

# Uso de pantallas

Las pantallas se utilizan a menudo para tener entretenidos a los hijos, la pantalla acapara la atención de los infantes y dejan de moverse, quejarse o aburrirse. Esto puede provocar una desconexión de la realidad y una gratificación instantánea, que se asemeja mucho a uso de las drogas y alcohol. Por tanto, hay que tener en cuenta los riesgos de utilizar este método de manera abusiva y poner límites y supervisión a contacto de los niños y niñas en las pantallas.

Es importante que los padres limiten la utilización propia del móvil al estar en familia, es una manera directa de dar ejemplo y, al mismo tiempo, de estar presente para los hijos e hijas. Es muy habitual que los adultos utilicemos las pantallas para narcotizarnos y desconectar de las responsabilidades diarias; en otros casos, seguimos conectados al trabajo en horas de familia y esto suele provocar conflictos en la pareja y desatención para los hijos. Muchos hijos reclaman la atención de los padres cuando los observan desconectarse de la familia con el móvil.

Se recomienda que la edad de incorporar un móvil con acceso a aplicaciones e internet (smartphone), a partir de los 16 años y preferiblemente a los 18 años. También se recomienda evitar el uso de las pantallas antes de los 3 años del infante.

A partir de los 12 años cuando empiezan a tener más autonomía, los padres necesitan tener contacto con los hijos pueden dar un móvil antiguo con sólo teléfono y sin aplicaciones. Para que el hijo e hija no se queden fuera del grupo amigos pueden iniciarse en el móvil con el dispositivo de los padres o de un móvil grupal para compartir en familia y esto permite supervisar y acompañar a los hijos.

## **Recomendaciones del uso pantalla, según la edad:**

(texto creado por Som Conexión, telefonía consciente)

### Hasta los 11 años:

Antes de llegar a tener un móvil es importante acompañar a los hijos e hijas en el proceso de aprendizaje con las pantallas.

Recomendaciones:

- Máximo 30 minutos al día de pantalla.
- No hacer multipantalla (móvil i TV a la vez).
- Siempre en espacios compartidos con los padres, evitar el uso privado en dormitorio o lavabo.
- A partir de 1 hora después de levantarse de dormir.
- Es importante que la hija o el hijo digan para qué quieren la pantalla.

### De 11 a los 13 años:

Incorporar móvil de uso compartido de la familia, y no de uso personal, que tenga unas prestaciones mínimas para poder conectarse con el entorno relacional y evitar más de una red social. Es importante que el móvil tenga contrato sólo de servicio de voz y que la conexión a internet se haga solo con el wifi de casa.

#### Recomendaciones:

- Máximo 30 minutos al día.
- Siempre en espacios compartidos con los padres.
- No utilizar pantallas en los espacios de comer o de ir a dormir.
- El hijo o hija debe comunicar para qué quiere el móvil y el tiempo que lo desea utilizar.

### De 12 a 15 años:

En esta fase se recomienda utilizar un móvil de segunda mano o que ya no se utiliza por parte de los padres y poner a prueba la madurez del hijo o hija. Es cuando hay más autonomía de los hijos y los padres sienten la necesidad de que el hijo o hija tengan un móvil propio para estar en contacto. Los padres pueden comprar un móvil de sólo hablar por teléfono, sin posibilidad aplicaciones y seguir con un móvil con aplicaciones compartido de la familia, que no puede tener un uso privado.

#### Recomendaciones:

- Sólo contrato de voz.
- Máximo 1 hora en días laborables y 2 horas en festivos.
- No multipantalla.
- Siempre espacios compartidos.
- Evitar espacios de comida o de ir a dormir.
- Sólo tienen que comunicar a los padres que quieren utilizar el móvil en espacio privado y para qué.

### A partir 16 a 18 años:

Los padres pueden decidir dar un móvil dependiendo de la madurez y responsabilidad de cada hijo e hija. En el caso hacer este paso es importante seguir con la supervisión y contratar una tarifa con pocos datos, máximo 1 GB al mes, para aprender a hacer un uso racional del servicio.

#### Recomendaciones:

- Contrato voz y pocos datos.
- 1 hora y media al día entre semana y 3 horas fines de semana.
- Evitar móvil al ir a dormir.

## Resumen:

Retrasar la incorporación de un smartphone propio hasta los 16 a 18 años.  
Tener consciencia de los riesgos y de los diferentes tipos de uso de un móvil.  
Empezar con un móvil compartido con los padres, que puede ser el móvil de la “familia”.  
El primer móvil personal sea sólo teléfono no smartphone.  
Incorporar el smartphone cuando el hijo e hija demuestren madurez.  
Escoger la tarifa adecuada de uso y supervisar los límites acordados.  
Limitar el tiempo, los horarios y espacios de uso.  
Evitar la utilización narcótica del móvil.  
Gestionar progresivamente la intimidad.

Los riesgos de un abuso de móvil o de falta de supervisión de los adultos son la adicción a las pantallas, el acoso psicológico o sexual y la pornografía, los síntomas que aparecen son: aislamiento, alteración del sueño, cambios de humor, fracaso escolar, dejar las aficiones, estrés, ansiedad y depresión, mala comunicación con la familia.

## **Investigación sobre el uso de pantallas en adolescentes de la FAD:**

28 abril 2022

**Autoría:** Calderón Gómez, Daniel; Gómez Miguel, Alejandro

**ISBN:** 978-84-17027-77-3

Calderón Gómez, D. y Gómez Miguel, A. (2022). Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud. Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud.

El informe *«Consumir, crear, jugar. Panorámica del ocio digital de la juventud»*, realizado por el **Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud** de la **Fundación FAD Juventud** profundiza en las experiencias, percepciones y motivaciones de adolescentes y jóvenes alrededor de sus prácticas de ocio digital. Para ello, se ha realizado una **encuesta online a 1.200 jóvenes de 15 a 29 años residentes en España**.

- **Aproximadamente, el 70% de jóvenes tiene al menos 4 dispositivos tecnológicos diferentes, siendo el más común el smartphone (86,4%) y seguido del PC portátil (79,8%) y la smart TV (64,8%).**
- **El 79,9% utiliza las tecnologías digitales para actividades de ocio digital todos los días, sólo por detrás de los usos para comunicación (84,1%) y búsqueda de información (83,6%). Además, el promedio es de 6,95 horas al día dedicadas al consumo de contenido audiovisual y otras actividades de ocio vinculadas con las tecnologías digitales.**
- **3 de cada 4 jóvenes tienen suscripciones a algún tipo de servicio online de contenido audiovisual de pago, si bien la mitad comparte la suscripción con otras personas (54%).**
- **Prácticamente, la totalidad de jóvenes sigue activamente a personas que crean contenido online e influencers, sobre todo a través de Instagram (81,6%), la red social más popular, junto con YouTube (58,9%) y TikTok (55,6%).**

- **Cada vez hay más jóvenes que ven la creación de contenido como una posible carrera profesional: 1 de cada 3 declara que le gustaría dedicarse a ello y 1 de cada 10 ya lo está intentando.**
- **Los videojuegos se han consolidado como una dimensión fundamental del entretenimiento juvenil. Casi 9 de cada 10 jóvenes son *gamers* (86,8%).**

Entre la juventud aparece un **ecosistema tecnológico múltiple, multimediado y diversificado**: casi la mitad utiliza entre 4 y 6 dispositivos, siendo los más comunes el *smartphone* (86,4%) y el ordenador portátil (79,8%). Entre las mujeres destacan comparativamente las tabletas, mientras entre los hombres destacan las videoconsolas y los ordenadores de sobremesa.

El **ocio digital está enormemente integrado en la vida diaria de la juventud**. 4 de cada 5 jóvenes realizan prácticas de ocio digital a diario, dedicando una media de 6,95 horas al día. Las actividades más frecuentes se relacionan con escuchar música, ver contenido audiovisual (vídeos, películas, series, etc.) y el uso de redes sociales, si bien los videojuegos son también muy frecuentes entre los chicos. Además, 3 de cada 4 jóvenes tienen suscripciones de pago a contenido audiovisual, con un gasto mediano de 20 euros.

El **tipo de contenido consumido es enormemente variado** y, salvo la música (habitual entre toda la juventud), muy **diversificado por género**. Entre las chicas destaca el contenido audiovisual de cine o música, de belleza y moda, animales o gastronomía, mientras entre los chicos destacan los videojuegos y el contenido de deporte. Por plataformas, Instagram está generalizada, mientras que TikTok destaca entre los 15 y 19 años y las plataformas vinculadas con los videojuegos (Twitch) destacan entre los chicos. Además, un 31,2% de jóvenes gasta dinero en creadores de contenido, sobre quienes tienen, en general, una opinión positiva, si bien las mujeres son especialmente críticas con la publicidad, las promociones y la sexualización del contenido.

La **creación de contenido digital es un acto cotidiano**: más de 4 de cada 5 jóvenes crea algún tipo de contenido en la red, especialmente en Instagram (75,6% ellas y 60,6% ellos), pero también en otras plataformas, como TikTok o Facebook (más ellas) y YouTube o Twitch (más ellos). La juventud percibe la creación de contenido como una práctica con gran potencial profesional, con mayor libertad que los medios tradicionales y que ayuda a difundir causas sociales y sensibilizar, si bien las mujeres están especialmente preocupadas por la exposición de la privacidad en la red. Además 1 de cada 10 jóvenes dice estar intentando dedicarse profesionalmente a la creación de contenido, aunque la juventud opina ampliamente que es una práctica poco valorada socialmente y que es muy difícil vivir de ello profesionalmente.

Los **videojuegos se han consolidado como una faceta fundamental del ocio juvenil**, pues 9 de cada 10 jóvenes juega a videojuegos. Aun así, se trata de un sector bastante masculinizado (ellos juegan más frecuentemente que ellas). El *smartphone* es la plataforma mayoritaria, seguida por la videoconsola y el ordenador. El 92% realiza algún gasto relacionado con videojuegos y un 32,6% realiza microtransacciones (*loot boxes*, *DLCs*, etc.) mensualmente, siendo la compra online el canal mayoritario de adquisición (58%), seguido de las tiendas físicas (52,4%). Aunque la experiencia mayoritaria jugando es positiva, aparecen algunas experiencias negativas: se critica el modelo de negocio basado en contenido descargable de pago, que puede generar adicción, y se critica la toxicidad de la comunidad: insultos, amenazas, necesidad de ocultar la identidad, etc.

Existen algunos **riesgos en el ocio digital juvenil**, tanto materiales como psicosociales. Por un lado, es preocupante el elevado **desconocimiento sobre el gasto** en suscripciones a contenidos de pago, donaciones y microtransacciones entre los grupos más vulnerables. Desde la óptica psicosocial, encontramos algunas **experiencias de acoso, hostigamiento y vulneración de la intimidad**, tanto en las prácticas de creación de contenido como en los videojuegos online. Este tipo de experiencias negativas son más frecuentes entre las mujeres,

más proclives a ocultar su identidad online, si bien la recepción de insultos jugando online es más habitual entre los chicos.