

Los adolescentes con TDA-H y las pantallas

Ana Aierbe Barandiaran

Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea



Introducción



- Las imágenes: elementos omnipresentes en nuestra vida cotidiana.
- A través de las pantallas, se emiten toda serie de mensajes que nos llegan y condicionan directa o indirectamente.
- Los medios son agentes de socialización: potencian una cultura, una lengua, unos roles, unos estereotipos, un sistema de valores, una forma de ver la vida.
- Desde la Teoría de la recepción (Orozco, 2001) los telespectadores no son pasivos y reinterpretan los contenidos mediáticos.
- La cultura multimedia en la que vivimos ofrece pocas oportunidades para entrenar la atención y puede dificultar la construcción del sentido de los mensajes transmitidos.



Consumo televisivo en la adolescencia

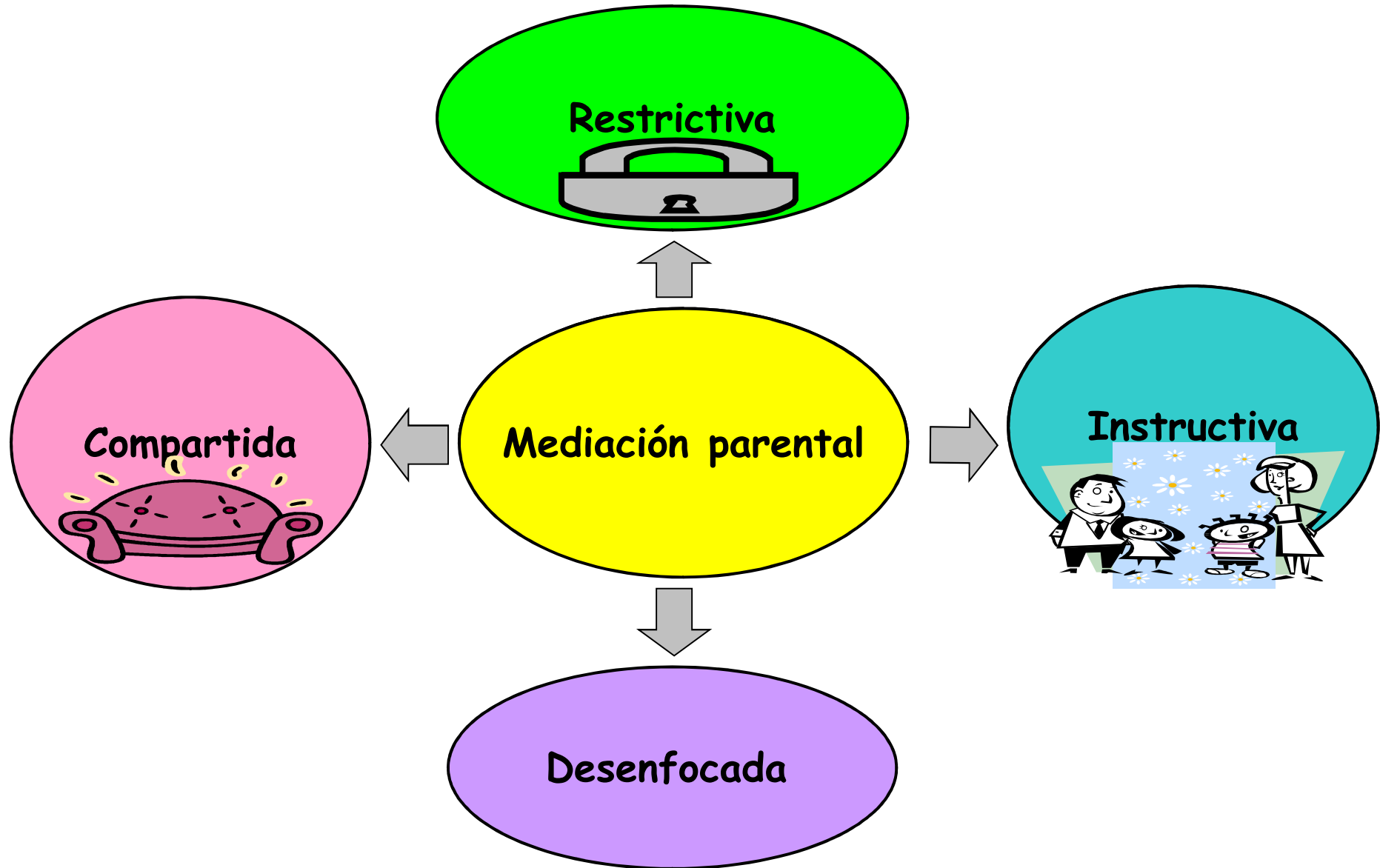
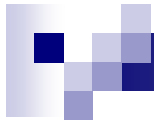


- La interacción de los adolescentes con el medio difiere de la que mantienen en la etapa infantil por su propia evolución madurativa.
- La televisión es una fuente de aprendizaje. Representa una forma de vida y una forma de entender la vida que puede favorecer la identificación con personajes.
- Además de la influencia familiar el grupo de iguales funciona como un pilar básico en las apropiaciones y reapropiaciones de los mensajes del medio.
- La dinámica familiar alrededor de la TV evoluciona con la edad: en la pubertad se inicia el periodo de “la negociación de los usos”.
- Surgen nuevos patrones de consumo al tiempo que son vulnerables; rechazan el modelo paterno sin tener uno propio.

Adolescentes e Internet



- Internet como medio de comunicación, de ocio y obtención de información se ha convertido en una herramienta necesaria; conlleva nuevos estilos de relación.
- El uso de Internet por los adolescentes oscila entre 1 y 3 horas al día (50%), otros lo usan menos de 1 hora (25%) o más de tres horas al día (25%). Los fines de semana el tiempo dedicado a Internet aumenta.
- La comunicación y la diversión son los principales motivos de uso de Internet.
- El uso del móvil o Internet es más problemático en la edad adolescente y se va normalizando con la edad, hacia un uso más profesional, menos lúdico y con menos consecuencias negativas.
- La mediación parental (hablar con los hijos, revisar las páginas, establecer normas) percibida por los adolescentes sobre su uso de Internet es baja y el control parental depende de la edad; otra estrategia de control es el Software de filtrado.

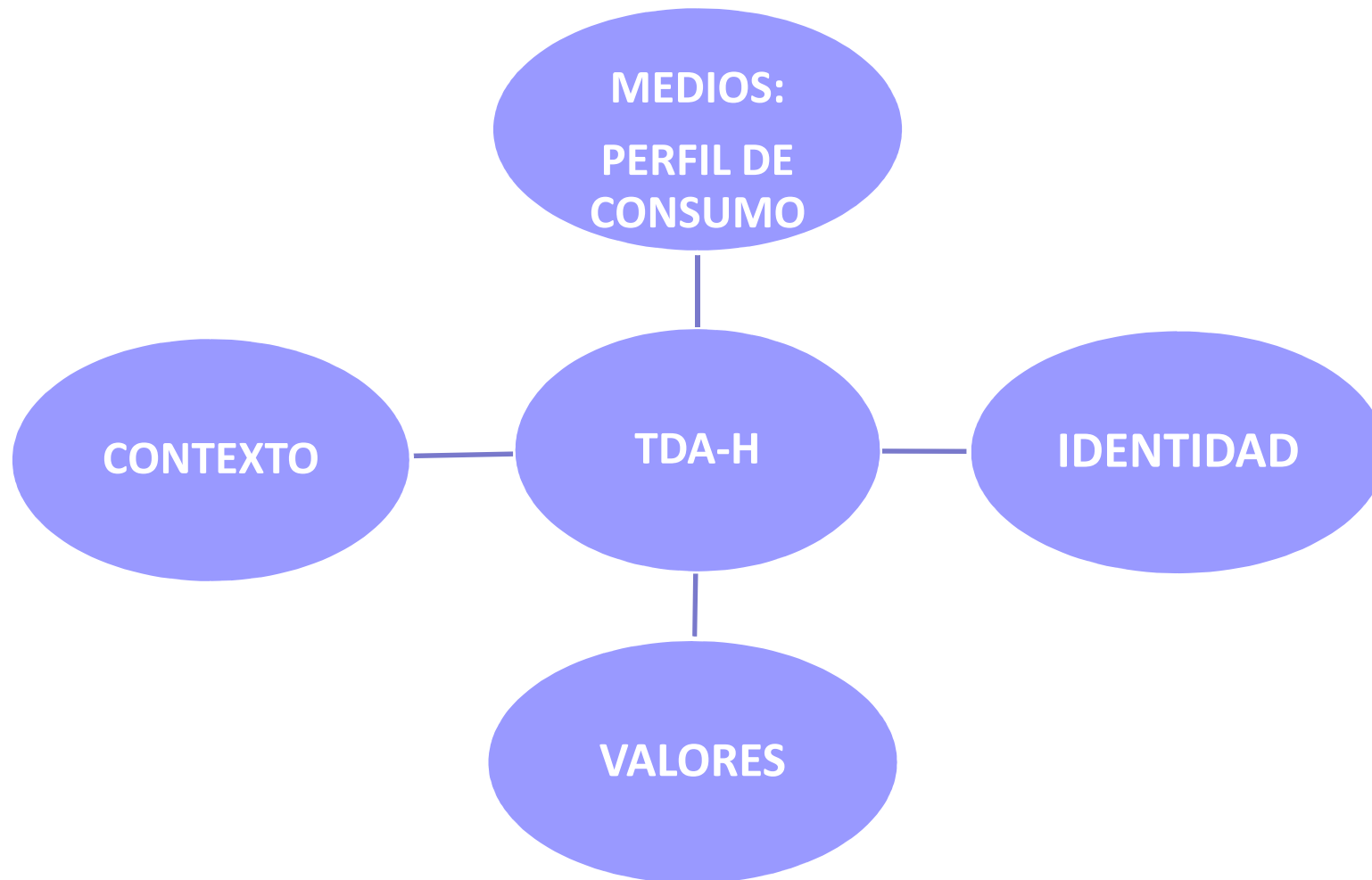


Investigaciones sobre TDAH y medios



- Mayor vulnerabilidad en niños y adolescentes con TDA-H ante el consumo de pantallas.
- La revisión de estudios previos apuntan hacia un mayor riesgo a engancharse a las pantallas en niños y adolescentes con TDA-H. Se habla de tele-adicción (Castells, 2009; Uriarte, 2009) y de ciberadicción o ciberpatología (Fleta y Olivares, 2009)
- TELEVISIÓN: Algunas investigaciones defienden que la prolongada exposición a la TV en niños y adolescentes produce problemas de atención (Johnson et al., 2007; Mistry et al., 2007; Swing et al., 2010) mientras otros niegan dicha influencia (Ferguson, 2011; Obel et al. 2004; Stevens y Mulsow, 2006).
- INTERNET: se han hallado relaciones entre el alto consumo de Internet y síntomas de TDA-H (Cao et al., 2007; Yen et al., 2007).
- VIDEOJUEGOS: niños y adolescentes con TDA-H juegan más a menudo a video juegos (Bioulac et al., 2008)

Dimensiones implicadas en esta investigación





Objetivos

1. Conocer las semejanzas y diferencias referidas a perfil de consumo mediático (TV, de Internet, videojuegos, móvil) en adolescentes con TDA-H y estándar.

2. Analizar las semejanzas y diferencias en ambas submuestras respecto a las razones de elección de sus personajes favoritos.

3. Determinar perfiles televisivos en adolescentes con TDA-H y estándar sobre la base de sus preferencias de géneros televisivos y razones de elección del personaje favorito.

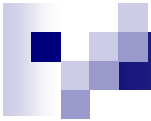
4. Conocer la relación entre perfiles televisivos, clima familiar y valores percibidos en los personajes favoritos de adolescentes con TDA-H y estándar.



Participantes

Edad	Media
Estándar	16,44
TDA-H	15, 20

Estándar		TDA-H	
Hombres	100	Hombres	18
Mujeres	84	Mujeres	7
Total	184		25



Instrumentos de medida

Cuestionario de hábitos televisivos (CH-TV.02) (Medrano y Aierbe, 2008)

Parte I: recoge datos sobre estudios, profesión y situación laboral de los padres, y composición familiar .

Parte II: consta de 24 ítems agrupados en 14 indicadores. En este trabajo se recogen los datos relativos a los siguientes indicadores: 1) Permanencia. 2) Preferencias de géneros televisivos. 3) actividades alternativas. 4) Razones de elección del personaje favorito. 5) Clima familiar

Cuestionario Val-TV 0.2

Es una adaptación al castellano y euskara del cuestionario sobre valores PVQ de Schwartz (2003) que consta de 21 ítems cuyas respuestas puntúan en una escala de tipo lickert con valores entre 1 y 6.

ESMIDA-J y ESMITDA-J (García Pérez y Magaz, 2006)

El primero determina la condición de Hiperactivo DAH /Inatento DA en adolescentes y el segundo mide el impacto actual en el ámbito familiar, escolar o social. Constan de 20 ítems.

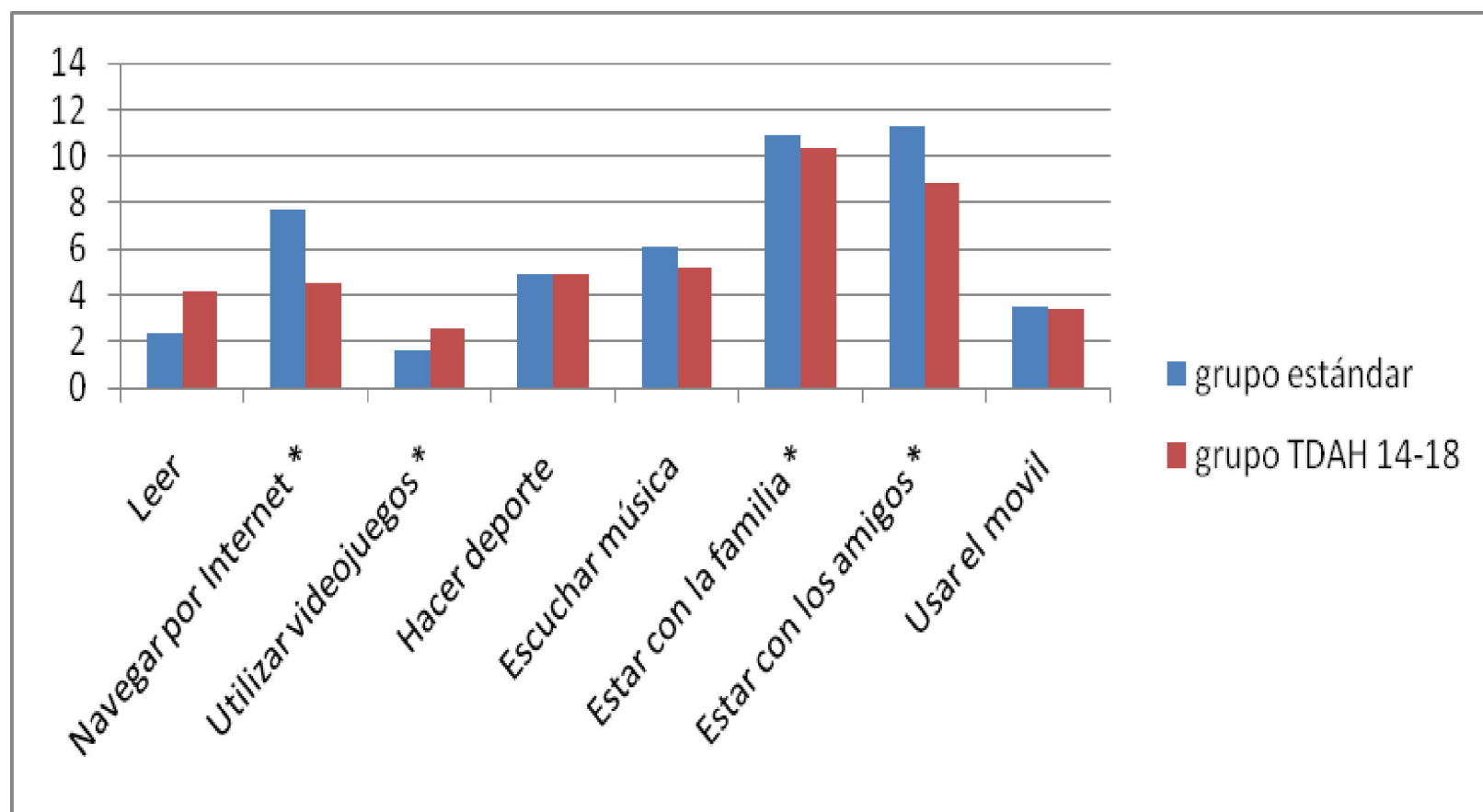


Resultados

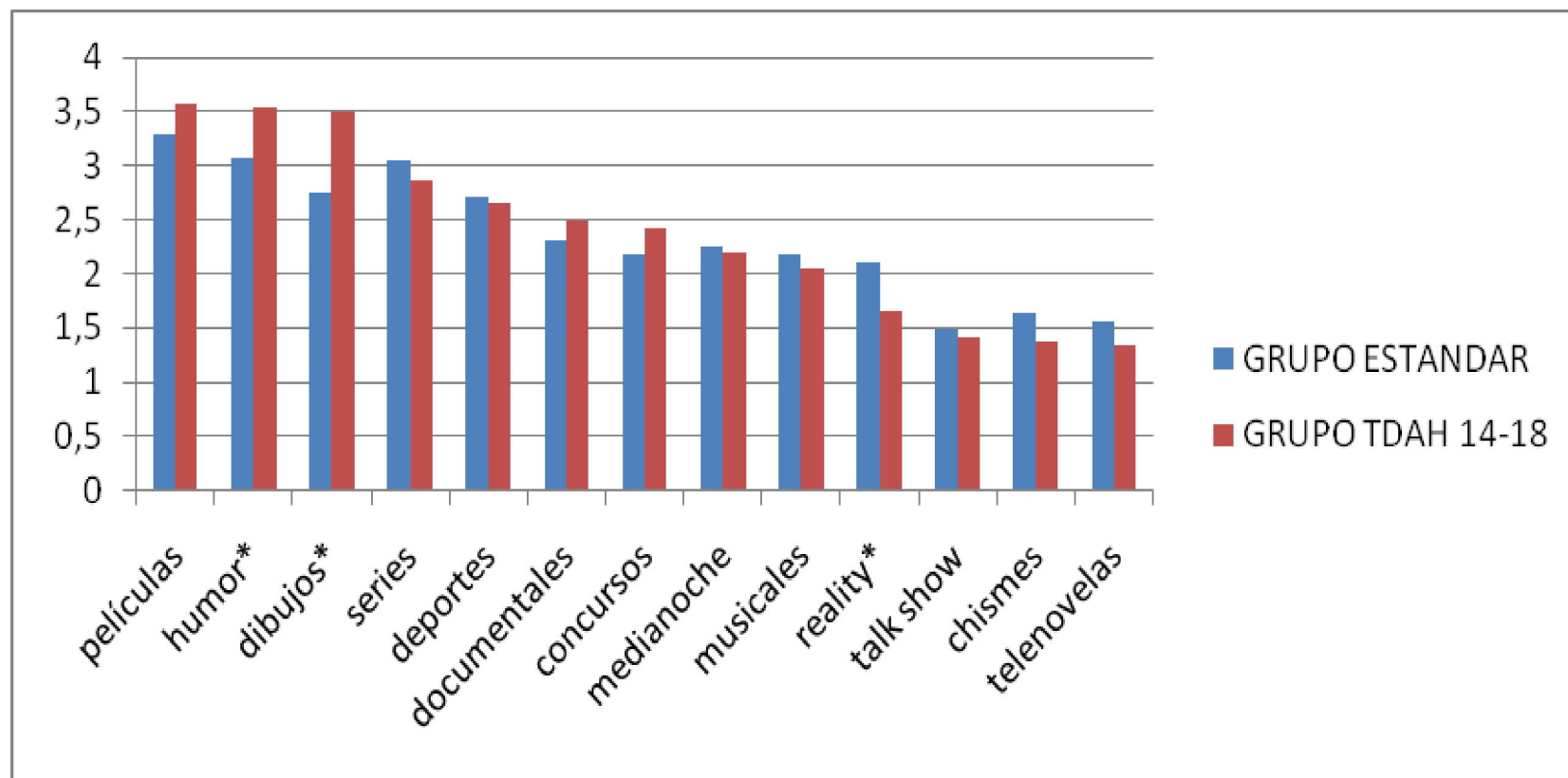
Permanencia ante la TV

	DIA LABORABLE	DIA FIN DE SEMANA *
GRUPO ESTANDAR	2,45	2,87
GRUPO TDA-H	2,79	4,33

Actividades alternativas



Preferencias de géneros televisivos



Mi personaje favorito me gusta por

1. *Su simpatía y humor*



2. *Su personalidad*



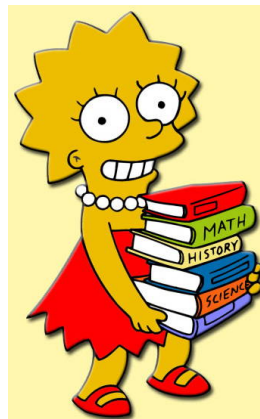
3. *Su trabajo*



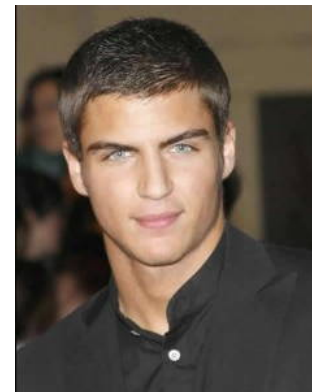
4. *Su actitud no conformista y rebelde*



5. *Su inteligencia*



6. *Su atractivo físico*





Razones de elección del personaje y valores percibidos

Muestra total

- Las razones de elección que más relaciones significativas han obtenido con los valores son, por orden: el trabajo, el atractivo físico, la personalidad y la actitud rebelde, e inteligencia. La razón de elección “humor” no ha mostrado ninguna correlación significativa.
- Los valores que más relaciones presentan con las razones de elección del personaje son, por orden:

Autotrascendencia (universalismo y benevolencia)

Autopromoción (logro y poder)

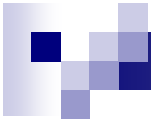
Apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo)

Conservación (seguridad, conformidad, tradición).



Razones de elección del personaje y valores percibidos

	GRUPO ESTÁNDAR				GRUPO TDA-H			
	APERT. CAMBIO	CONSER VACION	AUTO PROMO.	AUTO TRASC.	APERT. CAMBIO	CONSER VACION	AUTO PROMO.	AUTO TRASC.
TRABAJO		↑		↑	↑		↑	↓
FISICO			↑			↓		↓
PERSON	↑			↑				
REBELDE			↑		↓			
INTELIG.				↑				
HUMOR								



Perfiles televisivos en la muestra total

Géneros televisivos baremados

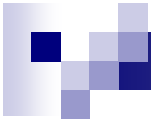
Género A: Talk show, reality show y “chismes”.

Género B: Series, películas, concursos, telenovelas, musicales.

Género C: Dibujos animados, humor, medianoche.

- **Perfil 1: “Perfil alto C-baja elección físico”**
 - Valoran muy alto la simpatía y la personalidad del personaje; en menor medida la inteligencia, el trabajo y la actitud rebelde.
 - Valoran poco el atractivo físico.
 - Es el grupo mayoritario, a quienes les gusta bastante el género C, poco el género B y casi nada el género A.

- **Perfil 2 : “Perfil medio-alta elección físico”**
 - Razones de elección del personaje similares al grupo 1, pero
 - Valoran muy alto el atractivo físico
 - Nivel medio de preferencia similar por los géneros televisivos (A, B y C).



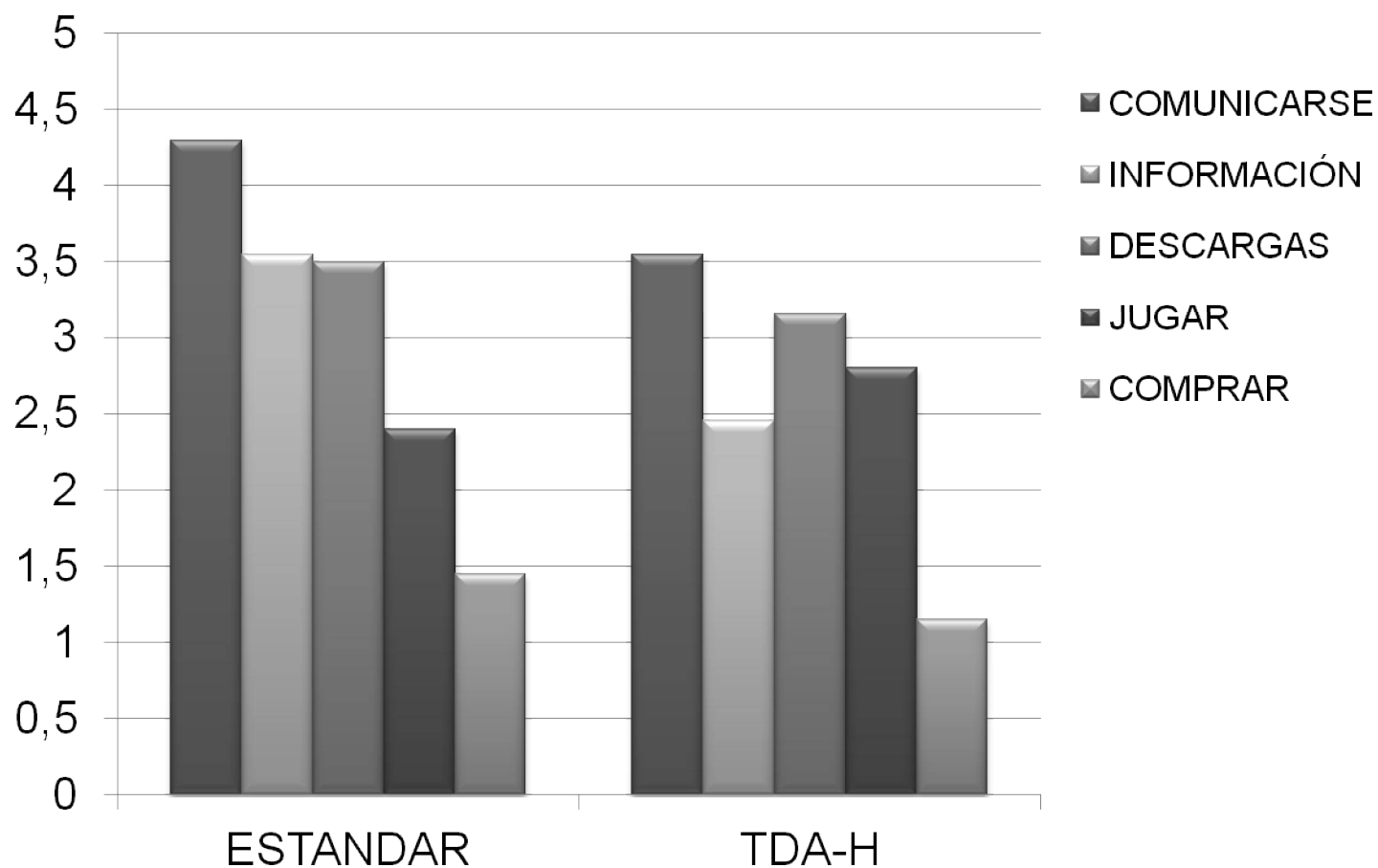
Perfiles televisivos, clima familiar y valores percibidos

Muestra total

- Se han relacionado los perfiles televisivos con el clima familiar (cohesión, expresividad y conflicto) y con los valores percibidos (apertura al cambio, autopromoción, conservación y auto-trascendencia).
- Para la totalidad de la muestra, el nivel de cohesión familiar es alto aunque el grupo 2 (Perfil 2: Perfil medio-alta elección físico) presenta la media más alta.
- La comparación entre el Perfil 1 (Perfil alto C-baja elección físico) y el Perfil 2 (Perfil medio-alta elección físico), en el clima familiar y en los valores percibidos muestra diferencias significativas relativas al perfil 2, de manera que a mayor puntuación en el perfil 2 menor percepción de:
 - Cohesión familiar y expresividad .
 - Valores de apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) y de auto-promoción (logro y poder).

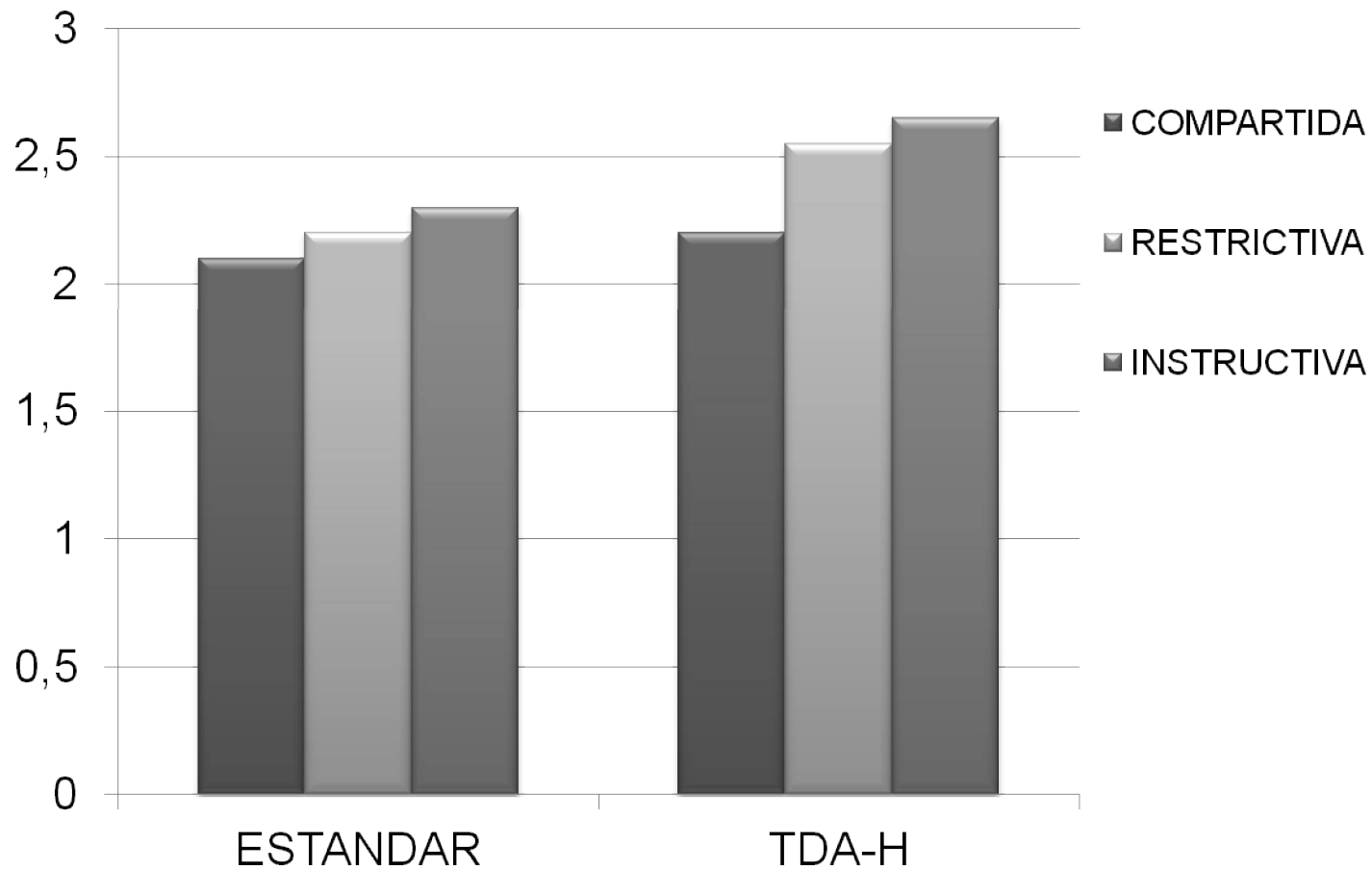


Finalidad de uso de Internet



Internet

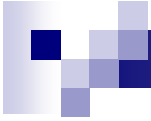
Mediación parental percibida





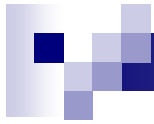
Conclusiones

- En general, se observan más similitudes que diferencias entre ambas muestras de adolescentes en la utilización de los medios, aunque con algunos matices.
- Las horas que dedican a las pantallas en ambas muestras es similar, aunque :
 - el grupo con TDA-H ve TV más tiempo el fin de semana, utiliza más videojuegos y pasa menos tiempo con la familia y los amigos.
 - el grupo estándar utiliza más Internet.
- Los dos grupos tienen preferencias por programas similares si bien el grupo con TDA-H antepone los programas de humor y dibujos a las series ¿Les atrae más estos programas por su ritmo rápido, vistosidad?
- El grupo con TDA-H presenta menor atracción por los realitys que el grupo estándar; o posiblemente se debe a una mayor restricción de los progenitores sobre este tipo de programas.
- Una lectura global de los datos muestra que tanto adolescentes estándar como con TDA-H perciben tanto valores colectivistas como individualistas.



Conclusiones

- Mayor asociación entre razones de elección del personaje con valores de Autotrascendencia, pero apenas con Conservación.
- Los valores de Apertura al cambio y Autopromoción marcan las diferencias entre los dos perfiles televisivos mayoritarios.
- El trabajo y el atractivo físico son las razones de elección del personaje que más se vinculan con los valores; el humor, sin embargo, no tiene relación con los valores.
- El conflicto familiar sería un factor independiente de los perfiles televisivos y valores.
- El tiempo invertido en Internet es más elevado que el referido en las investigaciones previas, por lo que su uso va creciendo progresivamente. El grupo estándar utiliza la red en mayor medida que el grupo TDA-H.
- La principal finalidad de uso de Internet es la de comunicarse tanto para el grupo estándar como para el grupo TDA-H, en este último juegan más a videojuegos.
- Los adolescentes con TDA-H perciben más estrategias de mediación de sus padres, y éstas serían más restrictivas en comparación con el grupo estándar.



Implicaciones para la intervención psicoeducativa

- La menor actividad de interacción social y mayor consumo de TV el fin de semana en el grupo TDA-H apuntan a las posibles dificultades en el área social.
- Avanzar en el estudio de la utilización diferencial de pantallas incluyendo la finalidad de uso.
- Apostar por la utilización de estrategias lúdicas en la enseñanza formal versus estrategias formales, también para la decodificación de valores. Partir de los contenidos y personajes favoritos para los adolescentes.
- Reinterpretar y contrastar las razones que explicitan para la elección de sus personajes preferidos.
- Trabajar en la “lectura” de los valores que aparecen en las conductas y actitudes manifestadas en sus personajes preferidos.
- Establecer perfiles televisivos o grupos aporta mayor precisión para fundamentar los programas de competencia mediática y ajustarlos más adecuadamente a las características de los colectivos a los que van dirigidos.