

Estrategias de mediación parental sobre el uso de videojuegos en menores de 8-12 años

Parental mediation strategies on the use of video games on children aged 8-12

Ana Aierbe, Eider Oregi y Elsa Cuero
Universidad del País Vasco (UPV/EHU)

Resumen

Esta investigación explora la utilización de videojuegos y estrategias de mediación parental en niños y niñas de 8 a 12 años. Mediante el Cuestionario de Consumo Mediático Infantil, se han recabado datos referidos a las pautas de consumo de videojuegos, concretamente: el uso de consola de videojuegos con o sin acceso a internet; tipo de consola de videojuegos; tipo de videojuego preferido y videojuego al que más juega; contexto social en el que juega y finalidad con la que utiliza la consola. Asimismo, se ha indagado en las estrategias y estilos de mediación parental (restrictiva, instructiva, compartida) del uso de videojuegos por parte de hijos e hijas. Entre los resultados se constata que a partir de los 11-12 años se tiende a jugar más solo/a a videojuegos; y también, a conectarse más a Internet a través de la consola para jugar a videojuegos con amistades y desconocidos sin estar en el mismo espacio. Madres y padres han optado principalmente por estilos restrictivos e instructivos como estrategias de mediación. Este trabajo pone en evidencia los nuevos retos a los que los progenitores deben enfrentarse así como la necesidad de impulsar la competencia mediática para un uso responsable de los medios.

Palabras clave: videojuegos, mediación parental, Internet, medios de comunicación, infancia.

Abstract

This research explores the use of video games and parental mediation strategies in children aged 8-12 years. Child Questionnaire by media consumption, have collected data on the consumption patterns of video games, namely: the use of video game consoles with or without internet access; type of game console; favorite type of video game and video game that's played; social context in which plays and purpose for which used the console. Also, it has explored strategies and styles of parental mediation (restrictive, instructive, shared) the use of video games by children. The results can be seen that from 11-12 years tend to play more alone to video games; and also to connect over the Internet through the console to play games with friends and strangers without being in the same space. Parents have chosen mainly by restrictive and instructive mediation styles and strategies. This paper highlights the new challenges that parents must face and the need to promote media competence for responsible use of the media.

Keywords: video games, parental mediation, Internet, mass media, childhood.

Introducción

En la actualidad existe común acuerdo en que los videojuegos, como medios de comunicación, han transformado las relaciones sociales, la construcción del conocimiento y la educación. La relevancia de los videojuegos como medios de comunicación fue puesta de relieve por MacLuhan ya en la década de los 60 al definirlos como “extensiones de nuestro ser, no individual sino social...que son medios de comunicación” (MacLuhan, 1996:253). En este sentido, son herramientas que nos sirven “para entender el mundo” (Frasca, 2009:37).

Resulta una tarea compleja definir qué son los videojuegos. En primer lugar, porque, a menudo, el concepto de videojuego es utilizado de forma indistinta para hacer referencia tanto a su componente tecnológico, el hardware, como al tipo de juego o software. En segundo lugar, porque el mercado oferta multitud de posibilidades (consolas domésticas, máquinas recreativas, ordenadores personales) mediante las que se puede acceder a los videojuegos, además de la constante evolución a los que éstos están sujetos.

Para Levis (1997) un videojuego consiste en un entorno informático que reproduce sobre una pantalla un juego cuyas reglas han sido previamente programadas. Esta definición es completada por Marqués (2000) al señalar que, se podría entender por videojuego todo tipo de juego electrónico interactivo que oferta una serie de actividades lúdicas (contenido), cuyo punto de apoyo común es el medio que se utiliza (plataforma electrónica), con independencia de su soporte (ROM interno, cartucho, disco magnético u óptico, on-line) y de la plataforma tecnológica que utiliza (máquina de bolsillo, videoconsola conectable al TV, máquina recreativa, microordenador, vídeo interactivo, red telemática o teléfono móvil).

Los videojuegos, son una herramienta tecnológica muy difundida entre los jóvenes y los menores. Sus efectos han sido muy cuestionados, contando tanto con defensores y detractores, aunque puede decirse que su uso será o no perjudicial dependiendo del tipo de juego utilizado, es decir, del contenido y del tiempo dedicado a ellos. En general, se señalan diversas ventajas y desventajas de estos medios. Entre las desventajas destacan (Marqués, 2000):

- 1.-Puede generar adicción.
- 2.-El uso excesivo de videojuegos puede causar rechazo hacia otros medios didácticos como los libros, CD, etc.
- 3.-Puede causar conductas violentas si el recurso utilizado se basa en este tipo de comportamientos.
- 4.-Puede resultar costoso para el centro educativo, no sólo la adquisición de videojuegos, sino también los equipos y programas necesarios para ejecutarlos. Es importante el papel que desempeñan los videojuegos en la educación, pero siempre deben utilizarse con medida y bajo la supervisión de padres y docentes.
- 5.-Quienes juegan, se desconectan del mundo real y “deja de existir” el tiempo y el espacio, el afuera, la realidad exterior.
- 6.-Tienen incidencia negativa en la comunicación y relaciones en la familia.
- 7.-Restan tiempo a las tareas escolares
- 8.-Generan estrés y fatiga ocular
- 9.-Dan lugar a dolores musculares y articulares
- 10.-En relación a su contenido, estimulan la violencia.
- 11.-Pueden producir nerviosismo y ansiedad.
- 12.-Pueden transmitir valores inadecuados.

13.-Pueden provocar un cierto retraso en el proceso de socialización e incluso un aislamiento.

14.-La excesiva estimulación de concentración puede llegar a provocar falta de atención hacia su entorno.

Pero, por otra parte, también el uso de videojuegos se relaciona con determinadas ventajas:

1.-Fomentan la motivación: Muchos de ellos tienen una atractiva interfaz y navegación que permite estimular varios sentidos al mismo tiempo.

2.-Tienen gran interactividad, lo que permiten que el alumno sea un sujeto activo y participativo mientras lo usa.

3.-Facilitan la atención a la diversidad: Permite establecer varios ritmos de aprendizaje y la facilidad de adaptar el nivel de contenidos según las necesidades de cada uno.

4.-Estimulan la capacidad de razonamiento y discernimiento.

5.-Permiten la interdisciplinariedad, en un solo videojuego podemos encontrar desarrollo de varias áreas.

6.-Permiten un sistema de evaluación que genera la sana competencia.

7.-Favorecen la organización espacio-temporal.

8.-Desarrollan destrezas básicas como la rapidez de reflejos y la memoria.

9.-Desarrollan el instinto de superación.

10. -Algunos permiten mejorar y acrecentar la rapidez de razonamiento.

11.-Estimulan la concentración, por lo que pueden ser muy adecuados para niños y niñas con hiperactividad o con déficit de atención.

¿Qué particularidades se asocian al videojuego frente a otras pantallas como la televisión? Frente a la contemplación de la televisión que, aunque les mantengan intelectualmente estimulados y activen la imaginación, deja poca iniciativa a la persona que los ve, los videojuegos exigen una implicación activa en el propio desarrollo de los mismos. El jugador/a se ve obligado a tomar decisiones que le involucran en el proceso del juego. El jugador/a se siente incluido en el juego porque el programa le ofrece desempeñar un rol en la trama en un contexto simulado ligado a la fantasía (escenas desarrolladas en el espacio o en tiempos lejanos). La sensación de implicarse en un rol produce una fuerte identificación en el jugador/a que asume como propias las coordenadas del relato. Esto es lo que los hace esencialmente diferentes al resto de los fenómenos audiovisuales contemporáneos.

Hablar de videojuegos supone hacer referencia a los tipos de soporte sobre los cuales podemos encontrar los videojuegos, así como el tipo de juegos existentes en el mercado actual. La relevancia del soporte radica en que las características propias de cada uno de los soportes determinan modos de uso y tipos de programas de juego específicos para cada uno de ellos.

Los soportes más habituales son los siguientes (Levis, 1997; Marqués, 2000): Máquinas recreativas, red telemática (juegos interactivos en red bien mediante Internet o intranets), microordenador (Juegos interactivos en soporte CD-ROM, DVD, disco), videoconsola (Nintendo, PlayStation, XBOX), máquina de bolsillo (GameBoy, PSP de Sony) y teléfono móvil.

Además de los soportes, es preciso aludir al tipo de videojuego. Puede hacerse una diferenciación de los mismos en función de criterios técnicos o comerciales, o bien, como lo hace el CIDE/Instituto de La Mujer, basando la clasificación en contenidos y valores que transmiten los videojuegos. La clasificación propuesta es la siguiente: Arcade (juegos de tipo plataforma y laberinto como por ej. Pacman, Mario); Deportes y simuladores deportivos (FIFA, PC Football, NBA, Formula I, GrandPrix); Juegos de

acción y de rol; Simuladores y constructores; Juegos de estrategia; Juegos de mesa; Juegos de combate (juegos de tipo disparo o lucha).

Debido a la rápida evolución del mundo de los videojuegos, las clasificaciones van cambiando y adaptándose a los avances que se van produciendo en este campo. Así, muchos de los videojuegos que se incluyen dentro de una categoría, podrían situarse en varias de ellas, ya que cada vez se diseñan y comercializan juegos más complejos, que engloban varias modalidades y categorías en un mismo videojuego.

Mediación parental

La mediación comprende todos aquellos procesos a través de los cuales la familia filtra las influencias educacionales (externas) mediante los procesos por los cuales ella cierne, interpreta, refracta y transforma esas informaciones” (Leichter, 1978). En lo que respecta a las pantallas, la mediación parental se define como el grado y la forma en la que los padres y madres intervienen en las relaciones que los hijos/hijas establecen con los medios (Torrecillas-Lacave, 2013).

De estas definiciones se desprende que los padres y las madres tienen la responsabilidad del cuidado y la guía de los hijos protegiéndolos de lo que podrían afectarlos, dentro de esto podríamos mencionar los medios de comunicación y las pantallas. Los padres y madres son los que deben filtrar y explicar las informaciones, facilitando la comprensión de los contenidos proyectado en las pantallas para que los hijos e hijas sean capaces de enfrentarse a ésta.

En cuanto a las clasificaciones de los tipos de mediación Torrecillas-Lacave (2013) diferencia cuatro tipos de mediación familiar efectiva, referida a la televisión pero válida para otros medios: a) control: la mediación consiste en el seguimiento del uso que hacen de las pantallas los hijos e hijas y establecen prohibiciones totales o parciales de ciertos contenidos, horarios, etc; b) descontrol; es la pérdida del control, el orden o la disciplina; c) autocontrol: los padres y madres no intervienen en el visionado de los hijos/as; y d) heterocontrol: la mediación se establece a través de normas.

Aierbe, Orozco y Medrano (2014), basándose en los estudios de Valkenburg (1999), describen tres estilos de mediación parental televisiva en su investigación: a) la mediación compartida o covisionado: en la que los adultos simplemente acompañan a los hijos a ver televisión; b) la mediación restrictiva: en la cual el adulto actúa imponiendo normas al menor, restringiendo el horario, así como la programación que puede ver o no; y c) la mediación instructiva, en la cual los padres, las madres y los hijos-hijas dialogan acerca de los programas. Esta clasificación es la que se ha tomado en consideración en esta investigación.

Puede apreciarse que hay una clara similitud en las clasificaciones de los estilos de mediación que perciben estos autores y autoras que, aun nombrando de diferentes maneras, siguen un mismo lineamiento de pensamiento en donde una categoría consiste en informar, otra en restringir y poner normas, otra en acompañar y la menos apropiada que se caracteriza por la ausencia de mediación en donde se deja a los y las menores a su libre albedrío.

El fenómeno de los videojuegos compartidos es cada vez más frecuente en nuestros hogares, esto es así desde el uso de las videoconsolas “Play Station”, creada por la compañía Sony, y “Wii”, de la empresa Nintendo. Esta última tiene unas características que les permite a los niños y niñas la incorporación de movimientos alrededor de la pantalla, y la participación de más de un jugador a la vez, por lo que padres, madres, hijos e hijas pueden compartir juegos y jugar al unísono (Gabelas Barroso y Marta Lazo, 2008). Según estos autores, la pantalla menos preferida es la videoconsola o los videojuegos ya que los padres y madres limitan con mayor

frecuencia el uso de éstos por lo que es la pantalla más restringida por parte de los progenitores.

Nikken y Jansz, (2006) al analizar la mediación en los videojuegos indican que los padres y madres utilizan el mismo estilo de mediación que el utilizado con la televisión, en donde la participación y los estilos o estrategias de mediación seleccionadas por los padres y madres suelen tener relación con el grado de conocimientos que tengan sobre éstos.

Sin embargo, la aparición de innovadoras pantallas y nuevas tecnologías pone a los padres y madres en una posición cada vez más difícil, además ha aparecido una nueva tendencia, la de acceder a contenidos y juegos a través de dispositivos más portátiles y con acceso a Internet, algo que preocupa a los padres y madres pues supone otro tipo de inspección y mediación de contenidos, tiempos y usos, principalmente series que se difunden y visualizan a través de los teléfonos móviles.

Sarabia y Muñoz (2009) hablan de una grieta generacional, puesto que los padres y madres con frecuencia tienen unas competencias menores que los hijos e hijas en cuanto al uso de Internet y la informática, por lo que nos encontramos a unos padres y madres poco preparados frente a unos hijos/as con mayores habilidades informáticamente hablando. Por tanto, la gran destreza de los hijos e hijas con las tecnologías contrasta con las de sus progenitores que tienen menos habilidades en el manejo de las mismas, lo que supone un esfuerzo mayor cuando se trata de informar y mediar en el uso de las pantallas a sus hijos.

Los más jóvenes cada vez están inmersos en una cotidianidad más tecnológica además de un acceso a más temprana edad con las pantallas. Ahora bien, en muchos casos, los adultos creen que las nuevas tecnologías no están hechas para ellos y no tienen claro el papel que esas herramientas de la información y de la comunicación pueden tener en sus vidas (Sarabia y Muñoz, 2009). Existe una brecha generacional con respecto al uso de Internet en algunas familias, de manera que los niños y adolescentes prueban los avances tecnológicos y ven las nuevas tecnologías de la información como algo interesante, mientras que en el caso de los adultos esta concepción es distinta.

No cabe duda de que Internet, hoy en día, se erige como el medio estelar para la información, el ocio y la comunicación de niños y adolescentes. Cada vez se accede desde diferentes pantallas, de menor tamaño y portátiles (Livingstone, 2007) por lo que claramente la tendencia actual discurre hacia el consumo multipantalla. Las series se difunden y visualizan a través de tablets o teléfonos móviles. Asimismo, se ha extendido el hábito entre niños y adolescentes de acceder a videojuegos en línea para jugar con amigos y/o personas desconocidas, con los consiguientes beneficios y riesgos que puede entrañar (Chicharro, 2014), tendencia que se va acrecentando, a través de los teléfonos móviles.

En síntesis, la mediación es importante y necesaria para que los y las menores hagan buen uso de los medios de comunicación. Las actitudes de los padres con relación al uso en red pueden ser, por un lado, positivas, en el sentido de proporcionar su uso de forma segura, ayudándoles a los más pequeños a hacer un uso sano y educativo de los recursos virtuales. Por otro lado, sus actitudes pueden ser negativas en el caso de rechazarla debido a sus riesgos potenciales.

A partir de esta revisión de estudios, surge el interés por indagar en los hábitos de consumo de videojuegos que tienen los niños y niñas así como en las estrategias que los padres y las madres despliegan para regular y mediar en dicho consumo. La cuestión guía de este trabajo es ¿Qué tipo de videojuegos utilizan los niños y niñas de 8 a 12 años y como regulan su consumo los padres y las madres?

Por tanto, el objetivo general es conocer las pautas de utilización de videojuegos en niños niñas de Educación Primaria (8-12 años). Asimismo, determinar con quién y dónde los usan, y el tipo de mediación parental sobre la utilización de éstos por los hijos/hijas de estas edades.

Más concretamente, los objetivos específicos son:

1.-Identificar los hábitos de uso de videojuegos de niños y niñas de 8-12 años: el uso de consola de videojuegos con o sin acceso a internet; tipo de consola de videojuegos; tipo de videojuego preferido y videojuego al que más juega; y finalidad con la que utiliza la consola.

2.-Determinar el contexto social de uso de los videojuegos, es decir, con quién y dónde suelen jugar los menores a los videojuegos.

3.-Conocer las estrategias y los estilos de mediación que los progenitores emplean para regular la utilización de videojuegos en los hijos/hijas de 8 a 12 años.

Método

Los resultados que aquí se presentan forman parte de una investigación más amplia de carácter cuasi-experimental, que se está llevando a cabo en la UPV/EHU y que pretende ahondar en las relaciones que se establecen entre el consumo mediático, el nivel atencional y el desarrollo socio-personal en la infancia.

En este trabajo se ha utilizado una metodología mixta de análisis cuantitativos y cualitativos.

Variables e instrumentos de medida

Las pautas de consumo mediático de los menores se recogieron mediante el *Cuestionario sobre Consumo Mediático Infantil (CMI; Aierbe y Oregi, 2014)* a cumplimentar por padres y madres en un tiempo estimado de 30 minutos. El cuestionario consta de 26 ítems cuyas respuestas puntúan en una escala tipo lickert de 5 opciones: nunca, casi nunca, algunas veces, casi siempre y siempre. Concretamente, se han incluido en este trabajo los ítems 19 al 26.

Las variables estudiadas son: Uso de consola de videojuegos con o sin acceso a internet (ítem 19); consola de videojuegos que posee (ítem 20); tipo de videojuego preferido (ítem 21; acción/guerra; deportes; carreras de coches-motos, aventura, otros); videojuego al que más juega (ítem 22); contexto social en el que juega ítem 23); mediación parental (ítem 24); finalidad con la que utiliza la consola (ítems 25 y 26).

Participantes

En el estudio han participado 112 padres y madres de niños y niñas de edades comprendidas entre 8 y 12 años ($M = 10.15$), que estudian en centros educativos públicos y privados de la Comunidad Autónoma Vasca (España). Entre ellos se identifican 20 padres, 82 madres y 10 casos de los que no poseemos el dato de quien ha respondido el cuestionario. Del total de 112 niños y niñas han participado 55 chicos y 57 chicas, de los cuales 43 cursan 3º curso y otros 69 participantes 6º de Educación Primaria.

La recogida de datos, previa obtención del consentimiento informado de los padres-madres, se efectuó entre el 20 de marzo y el 3 de abril de 2014.

Procedimiento

Se contactó con los centros escolares y, una vez se les informó a los padres-madres sobre la investigación a desarrollar, se les envió a través del alumnado el cuestionario CMI a rellenar en el hogar. Entre las indicaciones que se les proporcionó, se les pedía que solo uno de los progenitores rellenara el cuestionario y también se les invitaba a participar en un grupo de discusión, una vez se hubiera terminado la aplicación de pruebas a los niños y niñas

El análisis estadístico de los datos se ha llevado a cabo mediante el programa *SPSS Statistics 22*. Se han realizado análisis descriptivos (frecuencias, medias, desviaciones típicas) y comparaciones de medias mediante la prueba no paramétrica de *Mann-Whitney* tras comprobar si los datos cumplían la distribución normal mediante la prueba no paramétrica de *Kolmogorov-Smirnov*.

Resultados

Hábitos de uso de videojuegos

La consola es uno de los medios utilizados principalmente para jugar a videojuegos (42.9%) como entretenimiento u ocio (28.6%). Tal y como declara la mayoría de participantes en los ítems 26 y 25 del cuestionario respectivamente. Aunque entre semana (ítem 1), de lunes a viernes, también se utiliza ($M = .38$; $D.T. = .88$) son los fines de semana (ítem 2), sábados y domingos, ($M = .71$; $D.T. = 1.25$) cuando se utiliza mayoritariamente por el alumnado de 3º y 6º de Educación Primaria (ver Figura 1).

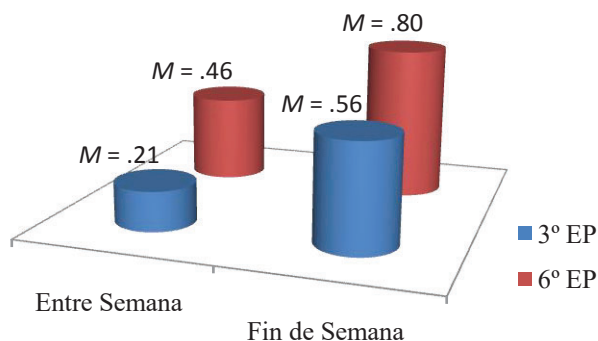


Figura 1. Utilización de la consola de videojuegos entre semana y en fin de semana por curso

Un 15.2% afirma utilizar la consola de videojuegos con acceso a Internet y/o Wi-Fi frente al 49.1% que juega con la consola sin acceso a Internet y/o Wi-Fi (ítem 19). Si se comparan los datos entre 3º y 6º se puede comprobar cómo cambia la tendencia de usar la consola sin Internet a comenzar en sexto a conectar la consola a Internet (ver Figura 2).

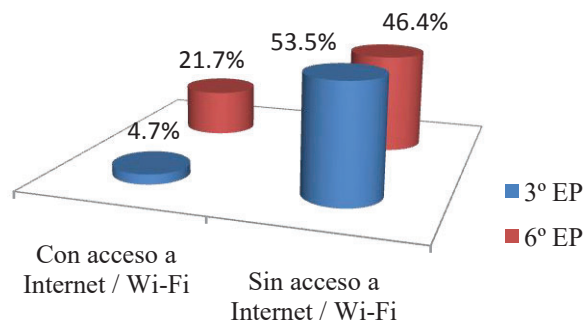


Figura 2. Utilización de la consola de videojuegos con y sin acceso a Internet / Wi-Fi por curso

Entre las consolas para jugar a videojuegos (ítem 20) destacan como favoritas: Nintendo (43.8%), Wii o Wii U (31.3%), Play Station (22.3%), PSP o PS Vita (18.8%), Xbox (9.8%), u otras consolas (.9%). Por curso se puede observar como en sexto aumenta la utilización de las diferentes consolas de videojuegos (ver Figura 3).

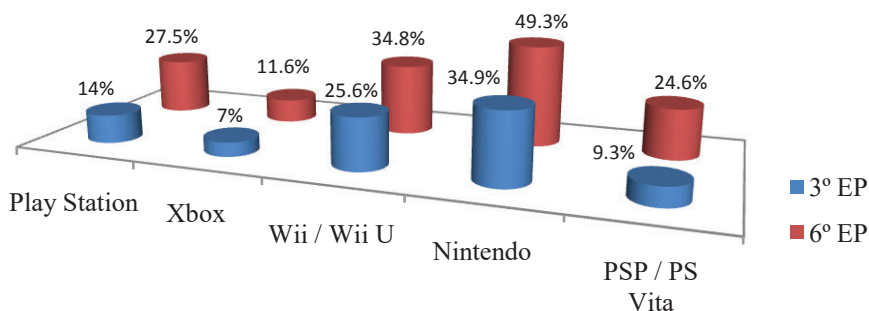


Figura 3. Consolas de videojuegos por curso

Respecto al tipo de videojuegos (ítem 21), por orden de mayor a menor frecuencia de uso, las preferencias son: videojuegos de deportes ($M = 2.26$; $D.T. = 1.82$), de aventura ($M = 2.21$; $D.T. = 1.69$), otro tipo de videojuegos ($M = 1.82$; $D.T. = 1.74$), de carreras de coches y/o motos ($M = 1.72$; $D.T. = 1.57$), y de acción y/o guerra ($M = 1.22$; $D.T. = 1.22$). En la comparativa de medias por curso/edad no se han hallado diferencias estadísticamente significativas.

En el ítem 22 del cuestionario (de carácter cualitativo) se ha recogido el nombre del videojuego favorito. Estas respuestas se han clasificado en los tipos de videojuegos propuestos en el ítem 21: Acción/Guerra, Deportes, Carreras, Aventura, u Otros (ver Figura 4).

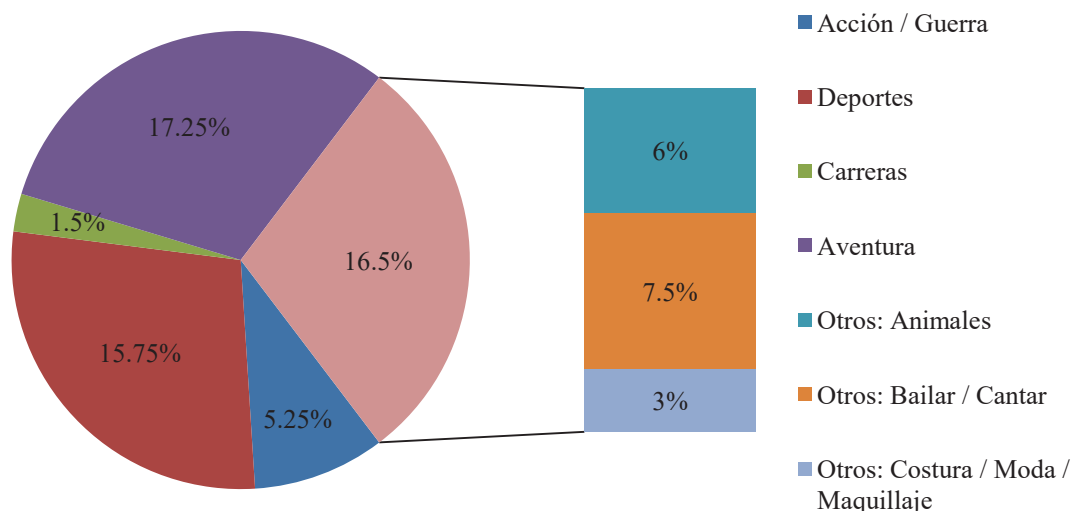


Figura 4. Clasificación de tipos de videojuegos mencionados por los participantes

Dentro de la categoría de "Acción/Guerra" se han mencionado por ejemplo *Grand Theft Auto* (videojuego recomendado para mayores de 18 años) y *Minecraft*. En "Deportes" se han incluido videojuegos de fútbol como *FIFA* y *Pro Evolution Soccer*, así como *Wii Sports* y *Wii Fit Plus*. En la categoría de "Carreras" se encuentran *Fórmula 1* y *Test Drive Unlimited*. Dentro de los videojuegos de Aventura constan *Jack & Daxter* y *Mario* (en sus diferentes modalidades como *Mario 3D Land* o *Mario Party*). En la categoría de "Otros" se encuentran varios tipos de videojuegos: unos relativos a animales y/o a su cuidado (ej. *Animal Crossing*, *Horsez* o *Dogz*); otros relacionados con bailar y cantar (ej. *Just Dance* o *Central Dance*), y por último, videojuegos que tienen que ver con costura, moda y maquillaje (ej. *Barbie Costurera* o *Style Boutique*).

Contexto social de uso

Al indagar sobre con quién y dónde suelen jugar a videojuegos (ítem 23), indican que juegan de mayor a menor medida: solos/as ($M = 2.18$; $D.T. = 1.63$), con sus hermanos/as ($M = 1.75$; $D.T. = 1.60$), con su padre/madre ($M = 1.73$; $D.T. = 1.45$), con sus amigos/as ($M = 1.66$; $D.T. = 1.37$), van a casa de sus amigos/as a jugar ($M = 1.36$; $D.T. = 1.15$), juegan con sus amigos/as a través de Internet pero cada uno está en su propia casa ($M = 1.05$; $D.T. = 1.10$), y/o juegan con otros usuarios de diferentes países a través de Internet ($M = .88$; $D.T. = .79$).

Tal y como se puede observar en la tabla 1 se han hallado diferencias estadísticamente significativas entre tercero y sexto. En 6º de Educación Primaria existe mayor preferencia que en 3º por jugar en solitario, sin compañía; y/o a través de Internet, para poder jugar con amistades que no se encuentran en el mismo espacio, u otros usuarios del mismo o diferente país.

Tabla 1

Con quién y dónde se juega a videojuegos por curso

		3° EP	6° EP
Juega en casa solo/a	<i>M</i> (<i>D.T.</i>)	1.67 (1.64)	2.49 (1.55)
	<i>Z</i>		-2.611
	<i>p</i>		.01**
Juega con sus amigos/as a través de internet pero cada uno/a está en su casa	<i>M</i> (<i>D.T.</i>)	.63 (.54)	1.32 (1.27)
	<i>Z</i>		-3.040
	<i>p</i>		.01**
Juega con otros usuarios de diferentes países a través de internet	<i>M</i> (<i>D.T.</i>)	.63 (.54)	1.04 (.88)
	<i>Z</i>		-2.589
	<i>p</i>		.01**

p* < .05 *p* < .01 ****p* < .001

Mediación parental

Teniendo en cuenta los resultados encontrados en torno a la utilización de los videojuegos ¿Qué suelen hacer las madres y los padres para mediar en la utilización de los videojuegos? Entre las estrategias más utilizadas (ítem 24) se encuentran: decirle que lo deje si lleva mucho tiempo usándolo ($M = 2.58$; $D.T. = 2.25$), interesarse por saber para qué lo utiliza ($M = 2.53$; $D.T. = 2.22$), orientarle acerca de lo que le está permitido hacer y lo que no ($M = 2.49$; $D.T. = 2.19$), imponerle un horario para usarlo ($M = 2.46$; $D.T. = 2.18$), indicarle cómo debe utilizarlo y aconsejarle sobre sus riesgos ($M = 2.37$; $D.T. = 2.14$), estar presente en el mismo espacio cuando lo está usando ($M = 2.28$; $D.T. = 1.91$), permitirle utilizarlo sólo los fines de semana ($M = 2.05$; $D.T. = 2.01$), explicarle algo relacionado con la funcionalidad ($M = 1.92$; $D.T. = 1.83$), y acompañarle para utilizarlo juntos/as ($M = 1.71$; $D.T. = 1.57$). Sin embargo, al comparar las medias obtenidas en las diferentes estrategias mencionadas por curso (3° vs 6°) no se han hallado diferencias estadísticamente significativas.

Respecto a los estilos de mediación parental aparecen de mayor a menor medida: estilo restrictivo ($M = 2.36$; $D.T. = 2.04$), estilo instructivo ($M = 2.26$; $D.T. = 1.93$) y estilo compartido ($M = 2.17$; $D.T. = 1.79$). Al comparar los estilos de mediación por curso no se han hallado diferencias estadísticamente significativas. Sin embargo, aunque la diferencia es mínima, se puede observar (ver Figura 5) como en sexto de Educación Primaria se utilizan algo más los diferentes estilos para mediar el uso de la consola de videojuegos.

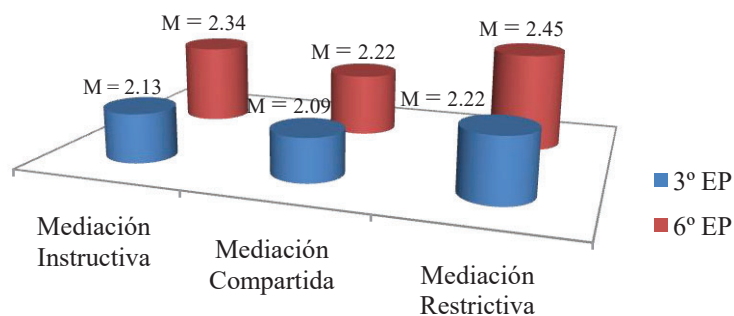


Figura 5. Estilos de mediación parental por curso

Discusión

En el presente estudio se ha examinado la utilización de videojuegos y estrategias de mediación parental en menores de 8 a 12 años.

De acuerdo al primer objetivo referido a las pautas de uso de los videojuegos, se ha constatado que en 6º de Educación Primaria (11-12 años de edad) la utilización de la consola de videojuegos, y en concreto, con acceso a Internet y/o WiFi va en aumento en comparación con 3º de Educación Primaria (8-9 años de edad) independientemente del tipo de videoconsola utilizada.

Los resultados hallados coinciden con los de Bernardes (2011) cuando indica que los niños y niñas de 7 a 9 años comienzan a habituarse con los soportes digitales, usan Internet ocasionalmente y su uso es mayormente lúdico y educativo mientras que en la edad de 10 a 12 años suelen utilizar Internet con mayor frecuencia así como las redes sociales. Este hecho es un resultado esperable desde un punto de vista evolutivo.

Entre los tipos de videojuegos favoritos se encuentran principalmente los relativos a: deportes (como FIFA), aventura (como Mario), u otros videojuegos (como Just Dance o Dogz). Preguntar por el nombre del videojuego al que más se juega ha permitido contrastar la clasificación previa de videojuegos propuesta en el cuestionario. La categoría "Otros" aparece entre una de las tres primeras preferencias de juego por lo que tal vez en una aplicación futura del cuestionario convenga incluir en la clasificación de videojuegos algún tipo más fuera de la categoría "Otros" como "Baile/Canto" o "Animales". Por otra parte, también sería interesante indagar en investigaciones futuras si existen diferencias entre niños y niñas en las preferencias de videojuegos señaladas.

Otro aspecto en el que se ha indagado, de acuerdo al segundo objetivo, es con quién y dónde se suele jugar a videojuegos. Habitualmente se suele jugar a solas con la consola de videojuegos pero, en ocasiones, también se juega en compañía de familiares y amistades. Además, las nuevas consolas permiten nuevas modalidades de juego mediante el acceso a Internet. Ya no es necesario estar en el mismo salón o espacio para jugar con otra persona, cada uno puede estar en su casa y jugar conjuntamente a un mismo videojuego en tiempo real. Es a partir de 11-12 años con el mayor uso de Internet cuando se empieza a utilizar en mayor medida esta modalidad para jugar con amistades mientras está cada uno en su propia casa y/o para jugar o relacionarse con otros usuarios de otros países.

Es preciso señalar que frente a la idea de sedentarismo y aislamiento que se cree que puede producir jugar con la consola se pueden encontrar videojuegos como Wii Sports que congregan a adultos y menores de diferentes edades (abuelos, abuelas, padres, madres, hijos e hijas) a jugar juntos mientras fomenta la actividad y la socialización (Gabelas Barroso y Marta Lazo, 2008).

Esto contradice, en parte, la apreciación de Gramigna y González-Faraco (2009) puesto que ellos consideran que aunque haya mil variables, la interacción entre menores y videojuegos está en gran medida "teledirigida".

Respecto al tercer objetivo, referido a las estrategias de mediación parental, los datos indican que padres y madres se implican en aprender, enseñar y guiar el uso de sus hijos/as. Más allá de estar presentes cuando juegan e independientemente de que restrinjan o no horarios y contenidos.

Los nuevos problemas surgidos con la implantación y uso masivo de videojuegos e internet por parte de menores hacen recomendar que se fortalezca la comunicación y los cauces de confianza entre jóvenes y adultos, y que además se establezcan vías que se perciban como seguras para poder plantear los diferentes problemas con los que se puedan encontrar. Posiblemente, hoy en día el mayor reto para

los progenitores sea sobre todo el acceso a Internet, y a redes sociales, bien sea desde los videojuegos u otros dispositivos, especialmente cuando acceden a todo tipo de contenidos en edades más tempranas en las que hacen un uso más individualizado y menos “mediado” mientras carecen de recursos para afrontar diferentes situaciones de riesgo.

Ante esta realidad, parece indispensable insistir en la conveniencia de considerar la competencia mediática como una necesidad, e ir más allá de la tradicional demanda de una educación que, entendida de manera holística, capacite a los y las menores para recibir críticamente la información.

Las generaciones más jóvenes, deben aprender a hacer un uso responsable de los contenidos que encuentran constantemente en las nuevas plataformas y, del mismo modo, deben ser conscientes de las consecuencias de su actividad y saber cómo gestionarlas.

En esta investigación impera el estilo restrictivo e instructivo frente al compartido como estrategias de mediación parental. En este sentido, sería interesante comprobar si padres y madres utilizan una combinación de los diferentes estilos de mediación parental e incluso ahondar más en las estrategias que utilizan para hacer frente a los riesgos y dificultades que pueden encontrar los/las menores de los diferentes dispositivos y más concretamente en Internet para que su utilización sea beneficiosa.

Referencias

- Aierbe, A., Orozco, G., y Medrano, C. (2014). Family context, television and perceived values. A cross-cultural study with adolescents. *Community & Society*, 27(2), 79-99.
- Bernardes, F. (2011). *Niños online: riesgos, oportunidades y control parental*. Recuperado de <https://comunicacion3punto0.files.wordpress.com/2011/05/comunicacion3punto01ibroactas2010.pdf>
- CIDE/Instituto de La Mujer. *La diferencia sexual en el análisis de los videojuegos*. Recuperado de <http://www.oei.es/valores2/libro-videojuegos.pdf>
- Chicharro, M. (2014). Jóvenes, ficción televisiva y videojuegos: espectáculo, tensión y entretenimiento. Tendencias generales de consumo. *INJUVE, Revista de Estudios de Juventud*, 106, 77-91.
- Frasca, G. (2009). Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción. *Comunicación*, 7(1), 37-44. Recuperado de http://revistacomunicacion.org/pdf/n7/articulos/a3_Juego_videojuego_y_creacion_de_sentido_una_introduccion.pdf
- Gabelas Barroso J.A. y Marta Lazo, C. (2008). Modos de intervención de los padres en el conflicto que supone el consumo de pantallas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 238-252. Recuperado de http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/19_25_Zaragoza/latina_art763.pdf
- Gramigna, A. y González-Faraco, J. C. (2009). Videojugando se aprende: renovar la teoría del conocimiento y la educación. *Comunicar*, 17 (33), 157-164. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15812486019>
- Leichter, H. J. (1978). Families and Communities as Educators: Some Concepts of Relationship. *Teachers College Record*, 79(4), 567-658.
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- Livingstone, S. (2007). *Strategies of parental regulation in the media rich home*. London: LSE Research Online. Recuperado de <http://eprints.lse.ac.uk/1019>.
- Marqués, P. (2000). *Impacto de las TIC en educación: Funciones y limitaciones*. Recuperado de http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/virtuami/file/ext/miplan_impacto_actv_impactoticeducacion.pdf
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós
- Nikken, P., & Jansz, J. (2006). Parental mediation of children's videogame playing: A comparison of the reports by parents and children. *Learning, Media and Technology*, 31(2), 181-202.
- Valkenburg, P. Krcmar. (1999). A scale to assess Three Styles of television mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 66.
- Sarabia, F. J. y Muñoz, J. (2009). Actitud y mediación de la familia hacia la exposición a Internet de los niños y adolescentes. Un enfoque de marketing. *Esic Market*, 133, 161-189. Recuperado de http://www.esic.edu/documentos/revistas/esicmk/090505_113838_E.pdf
- Torrecillas-Lacave, T. (2013). Los padres, ante el consumo televisivo de los hijos: Estilos de mediación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 27-54. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/968_CEU/02_Torrecillas.html