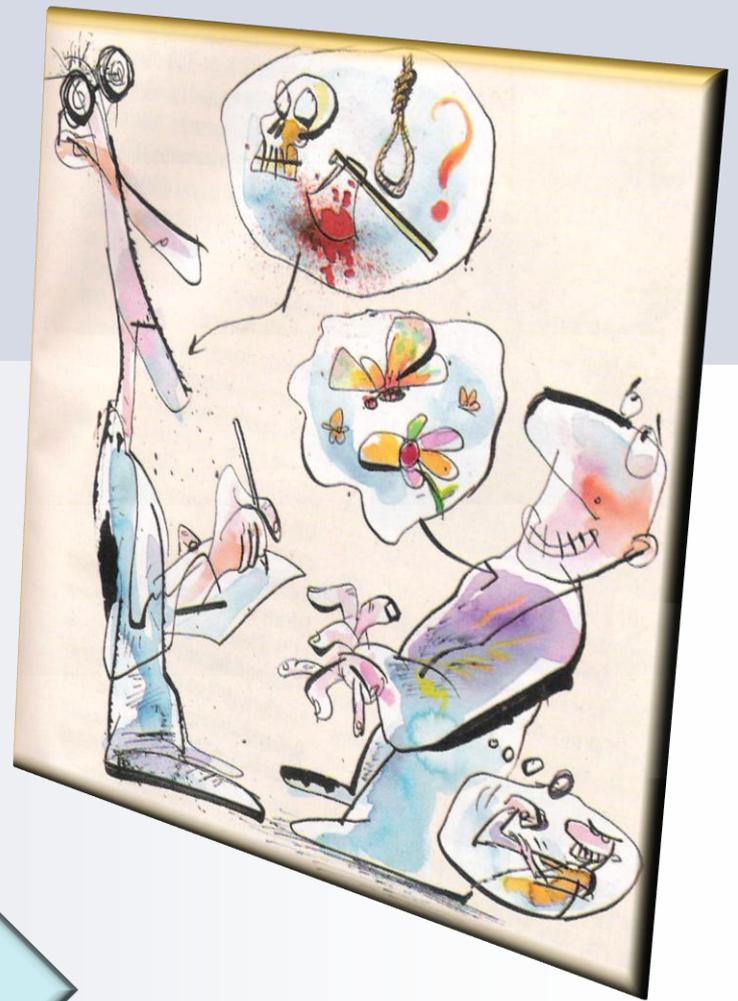


Medios de comunicación electrónicos y conductas infractoras en menores

Carolina Bringas Molleda

La agresividad es un impulso biológicamente adaptado, desarrollado por evolución, que sirve para la supervivencia del individuo y de la especie.



Medios de comunicación

- Importante medio de socialización
- Asimilación de información, ideas, estereotipos, actitudes, habilidades y hábitos.
- Pautas comportamentales

Televisión

- Asimilación de contenidos de forma pasiva
- Influye en la conformación de nuevos estilos de conducta a través del aprendizaje social.
- Interviene en la creación y formación de actitudes sociales, respuestas emocionales, formando parte del repertorio comportamental de los sujetos

Ordenador

- **Ámbito educativo. Actividades académicas**
- **Videojuegos: Mayor interactividad y realismo, mayor concentración, y participación activa en las actividades del programa**

Internet

- Novedosa forma de interacción social, que permite el intercambio libre de ideas, opiniones, información y relación con personas que desconocemos desde cualquier parte del mundo.
- Formas de uso
 - Chat: Comunicación en tiempo real. Conversación entre personas provenientes de diferentes partes del mundo, dando lugar en algunos casos al comienzo de una amistad.

Internet

- Formas de uso

- Correo electrónico: Intercambio rápido y económico de mensajes como forma de ponerse en contacto con otras personas (e-mail)

- Juegos: Posibilidad de jugar en grupos procedentes de distintos lugares, pudiendo formarse comunidad de jugadores o comunidades virtuales, dando lugar a una posible relación social mediante el juego (Juegos on-line)

Móviles

- Privacidad en las llamadas y comunicaciones, por la independencia que conlleva su uso
- Apariencia externa: El tamaño, forma, diseño y vistosidad son importantes novedades para su atractivo.
- Uso de los mensajes de texto SMS, así como configuración de diferentes tonos, melodías e imágenes
- Juegos (minivideoconsola)

Posicionamientos

- Tiempo de exposición a los medios. Los jóvenes dedican diariamente un tiempo prolongado a los distintos medios electrónicos.
- Relación con variables personales y demográficas, como la edad, el sexo o la clase social

Posicionamientos

■ Influencias positivas

- Educación. Suscitan conocimientos, valores, así como actitudes y hábitos.
- Información. Transmisión de hechos y noticias a los que no es posible acceder directamente
- Entretenimiento. Se utilizan principalmente como elementos de compañía
- Aprendizaje. Adquisición de pautas comportamentales
- Diversión. Forma de pasar el tiempo

Posicionamientos

- Influencias negativas (Según el tiempo de exposición)
 - Conductas agresivas. Aprendizaje de conductas inadecuadas según el contenido mediático.
 - Aislamiento social. Reducción de las interacciones sociales
 - Fracaso escolar. Disminuye el tiempo dedicado a las tareas académicas
 - Relaciones interpersonales inestables. Su interacción con los demás se ve deteriorada por el tiempo que pasa ante los medios electrónicos

Posicionamientos

- Efectos globales sobre el comportamiento de las personas (Hearold, 1986)
 - Conductas prosociales: Juegos sin agresión, cooperación, aceptación del otro, conductas positivas hacia los demás
 - Conductas antisociales: Disminución de la comunicación familiar, transgresión de normas sociales, agresión física y verbal, o la imitación de conductas inadecuadas

Violencia audiovisual

- Violencia física. Acto mediante el cual se agrede a alguien o algo (Persona, animal o propiedad)
- Violencia verbal. Uso inadecuado del lenguaje hacia otros, como insultos.
- Violencia psicológica. Cualquier forma de violencia que afecta a la víctima psicológicamente, como el miedo.

Características de la violencia audiovisual

- Carácter gráfico y realista. Los espectadores llegan a habituarse a las escenas de violencia de las pantallas, como consecuencia de su repetitividad.
- Violencia divertida.
- Violencia justificada. La conducta del "héroe", es utilizada con fines benéficos
- Violencia recompensada. No existen consecuencias negativas de la conducta agresiva para quien la comete, sino todo lo contrario, es recompensado por ello.

Efectos de la violencia en los medios electrónicos

- Efectos conductuales
- Efectos emocionales
- Efectos cognitivos

Efectos conductuales

- Teoría del modelaje. Los sujetos expuestos a los modelos agresivos de los medios, actuarían después de esa exposición de manera más violenta que si no hubieran estado expuestos (aprendizaje por imitación)
- Teoría del reforzamiento. Los contenidos mediáticos reducen las inhibiciones de los espectadores hacia la agresión, es decir, refuerzan los actos violentos y predisposiciones violentas preexistentes

Efectos conductuales

- Teoría de la catarsis. Reducción de los impulsos violentos. A través de los contenidos violentos, los receptores expulsan sentimientos de hostilidad e indignación.
- Teoría de la estimulación elemental. Lo que precisa el grado de agresividad, es el grado de estimulación física y psicológica que le provoca el programa en cuestión, independientemente de su contenido.

Efectos emocionales o afectivos

- Teoría de la sensibilización. La continua exposición a imágenes violentas produce un sentimiento de sensibilidad, tanto hacia la víctima de la agresión en el contexto en el que ocurre, como ante la violencia en general, con lo cual existe menos posibilidades de imitar esos actos.

Efectos emocionales o afectivos

- Teoría de la desensibilización. Disminución de las reacciones emocionales y ausencia de un sentimiento de empatía. Progresiva disminución de sensibilización hacia la violencia en general.
- Teoría del habituamiento. La habituación es el proceso por el cual la exposición frecuente a la violencia en los medios lleva a los espectadores a considerarla como algo normal (Van der Voort, 1986)

Efectos cognitivos

- Los contenidos del medio influyen o configuran las creencias y opiniones de los individuos sobre el mundo que les rodea.
- Cebado. La visión de ciertos contenidos violentos provoca recuerdos de otras escenas de ideas semánticamente relacionadas.

Condiciones que facilitan la aparición de una agresión

- El significado que da a lo que está viendo. La percepción de una imagen como agresiva, desarrolla ideas relacionadas con la agresividad
- La agresión vista como merecida o justificada. No hay consecuencias negativas.
- Identificación con los personajes. Existe mayor probabilidad de identificación con los personajes mediáticos cuanto más atractivos sean.

Condiciones que facilitan la aparición de una agresión

- Reactivación de estructuras previamente adquiridas. Ciertos argumentos mediáticos recuerdan otras imágenes con ideas semánticamente relacionadas.
- Modelo del agresor y de la víctima. Los modelos atractivos e interesantes aumentan la probabilidad de ser imitados.
- Presencia de armas.

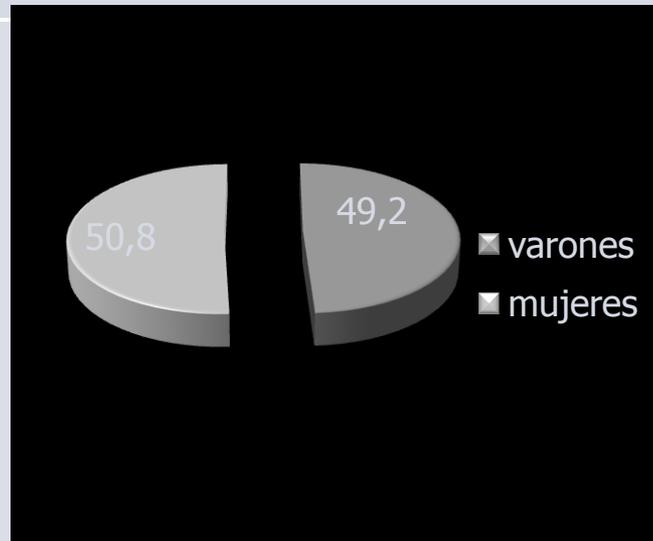
Condiciones que facilitan la aparición de una agresión

- Repetición de escenas violentas en la pantalla. Se genera una habituación que dificultará posteriormente una reacción diferente a una respuesta violenta.
- Realidad percibida a lo que está viendo. Una conducta violenta será más peligrosa cuanto más real sea, ya que le será más fácil desarrollar comportamientos agresivos asociados a los vistos en pantalla.

Condiciones que facilitan la aparición de una agresión

- Consecuencias de la violencia. Según sean premiados o castigados los actos violentos, aumentará o disminuirá la probabilidad de realización de los mismos en la vida real.
- Sentido del humor. Cuando las escenas violentas van acompañadas de cierto sentido del humor, aumentarán las probabilidades de que se produzcan.

Participantes



- N=433 (14 a 20 años)
- Clase social media (74%)

Instrumentos utilizados

- Consumo de medios. Uso de la televisión, ordenador, Internet y móvil
 - Visionado diario de televisión: Número de horas diarias que ven de televisión, así como el horario elegido, tanto durante el período lectivo como vacacional, y durante la semana como los fines de semana. Al mismo tiempo, la disponibilidad de aparato de televisión en el dormitorio
 - Uso de la informática: Utilización del ordenador, la tenencia de uno en casa, el motivo de uso, la afición a los videojuegos, el tiempo que lleva utilizándolos, la frecuencia semanal, y el tiempo de dedicación a los mismos

Instrumentos utilizados

– Uso de Internet: El lugar más habitual de uso, la tenencia de amigos desconocidos y conocidos a través de la red, el tiempo de antigüedad en su uso, la frecuencia semanal, así como el tiempo dedicado.

– Uso del móvil: La posesión de móvil, el envío y recibo de mensajes SMS, la tenencia de amigos desconocidos y conocidos a través de los SMS.

■ Inventario de conducta antisocial (ICA)

Resultados

Frecuencias consumo medios

Número de horas diarias de visionado televisivo		Frecuencias
Lunes a Jueves (período lectivo)	Menos de 1 hora	(18,9%)
	1-2 horas	(42%)
	2 horas o más	(37,6%)
Fines de semana (período lectivo)	Menos de 1 hora	(11,3%)
	1-2 horas	(26,6%)
	2 horas o más	(61,2%)
Lunes a Jueves (vacaciones escolares)	Menos de 1 hora	(13,4%)
	1-2 horas	(23,8%)
	2 horas o más	(61,4%)
Lunes a Jueves (vacaciones escolares)	Menos de 1 hora	(19,2%)
	1-2 horas	(21,7%)
	2 horas o más	(56,8%)
Horario diario de televisión		
Lunes a Jueves (período lectivo)	Mañana, combinación con tarde y/o noche, tarde	(39,5%)
	Noche y tarde-noche	(58,2%)
Fines de semana (período lectivo)	Mañana, combinación con tarde y/o noche, tarde	(42%)
	Noche y tarde-noche	(55,4%)
Lunes a Jueves (vacaciones escolares)	Mañana, combinación con tarde y/o noche, tarde	(42,5%)
	Noche y tarde-noche	(54%)
Fines de semana (vacaciones escolares)	Mañana, combinación con tarde y/o noche, tarde	(42,5%)
	Noche y tarde-noche	(52,4%)
Disponibilidad de aparato de televisión en habitación	Sí	(45,3%)
	No	(52,9%)

Uso de informática / ordenador, Internet y móvil		Frecuencias
Usuario de informática	Sí	(81,3%)
	No	(17,8%)
Disponibilidad de ordenador en casa	Sí	(88,5%)
	No	(11,3%)
Motivos de uso de ordenador	Estudio, aprendizaje o ambas cosas	(16,4%)
	Ocio	(41,6%)
	Estudio y ocio, ocio y aprendizaje o todo	(35,3%)
Afición a juegos informáticos o de consola	Sí	(55,4%)
	No	(44,1%)
Usuario de Internet	Sí	(77,4%)
	No	(21,9%)
Lugar de uso de Internet	Casa, casa y centro de estudio, casa y cyber o todo	(61,2%)
	Centro de estudio, cyber, o las dos cosas	(20,8%)
Amigos desconocidos a través de Internet	Sí	(39,7%)
	No	(52,2%)
Amigos actuales conocidos a través de Internet	Sí	(25,4%)
	No	(66,7%)
Posesión de móvil	Sí	(91%)
	No	(8,8%)
Envío y recibo de mensajes SMS	Sí	(91,2%)
	No	(8,5%)
Amigos desconocidos a través de mensajes SMS	Sí	(24,2%)
	No	(75,5%)
Amigos conocidos a través de mensajes SMS	Sí	(20,1%)
	No	(79,4%)

Cantidad de uso de juegos de ordenador e Internet	Frecuencias	
Tiempo que hace que usa juegos de ordenador	Menos de 1 año	(12%)
	1-2 años	(13,4%)
	Más de 2 años	(64%)
Número de veces semanales que juega con el ordenador durante período escolar	Menos de 1 vez	(31,4%)
	1-2 veces	(24,7%)
	Desde 3 veces hasta a diario	(34,6%)
Tiempo de uso de juegos de ordenador	Menos de 1 hora	(31,9%)
	1-2 horas	(39%)
	2 a más de 4 horas	(18,7%)
Tiempo que hace que usa Internet	Menos de 1 año	(27%)
	1-2 años	(23,8%)
	Más de 2 años	(32,1%)
Número de veces semanales que usa Internet durante período escolar	Menos de 1 vez	(23,3%)
	1-2 veces	(24,5%)
	Desde 3 veces hasta a diario	(36,7%)
Tiempo de uso de Internet	Menos de 1 hora	(24%)
	1-2 horas	(36,5%)
	2 a más de 4 horas	(23,3%)

Resultados

Relación consumo medios-
conductas infractoras y
conflictivas

Uso de informática / ordenador Internet y móvil		CA1: Conductas infractoras			Chi-2 P
		Baja CA1	CA1 media	Alta CA1	
Motivos de uso de ordenador	Estudio, aprendizaje o ambas cosas	24,1%	15,1%	11,8%	15,712 (0,003)
	Ocio	32,4%	49,4%	54,8%	
	Estudio y ocio, ocio y aprendizaje o todo	43,4%	35,5%	33,3%	
Afición a juegos informáticos o de consola	Sí	45,6%	56,3%	70,7%	15,633 (0,000)
	No	54,4%	43,7%	29,3%	
Amigos actuales conocidos a través de Internet	Sí	20,8%	25,3%	41,2%	12,748 (0,002)
	No	79,2%	74,7%	58,8%	
Amigos conocidos a través de mensajes SMS	Sí	10,1%	20,1%	36,7%	26,772 (0,000)
	No	89,9%	79,9%	63,3%	

Cantidad de uso de juegos de ordenador e Internet		CA1: Conductas infractoras			Chi-2 P
		Baja CA1	CA1 media	Alta CA1	
Número de veces semanales que juega con ordenador período escolar	Menos de 1 vez	36,4%	35%	31,3%	16,623 (0,002)
	1-2 veces	30%	32,5%	14,6%	
	Desde 3 veces hasta a diario	33,6%	32,5%	54,2%	
Tiempo de uso de juegos de ordenador	Menos de 1 hora	43,1%	31,2%	31,9%	10,803 (0,029)
	1-2 horas	42,3%	47,8%	38,3%	
	2 a más de 4 horas	14,6%	21%	29,8%	
Número de veces semanales que usa Internet durante período escolar	Menos de 1 vez	30%	28,4%	22,7%	11,086 (0,026)
	1-2 veces	35,4%	28,4%	20,5%	
	Desde 3 veces hasta a diario	34,6%	43,2%	56,8%	
Tiempo de uso de Internet	Menos de 1 hora	35,2%	27,2%	21,6%	13,538 (0,009)
	1-2 horas	39,8%	50,3%	37,5%	
	2 a más de 4 horas	25%	22,4%	40,9%	

Uso de informática / ordenador Internet y móvil		CA2: Conductas conflictivas			Chi-2 P
		Baja CA2	CA2 media	Alta CA2	
Motivos de uso de ordenador	Estudio, aprendizaje o ambas cosas	29,7%	15,7%	9,4%	27,433 (0,000)
	Ocio	29,7%	43,1%	61,3%	
	Estudio y ocio, ocio y aprendizaje o todo	40,6%	41,1%	29,2%	
Afición a juegos informáticos o de consola	Sí	52,3%	50,2%	69,4%	11,465 (0,003)
	No	47,7%	49,8%	30,6%	
Amigos desconocidos a través de Internet	Sí	31,7%	41,5%	56,9%	13,997 (0,001)
	No	68,3%	58,5%	43,1%	
Amigos actuales conocidos a través de Internet	Sí	20%	23,6%	41,7%	15,155 (0,001)
	No	80%	76,4%	58,3%	
Posesión de móvil	Sí	85,8%	91,8%	95,5%	6,700 (0,035)
	No	14,2%	8,2%	4,5%	
Envío y recibo de mensajes	Sí	84,1%	93,3%	95,5%	11,056 (0,004)
	No	15,9%	6,7%	4,5%	
Amigos desconocidos a través de mensajes	Sí	15,9%	28,4%	25,2%	6,224 (0,045)
	No	84,1%	71,6%	74,8%	
Amigos conocidos a través de mensajes	Sí	10,7%	19,7%	30,6%	13,782 (0,001)
	No	89,3%	80,3%	69,4%	

Cantidad de uso de juegos de ordenador e Internet		CA2: Conductas conflictivas			Chi-2 P
		Baja CA2	CA2 media	Alta CA2	
Número de veces semanales que juega con el ordenador durante período escolar	Menos de 1 vez	34,4%	40,5%	24,3%	14,121 (0,007)
	1-2 veces	30,2%	27,9%	23,4%	
	Desde 3 veces hasta a diario	35,4%	31,6%	52,3%	
Número de veces semanales que usa Internet durante período escolar	Menos de 1 vez	29,8%	31,1%	19,6%	17,927 (0,001)
	1-2 veces	35,7%	31,1%	19,6%	
	Desde 3 veces hasta a diario	34,5%	37,8%	60,8%	
Tiempo de uso de Internet	Menos de 1 hora	35,7%	30,5%	19,6%	13,672 (0,008)
	1-2 horas	47,6%	42,9%	41,2%	
	2 a más de 4 horas	16,7%	26,6%	39,2%	

Conclusiones

- Los jóvenes con mayores conductas infractoras se muestran como los más aficionados a los videojuegos, dedicándose a ellos con una mayor asiduidad.
- Del mismo modo, mediante el uso de Internet, realizan consecuentemente más amistades por vía virtual que llegan a conocer personalmente.
- Igualmente, destacan por tener más facilidades para conocer y entablar relaciones amistosas por medio de los SMS.
- Con respecto a comportamientos de conflictividad normativa, también son los adolescentes que puntúan alto en esta característica conductual, los que muestran mayor entusiasmo por los videojuegos, siendo su frecuencia de uso semanal mayor que el resto

Conclusiones

- Este colectivo dedica asimismo esta frecuencia al uso de la red, realizando más amistades por medio de la misma
- Con respecto al uso del móvil, son los adolescentes más conflictivos quienes más disponen de uno, empleando por ello más SMS para comunicarse, y conociendo personalmente más gente a través de los mismos
- En definitiva, los resultados muestran que cuanto mayor es el repertorio antisocial de nuestros jóvenes, mayor uso hacen de las más nuevas tecnologías.