es más estricta. O sea, sí se equivocó, pero no hay por qué quitarle el dinero	¿Qué esperaba con el tipo de contenido agresivo que muestra!
41	¿Qué harías si te encuentras un video muy popular de unos niños golpeando a otro que no puede defenderse?	Denuncio el video ya que las cosas no se resuelven a golpes	Lo denuncio y que lo bajen	Si no le doy difusión, dejará de crecer y pronto se apagará	Si no lo ves, deja de ser viral y se olvida
42	En los comentarios de uno de tus videos, el seguidor que más “likes” te da, empieza a insultar a otros ¿qué harías?	Borro los comentarios para no promover los insultos y hablo del tema en uno de mis vlogs	Borrar los comentarios y un vlog al respecto	Borro los comentarios	Borrar los comentarios
43	Si quieres conocer lo más nuevo en tecnología ¿cómo lo buscas en internet?	Pongo distintas palabras clave al respecto y reviso los autores de las notas para comprobar su veracidad	Palabras clave y a leer a más de uno	Pongo algunas palabras clave y reviso el primer resultado	Tecnología, avances, modernidad y novedad me darán lo que quiero
44	Te piden hacer un video informativo sobre la historia de los videojuegos ¿En dónde buscarías información?	En blogs, artículos y revistas especializadas en videojuegos	Google Scholar	En videos de personas hablando sobre videojuegos	Google
45	Tienes que hacer un video donde hables sobre el sistema solar. ¿Dónde buscarías información?	En un lugar donde haya más de un libro en el que pueda consultar	Una biblioteca	Debe haber un libro con esto	Una enciclopedia
46	Hay muchos vloggers interesados en hacer un video contigo. ¿A cuál elegirías?	Alguien famoso y entretenido que siempre aporta datos interesantes y nuevos a sus videos	Famosos, interesantes y originales	Alguien divertido y amistoso con los seguidores	Buena onda con muchos seguidores
47	Tienes que hacer un video acerca de cómo cuidar gatitos ¿quién podría ayudarte?	La organización “Protección Felina”, pues se especializan en el tema	PETA	Una tienda para mascotas no es mala idea, alguien debe saber un poco	Alguien en una tienda para mascotas
48	Un conocido vlogger hará un artículo sobre ti y tu canal. ¿Cómo te gustaría que te identificaran en este artículo?	Como el mejor vlogger de todos los tiempos con el contenido más interesante y original. Que cae bien	El mejor vlogger de todos los tiempos. Por su innovador contenido	Como el vlogger “chistoso y divertido”	El vlogger buena onda
49	Se vienen los Premios Anuales de Videos en Internet. ¿En qué categoría te gustaría estar nominado(a)?	Contenido más interesante, llamativo y novedoso	Mejor contenido novedoso e interesante para todo el mundo	Contenido más divertido	Contenido más chistoso y divertido sin dañar a otros
50	En el chat de uno de tus videos, mucha gente se molesta porque dicen que fuiste ofensivo en uno de tus comentarios ¿qué haces?	Me disculpo y explico verdaderamente que nunca quise ofender a nadie	Me disculpo explicando el porqué la regué	Digo que todo fue un mal entendido y no vuelvo a hablar del tema	Explico que fue un malentendido

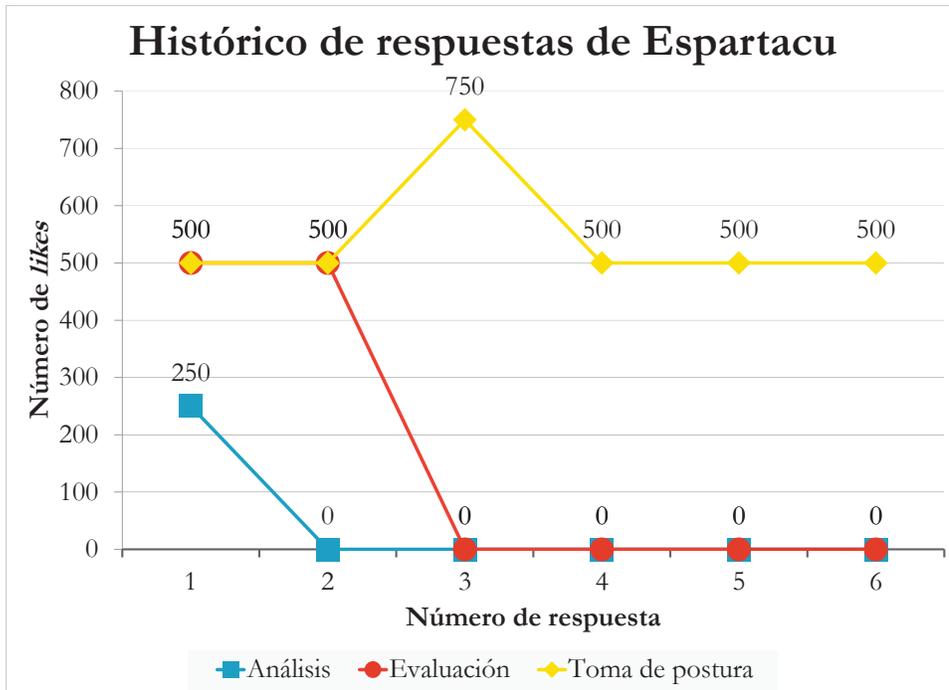
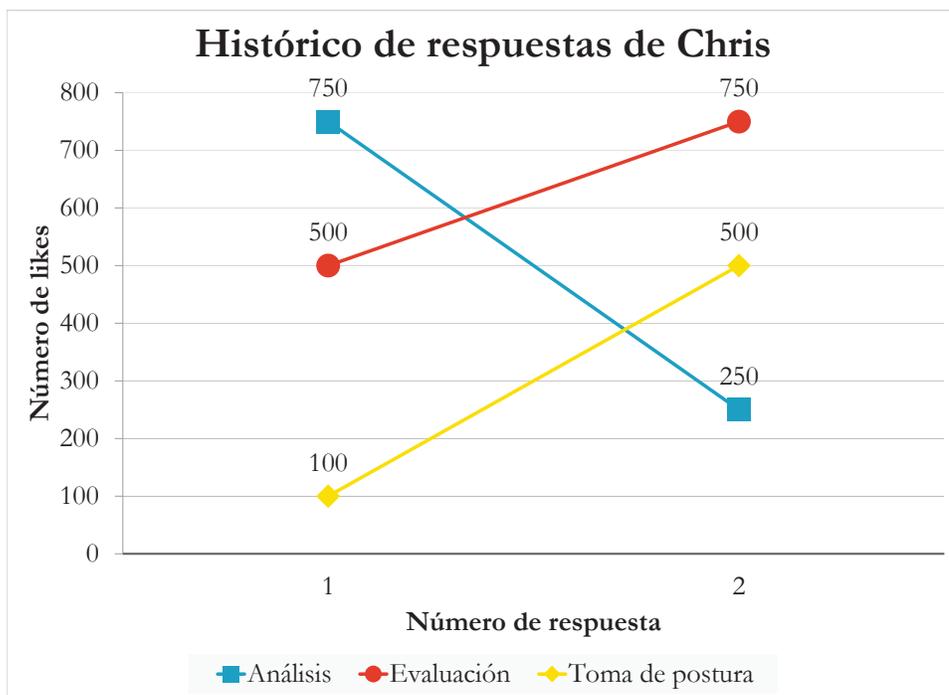
EN PROGRESO (C)		PRINCIPIANTE (D)		HABILIDAD
¿Eso no es mucho colesterol? creo que no es buena idea	Mmm, quizá no sea buena idea	¿Fiesta? ¿En una hora? Trae mi cámara	¡Traigan la cámara!	toma de postura
Quizá debió probar con menos tiempo	Debió hacerlo con menos tiempo	¡Que tonto! Le voy a enseñar como se hace	¡Novato!	análisis
Ellos pueden hacer eso porque tienen millones de seguidores; mi canal está creciendo, yo no podría negarme	Ellos cómo quiera ¿pero uno?	Ellos se lo pierden: ¡Dinero es dinero!	¡Lástima, lana es lana!	análisis
Creo que es momento de hacer un reto que esté de moda	Creo es momento de un reto de moda	Haré un video viral de reto peligroso y ¡bienvenida la fama!	¡Venga lo viral y peligroso, seguro exitoso!	evaluación
¿Y si me espantan a mí? Mejor lo hago en el día	De día podría funcionar	A ellos les debo estar donde estoy, no hay nada que no hiciera por mi público	Me debo a mis seguidores	evaluación
Suena bien, pero es difícil recrear una pelea, ¿y si mejor edito una compilación de otras peleas?	No estoy seguro	Obvio sí hago el video ¡golpes y sufrimiento!	¡Golpes, golpes!	toma de postura
¡Qué le devuelvan su dinero al Güerus!	¿Qué tanto es tantito?	¡Hagamos todos los mismos videos! A ver si nos quitan el dinero a todos	¡Ash, qué exagerados! todos lo hacen	Análisis
No lo sé. Si lo denuncio y no lo bajan, sólo voy a quedar mal	¿y si lo denuncio y no lo bajan?...	Lo comparto con todo el mundo y hago un video donde aparezca esa golpiza.	¡Está muy gracioso! Compartir	toma de postura
No puedo hacer mucho, no mando en las decisiones de mis seguidores	¬_¬ ¿qué puedo hacer si yo ni fui?	Lo dejo hacer lo que quiera. Él es mi seguidor principal y además comparte mis videos.	*o* trolles siempre habrá. Arriba y adelante chicos	toma de postura
Pongo la pregunta tal cual en el buscador	Le pregunto a San Google	Lo busco en la enciclopedia actual más famosa	Wikipedia ¡ayuda!	evaluación
En el buscador pondría: videojuegos	Wikipedia	En los videos de gente que juega videojuegos	Twitch	evaluación
Las monografías tienen todo lo que necesito y resumido	Una monografía	En facebook debe haber algo	En facebook	evaluación
Quizá a alguien acosador y un poco tonto	Medio bobo	Alguien que graba bromas pesadas en la calle, medio loco y que se burla de la gente	Burlón y arriesgado	análisis
En algún blog en "Blogspot" ¿Preguntando se llega a Roma!	¡Preguntando se llega a Roma!	No tengo idea de quién podría ser	¡Ni idea!	análisis
El que se burla tantito de otros, pero divertido	El vlogger	El rey del bullying	Rey del bullying	análisis
Mejores chismes	El canal más chismoso, pero divertido	Canal más riesgoso	El canal sin filtro, donde ves de todo	análisis
Les pido que se calmen y que lo dejen pasar	Creo que exageran. No fue así	No hago nada, no me importa	¡Jejeje! No me importa	toma de postura

	PREGUNTA	SOBRESALIENTE (A)		SATISFACTORIO (B)	
51	Los videos de "Papás reaccionando a..." son un hit. ¿Qué tal "Mi papá reacciona a mi muerte"?	¡Obvio no! No está bien jugar con esas cosas por más que sea chistoso	No está bien jugar con esas cosas	¿Quién querría ver a mi papá? No creo que sea buena idea	No creo que sea buena idea
52	Los comentarios en tu contra nunca faltan. Lo más raro es que siempre son de los mismos usuarios. ¿Qué opinas?	No entiendo sus motivaciones, pero algo es seguro: son mis fans más fieles. Ellos me siguen viendo y a mí me siguen pagando, lo que escriban no le afecta a nadie.	No comparto su opinión y lo que escriben no afecta a nadie	No los entiendo, si no les gusta mi contenido ¿por qué me ven? Ni modo, Internet es libre	Ni modo, Internet es libre
53	¡No aparecen en las tendencias de tu primo extranjero! ¿Qué está pasando?	Las tendencias son por zona y yo no publico nada que no sea de mi país. Además, todo el contenido es personalizado, depende de lo que él suele ver	Las tendencias son por zona. También depende de lo que él suele ver	¡Claro! Porque yo no vivo en esa ciudad y lo que yo hago aquí no es tema de allá	Claro, porque yo no vivo en esa ciudad y lo de aquí no es tema allá
54	Deberías grabarte en la punta de ese rascacielos ¡los verdaderos vloggers no usan pantallas verdes!	No es cierto. Una pantalla verde no te hace un mejor o peor vlogger	Una pantalla verde no te hace un mejor o peor vlogger	No creo que sea buena idea. Además, grabar en las alturas no es lo único interesante que se puede hacer	No sé si sea una buena idea
55	Uno de tus videos de hace 2 años, se ha vuelto viral y los memes no paran de salir.	Seguramente ahora que ya llevo un tiempo publicando, más gente ve mis videos y por eso resurgió. Tendré que investigar.	Seguro por mi antigüedad y constancia, más gente ve mis videos	¡Qué raro! Aunque, a veces pasa que un tema del que hablaste hace tiempo se vuelve popular años después	¡Qué raro! Luego pasa eso de que algo del pasado se vuelve popular
56	Llevar videojuegos a la vida real es lo de moda ¿cuál harías?	Minecraft: Educativo, divertido y seguro	Minecraft: Educativo, divertido y seguro	Mario Kart: Carreras, choques y mucha diversión	Mario Kart: Carreras, choques y mucha diversión
57	¡Felicidades! Ya puedes poner comerciales en tus videos	¡Qué buena noticia! Tendré que considerarlo para que no afecte a mis seguidores.	Lo haré siempre pensando en mis seguidores	Depende de la duración del video consideraré cuantos comerciales meter.	Lo analizaré de acuerdo a cada video
58	Tus seguidores se están quejando por la publicidad que les aparece en tus videos	Tengo el control de la frecuencia publicitaria. Pondré menos anuncios para que la gente disfrute de mi contenido	Reduciré los anuncios para no afectar a mis seguidores	Ok veré la forma de reducir anuncios	Veré que puedo hacer para solucionarlo
59	El reto es comer tres latas de comida para gato	Aunque los gatos puedan comerla y huele como atún, eso no está hecho para personas. ¡Paso!	¡Paso! Eso no es comida para personas	No lo creo, seguro terminaré vomitando	Yo creo que no, seguro termino vomitando
60	La palataforma ha prohibido el reto de salir a la calle con los ojos vendados	¡Claro! Se pone en peligro a mucha más gente que sólo al que se venda los ojos	Es comprensible, es muy riesgoso	Mmm debe ser porque alguien se hizo daño haciéndolo	Seguro alguien se hizo daño
61	Encuentras una noticia en internet que podría generarte muchas vistas, pero pareciera ser falsa ¿qué haces?	Primero investigo la fuente y comparo la información en otros sitios para decidir si la publico o no	Investigo y comparo con fuentes confiables antes de publicar algo	Sé que hay sitios con noticias falsas, mejor le pregunto a alguien que me aconseje	Pido consejo, pues hay sitios con notas falsas
62	Se ha desatado una guerra virtual con otros vloggers, todo pareciera ser una estrategia para desprestigiarte ¿qué haces?	Hago un video dando mi punto de vista sobre la situación y cierro por completo el tema. Decido enfocarme en mi trabajo y mis seguidores.	Explico y difundo la verdadera versión de los hechos para aclarar el chisme	Haría unos cuantos videos dando mi punto de vista sobre la situación. No puedo dejar que hablen mal de mí	Nadie me desprestigiará con mentiras. No puedo permitirlo
63	Tus primos te invitan a una pijamada en su casa, al parecer no estarán sus papás por un par de horas. Ellos te proponen ver videos para adultos ¿Qué dices?	No participo y les hago ver que esos videos no son aptos para nuestra edad por eso nos los prohíben porque son riesgosos	Si son para adultos es porque deben tener cosas que no entenderé. Cuando crezca seguro las veo	Me da curiosidad, pero a la vez sé que eso no está bien, si nos descubren seguro nos castigan, difícil decisión...	Los adultos ven cosas que luego ni entiendo. Mejor no le busco
64	El videojuego de moda acaba de salir a la venta, meeres por tenerlo, pero la clasificación dice que es para mayores de 18 años ¿Qué opinas sobre eso?	Estoy consciente que no es un juego apto para mi edad, le pido a mis papás que busquemos otra opción igual de divertida	Cada edad se divierte distinto y si dice que es para mayores seguro no están pensando en mi estilo de diversión	Si tiene esa clasificación debe ser por algo, supongo que tendré que esperar un poco más para poder jugarlo	Cuando crezca habrán mejores juegos para mí. Aguantaré
65	Recién descubriste a un nuevo cantante que te gustó, pero te diste cuenta que las letras de sus canciones son un poco violentas y agresivas. ¿Qué piensas sobre eso?	¿Para qué hacerle publicidad a esos artistas agresivos? si escucho bien lo que dice me ofende, mejor buscar otras opciones	No le regalaré más fama. ¡Está chafa que diga esas cosas y por eso se haga famoso!	Seguiré buscando otras opciones musicales	Aunque es pegajosa su música ¡es un pelado!

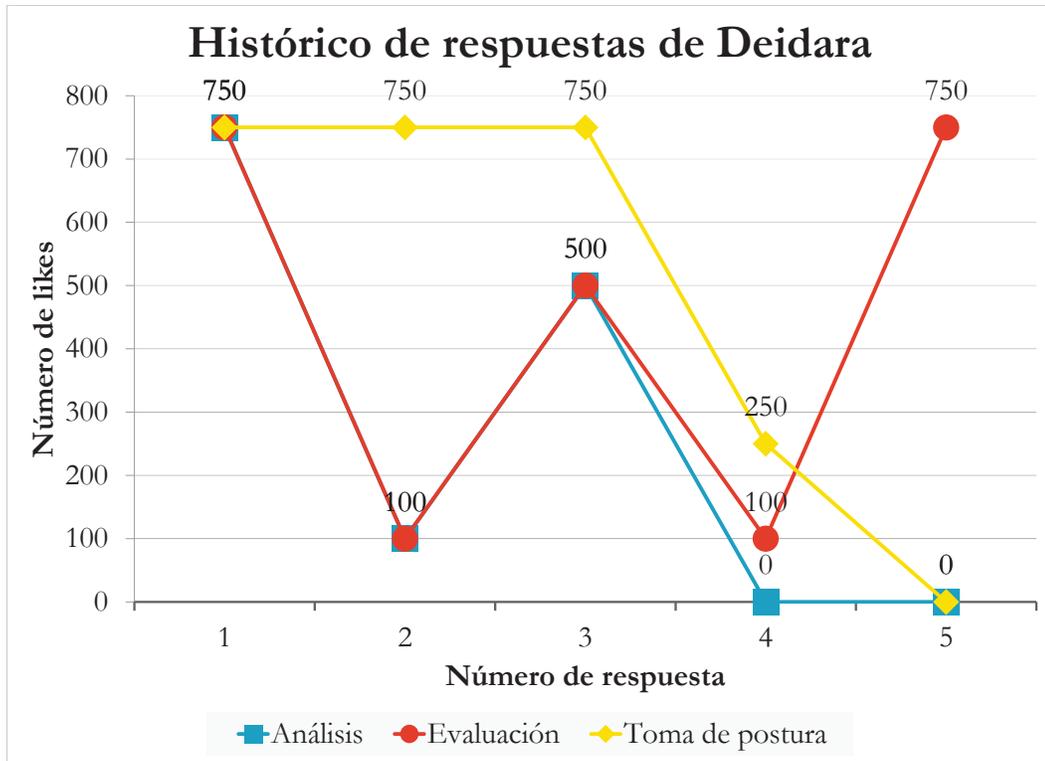
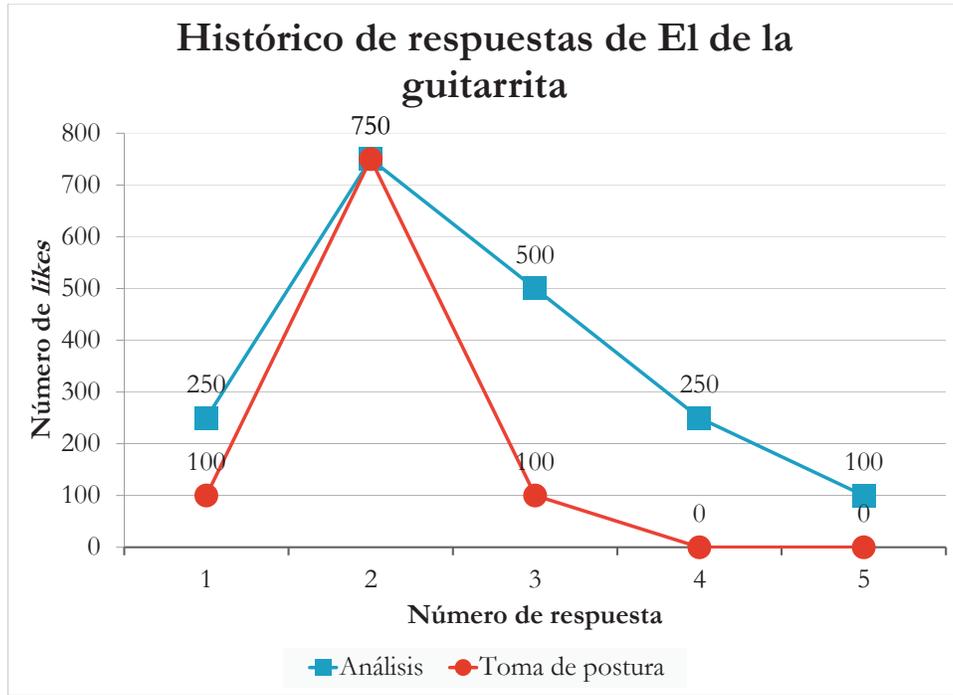
EN PROGRESO (C)		PRINCIPIANTE (D)		HABILIDAD
Tal vez si hago un poco de trampa y antes le digo a mi papá que actuemos la reacción. Quizá sí	Quizá sí. Puede ser actuado	Uff presiento que mi papá no lo va a tomar nada bien, pero debe entender. ¡Likes son likes papi!	Claro que sí. ¡Likes son likes!	Toma de postura
¿Malos comentarios? Pero si yo soy bien buena onda	¿Malos comentarios? Pero si yo soy bien buena onda	Seguro son de mis rivales. Me quieren molestar porque soy mejor que ellos	Seguro son mi competencia. O sea, mis rivales	análisis
Igual y en su país no se ven este tipo de videos	En su país no ven ese tipo de videos	Seguro me hackearon, yo debería ser tendencia aquí y en todo el mundo	Seguro me hackearon	análisis
Me da igual. Me dan miedo las alturas y no lo voy a hacer	Puede ser, pero me dan miedo las alturas	¡Venga! No se diga más, el éxito será mío	¡Venga! No se diga más, el éxito será mío	análisis
Algunos dicen que para el Internet no existe el tiempo	Para el Internet no existe el tiempo	Soy tan genial, que sin importar el tiempo, mis videos son un crack	Soy genial igual que mis videos, el tiempo no importa.	análisis
Fortnite: Disparos y armas	Fortnite: Disparos y armas	GTA: Mucha violencia, disparos y sexo	GTA: Mucha violencia, disparos y sexo	evaluación
¿Qué tantos será bueno meter?	¿Qué tantos será bueno meter?	Meteré un comercial cada 3 minutos ¡lo importante es el dinero!	¡Saluden al próximo millonario!	Toma de postura
Quizá haga algo. Pero mientras más anuncios más lana	¿Debería modificarlos? Mmm, no lo sé	Pues si les parece, si no que vean a alguien más	¡Si no les gusta, que se vayan!	Toma de postura
Si los gatos lo comen, no debe ser tan dañino. ¿o sí?	¿Qué puede salir mal?	Miau	¡Miau!	Toma de postura
¡Qué lástima! ¿Y si lo hago, pero no salgo a la calle?	Podría intentarlo dentro de casa	¡Maldición! Cada vez se pueden publicar menos cosas	¡Aguafiestas!	Evaluación
Quizá indague un poco más sobre el origen de la noticia, pero, lo publicaré de todos modos	¿Será?, bueno, veo si sí la publico	¿Dijiste muchas vistas? ¡Hagamos el video!	¿Dijiste muchas vistas? ¡Publiquémoslo!	análisis
Comienzo a aburrirme de este juego, quizá no debería prestarme a esto.	Quizá no debería prestarme a chismes	Estoy ansioso por contestarles en mi próximo video, inventaré unos chismes buenísimos que los harán quedar mal	Inventaré unos buenos chismes de quien está hablando	Toma de postura
Me da mucha curiosidad, yo creo que sí los veo	Igual y sí, pero chance me castigan	¡Wow, que emocionante!. ¿qué habrá en esos videos?	¡Va, nadie me cachará!	Evaluación
Un poco de violencia no le hace daño a nadie ¿o sí?	Tántita violencia no le hace daño a nadie	Solo lo hacen por fastidiar, eso no es importante ¡ya muero por jugarlo!	Mis papás siempre me compran lo que les pido ¡jejeje!	Análisis
Quizá este mal, pero al final todo mundo las escucha y las canta ¿no?	Creo que solo me ofende tantito	Eso que importa, la música está padre, ¡ya me sé el disco completo!	¡Súper!... hijo de su ...%&!	Evaluación

	PREGUNTA	SOBRESALIENTE (A)		SATISFACTORIO (B)	
66	Quieres grabar un video haciendo el reto del globo con agua en la cabeza, pero no hay nadie que te pueda ayudar, solo está contigo tu hermana menor. ¿Lo harías con ella?	Definitivamente no. Si algo sale mal, ninguno de los dos tenemos la madurez ni la capacidad de reaccionar en una situación de riesgo	¡Jamás! Ni ella ni yo sabríamos que hacer	No, es mi hermana menor y no puedo ponerlo en riesgo solo por un video	¡No! Si algo sale mal, a mí es a quien van a regañar
67	Tienes que hacer un trabajo de la escuela, pero la verdad te da un poco de flojera porque es un poco pesado. Tu amigo te propone copiarlo de una página de internet ¿Qué dices?	Decido no copiarlo. La maestra se va a dar cuenta que no es nuestro trabajo. Además, ¿qué sentido tiene si no vamos a aprender nada?	¿Copiarlo? No tiene sentido pasar con una B de burro	No creo que sea buena idea, la maestra se dará cuenta que los trabajos no están hechos por nosotros y seguro nos reprueba	¿Y si nos chachan? Mejor no
68	Te recomendaron hacer alianzas con otros vloggers para aumentar tus seguidores. ¿A quiénes buscarías?	En las alianzas ambos canales deben salir beneficiados. Buscaría un canal con intereses en común para que podamos funcionar y dar un buen contenido	Hay unos vloggers que me gustan. Ellos estarán bien	Buscaría a alguien con los mismos seguidores o más, para que me de un buen impulso	Buscar a los mejores 5 vloggers del momento
69	Tus papás te han hablado sobre los riesgos que implica que un niño navegue en internet sin supervisión ¿Qué opinas de esto?	Sé que esos riesgos son reales y prefiero consultar con mis papás cualquier situación o página "extraña" que encuentre. Conforme crezca seguro podré diferenciarlo yo solito.	De acuerdo 100%	Debo tener precaución con el tipo de páginas que visito y avisarles a mis papás sobre cualquier cosa "rara" que aparezca y no entienda	O sea, sí tienen razón, pero no les digan
70	Tienes un nuevo seguidor un poco fanático, no deja de escribirte y pedirte que platiquen y se envíen fotos por otro medio. ¿Cómo manejas la situación?	Definitivamente lo que me pide no es adecuado, sé de los riesgos que existen y prefiero no arriesgarme. Lo platico con mis papás	No es buena idea. Así no funciona esto	Desconfío, no sé quien pueda estar realmente detrás de ese perfil	... Me late que eso no va a pasar
71	Imagina que estás viendo tu video favorito, cuando de repente, aparece un video de personas desnudas ¿Qué harías?	Detengo el video y lo denuncio. También considero quitar la opción de reproducción automática para que no me vuelva a pasar	Denuncio el video y considero quitar la opción de reproducción automática	Detengo el video y busco otra cosa	Detengo el video y busco otra cosa
72	Quieres hacer un video de tips y trucos para la búsqueda de videos ¿qué haces?	investigo sobre el tema en muchas fuentes y corroboro la información que obtengo	Investigo en muchas fuentes y corroboro la información	Busco sobre el tema y reviso los primeros resultados	Busco sobre el tema y reviso los primeros resultados
73	Imagina que estás en un convivio escolar y piden que alguien ponga música desde su celular o tablet ¿qué haces?	Abro mi aplicación de música o videos y busco una playlist que le guste a todos	Uso una app de música o de videos y pongo una playlist	Abro mi aplicación de videos, pongo algun grupo y dejo que corra	Uso la app de videos, pongo un grupo y dejo que corra
74	Buscas la peli que te recomendaron, pero sólo la encuentras en un idioma que no entiendes ¿qué haces?	Le cambio el idioma en las opciones del video, también puedo buscar los subtítulos aparte o seguir buscando.	Cambio el idioma en las opciones de video o busco los subtítulos aparte	Seguir buscando opciones o picando botones, en algún lugar de Internet debe estar.	Busco picando botones. En algún lugar por aquí debe estar
75	¡Está bien padre eso de ser vlogger! ¿qué harías para convertirte en uno?	Busco información, técnicas y tutoriales de cómo hacer videos y convertirme en un buen vlogger	Busco información, técnicas y tutoriales al respecto	Busco videos de vloggers famosos, los analizo e intento imitar sus técnicas	Busco videos de vloggers famosos e intento imitarlos
76	En mis últimas vacaciones grabé unos videos familiares "geniales" y mi abuelita quiere verlos, pero ella vive en otro estado de la república ¿qué hago?	Genero un canal en alguna red social de videos y restrinjo la privacidad para que solo pueda verlo mi familia	¡Fácil! Genero un canal para subir nuestros videos familiares	Mando el video por mensaje para que alguien que viva cerca de ella se lo enseñe	Se lo envío a otro familiar para que se lo muestre
77	¿De qué me sirve crear o tener una cuenta en una plataforma de videos?	Para subir videos, comentar otros videos, crear listas de reproducción, suscribirme a otros canales y recibir notificaciones	Para poder subir contenido e interactuar y suscribirme a mis canales favoritos	Para subir videos y compartirlos con todo el mundo	Para compartir mis videos
78	¿Sabías que las plataformas de video tienen políticas de comportamiento?	Sí, desde que di de alta mi cuenta las leí, no quiero que me cierren mi canal por subir contenido no permitido	Sí, las leí para estar seguro de no hacer cosas que no están permitidas	Recuerdo vagamente, supongo que tiene que ver con hacer cosas indebidas	Creo que tenían que ver con las cosas que no debemos hacer
79	Imagina que ves un video prohibido en tu plataforma de videos favorita y tus papás se podrían dar cuenta ¿qué harías?	Les aviso a mis papás, y les explico que fue sin querer	Les explico lo que sucedió, al final fue sin querer	Les digo la verdad, pero sólo si me preguntan	Quizá sea mejor decir la verdad
80	El reto es bajar 7 kg en dos semanas ¿qué opinas?	No participo en ese tipo de retos, estoy sano/a y me siento/a cómodo/a con mi cuerpo	No puedo poner en riesgo mi salud por algo así, no juego	Creo que son muchos kilos en poco tiempo ¿y si me hace daño? ¡mejor no!	Eso puede ser muy riesgoso, mejor no

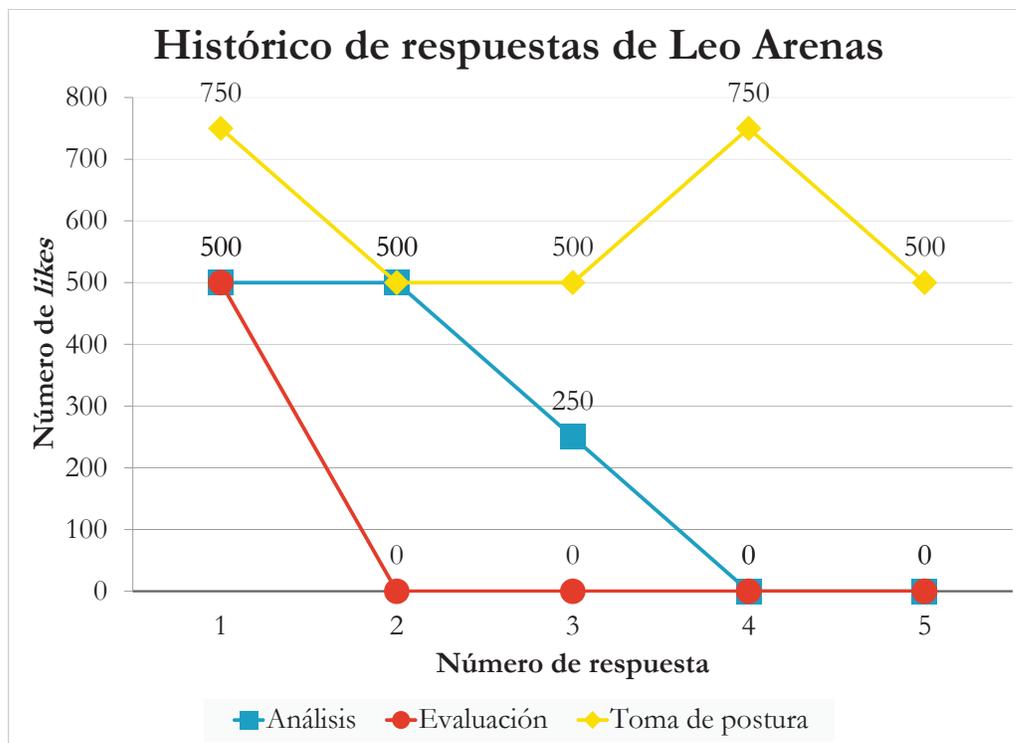
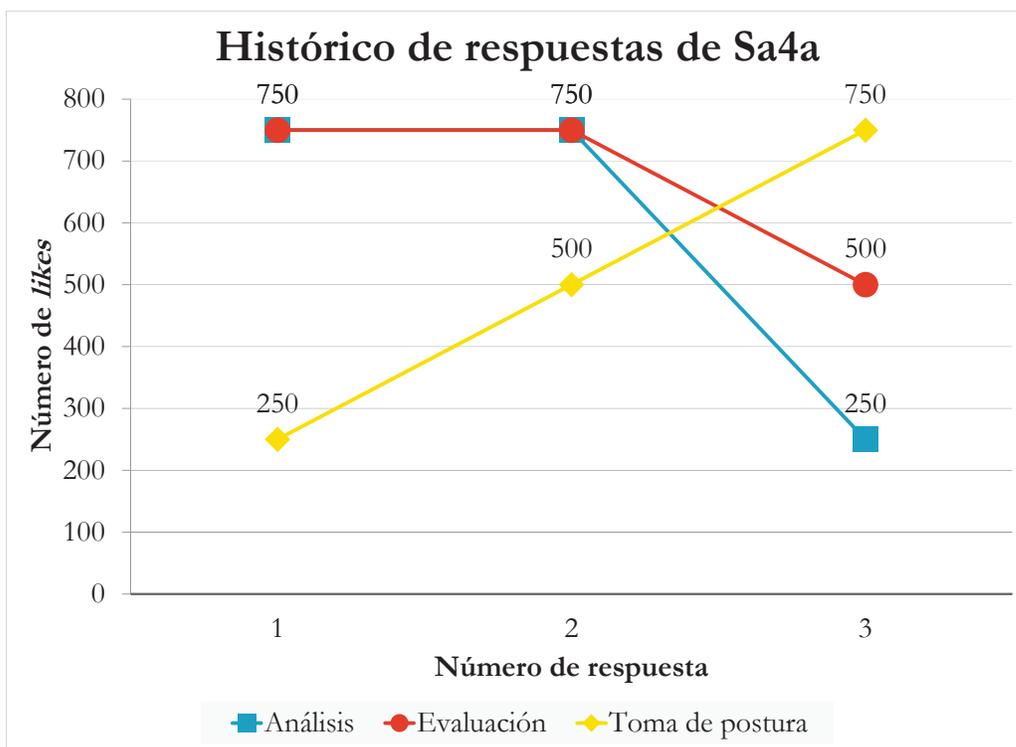
EN PROGRESO (C)		PRINCIPIANTE (D)		HABILIDAD
Mmm creo que no es buena idea, aunque suena divertido, pero ¿y si le pasa algo?	Pues, no es tan peligroso y ella no es tan chica. Quizás, no lo sé	Por supuesto, ella hace todo lo que le pida, la grabaré y quedará genial el video	¡Obvio! Es mi hermana, mi mano derecha	Toma de postura
Quizá si le cambio unas palabras y lo tomo no sólo de un sitio sino de varios, para que no se de cuenta	Quizá si tomo fragmentos de varias páginas, pero ¿y si nos cachan? No lo sé	¡Genial!, ya tendré tiempo para seguir jugando videojuegos, seguro que la maestra ni cuenta se dará	¡Ese tipo es un genio! Por eso es mi amigo	Toma de postura
Al que me responda y quiera trabajar conmigo	Un challenge y a ver quién me responde	No necesito a nadie	¿Y que se cuelguen de mi fama? No gracias	análisis
Creo que pueden tener un poco de razón, pero los papás también suelen exagerar, quizá deba poner un poco más de atención	O sea sí, pero no	¡Exageran, obvio! Sólo lo dicen por molestar me y por querer controlarme, ¡no hay ningún riesgo!	¡Qué oso, mis papás!	análisis
Dudo un poco, quizá siga platicando con él, pero sin enviarle fotos	Sigamos platicando, pero, #NoVideos	¡A mis fans lo que pidan! Le comparto mis datos personales para estar en contacto, ¿eso que tiene de malo?	Fotos y whatsapp	Evaluación
Dejo correr el video por curiosidad, aunque quizá no sea buena idea	Igual y dejo correr el video por curiosidad	Dejo correr el video para ver que más pasa, al fin no están mis papás cerca	Dejo correr el video, al fin no están mis papás cerca	Toma de postura
Busco en Internet y tomo el primer resultado que aparece. Siempre es la mejor opción	Tomo el primer resultado. Siempre es la mejor opción	Veo otro video y sigo los pasos que me diga	Veo otro video y sigo los pasos que me diga	Evaluación
Mme hago a un lado y espero que alguien más lo haga	Espero a que alguien más lo haga	No hago nada y empiezo a chiflar para que alguien ponga música	Empiezo a chiflar para que pongan música	Toma de postura
Le pico algunos botones para ver si puedo cambiar el idioma. Seguro en algún momento encontraré la forma.	Pico todos los botones hasta que algo suceda	Ni modo, intentaré entender algo solo viendo las imágenes	¡Ups! Intento entenderle con las imágenes	Análisis
Empiezo a grabar videos y subirlos, la práctica hace al maestro	Empiezo a grabar videos y subirlos, la práctica hace al maestro	Nada, aunque todos mis amigos hablen de eso, me da miedo y ni idea tengo de cómo empezar	Nada. Me da miedo y no tengo idea de cómo empezar	Evaluación
Ahora que vaya a visitarla se lo enseño desde mi celular	Se lo mostraré la próxima vez que la vea	No tengo idea de cómo hacerlo	¡Ni idea!	Toma de postura
Para subir videos y ser famoso	Pues para subir videos ¿no?	Mmm no lo sé	Mmm, no lo sé	Análisis
Acepté las condiciones, pero no recuerdo haberlas leído	Creo que sí, pero nunca las leí	¡Eso suena aburrido!	¡Qué flojera!	Evaluación
Creo que es momento de mentir...	Una mentira piadosa no le hace daño a nadie...¿o sí?	Mis papás ni saben usar Internet, seguro ni lo notan	¡Ellos ni saben usar internet!	Toma de postura
No creo que sea buena idea, pero podría intentar bajar algunos kilos	Podría intentar bajar algunos kilos	¡Lo que sea por ganar!, es más, podría bajar 14 kg	¡Seguro, hasta bajo más!	Evaluación



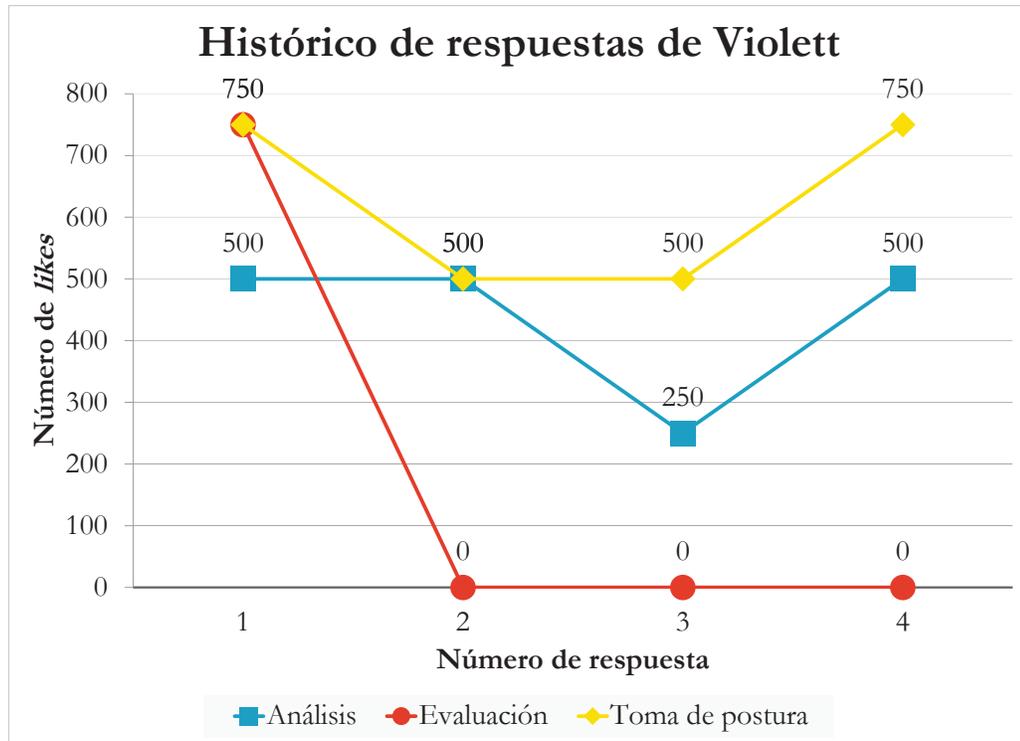
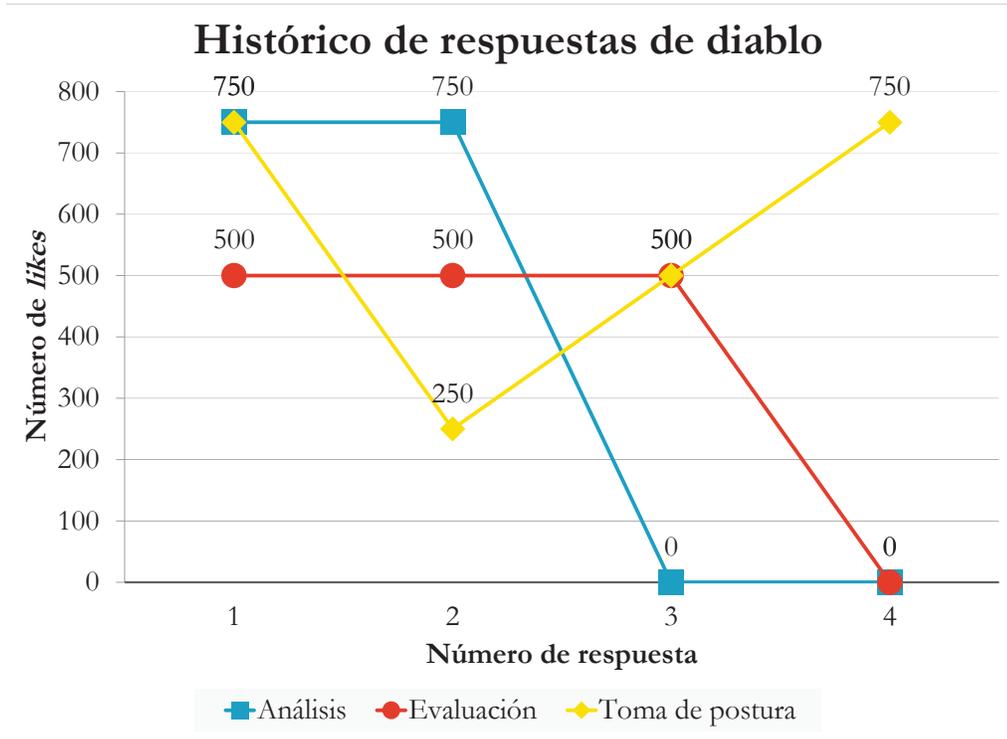
Histórico de respuestas por participante



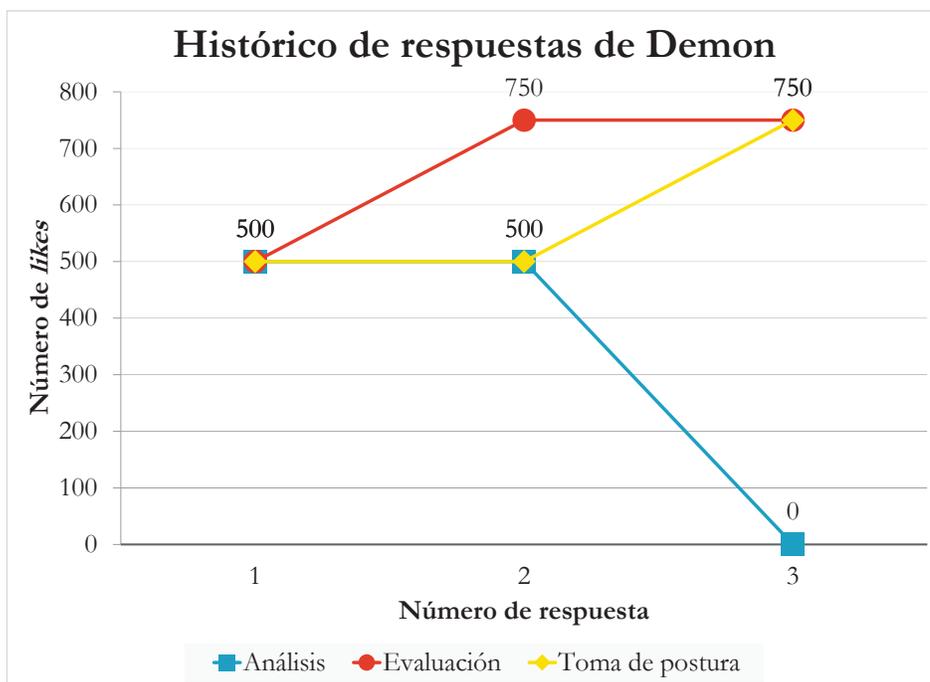
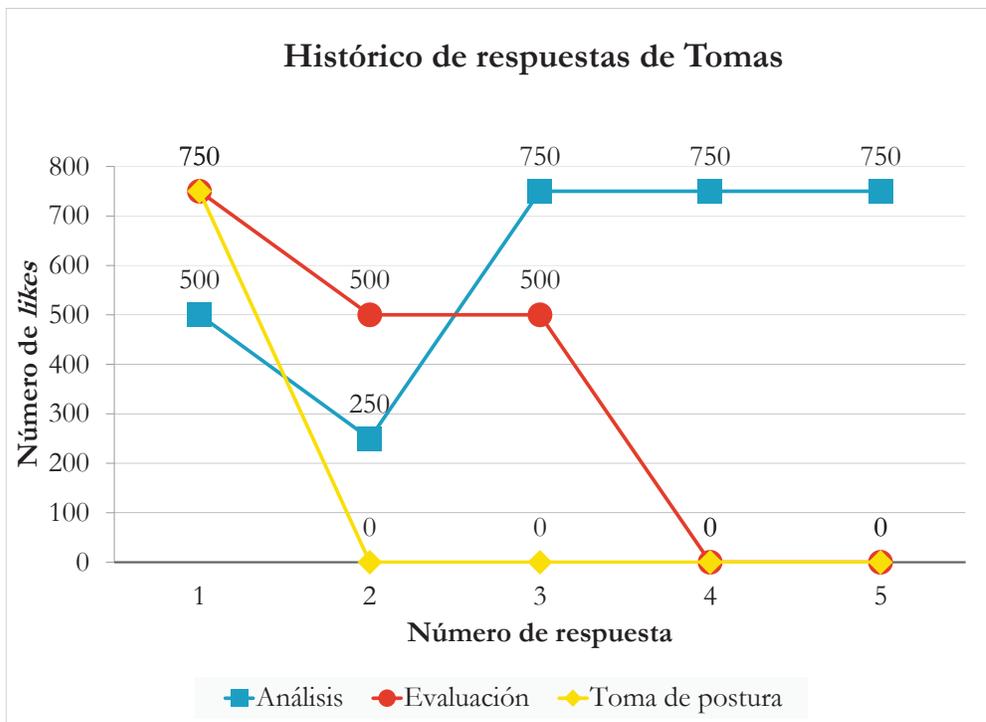
Histórico de respuestas por participante



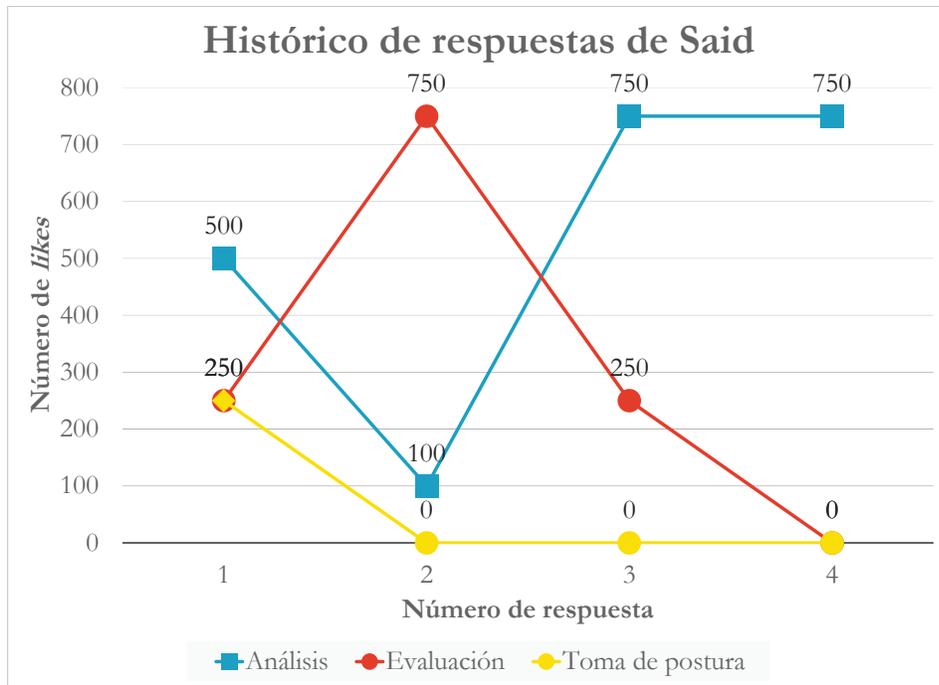
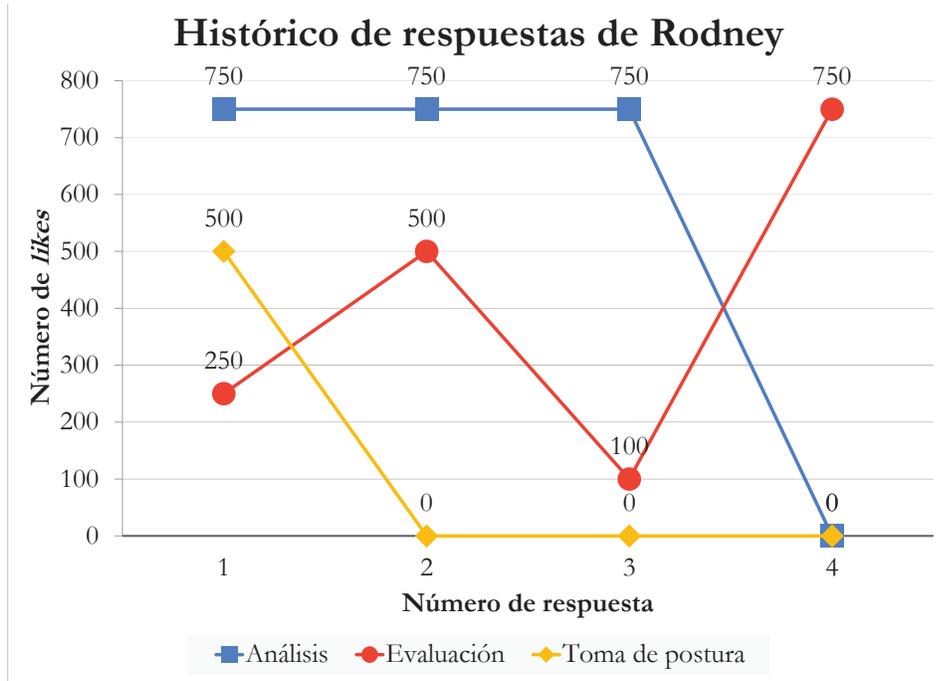
Histórico de respuestas por participante



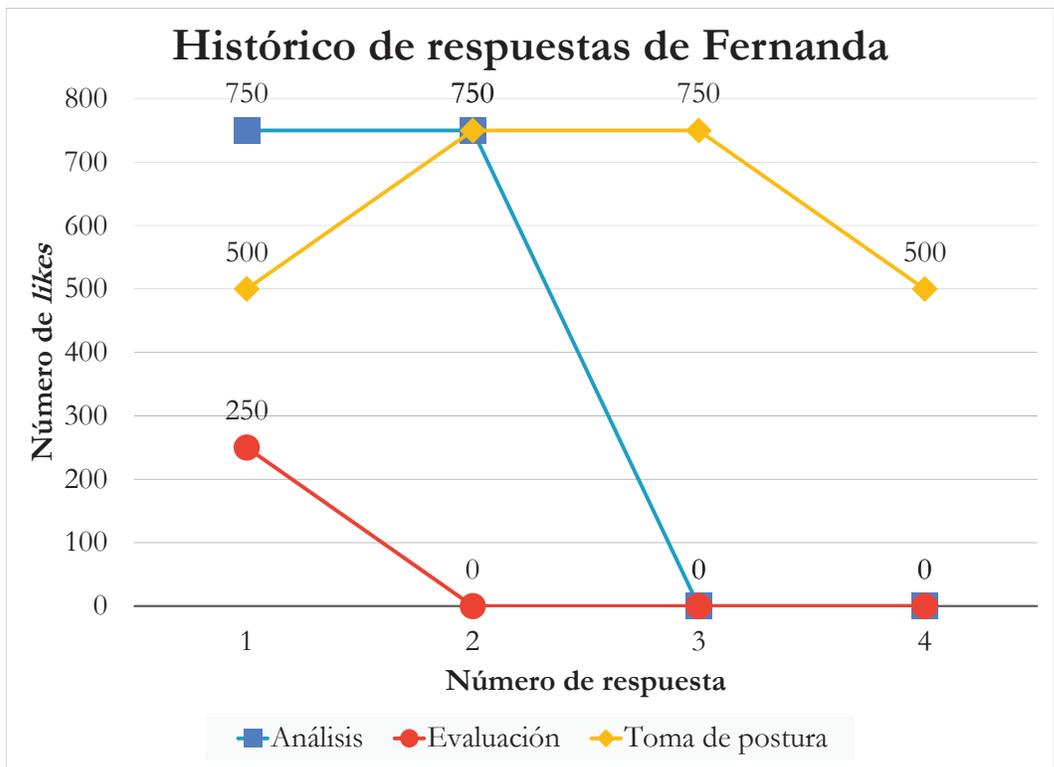
Historico de respuestas por participante



Histórico de respuestas por participante



Histórico de respuestas por participante



Histórico de respuestas por participante

Cuestionario de usabilidad

1. ¿Entendiste las instrucciones?

- a) Sí
- b) No
- c) Más o menos

2. ¿Cómo se gana?

3. ¿Entendiste las preguntas?

- a) Sí
- b) No

4. ¿Te costó trabajo leer las preguntas?

- a) Si
- b) No

5. ¿Te pareció divertido?

- a) Sí
- b) No

6. ¿Lo jugarías otra vez?

- a) Seguro
- b) Quizás
- c) No lo creo
- d) Definitivamente

7. ¿Qué te pareció el juego?