

12 Projectes transformadors

Guia de continguts per treballar preventivament amb infants, adolescents, famílies i professionals en relació amb l'ús adequat de les TRIC i els jocs d'apostes en línia



**Diputació
Barcelona**

www.diba.cat

12 Projectes transformadors

Guia de continguts per treballar preventivament amb infants, adolescents, famílies i professionals en relació amb l'ús adequat de les TRIC i els jocs d'apostes en línia



Direcció i coordinació tècnica dels continguts

Àrea d'Igualtat i Sostenibilitat Social de la Diputació de Barcelona

Agraïments:

Anna Sebastián Cercós de la Secció de Ciutadania. Àmbit de Drets Socials, Igualtat, Ciutadania, Salut i Infància de l'Ajuntament de Sant Cugat del Vallès.

Laura Membrive Herrero, tècnica de Prevenció de Conductes de Risc en Joves. Servei d'Informació i Assessorament sobre Drogues i Pantalles (SIADP), Servei de Salut Pública de l'Ajuntament de Granollers.

1a edició: febrer de 2023

© de l'edició: Diputació de Barcelona

© dels textos: Ester Angelats, Judith Pardo

© dels textos com a col·laboradora: Paula Castellsagué

Edició i producció:

Subdirecció d'Imatge Corporativa i Promoció Institucional

Disseny editorial:

Gal·la Pascual

Maquetació:

Edicions MIC

Sumari

PRESENTACIÓ	7
1. PRESENTACIÓ DE LA GUIA	8
2. DE LES TIC A LES TRIC	10
2.1. De què parlem, quan parlem de les TRIC?	11
2.1.1. Una mirada generacional	11
2.1.2. Factors propis de les TRIC	11
2.1.3. Les xarxes socials	12
2.1.4. Els riscos principals de les TRIC	13
2.1.5. Impacte de les TRIC en la salut mental	14
2.2. Particularitats en la infància i l'adolescència	14
2.3. Què en diuen les famílies, professionals i adolescents?	17
2.4. Orientacions pedagògiques per a professionals	18
2.4.1. Com abordem l'ús de les TRIC?	18
2.4.2. Recurs per a joves i adolescents	20
2.5. Per saber-ne més	22
3. USOS DE LES TRIC	24
3.1. De què parlem, quan parlem d'usos?	25
3.2. Particularitats en la infància i l'adolescència	26
3.3. Què en diuen les famílies, professionals i adolescents?	27
3.4. Orientacions pedagògiques per a professionals	28
3.4.1. Com abordem els diferents usos de les TRIC?	28
3.4.2. Un recurs per a joves i adolescents	29
3.5. Per saber-ne més	30
4. VIDEOJOCs	32
4.1. De què parlem, quan parlem de videojocs?	33
4.2. Particularitats en la infància i l'adolescència	35
4.3. Què en diuen les famílies, professionals i adolescents?	37
4.4. Orientacions pedagògiques per a professionals	37
4.4.1. Com abordem els videojocs?	37
4.4.2. Un recurs per a joves i adolescents	39
4.5. Per saber-ne més	40

5. JOCS D'APOSTES EN LÍNIA	42
5.1. De què parlem, quan parlem de jocs d'apostes en línia?	43
5.2. Particularitats en la infància i l'adolescència	47
5.3. Què en diuen les famílies, professionals i adolescents?	47
5.4. Orientacions pedagògiques per a professionals	48
5.4.1. Com abordem els jocs d'aposta en línia?	48
5.4.2. Un recurs per a joves i adolescents	49
5.5. Per saber-ne més	50
6. ACOMPANYAMENT FAMILIAR EN L'ÚS DE LES TRIC	52
6.1. De què parlem, quan parlem d'acompanyament familiar en l'ús de les TRIC?	53
6.2. Particularitats en la infància i l'adolescència	54
6.3. Què en diuen les famílies, professionals i adolescents?	55
6.4. Orientacions pedagògiques per a professionals	56
6.4.1. Com abordem l'acompanyament familiar?	56
6.4.2. Un recurs per a joves i adolescents	59
6.5. Per saber-ne més	60
7. MARC LEGAL	62
BIBLIOGRAFIA I FONTS	75

Presentació

Des de l'Àrea d'Igualtat i Sostenibilitat Social impulsem, a partir d'un nou marc conceptual i estratègic, la incorporació de la perspectiva del cicle de vida en les polítiques locals i, per això, estem desplegant el Projecte transformador infància i l'adolescència: del risc a la igualtat, la salut i el benestar.

Amb aquest projecte pretenem impulsar el coneixement i la innovació social, així com el desplegament de nous recursos, per a l'atenció a la infància i l'adolescència i la promoció de la cohesió social.

Les tecnologies de la informació i la comunicació, i l'ús de les xarxes socials han adquirit un paper molt important en els espais relacionals, educatius i d'oci d'infants i adolescents, el qual s'ha fet encara més present amb la pandèmia. Així doncs, gairebé la meitat de l'alumnat de quart d'ESO de la província de Barcelona actualment utilitza les xarxes socials més que abans de l'inici de la crisi sanitària.

En aquest context, entenem que és clau capacitar els infants, adolescents, famílies i entorns en un ús responsable de les tecnologies, tenint en compte la prevenció de l'abús o d'addiccions, així com la detecció i actuació davant dels riscos en l'entorn digital. Alhora, entenem que l'espai virtual, que és tan present en la vida dels adolescents, pot esdevenir també una via per treballar la igualtat de gènere, les habilitats socials i els hàbits saludables.

Per això, hem elaborat tres guies amb elements de recerca i de reflexió, que incorporen també recomanacions i propostes de treball socioeducatiu amb els infants i adolescents en relació amb l'ús de les tecnologies.

Us presentem ara la *Guia de continguts per treballar preventivament amb infants, adolescents, famílies i professionals en relació amb l'ús adequat de les TRIC i els jocs d'apostes en línia*, que té com a objectiu oferir pautes generals per al desenvolupament d'una tasca educativa per a l'ús saludable i preventiu davant de possibles riscos associats a les tecnologies de la relació, la informació i la comunicació (TRIC) entre la població infantil i juvenil.

Aquesta guia s'ha elaborat amb un procés participatiu del qual han format part professionals, mares i pares i adolescents dels municipis de Granollers i Sant Cugat.

Volem donar les gràcies a tothom que ha fet possible aquest document, i esperem que ajudi a acompanyar la infància i l'adolescència en un desenvolupament positiu i saludable, des de la igualtat d'oportunitats i la inclusió social.

Lluïsa Moret i Sabidó

Vicepresidenta primera i Presidenta de l'Àrea d'Igualtat
i Sostenibilitat Social de la Diputació de Barcelona

Presentació de la guia

01.

És un orgull presentar-vos la *Guia de continguts per treballar preventivament amb infants, adolescents, famílies i professionals en relació amb l'ús adequat de les TRIC i els jocs d'apostes en línia*, un treball que recull tots els aspectes a tenir en compte de cara a desenvolupar una tasca social i educativa, orientada a facilitar un ús responsable, saludable i preventiu de les tecnologies de la relació, la informació i la comunicació (d'ara endavant, les TRIC), entre la població infantil i juvenil. Per tal de poder identificar i aprofundir en els temes que preocupen més la comunitat, s'ha realitzat una prospecció de necessitats mitjançant la realització de diversos grups focals (famílies, joves i professionals) a diferents municipis de la província de Barcelona.

La guia va dirigida a professionals que treballen amb infants i adolescents en entorns socials, educatius i de lleure. Cal destacar que també pot ser d'interès per a famílies que fan un acompanyament a la seva canalla o a jovent en l'ús de les pantalles i tenen dubtes sobre com orientar-se per assolir un ús equilibrat i racional de les TRIC.

Què trobaràs a la guia?

La guia se centra en cinc temes identificats com a prioritaris per mitjà del treball de camp: les TRIC, usos de les TRIC, videojocs, jocs d'apostes en línia i acompanyament familiar. Per a cada un d'aquests temes, la informació s'estructura en els apartats següents:

De què parlem, quan parlem de...?	Conceptes, definicions i característiques bàsiques del tema presentat.
Particularitats en la infància i l'adolescència	Relació d'idees destacades que cal tenir en compte per abordar el tema amb cada col·lectiu o grup d'edat.
Què en diuen...?	Recull dels aspectes més significatius extrets de la prospecció de necessitats dels diferents grups focals.
Orientacions pedagògiques per a professionals	Presentació d'idees clau, propostes i consells que poden ser d'utilitat en el procés d'acompanyament en la infància i l'adolescència. S'inclou la descripció d'una o més propostes d'activitat d'intervenció per treballar el tema amb grups d'infants i adolescents.
Per saber-ne més	Selecció de materials d'interès per aprofundir en el tema: documents de lectura, material audiovisual i recomanacions de webs i perfils de referència.

Al final del document es presenten els capítols següents:

Marc legal	Recopilació de la normativa vigent que emmarca cada un dels temes desenvolupats a la guia, on queden destacats els aspectes més rellevants.
Resultats dels grups focals	Síntesi de les preocupacions, necessitats i propostes principals recollides per mitjà dels grups focals programats amb famílies, professionals i joves.

De les TIC a les TRIC



02.

2.1. DE QUÈ PARLEM, QUAN PARLEM DE LES TRIC?

Quan començaven a emergir les noves tecnologies, es va aplicar el terme «TIC» per referir-se a les tecnologies de la informació i la comunicació (ordinadors, mòbils, tauletes, etc., amb connexió a internet). Actualment, però, en considerar les implicacions i les funcions d'aquestes noves tecnologies, aquesta nomenclatura queda obsoleta. Ja no es parla de TIC, sinó de **TRIC (tecnologies de la relació, la informació i la comunicació)**, on s'inclou la erra per visibilitzar l'aspecte relacional i afectiu de l'ús de les tecnologies.

Les TRIC han esdevingut un element d'ús quotidià per la gran majoria de persones, i des d'aquesta dimensió relacional ja no es poden considerar com «espais digitals fora de la vida real», sinó que s'hi entrellacen generant noves maneres de connectar i relacionar-se interpersonament. Actualment, les TRIC tenen una gran presència a la vida quotidiana d'infants i adolescents, fet que condueix a reflexionar al voltant del paper de professionals i agents educatius per tal de prevenir possibles riscos, dependències i violències associades a l'ús de les TRIC i les característiques de les interaccions en aquest context.

2.1.1. Una mirada generacional

Encara que l'ús de les TRIC s'ha democratitzat entre els diferents segments d'edat, hi ha diferències significatives respecte a l'ús que en fan les diferents generacions i com es relacionen utilitzant-les. En observar diferents models d'interacció i de relació de les TRIC en les diferents esferes de la vida quotidiana, la mirada generacional permet entendre com es mou cada generació en la quotidianitat de les TRIC.

No hi ha un consens a l'hora de concretar quines edats engloben cada generació. Amb tot, es poden observar algunes variacions depenent de quines investigacions o professionals les determinin. La classificació següent ofereix una aproximació a les principals característiques de cada grup generacional:

- **Baby-boomers (1946-1964):** coneixen la tecnologia digital i internet a l'etapa adulta, per tant, la major part de la seva vida ha estat analògica. S'adapten molt a poc a poc a les TRIC. Principals usos de les TRIC: comunicació per WhatsApp i

correu electrònic i cerca d'informació, serveis, productes i preus.

- **Generació X (1965-1979):** la seva infància va ser analògica i la seva maduresa, digital. Se'ls va anomenar «immigrants digitals». Han vist com els seus fills i filles feien servir les pantalles i les xarxes socials i han sentit cert desbordament a l'hora d'acompanyar amb fermesa i seguretat, ja que sovint han vist com la pròpia ignorància contrastava amb la seva hiperconnexió.
- **Generació Y o del mil·lenni (1980-1999):** viuen l'inici de la digitalització en la seva joventut, de manera que van incloure la tecnologia en un moment vital més madur. Es familiaritzen bé amb les TRIC. Utilitzen els entorns en línia mitjançant plataformes de música, d'imatge, de consum de productes, de conèixer gent o de lligar, entre altres.
- **Generació Z (2000-2010):** la seva infantesa ja va ser tecnològica i per això són una generació hiperconnectada que ha viscut en la immersió de la societat digital. Fan un consum de multipantalles. Són autodidactes i els tutorials de YouTube són els seus aliats. Estan a l'ordre del dia de les xarxes socials. La seva comunicació i relació funciona a còpia d'impactes visuals. Es diu que són la generació més «enganxada» a l'ús de les pantalles i les famílies són les que estan més desconcertades sobre la utilització que en fan.
- **Generació Alfa (a partir del 2010):** és la generació descendent de la del mil·lenni. Fan ús de la tecnologia des del naixement i la tenen integrada a la vida quotidiana. Compten amb més informació (sobretot en relació amb els tòpics) que les generacions anteriors. Es creu que serà la generació més preparada per utilitzar les pantalles de manera equilibrada.

2.1.2. Factors propis de les TRIC

Cal tenir en compte una sèrie de factors propis de les TRIC que juguen un paper fonamental a l'hora de parlar dels riscos associats al seu ús (ciberassetjament, ciberviolències, enganys i frau, etc.). Són els següents:

- **Disponibilitat.** El fet de dur sempre el mòbil a sobre i navegar sovint per xarxes i espais en línia fa

més difícil poder desconnectar o posar distància a converses (o fins i tot a possibles problemes interpersonals), cosa que genera una presumpta obligatorietat d'estar en connexió i disponible en tot moment.

«Sempre que em connecto, he d'estar disponible per a tothom?»

- **Facilitat i rapidesa.** Característica de la comunicació a través de les TRIC, permet donar respostes ràpides o publicar continguts sense reflexió prèvia, difondre rumors i compartir imatges sense consentiment. Moltes vegades, encara que no hi hagi la voluntat de perjudicar, hi ha certes accions que poden actuar com una bola de neu en fer viral un contingut que pot ser ofensiu o referent a la intimitat d'una persona.

«He compartit un mem graciós en un grup de WhatsApp sense adonar-me que era ofensiu per una companya, ja que es reia de la seva cultura.»

«Vaig compartir la captura de pantalla d'una conversa privada amb una amiga, i finalment ha arribat a tota la classe.»

- **Distància física i anonimat.** El fet de comunicar-se a distància i realitzar una acció o un comentari dirigit a una persona que aleshores no tenim davant pot generar un efecte de **minimització del dany causat**, és a dir, de despersonalització de la persona en el rol de víctima. A les xarxes socials són molt comuns els perfils de **haters**¹ que utilitzen l'agressivitat per atacar persones o grups als quals menyspreen. Alhora, tant la distància física com la possibilitat de mantenir l'anonimat generen una **sensació d'impunitat** i facilitat per amagar-se darrere de perfils i comptes anònims.

«Vaig treure l'opció que em poguessin comentar en els vídeos de TikTok, perquè se m'omplien de *haters* que m'insultaven pel meu físic.»

¹De l'anglès *hate*, 'odi'. Usuaris d'internet que es dediquen a insultar, discriminar, denigrar, ofendre altres persones, organitzacions o productes mitjançant comentaris i publicacions. El seu blanc d'acció poden ser les persones estrangeres, les dones, els col·lectius minoritaris, etc. No els importa difondre notícies falses o generalitzacions, el que busquen és reforçar els seus arguments en contra d'alguns col·lectius o persones.

«A través de la pantalla em deia de tot, però després en persona no s'atrevia ni a mirar-me a la cara.»

- **Dificultat per supervisar i protegir.** Les persones adultes referents d'infants i adolescents es troben amb aquesta dificultat, ja que per poder supervisar els continguts que es visualitzen i les accions que es realitzen a través de les TRIC es fa necessari ser-hi presents o utilitzar aplicacions de control parental. Això comporta una complexitat logística o d'organització familiar que no sempre és fàcil de gestionar. És freqüent que durant la infància i l'adolescència no s'expliquin problemes amb què es troben a través de les TRIC per por de perdre l'autorització d'ús dels dispositius.

«M'acabaven de regalar el mòbil i no vaig explicar als meus pares que a les xarxes socials un desconegut m'insistia per trobar-nos en persona. Em feia por que s'espantessin i me'l retinessin.»

2.1.3. Les xarxes socials

Una xarxa social és una plataforma digital interactiva, global i massiva. La formen un grup de persones amb interessos, activitats o relacions en comú. Les xarxes socials (XXSS) funcionen com un mitjà de comunicació per a l'intercanvi d'informació i de relació.

Algunes de les xarxes socials més utilitzades actualment són les següents: Facebook, Instagram, TikTok, Twitch, YouTube, Spotify, Twitter, LinkedIn, Wallapop, Vinted, Vimeo, Pinterest, WhatsApp, Telegram o Snapchat. En general, les xarxes socials presenten un alt dinamisme: apareixen i desapareixen, es transformen, evolucionen i són absorbides per altres empreses en funció del seu ús (popularitat) i dels interessos del mercat.

Les TRIC (i en particular les xarxes socials) no són innòcues, **promouen patrons de comportament susceptibles de fer-ne un ús abusiu i poden generar dependència**. Estan dissenyades perquè hi passem el màxim temps possible, és per això que fan servir **algoritmes** (codis de programació) perquè els continguts que es mostren a la persona usuària siguin al màxim d'atractius segons els seus interessos, interaccions, coses que els agraden o persones a qui segueixen. Tant els algoritmes com ara la funció de *scroll*

infinít² actuen com a **sistemes de persuasió per a utilitzar-les amb constància**. Cal remarcar també el seu **caràcter positivista**. Aquesta tècnica es basa a promoure el que ens agrada i obviar-ne punts de vista negatius o menys agradables.

És, per tant, una situació complexa, ja que hi ha persones que segons les seves característiques individuals, socials, contextuals o d'autoconcepte seran més susceptibles de tenir predisposició a conductes de dependència i sobreutilització.

2.1.4. Els riscos principals de les TRIC

Els riscos als quals es troba exposada la població jove no són exclusius dels entorns en línia, però aquests tenen característiques concretes pels mitjans on es desenvolupen i per les conseqüències que poden tenir. Els riscos i les oportunitats hi són en la mateixa mesura, i **l'impacte en la seva vida dependrà de les habilitats (personals, socials i emocionals), els recursos i les inquietuds que tinguin per afrontar-los, evitar-los o gaudir-los**.

El que passa a l'entorn digital no dista del que passa al món analògic, i els malestars reals que gestionen adolescents i joves són, en la gran majoria, els que gestionen fora de línia, però traslladats a l'entorn en línia: les relacions interpersonals, transitar pels espais i el món i descobrir-lo, la pròpia imatge i la identitat, la comunicació, la curiositat o l'experimentació del risc i dels límits personals. Per això, cal veure si les preocupacions pels riscos esdevenen des d'una mirada adultocèntrica, més preocupada pel que els poden fer terceres persones que amb els problemes i malestars propis de l'adolescència i la joventut.

També és important recalcar que sovint des de la mirada adulta o d'alguns mitjans de comunicació es tendeix a exagerar o definir una situació amb un terme que no és l'adequat. Es torna rellevant, doncs, tenir cura del llenguatge i fer servir la paraula «addicció» només quan sigui oportú. No és el mateix dir-li a un adolescent «tens addició a les pantalles» que dir-li que en fa un ús excessiu. Quan es diu a una persona que té una addicció sense que la tingui, és probable que es perdi la influència sobre el tema en qüestió i que empitjori la confiança com a referents.

² Funció que presenta les publicacions al mur que veu la persona usuària d'una xarxa social de forma infinita, sense un final. Es pot seguir continuament avall del mur per visualitzar més continguts.

Cal veure les xarxes socials amb una mirada crítica, ja que sabem que estan dissenyades de manera que la persona necessiti estar-hi connectada, que revisi constantment les interaccions i les notificacions al mòbil per sentir acceptació, tenir sentit de pertinença i no sentir-se exclosa (el que es coneix com a *por de perdre's alguna cosa* o FOMO, per l'anglès *Fear of Missing Out*).

Aquesta mirada crítica aposta per entendre les TRIC i el mitjà digital com un espai que també genera moltes oportunitats, i no només un espai ple de riscos. Per exemple, la possibilitat de fer, mantenir i construir relacions interpersonals amb persones amb qui es comparteixin inquietuds, aficions o problemàtiques, entre altres (grups d'iguals, amistats i persones conegudes, minories ètniques, comunitat LGTBI, etc.), i que, encara que hi hagi distància geogràfica, permet tenir un sentiment de comunitat. Les TRIC també aporten la possibilitat de crear continguts i de compartir-los, de manera que esdevé **un mitjà per expressar-se i explorar qui són**. També es pot contemplar la gran oferta de formació autodidàctica que ofereixen els webs, els blogs i les xarxes socials; la possibilitat de saber coses noves, aprendre a fer de tot.

Tanmateix, és important **conèixer els riscos relacionats amb les formes de violència o maltractament digital** que ocorren a les xarxes. Un temps excessiu d'ús de **les xarxes socials pot produir interferències en la vida quotidiana de la persona en detriment del temps dedicat a anar a classe, estudiar, treballar i participar en activitats d'oci i activitats familiars i socials**.

A continuació, es detallen **indicadors que poden donar senyals d'alerta** sobre si l'abús per la utilització de les TRIC pot arribar a ser un problema:

- Pèrdua d'interès per altres activitats o aïllament.
- Disminució del rendiment acadèmic o laboral.
- Absentisme en les activitats extraescolars o esdeveniments socials.
- Presència de conflictes amb la família sobre l'ús de les TRIC (hores de connexió, freqüència d'ús, etc.).
- Distanciament de la família i les amistats per un excés de connexió.

- Mentides sobre les hores de connexió i poc control sobre l'ús de l'activitat.

L'exposició a les xarxes socials també pot comportar un risc. En el context actual imperen l'anomenat *postureig* i l'autofoto (*selfie*). La joventut publica constantment imatges personals i relats de vida, a vegades excessivament íntims. Aquests continguts, compartits amb amistats i persones desconegudes (si tenen els perfils de xarxes socials oberts), requereixen atenció. S'ha de fer una reflexió prèvia per analitzar si hi ha excés d'aquesta exposició personal i íntima i determinar fins a quin punt obeeix a la necessitat d'obtenir un reconeixement social constant per mitjà dels *m'agrada* (*likes*) com a font de satisfacció (un fenomen que està relacionat amb la generació de dopamina i el plaer).

Quan una persona busca plaer d'aquesta manera, pot passar que per obtenir més reconeixement hagi de publicar molt sovint o hagi de pujar de to el contingut i així aconseguir més *m'agrada* i més retroacció. Això provoca que s'estigui més pendent de l'exposició que fa a les xarxes socials que d'altres activitats.

El món virtual és l'aparador de la imatge desitjada que es vol mostrar i va en consonància amb la mirada aliena de qui observa, opina, jutja i valora, segons els estereotips de gènere socialment establerts i les pressions del mercat. Les pressions per aconseguir cossos perfectes i inabastables es correlaciona amb l'autoestima. L'exposició a cànons de bellesa establerts influeix en la psique, la comparació del *jo real* amb el *jo ideal* provoca malestar. El *jo ideal* és la norma estètica i és difícil d'obtenir-la. Les vulnerabilitats no es mostren a les xarxes i el que es mostra acostuma a ser perfecte.

A la guia *Conectar sin que nos raye* (2020), la influenciadora Psicowoman destaca la reflexió de Naomi Wolf sobre la idea següent: «Si el dia de demà totes les dones del món es despertessin estimant-se i acceptant-se, quantes empreses farien fallida?»

Malgrat tota la informació dels riscos i perills que s'acaben d'exposar, a l'adolescència cal evitar **donar només informació sobre els riscos**, ja que sovint això pot generar distància vers les persones adultes referents, en comptes d'un espai de protecció i un apropament. Moltes vegades la por és més de les persones adultes que

de la població adolescent i jove. La valoració dels riscos s'ha d'anar incorporant a mesura que les persones creixen, evolucionen i maduren.

2.1.5. Impacte de les TRIC en la salut mental

Cada cop és més creixent la preocupació de professionals de l'àmbit educatiu, social i sanitari sobre l'impacte que poden tenir les TRIC en la salut mental d'infants i adolescents.

L'informe de l'Agència de Qualitat i Avaluació Sanitàries de Catalunya (AQuAS) *L'impacte de les noves tecnologies en la salut mental: depressió en adolescents i relació amb l'ús de tecnologies mòbils i xarxes socials*, del 2000, analitza les dades resultants d'una selecció de 357 estudis per identificar si existeix una associació directa entre el desenvolupament de la simptomatologia depressiva i l'ús de la tecnologia mòbil i les xarxes socials. L'estudi en destaca tres aspectes positius:

- Afavoreixen el desenvolupament i el manteniment de relacions socials.
- Poden ser eines per donar suport i esdevenir punts d'accés a informació i ajuda.
- Faciliten la connectivitat i redueixen la seva percepció de soledat o aïllament.

A banda, visibilitza els efectes negatius següents en relació amb la salut mental:

- Poden afavorir simptomatologia depressiva en menors de vint-i-un anys, especialment quan l'ús que se'n fa és problemàtic o gira entorn de processos de comparació social.
- Empitjoren l'estat d'ànim en casos d'ús excessiu.
- Poden generar ansietat.

2.2. PARTICULARITATS EN LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA

Un dels processos més importants per a l'aprenentatge i el desenvolupament de la canalla és el joc. Són moltes les pedagogies que destaquen la importància del joc per al seu desenvolupament físic, social, emocio-

nal i mental, sobretot quan parlem de joc creatiu, ja que moltes investigacions el relacionen directament amb la capacitat de pensar d'una manera oberta i divergent.

El joc creatiu es potencia quan les joguines i els elements a l'abast de la canalla no tenen una finalitat en si mateixa, sinó que esdevenen possibilitats per crear el seu propi joc. En aquest sentit, les TRIC aporten un tipus de joc predeterminat, concret i passiu per a l'infant, ja que sovint està programat i no fomenta la seva creativitat.

Una de les preocupacions que expressen més les famílies i professionals és la incertesa i la falta d'estudis actuals que mostrin una perspectiva acurada sobre la implicació de les TRIC en la salut física, mental i emocional, i de quina manera aquestes influeixen en el desenvolupament del cervell en edats primerenques.

No sembla haver-hi un consens clar sobre quina hauria de ser l'edat d'inici ni de quina manera s'han d'introduir les pantalles durant la primera infància. La incertesa i la falta d'estudis en l'històric més recent plantegen un escenari en el qual cal ser prudents i **evitar el màxim l'exposició, sobretot a l'etapa de zero a quatre anys.**

Per franges d'edat, a grans trets, cal tenir en compte el següent:

- **Dels zero als quatre anys.** Durant aquest moment vital s'aprèn de manera vivencial a partir del contacte directe amb la realitat. La importància del joc simbòlic i el desenvolupament de la creativitat han de tenir un espai lliure de pantalles per poder esdevenir de manera natural, saludable i conscient. És convenient **evitar l'exposició a qualsevol mena de dispositiu**, també en espais d'oci familiars, per exemple, la televisió durant els àpats o abans d'anar a dormir. És important el paper de les persones referents que acompanyen els infants, ja que quan les persones adultes utilitzen les pantalles els infants es fixen en l'atenció que hi posen. Els desperta la curiositat i el desig de fer-ne ús. Una exposició habitual a les pantalles podria derivar en dificultats d'aprenentatge i problemes relacionals.
- **Dels quatre als sis anys.** Si es decideix incorporar les pantalles, cal que sigui de manera progressiva, gestionant dispositius, temps i continguts. Cal te-

nir molt present que l'adult esdevé el model de referència i l'infant imitarà tot el que l'adult faci (com parla, com menja, com fa servir el mòbil, etc.). És important recordar que **l'avorriment és necessari per crear el propi joc** a partir d'elements que no tenen una finalitat o funció en si mateixa. També és rellevant l'acompanyament en l'adquisició d'habilitats com ara la paciència o l'espera, entre altres. Utilitzar el recurs de les pantalles de manera habitual dificulta educar en el desenvolupament d'habilitats socioemocionals.

- **Dels set als onze anys.** Cal establir uns criteris sobre el rol que tenen les pantalles en el dia a dia, així com uns límits coherents, que comportin una bona gestió de temps i dels continguts que consumeixen. És important **propiciar un bon equilibri** entre l'ús de les TRIC, el temps d'oci, les activitats familiars i l'activitat física i social de les persones d'aquesta edat. El dormitori ha de ser un espai lliure de pantalles per garantir un bon descans.
- **Etaques de l'adolescència** (és a dir, dels dotze als disset anys) **i la joventut.** Ja no es conceben sense connexió a internet i sense dispositius mòbils. Són el col·lectiu que utilitza més les TRIC, tenint en compte el moment vital en què es troben i algunes de les característiques pròpies de l'etapa (necessitat d'autonomia i de reconeixement, cerca de la pròpia identitat, egocentrisme, influència d'iguals, orientació al risc i poca identificació de conseqüències, impulsivitat, curiositat pel que és desconegut, etc.).

En general, les pantalles són utilitzades (de més a menys) per aquest ordre: mòbil, ordinador, tauletes, televisió i consoles. Són l'oportunitat perfecta per socialitzar-se i estar en contacte amb el grup d'iguals a totes hores, per buscar informació, estar al dia del que passa al món, i també per jugar i entretenir-se.

El jovent percep una distància generacional molt gran amb els referents adults pel que fa a les TRIC i els seus usos. En aquesta etapa les famílies **deixen de ser referents en la incursió al món digital**, les allunyen del relat de vida que publiquen a les xarxes socials. Per això, és freqüent que el jovent disposi de dos perfils a les xarxes socials: un perfil general (on permeten l'observació i supervisió de la família) i un altre de privat (conegut únicament per les amistats, on es penja el que els és més significatiu i té altres connotacions relacionals).

La formació de la identitat com a aspecte central del desenvolupament en adolescents

L'autoestima i l'autoconcepte defineixen, en gran part, la identitat d'una persona. És molt important que en l'etapa vital de l'adolescència es vetlli per al **desenvolupament positiu de la seva identitat**, que anirà lligada a la identitat digital.

Les persones que tenen un sentit clar de la seva identitat acostumen a sentir-se bé amb si mateixes, reconeixen les seves habilitats i limitacions, s'esforcen per assolir objectius, procuren tenir relacions íntimes amb altres persones i tenen menys ansietat, depressió o altres símptomes de malestars emocionals. En canvi, quan el sentit de la identitat està menys desenvolupat, apareix una necessitat de suport en opinions externes i es té menys capacitat d'autoconcepte positiu ferm sobre si mateix, sobre el que fa, diu o pensa.

La influència de les persones mediàtiques

Totes les generacions han comptat amb diferents ídols o persones influents que han marcat tendències, preferències de vestir, gustos musicals, maneres de parlar-se, etc.

Els espais digitals de l'actualitat permeten que qualsevol persona amb presència i influència a la xarxa guanyi credibilitat, i aquesta no és pel fet de ser expert sobre algun tema o dominar alguna esfera, sinó per la capacitat de generar opinions i reaccions d'altres persones que la segueixen. També és rellevant la quantitat de persones seguidores o de *m'agrada* com a mesura de la seva popularitat i credibilitat a les xarxes.

Les persones *celebrities*³ i *influencers*⁴ mostren una imatge construïda de si mateixes com a producte, i sempre que poden com a negoci, en funció dels continguts que generen. Publiquen les seves activitats diàries, la roba que compren, el que mengen, les marques que patrocinen o aspectes personals i íntims de la seva vida, entre altres.

³ Les *celebrities* o celebritats són persones famoses a escala mundial que influeixen en la resta per la seva popularitat.

⁴ Són *influencers* (influenciadors i influenciadores) les persones anònimes que es dediquen a generar contingut a les xarxes socials. Tenen una gran capacitat per influir en la gent i es fan conegudes per la seva presència a les xarxes.

Alguns adolescents senten el desig d'arribar a ser com les persones que idolatren: *youtubers*, *instagramers* o *tiktokers*, i s'hi volen dedicar professionalment. En tot cas, cal destacar alguns criteris de màrqueting que els ajudi a entendre que no és *or* tot el que lluu. Les idees següents poden ajudar a acompanyar la reflexió necessària respecte a aquest fenomen:

- **Quin model de vida transmeten?** Sovint són models idíl·lics, cànons imperants de bellesa, felicitat permanent, roba cara, etc. Aquests models impliquen un risc per al jovent en cas que comparin la seva vida amb els models imperants, i poden influir en l'autoestima, la seguretat i la decepció.
- **Tot el que diuen és vàlid?** Cal analitzar quins valors transmeten en el seu discurs, ja que poden fer divulgació d'estereotips, prejudicis i desigualtats.
- **Qui arriba a ser influenciador?** Hi ha la falsa percepció que convertir-se en influenciador és fàcil. Darrere d'aquest ofici hi ha persones amb carisma, disciplina i una gran constància per generar un alt volum de continguts. Aquesta constant dedicació i exposició pot anar en detriment d'estar amb les amistats o perdre l'anonimat. També pot generar esclavitud per la marca i el patrocini, simular una vida perfecta quan potser no ho és i fer patir ansietat o depressió, entre altres. La immensa majoria de qui intenta ser influenciador no acaba triomfant, de la mateixa manera que no totes les persones que juguen a futbol arriben a ser professionals.
- **Per què emeten contingut en directe durant hores?** L'última tendència entre els perfils d'*streamers*,⁵ sobretot a la plataforma Twitch, és emetre contingut en directe durant moltes hores. Les persones *streamers* amb més fama tenen molt d'èxit i tenen grans ingressos econòmics, els quals van lligats al temps d'emissió. Com més hores seguides emetin, més monetitzen. És per això que cal tenir en compte que els continguts es generen amb l'objectiu que qui segueix el seu perfil passi el màxim temps en connexió visualitzant els seus directes.

⁵ Persones que es dediquen a crear continguts en línia en transmissió directa o en vídeos gravats prèviament, a través de plataformes com ara Twitch, YouTube, etc.

2.3. QUÈ EN DIUEN LES FAMÍLIES, PROFESSIONALS I ADOLESCENTS?

Tot seguit, es presenta un recull de les preocupacions i els elements clau principals detectats durant la prospecció dels grups focals realitzats amb famílies, professionals i joves de diversos territoris:

Les famílies...

- Estan preocupades perquè el col·lectiu d'adolescents dona molta importància al fet d'estar presents a les xarxes i tenir-hi perfils, ja que qui no en té pot sentir-se exclòs o exclosa del grup d'iguals.
- Se senten pressionades per l'entorn a l'hora de donar un mòbil o dispositiu a fills i filles quan encara no ho veuen clar.
- Estan preocupades per la facilitat de poder fer les coses en l'anonimat o sense donar la cara, com ara contribuir a difondre vídeos o participar de situacions d'assetjament.
- Creuen que cal fomentar un creixement emocional des de casa, des de les primeres etapes de la infància, per prevenir els riscos i possibles dependències.
- S'amoïnen per la incertesa de quines conseqüències pot tenir l'ús de les TRIC en el futur, com per exemple generar addicció.
- Veuen que hi ha una manca de valors en alguns dibuixos animats i continguts audiovisuals de moda entre infants.
- Observen que el jovent té la seva pròpia manera de parlar, un llenguatge propi que com a adults no entenen.
- Manifesten la necessitat de parlar més sovint de com estan, de com estem (en relació amb les amistats, les xarxes, els jocs, etc.), de generar moments a casa sense mòbils i compartir coses junts.

«Hem d'educar des de petits que no cal mirar coses que no tenen sentit, que no aporten res, acompanyar-los a reflexionar i tenir actitud crítica en el que aporta cada cosa que poden veure encara que altres nanos ho vegin.»

«Si quan són petits no s'ha educat i posat límits, quan són adolescents ja hem fet tard.»

«Cal ser-hi presents per acompanyar-los en la reflexió i l'actitud crítica, però sovint no sabem com fer-ho.»

El grup de professionals...

- Es preocupa per l'exposició de la vida, de la imatge i de les dades personals.
- Veu que qui no té mòbil o xarxes està fora del cercle social (en un moment en què ser a dins és molt important). I sap que les famílies se senten pressionades davant d'això a l'hora de comprar nous dispositius per als seus fills i filles.
- Creu que les plataformes haurien de canviar, ja que actualment perpetuen moltes problemàtiques i legitimen continguts sexistes, racistes, classistes, etc.
- Veu que cal posar èmfasi en el treball amb les famílies des d'edats primerenques.
- Sap que cal tenir coneixements sobre les TRIC per poder acompanyar bé i saber treure profit de la potència d'aquestes eines.
- Manifesta que l'exposició a les pantalles dilueix aprenentatges bàsics que després seran necessaris per al procés de creixement en la infantesa.
- Creu que l'ús de pantalles en alguns casos suposa uns aprenentatges massa ràpids, que potser no donen el temps necessari per a comprendre, que el contingut no és assimilable ni es gestiona de la millor manera en el terreny emocional.
- Manifesta que el professorat moltes vegades se sent sobrepassat en aquest tema.
- Sap que, a vegades, la mirada adulta tendeix a veure els usos que fa la població adolescent com un problema, tot i que la població adulta molts cops també n'abusa.
- Veu la necessitat de saber per què es connecten, per detectar si hi ha alguna mancança que intenten resoldre amb la pantalla: oci, socialització, etc.

Què s'ofereix des de l'àmbit familiar? I des de les amistats? Com se sent el jovent?

- Observa que l'espera per tenir una resposta genera ansietat, porta a estar sempre en connexió, especialment a les noies, per no tenir l'atenció desitjada sobretot pel que fa a les relacions afectives.

«Als professionals i a les famílies moltes vegades ens falta saber detectar elements com ara la falta d'autoestima, la soledat, els problemes de relació... i saber com acompanyar l'adolescència en general.»

«El professorat se sent sobrepassat, se li escapa aquests assumptes, necessita suport.»

«L'ús que en fan els infants depèn del que fan els adults, per l'efecte mirall.»

Les persones adolescents...

- Manifesten que sovint a les xarxes la gent diu coses que a la cara no es diuen.
- Creuen que les plataformes no tenen sistemes útils de revisió de comentaris. No sempre entenen la lògica que s'aplica per mantenir les normes de la comunitat.
- Veuen que a l'etapa de la infància costa valorar què és adequat i què no. Com que tot està al seu abast, pensen que tot serà interessant.
- Creuen que cal fer un ús controlat de les TRIC per evitar usos problemàtics.
- Entenen que els responsables són les persones adultes de la família.
- No estan d'acord que siguin les persones adultes de referència les que acostumin els infants a utilitzar el mòbil com si fos una joguina, sinó que creuen que ho fan perquè no molestin, i busquen el camí més fàcil, encara que no sigui l'adequat.
- Creuen que no és bo deixar tant la canalla amb el mòbil mentre pares o mares mengen o parlen.

«*Alguns posts* o comentaris innocuos els bloquegen i altres de perjudicials no.»

2.4. ORIENTACIONS PEDAGÒGIQUES PER A PROFESSIONALS

2.4.1. Com abordem l'ús de les TRIC?

En la infantesa:

- Segons les dades de la cinquena edició de la publicació *Estudio AMIC Niñ@s*, editada l'any 2018 per l'AMIC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), els infants de sis a nou anys utilitzen, de més a menys, els dispositius següents: televisió, tauleta, mòbil, consola i ordinador.
- Un dels continguts més visualitzats per a infants són els anomenats **challenge**,⁶ que varien segons les modes del moment i els contextos. **Sovint són divertits, però també n'hi ha de perillosos.** És important estar al dia de quins reptes són virals entre infants. Alguns dels reptes o *challenge* més perillosos han estat els següents:
 - La Balena Blava. Consisteix a fer-se un seguit d'autolesions cada vegada més extremes fins a arribar al suïcidi.
 - La Momo. Una escultura japonesa treta de context es va fer servir per crear un perfil amb el pseudònim de Momo. Darrere d'aquest perfil hi havia una persona real que contactava amb infants i els demanava que fessin un seguit d'accions. Els deia que els observava i que, si no feien el que ell volia, caurien en una maledicció.
 - Reptes perjudicials per a la salut. Per exemple, posar el cap sencer dins un preservatiu (amb risc d'ofegament), beure determinats productes químics o alcohol en poc temps i agressions a les amistats (com per exemple tirar-los aigua bullent a sobre), entre altres.
- Cal generar reflexió sobre els **continguts dels vídeos que visualitzen**, sobretot a YouTube Kids. Un exemple pot ser l'anomenat *unboxing*,⁷ on es fomenten patrons de consum que promouen el materialisme.

⁶ Paraula en anglès que significa 'reptes'. Els reptes es converteixen en un fenomen viral i global al qual s'hi pot sumar qualsevol persona usuària de les xarxes socials.

⁷ Tendència de vídeos a les xarxes socials en què les persones es graven obrint caixes amb productes nous i regals tot mostrant a l'audiència què hi ha dins i les sensacions que tenen en descobrir-ho.

- Segons les dades del *Estudio anual de redes sociales 2021*, publicat per IAB Spain (associació de la indústria de la comunicació, publicitat i màrqueting digital), el percentatge d'infants de dotze a tretze anys que tenen mòbil propi és del 61,6 %.
 - A vegades es dona molta importància al fet de tenir mòbil propi, sense tenir en compte que —en general— molts anys abans de disposar de mòbil ja es disposa de **tauletes** en propietat. Aquestes **tenen els mateixos sistemes operatius que els mòbils** i les mateixes possibilitats d'ús, aplicacions i accés a continguts i xarxes.
 - Cal parar molta atenció als vídeos, jocs i aplicacions que es publiciten com a didàctiques, pedagògiques, per aprendre, etc. Aquestes paraules s'utilitzen amb finalitats de màrqueting, però no hi ha consens ni estudis previs realitzats per professionals de la psicologia, pedagogia o educació sobre les potencialitats o riscos dels productes.
 - Convé **prioritzar sobretot l'exercici físic**, el cos com a vehicle d'aprenentatge, la imaginació, la creativitat, l'autonomia i les habilitats socials quan es dissenyen activitats o s'intervé amb infants.
 - No tot el que hi ha a internet és cert. **Cal aprendre a buscar informació i seleccionar les fonts**. A mesura que comencin a cercar, els caldrà un acompanyament.
 - Els infants han d'aprendre a generar bones contrasenyes, a **protegir els accessos als dispositius** que tinguin i a mantenir actualitzats els sistemes i les aplicacions.
 - El **ciberrespecte** s'ha de donar en la mateixa mesura en espais en línia i fora de línia. S'han d'evitar burles, difamacions o agressions i, en cas que apareguin conflictes, cal propiciar la comunicació i la confiança necessàries per abordar-los. L'anonimat permet dir coses que en el cara a cara no es dirien.
- En l'adolescència:**
- És important conèixer (o intuir) en quins entorns digitals es mou la població adolescent a qui s'acompanya: **quines xarxes socials utilitzen, els jocs a què juguen, les modes del moment**, etc. D'una banda, permet saber com funcionen i de quina manera es configura la privacitat per esdevenir una interlocució vàlida quan es parla d'aquests temes. D'altra banda, dona l'oportunitat d'oferir suport si el necessiten i estar al dia dels riscos als quals s'exposen.
 - Cal **tenir coneixement sobre les persones amb influència del moment** (*youtubers, instagramers, streamers, etc.*) i saber quins són els valors que fomenten. És important poder generar debat sobre els continguts que ofereixen i aportar una mirada crítica per discernir sobre el que veuen. Les preguntes següents poden orientar el debat:
 - Qui publica els continguts?
 - Quins valors transmeten? A què apel·len (consum desmesurat i excessiu de roba, calçat, tecnologia, imatge personal...)?
 - Tenen una mirada de gènere? A què inciten (al respecte, a la tolerància, a les diversitats sexuals, a la violència, al control en les relacions afectives, etc.)?
 - Integrar que el que passa en línia té el mateix impacte emocional i psicològic que integrar el que passa a l'entorn físic. Per tant, a l'hora d'acompanyar o abordar possibles conflictes és important no excloure les situacions que succeeixen en línia com si fossin quelcom llunyà del que han viscut. Per exemple, cal tenir en compte si un conflicte ha passat a través de WhatsApp, Instagram, TikTok, etc.
 - Convé entendre internet com un espai real. La virtualitat i la realitat són una i van plegades, i és a través seu que es desenvolupa el sentit d'identitat individual, grupal i generacional. És per això que majoritàriament la població adolescent té la necessitat de ser-hi (existir en línia). És important tenir en compte que les persones que no hi tenen accés poden sentir-se excloses o rebre pressions per ser-hi.
 - Cal tenir present que l'entorn digital també possibilita formes d'interacció social que propicien valors, normes, fenòmens digitals i nous codis vinculats a la cultura digital: maneres de parlar, modes i tendències, entre altres. Una particularitat d'aquest entorn digital és que sovint les normes socials dins l'estructura de la comunitat (encara

que cada plataforma tingui les seves normes) es veuen poc tangibles o abstractes. Això fomenta una falta de responsabilitat en el que es fa, es diu o es comparteix.

- És bo tenir en compte els aspectes de la privacitat dels dispositius o xarxes socials que fan servir. Per fomentar un ús responsable de les TRIC, també és necessari promoure la responsabilitat individual sobre les dades que comparteixen, les fotografies i els vídeos que publiquen, les interaccions que fan amb la resta de membres de la comunitat, etc.
- És important observar quina exposició de la vida personal fan a través de les xarxes socials (quin relat de vida mostren i com ho fan), com creen identitat, quins continguts consumeixen i si aquesta exposició és excessiva quant a informació íntima i sense reflexió prèvia.

- Cal treballar les habilitats digitals: identitat digital, comunicació digital, empatia digital, petjada digital i pensament crític.
- Convé oferir alternatives d'influenciadors que trenquin estereotips i que generin continguts crítics, inclosius, respectuosos i feministes, entre altres.

2.4.2. Recurs per a joves i adolescents

A continuació, es presenten dos recursos per treballar, amb infants i adolescents, la responsabilitat individual i l'ús responsable i crític de les TRIC.⁸

⁸ Activitats transversals comunes a la present guia i a la Guia de continguts per treballar preventivament amb infants, adolescents, famílies i professionals en relació amb l'ús adequat de les TRIC i els jocs d'apostes en línia.

Per a infants:

Títol	Les pantalles ens aporten o ens treuen?
Objectius	• Reflexionar sobre els diferents usos de les TRIC. • Valorar l'ús individual que es fa de les pantalles i les xarxes socials. • Generar reflexió sobre la manera com ens comuniquem. • Parlar sobre el respecte dins i fora d'internet. • Abordar els conflictes que es puguin tenir a través de les TRIC.
Durada	40 minuts
Desenvolupament	Es demana al grup una pluja d'idees sobre què els «aporta» o els «treu» l'ús de les pantalles. El resultat s'anota a la pissarra en forma de llistat, separant les seves respostes en dues columnes diferenciades. En el llistat, es pot resumir en una paraula o concepte les explicacions o respostes que vagin sorgint. Per exemple: «Quan jugo molta estona a les pantalles, se'm passa la tarda volant i no jugo a res més». A la pissarra s'hi afegeix, a la columna de «treu», «varietat de joc» o «temps per jugar a altres coses». Quan no se'ls acudeixin més situacions en què les pantalles els aportin o treguin quelcom a la seva vida, es poden incorporar algunes preguntes per generar reflexió i continuar anotant a la pissarra, com per exemple les següents: • Què és per vosaltres fer un ús excessiu de les pantalles? • Què significa respectar? I ciberrespectar? • Quin llenguatge es fa servir a les xarxes o videojocs quan es parla amb altres persones? • Penseu si heu tingut algun conflicte a través de les pantalles? • Quines conseqüències hi pot haver si es juga molta estona a través d'una pantalla?
Devolutiva	És important no fer judicis de valor durant la dinàmica. Cal evitar etiquetar «això és bo», «això és dolent».
Adaptacions	Depenent de l'edat del grup, es poden afegir preguntes més complexes o més simples, amb relació a com fan servir les xarxes socials, com es gestionen les pantalles en l'àmbit familiar, què en pensen dels influencers, quina informació d'ells publiquen a les xarxes socials, etc.

Títol	El meu món a les xarxes socials
Objectius	• Reflexionar al voltant de com ens mostrem, com ens veuen i com ens veiem. • Generar debat sobre la relació de l'autoconcepte i l'autoestima amb el reconeixement dels altres. • Reflexionar sobre l'impacte emocional de les xarxes socials a la nostra vida.
Durada	1 hora
Desenvolupament	En la primera part de l'activitat, es divideix la sala en petits subgrups d'afinitat de quatre o cinc participants, vetllant perquè tothom se senti còmode a l'hora de compartir les opinions i reflexions. S'explica que hi haurà una pregunta a la pissarra i es convida els subgrups a fer un debat i compartir el que pensin sobre tal qüestió. Es dona un espai de temps (5 minuts) perquè puguin expressar-se, i afegim la pregunta següent a la pissarra. • Tenim intimitat de la nostra vida, a les xarxes socials? • Tenim el control del que es comparteix de nosaltres, a les xarxes socials? • Què solem compartir? I per què? • Fins on estem disposats a mostrar de la nostra intimitat? • Ens agrada veure la intimitat d'altres persones a les xarxes socials? Què ens genera? Un cop fetes totes les preguntes, es generarà un canvi a l'estructura de l'aula perquè quedin distribuïts en una rotllana gran i sigui més senzill el retorn. Es demana als grups quines són les coses més importants que han comentat de cada pregunta, i s'acompanya el debat que pugui sorgir. A la segona part de l'activitat, es mantindrà el grup gran, al qual s'explicarà que es dirà una afirmació en veu alta i cada persona s'haurà de posicionar segons si hi està a favor (fer un m'agrada amb el polze) o en contra (fer un no m'agrada amb el polze). Si no tenen clara la resposta, poden deixar el polze de forma ambigua (ni amunt ni avall). Després de cada frase i que tot el grup s'hagi posicionat, es dinamitzarà el debat. • A les xarxes socials tothom es mostra tal com és. • Hi ha gent que fa el que sigui per aconseguir persones seguidores. • Sempre reflexiono molt abans de publicar o compartir alguna cosa. • A vegades m'he trobat amb situacions a les xarxes socials en què no he sabut què fer. • A les xarxes socials és molt fàcil fer creure a les altres persones que ets diferent.
Devolutiva	És important vetllar perquè tothom pugui tenir veu i procurar que no hi hagi persones que monopolitzin la conversa o les opinions. Per acompanyar el debat de la segona part, es poden aportar preguntes com per exemple «com és una persona que té èxit a la vida?» «Quines qualitats ha de tenir?» «Com és la idea d'èxit que ens arriba a través de les xarxes socials?» «Com ens fa sentir veure constantment el relat de vida dels altres?» «Pot ser que em compari amb altres persones?»
Adaptacions	Segons les edats de les persones participants, es poden aportar preguntes més complexes o més simples.
De les TIC a les TRIC	

2.5. PER SABER-NE MÉS

Nota: L'editor no es fa responsable que els enllaços a llocs web continguts en aquesta publicació puguin haver caducat al llarg del temps i ja no siguin accessibles.

Documents de lectura

- *Estudio anual de redes sociales 2021* (IAB Spain, 2021). <<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>>
- *Impacte de la tecnologia en l'adolescència. Relacions, riscos i oportunitats* (UNICEF, 2021). <<https://www.unicef.es/sites/unicef.es/files/comunicacion/Informe%20Impacto%20de%20la%20tecnolog%C3%ADa%20en%20la%20adolescencia.pdf>>
- *Estudi #StatusOfMind. Les xarxes socials i la salut mental i el benestar del jovent* (Royal Society of Public Health, 2017). <<https://www.rsph.org.uk/our-work/campaigns/status-of-mind.html>>
- *Estudio AMIC Niñ@* (Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació, 2018). Estudi sobre usos de pantalles en infants. <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/11/ninos2018_informe_principales_resultados.pdf>
- *L'impacte de les noves tecnologies en la salut mental. Depressió en adolescents i relació amb l'ús de tecnologies mòbils i xarxes socials* (Agència de Qualitat i Avaluació Sanitàries de Catalunya, 2020). Estudi sobre l'impacte de les noves tecnologies en la salut mental del públic adolescent. <https://aquas.gencat.cat/web/.content/minisite/aquas/publicacions/2020/impac_tetecnologies_salut_mental_adolescents_aquas2020.pdf>
- «Los riesgos de las redes sociales en la salud mental de los adolescentes» (Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona, 2021). Article sobre els riscos de les xarxes socials per a la salut mental. <<https://faros.hsjdbcn.org/es/articulo/riesgos-redes-sociales-salud-mental-adolescentes>>
- «Redes sociales y baja autoestima». Article sobre les xarxes socials i la relació amb l'autoestima (Childmind per Rae Jacobson, 2021). <<https://childmind.org/es/articulo/las-redes-sociales-y-la-baja-autoestima/>>

- Guia preventiva sobre entorns digitals adreçada a professionals que treballen amb adolescents (Ambròs, Bernabeu, Espejo, Pañella, Rubio i Valencia, 2021) <<http://hdl.handle.net/11351/6579>>

Webs i perfils de referència

- Liliana Arroyo Moliner. Doctora en sociologia i investigadora de l'institut Innovació Social de ESADE. Experta en transformació digital i impacte social. @liliana.arroyom <<https://es.linkedin.com/in/lilianaarroyomoliner>>
- Web Internet Segura <<https://internetsegura.cat/>>

Usos de les TRIC

03.

3.1. DE QUÈ PARLEM, QUAN PARLEM D'USOS?

Hi ha diferències significatives i importants a l'hora de categoritzar els tres usos principals que es poden fer de les TRIC. **En la majoria dels casos, les persones en fan un ús raonable, positiu i equilibrat**, quan l'aparició de les TRIC no interfereix en les altres activitats pròpies de la vida (estudiar o treballar, tenir aficions, sortir amb les amistats o la família i relacionar-se, fer activitats extraescolars, etc.).

Es diu que a l'adolescència l'ús que en fan és abusiu, ja que les TRIC ocupen un espai vital desmesurat. Tal com s'ha vist anteriorment, la vida no es concep sense dispositius mòbils ni sense connexió constant. **Per determinar si l'abús dona indicis d'un ús problemàtic**, cal estar alerta de si aquesta sobreutilització té una afectació en les activitats i el transcurs de les seves vides, on poden començar a aparèixer símptomes d'ansietat i pèrdua de la capacitat d'autocontrol. És aleshores quan les alertes es converteixen en alarmes.

A l'extrem d'un ús abusiu o desmesurat s'identifica l'**ús problemàtic o addicció**. Malgrat no haver-hi un consens general tipificat, es considera una addicció quan la utilització de les TRIC implica una pèrdua de control i una alteració greu en el funcionament diari de la vida de la persona. Qui pateix una addicció, gaudeix de la gratificació immediata i no mesura les possibles conseqüències negatives a llarg termini, com poden ser l'aïllament, un baix rendiment escolar o laboral, desinterès per altres temes, canvis de conducta significatius (irritabilitat, agressivitat, insomni...), mentir i manipular la situació malgrat les evidències que veu l'entorn.

A més, en aquest ús problemàtic, també s'identifiquen símptomes d'abstinència (ansietat, depressió, neguit...) davant la impossibilitat de realitzar l'activitat i tolerància vers la utilització (una necessitat creixent d'augmentar el temps de connexió, la durada, la intensitat i la freqüència dels usos, alhora que disminueix l'efecte plaent d'aquesta utilització).

Les diferències per cada tipus d'ús de les TRIC, i de manera resumida, es poden definir de la manera següent:

- **Ús equilibrat i responsable:** l'ús de les TRIC no interfereix negativament en cap de les altres esferes de la vida de la persona (estudiar o treballar,

tenir aficions, sortir amb els amics o la família i relacionar-se, fer activitats extraescolars...). Hi ha un equilibri entre el que es fa i la utilització de les pantalles.

- **Abús (indicis d'ús problemàtic):** s'identifica un increment en l'ús de les TRIC que produeix algunes interferències negatives en la vida de la persona, com per exemple la pèrdua d'interès per altres activitats (pot baixar el rendiment escolar, absentisme a les activitats extraescolars o esdeveniments socials, entre altres). Augmenten els conflictes amb els adults en relació amb les hores de connexió o la freqüència d'ús. Tot i això, es manté un equilibri en la vida quotidiana de la persona.
- **Ús problemàtic o addicció:** s'observa la pèrdua en el control de la persona sobre l'ús que fa de les TRIC. Es manifesta amb un conjunt de símptomes cognitius (el que pensa), conductuals (el que fa) i fisiològics (el que experimenta en l'àmbit físic). És a dir, la persona en fa un ús que genera una distorsió dels seus objectius personals, familiars, escolars o professionals, i se n'evidencien conseqüències negatives. L'ús és la màxima prioritat per la persona i es converteix en el centre dels seus interessos.

Com actuen les TRIC al cervell?

L'ús de pantalles i xarxes socials es tradueix al cervell humà en l'alliberació de grans quantitats de dopamina, el neurotransmissor conegut com *l'hormona del plaer*. És el mateix neurotransmissor que s'activa amb tot el que ens dona plaer: menjar xocolata, fer esport, mirar pornografia, practicar sexe, anar de compres... i ho fa per la gratificació i recompensa del que rebem. Pel que fa a les TRIC, aquesta alliberació es dona quan juguem a videojocs, pengem una foto o un vídeo i rebem molts *m'agrada*, multitud de visualitzacions o comentaris afalagadors.

Al cervell li encanta la dopamina i mai no n'està satisfet. Els estímuls que generen les TRIC provoquen que la segregació de dopamina sigui constant i es converteixi en un recurs en què l'hormona del plaer es troba amb facilitat sense la necessitat de buscar-la en altres situacions o llocs.

A més, l'escorça prefrontal que es troba a la part davantera del cervell i és l'encarregada de filtrar en la resolució

de problemes, el control d'impulsos, la concentració, l'emoció, les accions bàsiques de la cognició i el control de l'atenció, entre altres, actua com a centre neuràlgic de la voluntat i madura amb el pas dels anys. En els nadons i infants és profundament immadura, i en relació amb les pantalles i pel que fa a l'atenció, s'activa de tres maneres: amb llum, so i moviment. I què tenen les pantalles que cridi l'atenció als infants? Llum, so i moviment. Si l'estimulació de l'atenció dels infants passa per la pantalla, el que s'aconsegueix és frenar el desenvolupament natural de l'escorça cerebral. Això fa que altres estímuls amb menys impacte visual no els despertin l'atenció i disminueixin el seu interès.

L'escorça prefrontal de les persones adolescents i joves tampoc ha madurat del tot en aquesta etapa vital i passa exactament el mateix. Aquí resideix la importància dels estímuls externs (una posta de sol, un mural de grafit, una tarda de riures...) i porta a plantejar com pot arribar a ser de difícil competir amb les TRIC i els continguts audiovisuals.

És per això que cal mesurar la utilització de les pantalles perquè aquestes no es converteixin en el centre de les recompenses i el plaer, per a despertar la cerca d'interès en altres activitats i quan hi ha avorriment o estrès no s'acabi pal·liant només amb els estímuls que ofereixen els videojocs i les xarxes socials. El cervell té memòria, selecciona i busca el recurs fàcil. El que se li ha ofert no passa desapercebut i ho seguirà buscant si no es plantejen alternatives.

Hi ha persones que són més susceptibles de patir una addicció?

Sí, i en percentatge, només una part molt reduïda presenta una patologia d'ús problemàtic. Les TRIC per si soles no són les que promouen una addicció, malgrat que estiguin dissenyades per a fer-ne un ús reiterat. És la combinació entre la personalitat, l'entorn i les tendències o inclinacions de les persones que les utilitzen.

Hi ha certes característiques de personalitat o estats emocionals que n'augmenten el risc. Per exemple, la incapacitat de gestionar aspectes com ara la impulsivitat, els malestars emocionals, la intolerància a la frustració, la timidesa excessiva, la baixa autoestima, la cerca exagerada d'emocions fortes, el rebuig a la pròpia imatge corporal, la manca d'afecte, l'ansietat... És així com al-

gunes persones troben en les pantalles el calmant per les tensions que no poden tolerar, i es propicia l'ambient ideal per a desenvolupar conductes addictives com a mecanismes de sortida de la realitat.

És important distingir si les TRIC són el refugi i el símptoma d'altres problemes existents per no passar per alt on cal realment posar el focus per l'acompanyament, i així poder abordar la causa i no la conseqüència.

3.2. PARTICULARITATS EN LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA

Sobretot quan parlem d'etapes primerenques, cal que els adults enfoquin la prevenció en els diferents àmbits en què es desenvolupen els infants. Convé incidir des de ben petits en els hàbits cibersaludables i la protecció en línia, fomentar el pensament crític, realitzar un ús equilibrat amb altres interessos, millorar la competència digital, aprendre a demanar ajuda, a gestionar les emocions i expressar els malestars, a superar frustracions, a dominar la impulsivitat... en definitiva, cal anticipar possibles situacions per assegurar una base de cara a la futura adolescència.

En l'adolescència i la joventut es fa un ús més elevat de les TRIC que en altres grups d'edat. La capacitat d'autoregulació i la satisfacció per la pròpia persona i la vida determinaran la relació que poden tenir amb les TRIC.

L'adolescència ve acompanyada de grans canvis personals i, per tant, és un procés natural que hi hagi pèrdues d'interès en activitats que l'infant gaudia fins al moment. L'ús de les TRIC no sempre representa un abús o ús problemàtic. Cal fixar-se en aquest procés amb una mirada integral, per poder diferenciar el que és natural en la seva etapa psicoevolutiva i el que pot ser una problemàtica.

Fan el mateix ús de les TRIC les noies i els nois?

A vegades sí, a vegades no. Hi ha certes particularitats que cal tenir en compte:

D'una banda, **els nois** fan un ús més lúdic de les TRIC a la recerca de l'entreteniment i la diversió: juguen a videojocs amb amics i desconeguts i accedeixen més sovint i en edats més primerenques que les noies a pàgines de continguts pornogràfics. També fan més apostes i juguen a jocs en línia.

Els perfils de les persones que agredeixen a les xarxes socials són més masculins que femenins, igual que a l'entorn fora de línia.

D'altra banda, **les noies** fan un ús de les pantalles més relacional. Tenen nivells més alts de dependència al mòbil per a socialitzar-se i comunicar-se i evidencien més conseqüències emocionals negatives d'aquest ús. També es preocupen més de la seva imatge a les xarxes socials i penen imatges més sexualitzades.

Les noies pateixen més pornodifusió no consentida (*sexpreading*) i també més ciberseducció de menors (*grooming*), i reben més control de les famílies tant a les xarxes socials com en l'ús d'internet.

3.3. QUÈ EN DIUEN LES FAMÍLIES, PROFESSIONALS I ADOLESCENTS?

Tot seguit, es presenta un recull de les preocupacions i els elements clau principals detectats durant la prospecció dels grups focals realitzats amb famílies, professionals i joves de diversos territoris:

Les famílies...

- Mostren preocupació per si les úniques interaccions que té el jovent són a través de les xarxes socials o dels jocs en línia; quan no volen quedar de forma presencial per fer activitats i expressen que ja es «socialitzen en línia».
- Veuen que cal ajudar-los a trobar altres activitats que els aportin satisfacció.
- Manifesten preocupació per la incertesa en relació amb els impactes en la salut que pot tenir un abús de les TRIC en un futur.

«De vegades no saben gestionar l'avorriment de maneres que no siguin en línia.»

«Quan fa estona que estem connectats, necessitem una estona per a tornar a connectar presencialment. La ment sembla que estigui en un altre lloc uns instants.»

«Hem de prendre consciència que, si utilitzem el mòbil quan estem amb gent, no estem amb aquella gent.»

El grup de professionals...

- Es preocupa per la prioritat que pren l'ús de les TRIC per davant dels estudis o la socialització, i el fet que aquest ús provoqui aïllament.
- Observa i manifesta que algunes informacions per generar consciència d'un ús responsable no arriba al públic adolescent.
- Creu que cal treballar molt amb les famílies en relació amb els hàbits saludables.
- Manifesta tenir el repte d'informar i comunicar sense caure en alarmismes o amenaces.
- Identifica les dificultats que hi ha a l'hora de detectar la manca d'autoestima, la soledat, l'aïllament... dels joves.
- Veu que els usos problemàtics (o l'addicció) esdevenen símptomes de mancances o problemes emocionals, familiars, d'estructura, personals, etc.
- Proposa aprofitar la feina feta en relació amb el treball preventiu d'addiccions a les drogues.
- Troba molt important saber diversificar el plaer, descobrir diferents maneres de passar-ho bé sense les pantalles.

«Famílies i docents no tenen la informació necessària per a reconduir l'educació digital dels nanos.»

«Què els oferim fora de les xarxes? Per exemple, els prohibim jugar a pilota a les places i els donem el mòbil.»

«No mirar l'ús que fa l'infant o l'adolescent, sinó com l'ús afecta la seva vida (escola, amics...), ja que no afecta tothom igual.»

«Cal saber quins recursos hi ha al territori i cal poder donar resposta ràpida.»

«Cal trobar un ús funcional, amb unes normes a casa i a l'escola, i amb confiança aconseguir que ells i elles sàpiguen fer-ne un ús responsable i en treguin profit.»

Les persones adolescents...

- Referint-se sobretot a infants més petits, creuen que la família ha de marcar límits des del moment en què es dona un dispositiu.
- Expressen que moltes de les coses que es fan per xarxes socials no són imprescindibles, i que s'ha d'educar per fer-ne un ús responsable.
- Expliquen que cal buscar i potenciar altres activitats que generen adrenalina i emoció i que són més saludables. Afegeixen que cal donar importància a com es relacionen amb les altres persones i saber-ho valorar.

«Cal fer un ús controlat per evitar addiccions.»

«Cal marcar límits, educar des de ben petits i des del moment en què es dona el mòbil, la Play, etc.»

3.4. ORIENTACIONS PEDAGÒGIQUES PER A PROFESSIONALS

3.4.1. Com abordem els diferents usos de les TRIC?

És important conèixer les diferències d'**usos de les TRIC (ús equilibrat i responsable, abús o ús problemàtic o addicció)**, ja que, sovint, des de la mirada adulta o d'alguns mitjans de comunicació, es tendeix a exagerar o definir una situació amb el terme *addicció* quan no sempre és l'adequat.

Cal tenir en compte com els usos de les TRIC impacten en la salut emocional del col·lectiu adolescent i jove en diferents àmbits:

- **Esfera personal.** En relació amb l'autoestima, la seguretat, la gestió emocional o l'autocontrol de cada persona. Per exemple, si un adolescent té un autoconcepte negatiu de si mateix, és molt probable que necessiti l'aprovació dels altres.
- **Context familiar.** En relació amb l'estat del context familiar en què es troben, quina relació tenen amb la família: límits, supervisió i model educatiu (autoritari, permissiu, negligent o democràtic).

- **Context social.** Quines aplicacions i xarxes socials utilitzen i com es relacionen amb el grup d'iguals.
- **Elements socioculturals.** La disponibilitat en la connexió, l'accés que tenen a determinat contingut i si pateixen problemes socials com ara assetjament, soledat, aïllament, etc.

És necessari observar si l'ús que joves i adolescents fan de les TRIC serveix com a **refugi** d'altres malestars (solitud, inseguretat, cerca d'aprovació constant, dolor, insatisfacció, dificultats per relacionar-se amb els iguals...). Si és així, cal centrar la mirada en els aspectes que no poden gestionar. Les TRIC, en aquests casos, són **la punta de l'iceberg** d'un perfil de **persona inhibida** que necessita suport per altres problemàtiques de personalitat o psicològiques, que es poden abordar amb acompanyament professional.

En la gran majoria dels casos, quan s'inicia un abús o ús problemàtic de les TRIC, es manifesten o reproduïxen problemàtiques que ja existien prèviament, afegint-hi noves variables. Quan augmenta el malestar (emocional, de relació, d'identitat...), s'agreuja l'ús problemàtic en persones que ja vivien una situació de dificultat.

És important no determinar l'ús problemàtic (o addicció) només amb la variable del temps d'ús. La sobreutilització és un dels elements que pot generar alerta, però no es vincula directament amb un ús patològic.

És convenient parlar de manera oberta i respectuosa per poder valorar la situació real de la persona en tota la seva complexitat: quina és la rutina de connexió, si ha deixat de fer altres activitats per estar connectada i com se sent si no es pot connectar (amb nervis, irritabilitat, agressivitat, desconcert, tristesa, angoixa o ansietat...), si té amics o amigues per fer activitats fora de l'oci en línia, si hi ha absentisme a l'escola i la feina, si deixa de dormir per connectar-se, etc.

Si es valora que la situació pot començar a generar problemàtiques, cal establir una **dieta digital** consensuada de manera que no sigui imposada, sinó pactada arran de la reflexió i l'acceptació de la situació real.

Si no hi ha control de la situació o si s'agreuja, convé oferir a la persona que pateix la problemàtica i la seva família una ajuda externa especialitzada (recursos con-

crets per addiccions comportamentals o psicològics, per exemple).

aquestes poden influir en la seva manera de sentir-se i d'actuar.

També és important realitzar sessions grupals o individuals i dinàmiques vivencials preventives als centres educatius, que els convidin a reflexionar sobre l'ús que fan de les TRIC i a analitzar-lo, així com sobre com

És recomanable oferir alternatives d'oci i lleure a joves i adolescents, que els resultin atractives i motivadores en relació amb els seus interessos, més enllà de les TRIC.

3.4.2. Un recurs per a joves i adolescents

Títol	El mòbil... a revisió!
Objectius	• Reflexionar sobre els diferents usos del mòbil i el temps que hi dediquen. • Conèixer la diferència entre l'ús, l'abús i la dependència. • Incentivar un ús responsable del mòbil. • Debatre sobre les estratègies comercials que utilitzen les empreses per a enganxar els consumidors. • Introduir el concepte de salut digital.
Durada	1 hora
Desenvolupament	Es demana al grup que des del seu dispositiu mòbil accedeixin a la configuració, a l'apartat que indica quin temps d'ús està tenint la persona que utilitza aquell dispositiu, separat per aplicacions (depenent del sistema operatiu, es pot trobar a l'opció de Benestar digital o de Temps d'ús). Es deixa una estona per tal que comparteixin la descoberta amb els companys i companyes. Podem fer algunes preguntes per acompanyar-los: • Coneixíem aquesta funció del mòbil? • Ens ha sorprès el que hi hem trobat? • Érem conscients del temps que estàvem dedicant a cada aplicació o xarxa? <i>[En aquest punt, convé explicar a l'alumnat les diferències entre ús equilibrat i racional, abús i ús problemàtic o addicció.]</i> Es convida l'alumnat a fer una anàlisi DAFO conjunta sobre els usos del mòbil. S'escriu a la pissarra les reflexions i els conceptes que vagin sortint a l'hora de construir el quadre que separa les debilitats, fortaleeses, amenaces i oportunitats. • Debilitats [dificulta i és proper]. • Amenaces [dificulta i és llunyà, no depèn de nosaltres]. • Fortaleeses [afavoreix, depèn de nosaltres i és proper]. • Oportunitats [afavoreix i és llunyà, no depèn de nosaltres]. Quan s'hagi completat el quadre conjuntament, es proposa continuar amb la reflexió en petits subgrups d'afinitat perquè parlin sobre l'impacte que té el mòbil als diferents àmbits de les seves vides: • personal • d'oci i temps lliure • escolar i acadèmic • social i relacional • afectiu i sexual • familiar Finalment, es retorna al grup gran per compartir les reflexions que hagin sorgit en petit grup, i així es fa un tancament de l'activitat.
Devolutiva	Per fer aquesta activitat, cal tenir de referència els conceptes treballats en aquest apartat de la guia [«Usos de les TRIC»].
Adaptacions	L'activitat de la DAFO i la dels impactes als diferents àmbits de les vides del jovent es pot fer aplicant diferents metodologies segons la complexitat del grup o les edats de qui hi participa. Per exemple, amb post-its de colors per fer-ho individualment, plasmant-ho en un paper de mural de manera que pugui quedar penjat a la classe o realitzant l'activitat mitjançant un programa en línia.

3.5. PER SABER-NE MÉS

Nota: L'editor no es fa responsable que els enllaços a llocs web continguts en aquesta publicació puguin haver caducat al llarg del temps i ja no siguin accessibles.

Documents de lectura

- *Pantalles i salut emocional en adolescents a Barcelona* (Agència de salut pública de Barcelona, 2021). Informe.
- *Consideracions crítiques de les addiccions digitals* (Carbonell, Calvo, Panova i Beranuy, 2021) Monogràfic. <<https://revistes.ub.edu/index.php/der/article/view/33341>>
- *Addicciones comportamentales 2020*. (Observatori Espanyol de les Drogues i les Addiccions, 2020). Informe sobre el joc amb diners, els videojocs i l'ús compulsiu d'internet. <https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2020_Informe_adicciones_comportamentales.pdf>
- Pla d'acció sobre addiccions, 2021-2024. Ministeri de Sanitat, Govern d'Espanya. <https://pnsd.sanidad.gob.es/pnsd/planAccion/docs/PlanASA_2021-24_aprobado.pdf>
- Pla de drogues i addiccions comportamentals, 2019-2023. Agència de Salut Pública de Catalunya, Generalitat de Catalunya <<https://drogues.gencat.cat/ca/canalsocults/pla-drogues/>>
- Enquesta d'hàbits relacionats amb la salut adolescents de quart d'ESO, 2015-2021. Diputació de Barcelona. <<https://www.diba.cat/web/salutpublica/enquestes-de-salut>>

Material audiovisual

- Conferència de la Doctora Marian Rojas Estapé, 2017: «Efectos de la pantalla y la tecnología en el cerebro y emociones. Educar *offline*». <<https://www.youtube.com/watch?v=L9Cefxgl-VQ>>
- XVI Jornada FCD. Addiccions comportamentals. YouTube, 2020. <<https://www.youtube.com/watch?v=rhIDUVmAdWU>>

- Pòdcast: Les addiccions comportamentals, 2019. Centre Cívic Urgell, per la doctora en psicologia Montserrat Gómez, coordinadora del grup de treball de Joc Patològic i Addiccions comportamentals COPC. <https://www.ivoox.com/les-addiccions-comportamentals-audios-mp3_rf_34046687_1.html>

Perfils i webs de referència

- Jordi Bernabeu-Farrús, especialitzat en atenció del consum de drogues i pantalles, amb especial interès en adolescents i joves: <<http://jordibernabeu.cat/>>

Videojocs



04.

4.1. DE QUÈ PARLEM, QUAN PARLEM DE VIDEOJOC?

Els videojocs són programes per a l'entreteniment basats en la interacció entre una o diverses persones i un sistema electrònic que pot ser físic (videoconsoles o ordinadors) o virtual, com és el cas dels videojocs en línia.

La indústria dels videojocs ha evolucionat molt durant l'última dècada. És important entendre les particularitats d'aquesta nova indústria per poder tenir en compte característiques que, de la mateixa manera que les TRIC, poden condicionar les persones usuàries a l'hora de generar-ne un abús o dependència.

Les primeres generacions de videojocs tenien una dinàmica de joc finita. Estaven pensats per gaudir-los en un context presencial, tant de manera individual com amb multijugadors. Si ens fixem en l'estratègia econòmica, presentaven un preu únic.

Els videojocs actuals, majoritàriament, no presenten final. Són interactius i la connectivitat és permanent. Tenen un disseny i uns gràfics impressionants i en molts casos hi ha comunitats molt grans de jugadors i jugadores.

Una de les funcions recents que han incorporat molts videojocs són les denominades **caixes de recompensa (loot boxes)**. Aquestes s'adquireixen per un **sistema d'atzar que es compra** dins el joc, i tenen origen dins els jocs de rol massius en línia (JRME).

Les característiques de les caixes de recompensa són les següents:

- Es poden guanyar premis, tresors, elements estètics per a personatges, punts de progressió al joc, recompenses, hores de joc, etc.
- Generen animacions i sons que provoquen estímuls plaents (dopamina).
- El contingut està determinat per atzar.
- Tenen valor real de mercat, poden ser intercanviats fora del videojoc.

L'informe executiu *Cajas de botín en menores de edad españoles: relación con problemas de videojuegos y*

apuestas online, del Projecte Domin-us 2021, de la Universitat Internacional de La Rioja, destaca algunes dades i conclusions:

- La mitjana d'edat de persones que compren caixes de recompensa és de 14,90 anys. (En un rang d'onze a disset anys).
- Un 39,9 % reporta que compra caixes de recompensa amb l'esperança de rebre articles que després puguin vendre
- Un 61 % de persones que compren caixes de recompensa solen veure vídeos en què s'obren caixes a YouTube, Twitch i similars.
- Els resultats de la relació entre la compra de caixes de recompensa i les puntuacions en el qüestionari d'Internet Game Disorder assenyalen que en la mostra que compra caixes de recompensa hi ha un percentatge més gran de problemes de trastorn de joc per internet.

(!) Tal com estan dissenyades, hem d'entendre les caixes de recompensa com un joc d'atzar encobert, i el fet d'iniciar-se des d'infant i adolescent a aquest tipus de dinàmica de joc pot provocar un efecte normalitzador per als jocs d'apostes.

L'estratègia econòmica de la indústria actual dels videojocs

Les grans indústries dels audiovisuals, els videojocs i les grans plataformes de continguts tenen un objectiu: vendre els seus productes i que arribin al màxim d'usuaris possible. Això les porta a realitzar estratègies cada cop més agressives de publicitat, de captació de nous jugadors i jugadores, etc. Cada vegada fan més accessibles els seus productes amb fórmules que puguin agradar i enganxar petits i grans, amb elements vistosos i cridaners.

Una de les estratègies més instaurada és la denominada **pay to win**,⁹ la qual s'aplica en molts videojocs que comencen de forma gratuïta, però a mesura que avança el joc es torna necessari pagar certs complementos per gaudir de l'experiència completa del joc. També s'in-

⁹ Es refereix a la possibilitat de comprar elements del joc que ofereixen un avantatge clar davant la versió gratuïta del joc.

clouen productes secundaris, expansions,¹⁰ passes de temprada, objectes especials o elements per nodrir el personatge, entre d'altres.

El trastorn per videojoc

En l'actualitat, no apareix amb entitat pròpia el trastorn per videojoc al manual diagnòstic de malalties mentals (DSM-5). Tot i això, sí que hi apareix el joc patològic i, posteriorment a l'edició del manual, psicòlegs i psiquiatres han elaborat diversos instruments de mesura que tenen relació amb els criteris que apareixen sobre el joc patològic però enfocat als videojocs.

Un d'aquests instruments és Internet Gaming Disorder Scale,¹¹ que estableix vint-i-un ítems relacionats amb set criteris d'addicció, conflicte i símptomes d'abstinència, recaiguda i recuperació, prominència cognitiva i de comportament, tolerància i eufòria. També avalua el temps que s'hi inverteix, la incapacitat per reduir-ne la utilització i les conseqüències generades en patrons de son i alimentació.

A banda del DSM-5, també hi ha com a referència la classificació internacional de malalties (CIE-11), un sistema comú publicat per l'OMS que classifica i codifica les malalties i indica la simptomatologia i els criteris diagnòstics que s'han de seguir. A partir de l'1 de gener de 2022 ha entrat en vigor dins aquesta classificació el trastorn per videojoc. S'inclou en l'apartat de trastorns deguts a comportaments addictius. També ofereix tres classificacions: predominantment en línia, predominantment fora de línia i sense especificar. El trastorn per videojoc es defineix com un comportament persistent o recurrent de joc (sigui en línia o fora de línia) que es manifesta a partir de tres criteris:

- Absència de control de la conducta de joc pel que fa a l'inici, la freqüència, la intensitat, la durada, la finalització i el context en què es juga.
- Prioritat que se li dona al joc en relació amb altres interessos vitals i activitats diàries.
- Persistència de la conducta o increment d'aquesta, malgrat les conseqüències negatives associades.

¹⁰ Són continguts complementaris a videojocs existents, amb noves àrees per explorar, noves històries dins la trama, objectes i personatges, etc.

¹¹ És un instrument de mesura del trastorn de joc a internet en adolescents i joves segons criteris del DSM-5.

- Aquest comportament ha de ser prou greu per causar un deteriorament significatiu en les àrees personals, socials, educatives, professionals... durant almenys dotze mesos.

Els jocs de rol massius en línia (JRMEL)

Els jocs JRMEL són, com indica el seu nom, videojocs de rol en què poden participar milers de jugadors conjuntament i col·laborar o competir. Aquests jocs poden ser precursors a l'hora d'iniciar una relació de dependència per la quantitat d'hores que s'han de dedicar per ocupar un bon lloc dins de la comunitat de jugadores i jugadors, la importància que se li dona a la creació d'un personatge i les habilitats relacionals que es poden desenvolupar dins el joc (a través del personatge) en contraposició a les habilitats reals que té l'adolescent.

Anteriorment han quedat explicats els criteris per considerar un trastorn per videojoc, però en aquests criteris no es recullen els aspectes dels videojocs JRMEL com poden ser la identificació amb l'avatar, la pressió de grup per jugar (ja que és un joc d'equip) o la persistència d'un món que avança i evoluciona encara que qui hi juga no estigui connectat. També és important descobrir la motivació de joc que hi ha darrere, perquè sovint es presenten raons de fugida o alleujament de l'estrès.

Els esports electrònics (eSports)

Els anomenats *esports electrònics* són les competicions organitzades sobre videojocs multijugador a escala professional. Les competicions i tornejos es transmeten a temps real comptant amb premis en metàl·lic per als guanyadors. La plataforma estrella a través de la qual es visualitzen els és *Twitch*, on el 80 % del contingut hi està relacionat.

Normalment, les persones que miren esports electrònics també són jugadores dels mateixos videojocs. La figura dels comentaristes és molt important, són els anomenats *casters*. Alguns influenciadors potencien la seva fama fent aquesta funció, ja que hi ha una gran comunitat de jugadors i jugadores darrere.

També cal destacar que és un model de negoci emergent, i veient l'augment d'audiència i l'expansió mundial d'aquests esports electrònics, moltes empreses els estan començant a promoure i publicitar.

Riscos i oportunitats principals de jugar a videojocs

Malgrat que els riscos hi són en el mateix grau de possibilitat que les oportunitats, el que subjectivament preval són els aspectes positius que tenen els videojocs, on les persones que juguen s'entrenen en la presa de decisions, es relacionen, troben recompenses per l'esforç i l'assoliment d'objectius, adquireixen nous aprenentatges, obren la possibilitat de socialització a escala mundial, per exemple.

Els riscos més rellevants de l'ús de videojocs són els següents:

- Que siguin susceptibles de causar un comportament addictiu.
- Que ocupin un espai desmesurat a la vida de la persona jove (temps, freqüència i intensitat) i provoquin una pèrdua d'interès per altres activitats sense pantalles, així com inquietud o angoixa en cas de no poder jugar-hi.
- Que siguin un refugi per a l'aïllament social en persones que experimenten dificultats per establir relacions interpersonals en contextos fora de línia.
- Que insensibilitzin davant la violència i redueixin l'impacte emocional que aquesta produeix. Les persones que juguen constantment a jocs violents tenen més possibilitats de normalitzar-la.
- Que promoguin ideals perillosos. La publicitat dels videojocs inunda els canals virtuals més utilitzats pels joves. En la majoria dels casos, els anuncis estan protagonitzats per esportistes d'elit molt admirats i que representen l'ideal de l'èxit i la facilitat de fer-se ric jugant.
- Que actualment el mitjà de joc no es redueixi a les videoconsoles, sinó que s'hagi estès als telèfons intel·ligents, en possibilita l'ús il·limitat en l'espai i el temps.

Les oportunitats més rellevants de l'ús de videojocs són les següents:

- Poden afavorir algunes capacitats cognitives: la memòria, els reflexos, la velocitat de reacció, el raonament, la resolució de problemes o l'estimulació de la lògica i la reflexió, entre altres.

- Poden fomentar l'amistat, la solidaritat, el sentit de pertinença, el treball en equip i la cohesió entre jugadors i jugadores, pel seu alt component d'interacció social, que permet jugar amb amics o desconeguts de manera competitiva o cooperativa.
- Poden ajudar a millorar els estats emocionals de forma adaptativa: la relaxació, la gestió de l'enuig o la regulació de la soledat i l'estrès, per exemple.

Diferències de gènere en l'ús de videojocs

Els nois hi juguen més que les noies, però, encara que hi hagi diferència, elles també hi juguen. El que passa moltes vegades és que no tenen tanta visibilitat com tenen els nois dins la comunitat jugadora.

Els videojocs no són neutrals, representen una forma d'oci molt més propera als interessos del gènere masculí, convicció que retroalimenta el fet que es converteixin en territori masculí. Alguns exemples que ho evidencien són els jocs als quals es juga més: d'esports, lluites i estratègies, on els personatges de ficció principals són esportistes d'elit (homes guerrers o militars) i el paper secundari i passiu dels personatges femenins moltes vegades es basa en la hipersexualització i la cosificació. En definitiva, representacions que reproduïen ideals heteronormatius.

Les noies que juguen a videojocs es perceben com a poc femenines, per l'alta connotació masculina i sexista. Aquest fet també representa una gran pressió pels nois quan s'enfronten a elles. A la xarxa es poden trobar diversos testimonis de noies jugadores que manifesten ser motiu de burla quan perden una partida i, en canvi, de desacreditació i atribució a la sort quan guanyen. També expliquen que reben insults i faltes de respecte quan es comuniquen durant el joc.

4.2. PARTICULARITATS EN LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA

Tots els videojocs distribuïts dins la Unió Europea es comercialitzen amb el sistema PEGI (Pan European Game Information). Consisteix en una classificació per edats dels continguts dels videojocs i es mostren amb etiquetes i descriptors.

Els criteris que determinen aquests descriptors els genera un grup d'especialistes i acadèmics de diferents camps (psicologia, comunicació, àmbit judicial, tecnològic...). Indiquen a la tipologia de contingut que ofereix el videojoc i s'utilitzen com a base per establir les etiquetes de les edats. Són aquestes:

- **+3.** Adequat per a totes les edats. No ha de mostrar sons o imatges que puguin espantar. Pot incloure alguna forma de violència en context còmic o entorn infantil, però no hi ha llenguatge vulgar.
- **+7.** Pot incloure algunes escenes o sons que espantin els més petits. S'hi poden veure formes suaus de violència (de manera gens detallada, explícita o realista).
- **+12.** S'hi inclou llenguatge adult i escenes de violència gràfica en contextos de fantasia. N'usa parcial i violència menys explícita contra persones i animals.
- **+16.** Presenta situacions violentes i delictives pròpies de la vida real. Inclou llenguatge groller, representacions sexuals i ús de drogues.
- **+18.** Totalment adult. Pot incloure escenes explícites de violència (assassinats sense motius, violència cap a personatges indefensos...), drogues, sexe i escenes obscenes i repugnants.

És important destacar que hi ha dues etiquetes s'han de tenir en compte per fer prevenció en els usos de videojocs:

- **En línia:** informa que en aquell videojoc hi ha comunicació en línia amb altres jugadores i jugadors.
- **Joc:** informa que apareixeran elements dels jocs d'atzar (ruletes, caixes de recompensa, apostes...), simulacions de joc que també es poden trobar a casinos o sales de joc.

Actualment, els videojocs influeixen significativament els adolescents i joves, són una activitat d'oci popular en creixement. A mesura que avança l'edat de la persona, l'activitat de joc decreix. Aquesta forma d'oci és més pròpia en èpoques vitals en què generalment es té menys responsabilitats i ocupacions, per això l'activitat pot iniciar-se a la infància i instaurar-se a l'adolescència, tot i que hi ha una minoria que continua a l'edat adulta.

La motivació per la qual els joves juguen és fonamentalment la diversió i l'entreteniment. Consideren que els videojocs els diverteixen, els possibilita la interacció amb altres persones i desenvolupen la seva pròpia evolució dins el joc, i alhora també fomenten l'imaginari de convertir-se en professionals.

El disseny dels videojocs facilita la pèrdua de capacitat de control sobre el joc, fet que, unit a altres factors personals i ambientals, pot potenciar-ne un ús abusiu o inadequat. L'excés d'hores de joc no es considera en si mateix un criteri per a la determinació del joc problemàtic, si no va acompanyat d'una alteració important de la qualitat de vida de l'individu.

Sobre els predictors per la **problemàtica del trastorn als videojocs**, cal destacar que els nois juguen en percentatge més que les noies, en fan un ús més excessiu, al vespre i més enllà de mitjanit, amb alts conflictes familiars pel joc, abandonament escolar o laboral, poca socialització, comportaments agressius o impulsius i patrons irregulars del son i l'alimentació. Tot plegat provoca un ús disfuncional en l'àmbit familiar, social, laboral, escolar, conductual o psicològic, per tant, el joc es converteix en un problema real i persistent i cal demanar ajuda externa per a solucionar-lo.

Durant la preadolescència, cal seguir tenint en compte el sistema PEGI, els seus descriptors i les edats que es recomanen segons els continguts, ja que no tenen la majoria d'edat per utilitzar segons quins jocs.

Sobre l'aïllament social

Un dels marcs teòrics més comuns per explicar la relació inversa entre la implicació als videojocs en línia i les repercussions socials positives són les teories del desplaçament social i la compensació social (Kowert, 2016).

La teoria del desplaçament social aporta que el fet de compartir aquests espais comuns de joc en línia pot contribuir a formar relacions d'amistat que perdurin amb alts nivells de complicitat i intimitat que no es troben fàcilment en espais fora de la xarxa. Aquest fet pot facilitar que apareguin **conseqüències socials negatives quan es reemplacen els contactes fora de línia pels contactes únicament vinculats a l'entorn en línia o de la comunitat jugadora.**

La teoria de la compensació social, en canvi, conclou que els jugadors i jugadores que experimenten dificultats per establir relacions interpersonals en un context fora de línia tenen més probabilitats per endinsar-se als videojocs en línia com a alternativa social i, per tant, com a refugi.

4.3. QUÈ EN DIUEN LES FAMÍLIES, PROFESSIONALS I ADOLESCENTS?

Tot seguit, es presenta un recull de les preocupacions i els elements clau principals detectats durant la prospecció dels grups focals realitzats amb famílies, professionals i joves de diversos territoris:

Les famílies...

Mostren preocupació per la pressió per comprar noves aplicacions o paquets d'un joc per poder jugar amb els amics que ja disposen d'aquestes eines.

Mostren preocupació per la violència d'alguns videojocs que, encara que no siguin aptes per l'edat dels infants o adolescents, estan de moda entre els seus iguals. També, per la incertesa de no saber qui hi ha darrere del perfil de les persones amb qui juguen.

- «Que el meu fill no trobi satisfacció en activitats presencials. Dedica el temps lliure jugant a internet amb uns quants amics i delega altres coses per a tenir més temps.»
- «No saber on porten les coses. Si juga en línia amb algú, no saber qui hi ha realment darrere del perfil de la persona amb qui juga.»

El grup de professionals...

- Es preocupa per la normalització de situacions que costen de digerir.
- Destaca la incertesa sobre com afecten els videojocs a la salut d'infants i joves.
- Veu com molts infants juguen a videojocs que no són aptes per la seva edat.

«Hi ha incertesa sobre com afecta realment la vista, l'àmbit cognitiu, l'àmbit relacional, etc. I alguns estudis

són interessats (creadors de videojocs, etc.).»

«La pressió per comprar noves aplicacions o paquets d'un joc per poder jugar amb els amics que ja els tenen.»

Les persones adolescents...

- Veuen que hi ha nens que juguen a jocs violents i sanguinaris de guerra i expressen que no són conscients del que allò representa, ja que riuen i s'ho passen bé (deshumanització).

4.4. ORIENTACIONS PEDAGÒGIQUES PER A PROFESSIONALS

4.4.1. Com abordem els videojocs?

A continuació s'anoten algunes mesures preventives que es poden establir en relació amb els videojocs per poder-ne fer un ús equilibrat i racional:

- Informar-se dels continguts mitjançant les etiquetes i descriptors PEGI i escollir els que siguin adequats per l'edat i la maduresa de l'infant o adolescent.
- Prioritzar els jocs que siguin compartits en el mateix espai comú fora de línia i en què puguin participar amics i familiars.
- Revisar que el fet de jugar a videojocs estigui en equilibri amb les altres esferes de la vida. Promoure alternatives d'oci i lleure.
- Pactar i prendre acords (abans d'iniciar el joc) sobre el temps d'ús. Si els pactes es concreten quan ja s'ha començat a jugar, és més difícil aconseguir un compromís.
- Situar les consoles i espais de joc a llocs comuns de casa. En el cas dels mòbils, establir pactes pel que fa a l'ús.
- Promoure l'autoresponsabilitat i la gestió de la pròpia autonomia.

Es poden classificar en **dos grans grups els jugadors** que, segons la motivació de l'ús, configurarien diferents perfils. Els dos perfils que s'exposen a continuació s'han de poder detectar i s'hi ha de poder intervenir. Tot i això,



el perfil inhibit és el que té més risc i, per tant, el que s'ha de procurar detectar de forma primerenca.

- **Perfil conductual:** acostumen a ser nois i noies que dediquen molta energia i intensitat a un estímul que inicialment els resulta agradable. El motiu principal de l'ús és lúdic i també utilitzen el joc per a socialitzar-se amb el seu grup d'amics, que conserven. La reacció que solen tenir davant l'abstinència és un malestar de tipus explosiu, amb ràbia.
- **Perfil inhibit:** acostumen a ser nois i noies de perfil tímid, introvertit i solitari, que solen expressar dificultats a l'hora d'establir relacions interpersonals. Dins el joc, en canvi, són una part important del context, inclosos dins els grup i la comunitat jugadora. Tenen moltes habilitats tecnològiques i són reconeguts. Se senten millor en l'entorn del joc que en el seu entorn habitual entre iguals. El motiu principal de l'ús que fan dels jocs és de refugi, i davant l'abstinència solen reaccionar amb una tendència a tancar-se més en si mateixos.

A la gran majoria d'infants i adolescents que juguen a videojocs, a banda de jugar, també els agrada mirar com juguen els professionals d'esports electrònics *gamers*, *streamers*, *youtubers*, etc. Segueixen els seus perfils a les xarxes i estan al dia del que passa dins la comunitat jugadora. Tenint en compte això, resulta convenient potenciar la reflexió crítica al voltant de la creença que és fàcil guanyar diners dedicant-se professionalment a jugar a videojocs des de casa.

Sobre l'ús del llenguatge que es fa servir durant les partides, la majoria d'infants i adolescents que juguen en línia reconeixen que es parlen sovint amb faltes de respecte, insults o llenguatge vulgar.

Malgrat que sigui un entorn molt masculí, també hi juguen noies, encara que en percentatge menor. El tracte cap a les noies *gamers* en alguns videojocs és degradant, sexista i humiliant. Cal generar reflexió sobre el sexisme en els videojocs, observar com són els personatges femenins, si estan sexualitzats, quins estereotips fomenten, quins rols desenvolupen per a la trama del joc, quina importància tenen, etc.

4.4.2. Un recurs per a joves i adolescents

Títol	Què aporten els videojocs a la meva vida?
Objectius	• Valorar la relació que tenen amb els videojocs. • Reflexionar sobre el masclisme i el sexisme als videojocs. • Debatre sobre el paper dels referents en videojocs: <i>youtubers, gamers, streamers...</i> • Debatre sobre quins aspectes positius i negatius aporten els videojocs. • Aprofundir sobre quines habilitats es potencien quan es juga.
Durada	1 hora

Es divideix el grup gran en subgrups de quatre o cinc persones. Es convida a fer un llistat de tots els jocs digitals, videojocs, jocs en línia, etc. als que juguin i els agradin. Es poden valorar els aspectes següents:

- Quin tipus de joc és (estratègia, acció, arcade, JRME...)?
- Quina edat és la recomanable per jugar-hi? Quins descriptors PEGI té?
- Com el vas descobrir?
- Apareixen personatges masculins i femenins per igual? Com són en cada cas? Tenen la mateixa importància (poders, armadures, paper que desenvolupen...)?
- Coneixeu algun gamer famós que hi jugui? I alguna noia gamer?

Desenvolupament

Mantenint els subgrups, es convida a desglossar en dos apartats tots els aspectes positius i negatius dels jocs que han escollit.

- Aspectes positius. Podem aportar les preguntes següents per acompanyar la reflexió: què m'aporta aquest joc en l'àmbit personal? Què em fa sentir quan hi jugo? Quines habilitats i destreses estic potenciant? M'ha servit per a altres aspectes de la vida haver-hi jugat?
- Aspectes negatius: m'ha perjudicat en algun àmbit haver-hi jugat? Desatenc algun aspecte de la meua vida per jugar a aquest joc? He tingut algun problema o conflicte relacional? Quant temps dedico a mirar vídeos de com juguen altres persones? He gastat més diners dels que volia o podia jugant a algun videojoc?

Una vegada tots els grups hagin acabat, es retorna a la rotllana general per compartir i posar en comú tot el que han reflexionat els grups mitjançant portaveus.

Durant la dinàmica, s'han de tenir presents els conceptes treballats en aquest apartat de la guia, sobretot els aspectes relacionats amb els termes següents:

Devolutiva

- Evasió/immersió: creen un món virtual en què és fàcil fugir de la realitat.
- Socialització: la creació de personatges [jo ideal], la participació en comunitats de jugadors/es (sentiment de pertinença), la reputació, l'èxit, el reconeixement, etc., així com la sensació de poder viure d'això i guanyar diners.
- *Pay to win*: a la majoria de jocs inicialment gratuïts, hi ha multitud de micropagaments per tal d'adquirir objectes, habilitats, armadures, avançar més de pressa al joc... [intercanviar hores per diners].

Adaptacions

Depenent de les edats dels participants, podem proposar que investiguin amb els seus dispositius mòbils aspectes dels videojocs que han escollit, com per exemple el sistema PEGI, el tipus de joc que és, etc.

4.5. PER SABER-NE MÉS

Nota: L'editor no es fa responsable que els enllaços a llocs web continguts en aquesta publicació puguin haver caducat al llarg del temps i ja no siguin accessibles.

Documents de lectura

- *Cajas de botín en menores de edad españoles. Relación con problemas de videojuegos y apuestas online* (Universitat Internacional de la Rioja, 2021). Informe executiu. <https://www.researchgate.net/publication/352520277_Informe_Ejecutivo_Cajas_de_Botin_en_menores_espanoles_relacion_con_problemas_de_videojuegos_y_apuestas_online>
- Guia per entendre què són els esports electrònics. Sergi Palomo, Blog de Cultura Digital de l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC), 2019. <<https://culturadigital.blog.gencat.cat/2019/02/23/guia-per-entendre-que-son-els-esports/>>
- Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya, apunt sobre esports electrònics. Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), 2019, pàg. 41. <https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-02/BIAC12_0.pdf>
- Informe *Videojuegos y protección de la infancia* (Observatori Infància, Direcció General de les Famílies i la Infància, 2008). <<https://observatoriodelainfancia.mdsocialesa2030.gob.es/documentos/Videojuegos.pdf>>
- Estudi sobre aspectes positius i negatius en la psicologia dels videojocs. De Sanctis, Distéfano i Mongelo, 2017. Biblioteca Digital de la Universitat Catòlica Argentina. <<https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/6180/4/efectos-positivos-negativos-psicologia.pdf>>
- Article sobre l'addicció als videojocs en el DSM-5 (Xavier Carbonell, 2014). <<https://www.adicciones.es/index.php/adicciones/article/view/10/0>>
- Article sobre una setmana jugant a videojocs en línia sent una dona. (Laura Gómez, 2015). <<https://www.xataka.com/videojuegos/una-semana-jugando-online-siendo-mujer>>

Material audiovisual

- Entrevista al doctor Matalí sobre el risc d'addicció dels videojocs (Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona, 2017). <https://youtu.be/6g_9e3zyx8I>
- Reportatge i col·loqui amb noies jugadores (gamers). És masclista la indústria dels videojocs? (Gen Playz, 2020) <<https://youtu.be/EKNt1OZmtll>>
- Sèrie documental *Nerfeadas*: tràiler del contingut (Blissy, 2020). <<https://youtu.be/k37MCMGbrjI>>
- La sèrie de capítols de YouTube *Tropes vs Women* analitza el caràcter masclista, cossificador i sexual d'alguns videojocs. Activista Anita Sarkeesian, 2013. <https://youtu.be/X6p5AZp7r_Q>

Webs i perfils de referència

- Web oficial del sistema PEGI <<https://pegi.info/es>>
- Web *a-fregar*: recopila el sexisme en línia dels videojocs, amb recursos per treballar amb l'alumnat <<https://a-fregar.tumblr.com/quees>>

Jocs d'apostes en línia

05.

5.1. DE QUÈ PARLEM, QUAN PARLEM DE JOCS D'APOSTES EN LÍNIA?

El joc d'apostes o joc d'atzar és el que implica arriscar de manera irreversible quelcom de valor en el resultat d'un esdeveniment, en què la probabilitat de guanyar o perdre és determinada per l'atzar (Shaffer i Korn, 2002).

Les pràctiques dels jocs d'atzar estan molt presents en la societat i la preocupació per l'augment de jugadors i jugadores entre la població juvenil és creixent. La prevalença de menors d'edat que participen en jocs d'apostes és més elevada que en adults. La facilitat per accedir al joc (ho fan des dels dispositius mòbils inclús apostant col·lectivament), l'increment del nombre d'adolescents i joves que han fet apostes esportives l'últim any, la immediatesa de la recompensa, la falsa sensació de control sobre els resultats, la publicitat atractiva o la normalització de l'activitat entre els més joves, entre altres, obliga a fer un exercici de reflexió, especialment en referència als menors d'edat que tenen normalitzat, entre les seves pràctiques d'oci i entreteniment, els jocs d'atzar. També caldria reflexionar respecte a les possibilitats que tenen els menors d'edat d'accedir a aquests jocs i a comptes bancaris d'adults per finançar-los.

També cal tenir en compte que les modalitats publicitàries utilitzades en la promoció dels jocs d'atzar impacten en el públic més vulnerable, ja que el contingut dels anuncis genera una percepció distorsionada de la realitat del joc; la mostra com una activitat inofensiva.

Els jocs d'apostes en línia més utilitzats, per ordre d'ús, són els següents: videojocs, apostes esportives i apostes en relació amb els esports electrònics.

Joc presencial vs joc en línia i diferències de gènere

Tot i la tendència a l'alça dels jocs en línia, adolescents i joves **continuen jugant més a jocs presencials** (a cases de joc, loteries com ara Primitiva i Bonoloto, quinielles, bingos, jocs al casino, màquines escurabutxaques, màquines d'atzar...) que a jocs en línia (apostes esportives, jocs de cartes, apostes en

relació amb els videojocs, apostes de carreres de cavalls, borsa de valors...).

En general, **ho fan més nois que noies**, tant en línia com presencialment. Els nois es socialitzen en valors predominantment masculins, fet que pot donar l'explicació de per què la majoria de persones que desenvolupen conductes de joc problemàtic són homes (el risc i la individualitat, així com les resistències a reconèixer problemes i a rebre ajuda, formen part d'aquests valors). Ells ho fan en jocs relacionats amb l'esport i videojocs; aposten més quantitat de diners i presenten més conflictes familiars a casa. Elles juguen més a loteries i bingos com a forma d'evasió dels problemes o insatisfaccions i per mitigar la tristesa. Experimenten més sentiment de vergonya i culpa per jugar que ells.

Les apostes esportives

L'assaig crític més qualitatiu del moment sobre apostes esportives és *Ludomorfina. El fenómeno de las apuestas deportivas en la juventud española* (Martínez, 2020). Aquesta publicació ens serveix per emmarcar el tema i esdevé la font d'informació més rellevant dels punts següents.

Darrere el món de les apostes esportives, trobem una perpetuació dels valors materialistes, consumistes i individualistes que, juntament amb la possibilitat de poder guanyar diners i un intens treball publicitari i de màrqueting, han aconseguit convertir les apostes en una opció més de l'oci juvenil.

Les **característiques de les apostes esportives** són:

- Hi ha una gran comunitat apostadora.
- Es permeten apostes de petita quantitat.
- El joc està disponible i accessible vint-i-quatre hores al dia, 365 dies a l'any.
- Hi ha menys percepció de risc que en la resta de formes de jocs d'atzar.
- Es pot obtenir una recompensa immediata, inducteix a un joc més impulsiu.
- Permet jugar des de l'anonimat.

Gamblificació de l'esport

Les apostes esportives van cada cop més lligades als esports professionals, mediatitzats i amb molta visibilitat a la televisió, internet i xarxes socials. El procés de gamblificació ha creat que les apostes siguin inherents a les estructures esportives i s'ha normalitzat. La indústria del joc ha aconseguit que qualli la idea que apostar és un esport en si mateix. És un espai masculí i es veu com una postura d'habilitat implacable, com un esport. Així doncs, s'estableix una relació de guanyar com a sinònim de bon treball i tècnica, igual que amb l'esport.

La comunitat apostadora

A diferència de les apostes tradicionals, les apostes esportives es fan a l'espai digital, on hi ha una gran comunitat apostadora. Aquesta comunitat comparta amb argots propis i pràctiques concretes que es promouen sobretot mitjançant les xarxes socials. És aquí on trobem persones encarregades de dinamitzar grups nombrosos per a la captació de clients. Aquestes figures, anomenades **tipsters**, tenen un paper molt rellevant dins la comunitat.

Així doncs, les xarxes socials esdevenen perfectes aparadors on es publicita i promou qualsevol aspecte relacionat amb les apostes en línia. Telegram és un dels mitjans més utilitzats pels **tipsters** perquè propicia l'anonimat, la immediatesa i la fàcil accessibilitat tant d'usuaris com de promotors d'activitat apostadora.

Qui gestiona la comunitat apostadora i com ho fa? La figura dels **tipsters**

Dins de la comunitat apostadora, els **Tipsters** tenen perfils a diferents xarxes socials. Diuen que tenen la capacitat de predir resultats millor que la resta. La seva estratègia implica convèncer del fet que res és atzar, tot és producte d'esforç, treball i informació privilegiada de la qual disposen. Sempre mostren un discurs guanyador amb grans habilitats pronosticadores (com si fos un esport).

Dediquen molts esforços a captar i fidelitzar clients, que són les persones apostadores que els segueixen, també exposen que tenen transparència, oferint captures dels diners que han guanyat. Treballen d'afiliats per les cases d'apostes. Guanyen un percentatge per cada persona que duguin nova a registrar-se.

Tot seguit es recullen les **característiques dels tipsters**:

- Es presenten de forma molt professional, parlant amb els argots propis de la comunitat. Fan creure que tenen unes habilitats superiors i informacions privilegiades per a pronosticar millor que la clientela.
- Tenen canals propis de Telegram, sovint un de gratuït amb seguidors i un de pagament amb clients.
- Als seus canals publiquen les seves prediccions.
- L'objectiu del negoci dels **tipsters** és portar clients a les cases d'apostes, per això guanyen diners amb els programes d'afiliats d'aquestes cases. També amb la publicitat.
- Es mouen en escenaris totalment alegalis i lliures d'impostos.

Hi ha diferents perfils de **tipsters**. Són els següents:

- **Professionals.** Persones professionals del món de les apostes. Són molt pocs els que no treballen per a les cases d'apostes.
- **Publicistes.** Tenen grans aliances i fan feina amb les cases d'apostes per a captar diners. Volen fer veure que es guanyen molt bé la vida apostant.
- **Aspirants.** Solen ser persones joves en situació de risc que han perdut molts diners. Intenten obrir canals per captar gent, però fracassen perquè el negoci és molt competitiu.
- **Estafadors.** S'aprofiten de l'alegalitat de la comunitat apostadora per enganyar a través dels canals de Telegram.
- **Antitipsters.** Tenen com a objectiu principal donar l'alerta de les trampes que poden fer els **tipsters**: recopilen evidències de frau, fan difusió de persones afectades, etc. Intenten desacreditar els publicistes. Darrere aquests perfils sol haver-hi persones amb problemes de ludopatia rehabilitades.

Estratègies dels *tipsters* que faciliten la captació i fidelització de jugadors:

- Sempre mantenen un relat guanyador, amb captures de pantalla molt visuals de comptes bancaris o llistes d'apostes guanyades.
- Mostren una simbologia visual molt característica amb bitllets, dòlars, fotografies amb cotxes d'alta gamma, rellotges de marca, etc. La majoria són amb trampa, però impacta els joves.
- Demostren que posseeixen les millors habilitats i coneixements per a pronosticar i tracten de convèncer els seguidors, per tots els mitjans, que són millors que els altres.
- Diuen que fan servir programes de control d'estadístiques, però només mostren als seguidors graelles d'Excel de forma enganyosa.
- Fan creure que les cases d'apostes són l'enemic comú a derrotar tot i que treballen per a elles.
- El missatge que utilitzen és: «Podeu guanyar diners, si penseu estratègicament.»

Hi ha diferents **perfils de jugadors i jugadores**:

- **Esporàdics.** Són producte totalment de la gamblificació de l'esport. El fet d'apostar és una activitat molt acceptada entre els iguals i respon a la voluntat de participar d'una dinàmica grupal. És a dir, aposten poc i normalment en els partits que els interessa més o els equips que segueixen. L'objectiu final és intensificar la diversió i l'emoció que els aporta l'experiència esportiva. També és habitual que entre els iguals generin una aposta conjunta en un o diversos mercats després de consensuar els pronòstics (joc compartit).
- **Recreatius.** Representen l'evolució natural del perfil l'esporàdic un cop es creen un compte en línia per començar a apostar. Un dels motius és per divergència d'opinió amb la resta del grup sobre el pronòstic o bé perquè es vol experimentar en solitari i prendre el risc. Els comporta major satisfacció guanyar per mèrits propis que en grup. També aposten per afegir emoció extra als

partits que miren i gaudeixen, tenen compromís i lleialtat amb el seu equip; les apostes els permeten reforçar aquesta identitat. De vegades poden seguir alguns pronòstics dels *tipsters*, però de manera ocasional, ja que sobretot aposten en mercats que coneixen. L'activitat apostadora és estacional (en relació amb les temporades de competicions esportives). Encara que principalment aposten per a passar-ho bé, també els interessa el component econòmic. Tenen força estratègies d'autocontrol quan guanyen, pel fet que reconeixen el risc de la bona ratxa.

- **Estratègics.** Se situen en la posició de més risc. Entenen les apostes com un element per guanyar diners i professionalitzar-se. Hi ha compromís personal i comença a ser identitari. Tenen en compte l'anàlisi estratègica del mercat per sobre del vincle emocional amb els equips que segueixen. La majoria recorren als serveis dels *tipsters* perquè creuen que la informació privilegiada els farà guanyar diners.
- **Traders.** Es dediquen a seguir els mercats i van a buscar «apostes segures» a través de càlcul i comparació de quotes. No es consideren persones apostadores, sinó inversors del mercat del joc (com si fos la borsa).
- **Ludòpates.** Jugadors que han desenvolupat un trastorn per joc problemàtic. No tenen pràcticament percepció de risc, les apostes els són una sortida a situacions de vida complexes. Principalment, es caracteritzen per unes ganes desproporcionades de jugar i recuperar el que han perdut.

Estratègies de captació de la indústria de les apostes

Les cases d'apostes tenen diverses estratègies per captar clients. Com hem vist anteriorment, una és mitjançant els *tipsters* amb els seus programes d'afiliats. També, amb el gran desplegament de publicitat a la televisió, la ràdio, les pancartes de publicitat als estadis, simbòlicament a les samarretes dels equips, en mitjans esportius, xarxes socials, etc.

Una de les estratègies de captació consisteix a regalar «bonificacions» de diners per gastar a la primera

aposta, de manera que una persona pot començar a apostar sense afegir diners de forma inicial.

A banda, tenen processos d'aposta molt ràpids (és molt senzill i fàcil de pagar). Això no obstant, si es guanya alguna aposta, el procés per cobrar pot arribar a ser molt lent. Així doncs, hi ha el risc de tornar a invertir el crèdit romanent en altres apostes en lloc de fer-ne efectiva la retirada. A tall d'exemple, l'any 2018 es van realitzar 49,9 milions de dipòsits, mentre que les retirades no van arribar als set milions (DGOJ, 2019).

Com es retiren d'apostar, les persones jugadores?

En primer lloc, pel factor econòmic. Quan es porta un temps apostant i es comprova que les apostes són un forat negre per l'economia personal, en alguns casos es desisteix de tornar-hi després de perdre una quantitat important o bé es prefereix gastar els diners en altres afers.

El segon motiu és arribar a la conclusió del fet que és un producte d'oci i que tot està pensat perquè guanyi la indústria i els qui hi col·laboren.

I, finalment, per voler reprendre les responsabilitats vitals que hagin pogut veure's abandonades.

Joc problemàtic i trastorn pel joc

L'addicció al joc o joc patològic està tipificada en el DSM-5 (*Manual diagnòstic i estadístic dels trastorns mentals*) i en el CIE-11 (*Classificació internacional de malalties*, OMS).

Segons el DSM-5, per considerar una conducta de joc com a patològica i persistent és necessari presentar un mínim de quatre criteris diagnòstics durant almenys dotze mesos, sobre la base dels nou criteris definits:

- Sentir preocupació pel joc.
- Presentar frustració en intentar interrompre el joc.
- Haver realitzat intents fallits per disminuir o deixar el joc.
- Tenir pensaments intrusius relacionats amb experiències de joc.
- Jugar com a via d'escapament a situacions que generen ansietat o depressió.

- Mostrar-se persistent al joc malgrat les pèrdues.
- Mentir sobre les hores de joc o amagar que s'hi està jugant.
- Deixar de fer activitats per jugar.
- Utilitzar altres mitjans per obtenir diners destinats al joc.

El CIE-11 assenyala que el trastorn per joc d'apostes és un patró de comportament persistent o recurrent de joc que pot ser en línia o no, durant almenys dotze mesos, i que es manifesta per:

- Deteriorament en el control sobre el joc d'apostes (inici, freqüència, intensitat, duració, finalització i context).
- Prioritat al joc enfront d'altres interessos i activitats de la vida diària.
- Continuació o increment del joc malgrat les conseqüències negatives.

Per tant, el joc patològic es caracteritza per una pèrdua de control dels impulsos sobre els propis desitjos per l'existència d'una dependència emocional respecte al joc. Aquest es converteix en el centre de la vida de la persona malgrat les conseqüències negatives que perjudiquen les esferes familiars, laborals o personals.

Els límits entre l'ús, l'abús i la dependència

No totes les conductes de joc són problemàtiques o perjudicials. La diferència entre un ús problemàtic o un ús adaptatiu i recreatiu s'identifica amb alguns indicadors que presenten les persones que tenen una problemàtica. Aquests indicadors, per tant, poden ajudar a l'hora de valorar la situació. Són els següents:

- La quantitat de diners i temps invertits.
- La capacitat de control i de límits en l'ús.
- La falta d'altres activitats gratificants.
- El fet de mentir sobre l'ús real que se n'està fent.
- Les interferències en la vida escolar, social i familiar.

5.2. PARTICULARITATS EN LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA

El joc ocupa un espai privilegiat pel que fa als infants. És un aprenentatge per a la vida adulta. Jugar és diversió, relació, creativitat, entreteniment, simulació, llibertat, expressió... i és tan important com dormir o menjar.

Els menors d'edat, ja des d'edats primerenques, estan exposats a jocs d'atzar. En el mateix context familiar es poden viure situacions que integrin el joc com a quotidianitat: fer la quiniela amb els pares, veure màquines escurabutxaques o participar-hi, promocionar sortejos per finançar viatges de fi de curs o activitats escolars, etc. Tots aquests models són una exposició primerenca a la normalització del joc d'atzar que val la pena qüestionar-se per a la posterior adolescència.

També poden tenir un efecte normalitzador dels jocs d'aposta les denominades *caixes de recompensa* (*loot boxes*) presents en molts videojocs.

El perfil de risc en adolescents i joves s'associa a ser home, minories ètniques, ambients familiars de joc, àrees municipals castigades, adolescents de més edat, joc en línia i utilitzar el joc com a forma d'escapar dels problemes i d'estats emocionals negatius.

Infants i adolescents veuen el joc d'apostes com una activitat més normalitzada que temps enrere i acceptada com a forma de diversió amb possibles beneficis econòmics, integrada com a model d'oci juvenil. Es consoliden els discursos vers els jocs: busquen triomfar i tenen poca percepció del risc.

Troben en la publicitat i el màrqueting que el joc és una activitat relacionada amb el luxe, el glamur, i popular entre algunes celebritats de l'esport i de famosos: ídols masculins per apostes en línia i femenins per bingos i loteries.

Els juguen més en salons recreatius, fan jocs d'apostes esportives i de cartes. Elles, en canvi, juguen més a jocs d'atzar solitaris i menys socials, com ara les loteries i bingos.

Els regals de bons gratuïts per a les primeres experiències ajuda que apostin diners propis posteriorment. Això fa

que tornin a jugar el benefici i, si continuen, és per l'hàbit que es crea. A més, el joc en línia no té límits. S'hi pot jugar on i quan es vulgui, les vint-i-quatre hores durant cada dia de la setmana.

Per a infants i adolescents, el joc es veu com un reforçador social i d'identitat: «Si guanyes ets Déu.»

En els jocs d'apostes, poden superar amb facilitat els límits i les restriccions d'accés: hi ha invisibilitat en línia, l'edat no importa i els mitjans tecnològics per accedir-hi fa que els jocs siguin més afavoridors per a joves, ja que, sovint, tenen més habilitats tecnològiques que els adults.

El joc en línia és doblement perillós que el presencial, perquè té unes característiques que el fan més addictiu: jugar des de casa, des de qualsevol dispositiu i a qualsevol hora; a més, és anònim.

El joc d'apostes té menys estigma que les drogues. El joc entre els grups iguals està ben reconegut, és considerat una activitat implícita a l'esport.

5.3. QUÈ EN DIUEN LES FAMÍLIES, PROFESSIONALS I ADOLESCENTS?

Tot seguit, es presenta un recull de les preocupacions i els elements clau principals detectats durant la prospecció dels grups focals realitzats amb famílies, professionals i joves de diversos territoris:

Les famílies...

- No detecten preocupació pels jocs d'aposta en línia. No és una temàtica sobre la qual les famílies tinguin necessitat d'aprofundir ni ampliar coneixement. Es detecta que no han tingut contacte amb aquesta problemàtica.

«No et plantejes que et pugui passar fins que et passa.»

El grup de professionals...

- Detecta que hi ha persones amb trastorn mental greu que troben en el pòquer en línia una ocupació i, fins i tot, una manera de guanyar diners i relacionar-se amb els altres només d'una determinada manera.

Les persones adolescents...

- Creuen que hi hauria d'haver apostes, però no publicitat sobre les apostes.
- Veuen que els jocs d'apostes apareix com a publicitat quan busquen una altra cosa.
- Entenen que, si hi juguen, acaben perdent perquè guanyen menys del que aposten.
- Reflexionen que l'adrenalina i l'emoció enganxen i fan que juguin més o que apostin més.

«Que hi hagi apostes, però que no hi hagi publicitat sobre les apostes.»

«Hi ha nens que agafen la targeta de crèdit dels pares i es gasten diners en apostes en línia.»

«A part de les apostes en línia, hi ha nens que fan apostes entre ells sobre resultats de futbol, etc.»

«L'adrenalina i l'emoció enganxen i fan que juguem més o que s'aposti més.»

«Apareix com a publicitat quan busques una altra cosa i els pares es pensen que hi has entrat tu i et castiguen.»

5.4. ORIENTACIONS PEDAGÒGIQUES PER A PROFESSIONALS

5.4.1. Com abordem els jocs d'aposta en línia?

- És recomanable compartir una mirada crítica sobre la publicitat dels jocs d'apostes i la finalitat d'aquesta amb el jovent: té influència en ells per la dimensió social i cultural que representa.
- Cal revisar quina actitud i comportament tenen els adults referents del jovent vers el joc i quin model s'ofereix. Convé reduir la presència del joc d'atzar en l'àmbit familiar, així com la menció constant de la sort per a superar dificultats: «Tant de bo em toqués la loteria i així no hauria de treballar», per exemple.

- És necessari oferir informació sobre els jocs d'apostes i la relació amb els joves per tal que puguin identificar les situacions de risc a les quals s'exposen, entrenament en habilitats d'afrontament vers situacions problemàtiques, relaxació i reestructuració cognitiva.
- Convé estar alerta dels moviments de diners que fan les persones adolescents. Cal establir un diàleg constant sobre en què es gasten aquests diners abans de trobar-se sorpreses.
- S'ha de tenir present que és molt probable que si, hi ha una problemàtica amb el joc, la primera reacció del jugador sigui negar que juga amb constància i també evitar reconèixer que no pot parar. Quan això passa, es triga a demanar ajuda, ja que el jugador confia en la seva voluntat per a deixar-ho.
- És convenient elaborar programes específics de prevenció indicada o secundària sobre jocs d'apostes i jocs en línia amb perspectiva de gènere que treballi sobre la base de les potencialitats: autoestima, autocontrol emocional, impulsar la comunicació familiar i reduir els comportaments de risc, així com els seus factors associats.
- Pels infants, i per tal de fer prevenció primària abans que el joc arribi a ser un problema, cal treballar a l'aula dels centres educatius, a casa i als espais informals, entre altres, amb la finalitat d'evitar el joc d'atzar o reduir-ne l'impacte.
- S'ha d'evitar l'exposició a edats primerenques als jocs d'atzar i als jocs virtuals, ja que a mesura que es facin més grans les persones es poden sentir més capacitades per afrontar aquest model d'oci.
- Cal conèixer els descriptors del sistema PEGI dels videojocs, que informen que hi ha apostes dins el joc (sota el descriptor de *joc*).
- Convé possibilitar models i activitats d'oci alternatius a les TRIC i al joc en línia.

5.4.2. Un recurs per a joves i adolescents

Títol	Som publicistes!
Objectius	• Conèixer el món de les apostes des d'una perspectiva crítica. • Comprendre l'estratègia comercial de les empreses per captar la gent jove al món de les apostes.
Durada	1 hora
Desenvolupament	Es divideix el grup gran en subgrups de tres o quatre persones. Cada subgrup serà una empresa important (inventada) de jocs d'aposta en línia. Han de crear i dissenyar un anunci que tingui l'objectiu d'arribar al màxim de persones joves perquè entrin i apostin diners. Es poden deixar anotats a la pissarra els elements següents, que es poden tenir en compte a l'hora de dissenyar l'anunci: • Quin tipus de joc d'aposta seria? (Esportiva, ruleta...) • Quin tipus d'anunci seria? (Un bàner, anunci emergent, missatge en cadena, publicitat a les xarxes socials...) • Com seria el disseny d'aquest anunci? • Quin eslògan tindria? • Quins elements importants hauria d'incloure? • Com aconseguirem que adolescents i joves vulguin entrar? Quina sensació els hem de despertar? • Com haurà de ser el procés de pagar per jugar-hi? • I el procés de cobrar si s'ha guanyat alguna cosa? • Tenim pressupost per contractar alguna persona famosa? A qui contractariem com a imatge del nostre anunci? Es deixen trenta minuts per dissenyar el seu anunci. Una vegada acabat el temps, es retorna en grup gran i es deixa espai a cada subgrup per exposar el seu anunci i per explicar per què han decidit que fos d'aquesta manera. Es pot acabar amb les preguntes següents: «Si us trobéssiu un anunci com aquests que hem proposat, hi entrariu?» «Alguna vegada heu vist o entrat en algun anunci semblant?»
Devolutiva	És important acompanyar les reflexions demanant els arguments pels quals han escollit una cosa o una altra. Per exemple: «Perquè heu escollit aquesta persona famosa i no una altra?» Cal tenir present l'estratègia que hi ha darrere de les empreses de les cases d'aposta i incentivar la reflexió sobre l'enlluernament que molts cops representen aquests anuncis.
Adaptacions	Depenent de l'edat i la complexitat del grup, es pot convidar que cadascú tingui a mà el seu dispositiu mòbil per cercar informació, veure alguns exemples, investigar sobre el tema, etc.

5.5. PER SABER-NE MÉS

Nota: L'editor no es fa responsable que els enllaços a llocs web continguts en aquesta publicació puguin haver caducat al llarg del temps i ja no siguin accessibles.

Documents de lectura

- *El joc d'aposta en línia: impacte en la salut d'un fenomen emergent*, de 2019. Document sobre el posicionament del Consell de Col·legis de Metges de Catalunya. <https://www.cac.cat/sites/default/files/Document_Posici%C3%B3_Joc_Patol%C3%B2gic_DEF1.pdf>
- Notícia «El perill dels anuncis d'apostes, 4 de cada 10 ludòpates s'enganxen abans dels 18 anys» (Consell de l'Audiovisual Català, 2019). <<https://www.ccma.cat/324/el-perill-dels-anuncis-dapostes-4-de-cada-10-ludopates-senganxen-abans-dels-18/noticia/2900901/>>
- *Ludomorfina, el fenomen de les apostes esportives en la joventut espanyola*. Llibre de David Pere Martínez Oró, 2020. <<https://www.epistememesocial.org/libro/ludomorfina/>>
- *Manual d'intervenció en tractament de trastorn per joc i videojocs* (Federació Espanyola de Jugadors d'Atzar Rehabilitats, 2021). <<https://centredocumentacioap.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-retrieve-file.pl?id=b9c017895184174006d253bb5359bdf5>>
- *Joc i societat, actituds i hàbits de la població espanyola sobre el joc*. Estudi de J. Antonio Gómez i Carlos Lalanda, del 2021. <<https://centredocumentacioap.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-retrieve-file.pl?id=1e1ec83532c80ff6190533e30433a6ad>>
- Tríptic «Tens problemes amb els jocs d'atzar?» (Scientia, dipòsit d'informació digital del Departament de Salut, 2018). <<http://hdl.handle.net/11351/3911>>
- *Joc d'apostes, videojocs i internet: trastorns i ús excessiu*. Informe de l'Agència de Salut Pública de Barcelona, 2020. <<https://www.aspb.cat/wp-content/uploads/2020/10/ASPB-joc-apostes-videojocs-internet.pdf>>

- *Guia per a la prevenció de l'addicció al joc i les apostes online* (2016). Pla municipal de drogodependències, Unitat de Prevenció Comunitària de Conductes Addictives, Ajuntament de València. <<https://www.lasdrogas.info/escaparate/producto/guia-para-la-prevencion-de-la-adiccion-al-juego-y-las-apuestas-online/>>

Material audiovisual

- Reportatge *Apostes esportives, un joc perillós?* (360° Eitb.eus, 2019). <<https://www.eitb.tv/es/video/360/5937/157575/apuestas-deportivas---un-juego-peligroso-/>>

Webs i perfils de referència

- David Pere Martínez Oró. Doctor en psicologia social, màster en Investigació en Psicologia Social i llicenciat en Psicologia per la Universitat Autònoma de Barcelona. És director tècnic d'Episteme Investigació i intervenció social. @davidpereoro <<https://www.dpmo.cat/>>
- *¿Qué te juegas? Programa de prevención escolar del abuso del juego de apuestas*. Daniel Lloret Irlés, Víctor Cabrera Perona i Antonio Castaños Monreal. Regió de Múrcia i Ministeri de Sanitat, Consum i Benestar Social. <<https://quetejuegas.org/>>

Acompanyament familiar en l'ús de les TRIC

06.

6.1. DE QUÈ PARLEM, QUAN PARLEM D'ACOMPANYAMENT FAMILIAR EN L'ÚS DE LES TRIC?

La família com a referent principal

Abans de veure de quina manera es pot acompanyar en un bon ús de les TRIC, primer esdevé necessari revisar-se com a adults. Cal preguntar-se, en primer lloc, si som un bon model a imitar, a seguir: «Quin és el meu ús de les TRIC?» «Quan estem amb l'infant o adolescent, en quina mesura poso l'atenció als meus dispositius?» «N'estic fent un ús responsable i vull que el meu fill faci el mateix?» «Com gestiono els conflictes que tinc a través de les xarxes?»

Els infants tendeixen a imitar els adults en tot el que fem, i cal tenir en compte que en edats primerenques els és molt difícil d'entendre què fem posant tanta atenció en un objecte inanimat. No els interessa tant el dispositiu en si, sinó que el troben interessant per la interacció diària que en fan les persones a qui observen. Així doncs, és molt important posar consciència en l'estona real que els adults de referència estan davant d'infants i adolescents mirant un dispositiu, parlant, visionant... per tal d'iniciar un bon acompanyament.

A l'adolescència, ja no es vol imitar tant els adults com ho feien abans. Però sí que s'adonaran de les contradiccions que generen els adults i la coherència que estiguin aportant quan eduquen en l'ús les TRIC.

«No vols que estigui tota l'estona amb el mòbil, però quan soc fora de casa vols que t'escrigui cada dos per tres.»

«Em dius que abans d'anar a dormir és dolent mirar el mòbil, però tu mires la tele cada dia fins que t'adorms.»

Criança compartida a la xarxa

Els progenitors tenen la responsabilitat (són garants) dels **drets d'imatge** dels seus menors, al menys fins als catorze anys, quan legalment es considera que tenen prou maduresa per donar el seu consentiment a l'hora de publicar o compartir una imatge personal.

Els riscos de la criança compartida o *sharenting*¹² són **la falta de privacitat i intimitat, la creació d'una petjada digital sense el seu consentiment i l'afectació de la reputació de l'infant o adolescent amb fotografies compromeses que puguin ser humiliants segons el seu criteri**. Les fotografies poden ser utilitzades per cometre ciberseducció de menors i fins i tot també poden ser utilitzades per pedòfils amb propòsits sexuals.

Les TRIC no són joguines

Una joguina ha de poder fer desenvolupar el joc a l'infant, no ha de ser un resultat en ella mateixa. S'ha destacat anteriorment la importància de no exposar a les pantalles els infants menors de quatre anys, però, més enllà d'aquesta edat, també cal tenir en compte quin és el paper que desenvolupa el dispositiu en el joc de l'infant.

És menys recomanable que l'infant esdevingui totalment passiu davant la pantalla, com ara mirar una sèrie o pel·lícula o jugar a algun joc o videojoc, que si la pantalla esdevé un suport per complementar algun aspecte del joc vivencial que vulgui realitzar, sigui mirar un tutorial per fer una manualitat, escoltar una cançó nova, parlar i veure familiars que té lluny, etc. En definitiva, **la pantalla no ha de ser el centre del joc** de l'infant.

És important considerar que les habilitats socials i emocionals com ara la tolerància a la frustració, el fet de dialogar o compartir, entre altres, no es desenvolupen millor a través de les pantalles que en entorns fora de línia, i necessiten sempre l'acompanyament actiu i facilitador d'alternatives de l'adult vers els espais virtuals.

Premis i càstigs

És habitual que moltes famílies utilitzin el recurs de concebre les TRIC com un premi («Si acabes els deures, podràs jugar»; «Et regalarem un mòbil nou si treus bones notes») i també com un càstig («Com que has suspès, estaràs sense mòbil una setmana»; «Si et portes malament a casa de la iaia, no veuràs els dibuixos animats»). Malgrat que sigui un recurs que a *prio-*

¹² De l'anglès *share* ('compartir') i *parenting* ('criança' o 'paternitat'), s'utilitza per denominar el fenomen de publicar fotografies dels nostres fills i filles a les xarxes personals relatant la seva evolució des que neixen.

ri pot semblar que funcioni per modelar la conducta, no afavoreix l'assoliment de límits. De fet, el cert és que amb el temps no tan sols deixarà de funcionar, sinó que **esdevindrà contraproductiu per l'objectiu del consum responsable de les TRIC**.

Si s'utilitzen les TRIC com a premis i càstigs, s'afavoreix que augmenti el seu desig de passar-hi més temps. L'infant les associarà (estona de visionat de dibuixos, navegar amb un dispositiu propi, jugar a un videojoc...) a un premi en si mateix. El que pot passar és que es consolidi un hàbit de recompensa immediata que, amb el temps, serà difícil de substituir o reconduir. D'aquesta manera no s'ajuda a potenciar habilitats de gestió del temps lliure, de regulació emocional o de responsabilitat envers les tasques pròpies, per exemple.

Cal tenir clar quin tipus d'**ús de les TRIC es decideix potenciar**. És a dir, és recomanable **augmentar o reduir l'exposició als dispositius o el temps d'ús en funció de com s'estiguin utilitzant** i que això vagi en **coherència amb un ús racional i equilibrat**. Per exemple, es pot incorporar un dispositiu nou sempre que amb l'anterior hi hagi hagut una bona gestió del temps, un bon compliment dels acords familiars i de convivència, responsabilitat... De la mateixa manera, **si s'ha de retirar el privilegi d'ús o reduir el temps d'exposició, cal tenir en compte criteris de proporcionalitat**.

El control parental

Les denominades *eines de control parental* són aplicacions que les persones adultes poden configurar als dispositius electrònics amb connexió a internet perquè buscadors i plataformes només ofereixin continguts adequats a menors d'edat i adolescents. També poden bloquejar trucades, registrar l'activitat i activar la geolocalització.

- Com menys restrictiu és el control parental de la navegació, major és l'adquisició d'habilitats crítiques.
- Sobre la legalitat de les aplicacions de control parental, és necessari distingir entre les que limiten el temps d'ús o l'accés a determinats continguts per a edats primerenques i les que monitoren tot el que fan les persones adolescents, ja que representen una intromissió al dret a la intimitat.

Aquestes eines no poden substituir l'educació i l'acompanyament d'infants i adolescents en els usos de pantalles, és per això que sovint hi ha confusió a l'hora d'encarar aquest control.

Cal tenir en compte els tres **tipus de mediació** que exerceixen els referents adults:

- Mediació tècnica: l'ús de programes de control parental sobre el contingut per evitar correu brossa o virus. Es proporcionen límits a través de solucions de programari.
- Mediació restrictiva: es comuniquen els límits en relació amb el tipus d'informació que es pot publicar, el temps d'ús... Es trien les pàgines que es poden visitar i les que no.
- Mediació activa: hi ha una base dialògica en què es parla, es comparteix. Es fan suggeriments i s'anima que les persones usuàries explorin per elles mateixes i comparteixin els dubtes, les inseguretats i els descobriments.

6.2. PARTICULARITATS EN LA INFÀNCIA I L'ADOLESCÈNCIA

Les eines de control parental són útils per a infants, de manera que es poden bloquejar continguts amb els quals es puguin topar per error (als bàners de les publicitats, anuncis emergents...). D'aquesta manera, es pot oferir un entorn virtual controlat perquè els infants puguin iniciar l'exploració amb l'acompanyament adult.

Les eines de control parental deixen de tenir sentit un cop entrada l'adolescència, perquè amb les habilitats tècniques que poden tenir les persones adolescents, moltes vegades saben com saltar-se aquests controls.

Moltes aplicacions de control parental es van dissenyar amb programaris molt agressius que van ser retirades dels mercats d'aplicacions per ser declarades il·legals. Aquests programaris situaven la persona que els feia servir com a *espia*, de manera que es podia saber el contingut de les converses i això vulnerava el dret a la intimitat.

També cal anar amb compte amb el control restrictiu de l'ús de les TRIC. No s'ha de caure en la trampa de creure que, si s'utilitza, els usuaris estaran més protegits. Això pot generar que s'eviti el diàleg i la reflexió en molts aspectes importants de l'educació afectivo-sexual, els riscos o l'impacte emocional, entre altres.

6.3. QUÈ EN DIUEN LES FAMÍLIES, PROFESSIONALS I ADOLESCENTS?

Tot seguit, es presenta un recull de les preocupacions i els elements clau principals detectats durant la prospecció dels grups focals realitzats amb famílies, professionals i joves de diversos territoris:

Les famílies...

- Tenen clar que, si els seus fills o filles volen amagar alguna cosa, avui dia saben com fer-ho.
- En alguns casos, manifesten tenir la contrasenya de les xarxes socials i del mòbil dels fills o filles, i els els miren per parlar-ne.
- Observen que cal saber limitar un horari de connexió i d'ús del mòbil.
- Si hi ha infants i joves de diferents edats a la família, manifesten la dificultat de gestionar l'acompanyament i el control parental.
- Creuen que cal treballar per al consens familiar a l'hora de gestionar les pantalles, des de canvis en els hàbits familiars (veure la televisió abans d'anar a dormir) fins a la introducció de nous dispositius (consens en els regals Nadal, per exemple).

«Els adults, per ignorància, tenim por.»

«No queden presencialment, no fan activitats presencials, i són adolescents; s'espera que vulguin sortir a prendre alguna cosa, socialitzar... i diuen que ja se socialitzen en línia.»

«El nano que vol amagar alguna cosa troba com fer-ho.»

«Fer pactes amb els nanos a partir de la reflexió conjunta, no imposar.»

El grup de professionals...

- Veu la necessitat de crear referents, educadors de confiança.
- Proposa convertir el control en confiança i vincle (visió educativa) i parlar de quines són les normes i els límits, de com funcionen les noves aplicacions, i fins i tot escriure-ho.
- Manifesta la dificultat per incidir que les famílies posin límits a infants i adolescents.

«Caldria convertir el control en confiança i vincle (visió educativa) i parlar de quines són les normes i els límits, de com funcionen les noves aplicacions, i fins i tot escriure-ho.»

«Cal feina de prevenció sobre com es relacionen amb les pantalles, veure què està fallant en el context familiar, social, etc., i saber on tenim les responsabilitats i les normes.»

«Cal ser amb ells i elles per acompanyar-los i perquè se sentin acompanyats, parlar del que es veu, dels valors...»

Les persones adolescents...

- Creuen que el control parental pot tenir un efecte invers, ja que els límits, el que és prohibit, crida l'atenció.
- Molts creuen que és útil, perquè de vegades els infants o adolescents pensen que són prou responsables, però no ho són. Els pares saben què és bo i què és dolent.
- Són conscients que hi ha fills que en saben més que els pares i mares, i creuen que aquests han de controlar visualment, presencialment.
- Consideren que cal temps per estar amb els fills i filles.
- Hi ha consens que és millor la concreció d'acords que les prohibicions.

«Els pares acostumen els infants a utilitzar el mòbil, perquè s'hi acostumin, però seria millor no fer-ho i

que miressin el seu entorn. Ho fan perquè els fills i filles no molestin; el mòbil com a joguina. Es busca el camí més fàcil i no el més adequat.»

«Els pares han de saber triar els continguts que poden veure els fills.»

«Com que hi ha fills que en saben més que els pares, els pares han de controlar visualment, presencialment.»

«No deixar tant els nens amb el mòbil mentre els pares mengen o parlen.»

«El control parental pot tenir un efecte invers, ja que els límits, el que és prohibit, crida l'atenció.»

«És útil, perquè de vegades pensem que som prou responsables, però no ho som. Els pares saben què és bo i què és dolent.»

«No posar límits ni prohibir, sinó fer acords.»

«A partir dels dotze (deu-catorze) anys ja som responsables, tenim autonomia i tenim criteri per a saber què està bé i què està malament.»

6.4. ORIENTACIONS PEDAGÒGIQUES PER A PROFESSIONALS

6.4.1. Com abordem l'acompanyament familiar?

Cal **vetllar per què, en l'activitat familiar, es consolidin espais de qualitat sense les TRIC**. Per fer-ho, primer cal revisar-se i veure en quina mesura tenen importància les pantalles en l'àmbit familiar. Es poden plantejar les qüestions següents: quin paper té la televisió durant els àpats? Quan tenim una tarda lliure per compartir, mirem una pel·lícula o anem a caminar? Durant les estones relaxades, ens dediquem a contestar missatges al mòbil o a jugar i parlar amb els nostres fills i filles?

Els **espais de qualitat** depenen del ritme i les circumstàncies personals de cada família, però se'n poden traçar unes línies generals:

- És recomanable compartir els àpats sense cap dispositiu (televisió, mòbils, tauletes...). És una oportunitat fantàstica per establir comunicació, preguntar-se pel

dia, parlar de preocupacions o il·lusions o fer plans de futur, entre altres.

- És convenient rebaixar el ritme del dia fent activitats relaxades abans d'anar a dormir, com ara llegir, escoltar música o explicar contes.
- Convé gestionar el temps d'oci i lleure del cap de setmana. Es poden oferir activitats a l'aire lliure o manuals, fer activitats compartides amb altres iguals, visitar entorns nous, etc., tot potenciant els entorns fora de línia.

És important revisar quina comunicació es té amb les altres famílies del grup classe dels fills i filles. Sovint, esdevenen conflictes als grups de WhatsApp i no tothom entén de la mateixa manera quina ha de ser la dinàmica del grup. En aquests casos, va molt bé que, quan es creen aquests grups, es deixi clar i s'acordi de quina manera es faran servir. Per exemple, és bo concretar si es podrà parlar de tot o només d'aspectes relacionats amb l'escola, si es podran enviar acudits, si tothom podrà parlar o només els portaveus, si es compartiran imatges dels fills i filles o si hi haurà algú que faci la funció de moderador, entre altres.

Sobre **compartir o publicar imatges dels fills i filles a les xarxes** pròpies (*sharenting*), cal tenir en compte els punts següents:

- Vetllar per la imatge i la intimitat dels menors és el primer pas per a un acompanyament responsable en l'ús de les TRIC.
- Cal recordar que els progenitors són garants dels drets dels menors.
- Fins que els fills i filles no són grans, no es pot saber si entenen realment l'abast que pot tenir una publicació i els riscos que comporta i, per tant, no sempre poden prendre una decisió responsable.
- Si s'exposa la imatge i la vida d'una persona menor d'edat a les xarxes socials sense el seu consentiment, aquesta persona no tindrà l'oportunitat d'iniciar la seva pròpia identitat digital amb responsabilitat individual.
- Qualsevol fotografia que es publica comporta el risc de no poder-se esborrar.

- Davant d'aquest fenomen cada cop més freqüent, és convenient fer-se algunes preguntes: què és més important, el desig d'ensenyar el meu fill o la responsabilitat de vetllar per la seva intimitat? Soc conscient que li estic creant una petjada digital sense el seu consentiment? Com tinc configurats els meus dispositius i les meves xarxes en relació amb la privacitat? Tinc el seu consentiment a l'hora de publicar una foto seva? Tindrè aquest consentiment més endavant? Conec tots els riscos que hi ha associats al fet de publicar una fotografia d'una persona menor d'edat?

Acords o prohibicions (contracte educatiu per a l'ús del mòbil)

Un dels recursos que es pot incorporar és un contracte educatiu per a l'ús del mòbil, quan es decideix que el menor en pot fer ús. El contracte pot incorporar els acords que adopta cada part implicada: infants o joves, d'una banda, i familiars, de l'altra. A continuació, es proposa un model bàsic que pot incorporar cada família segons les seves necessitats, edats o dispositius: es tracta del *Contracte educatiu mòbil*, adaptat pel TRA-CA (servei d'informació i opinió, relacionat amb el con-

CONTRACTE EDUCATIU MÒBIL

Redactar un contracte vol dir que ens posem d'acord en algun tema important i volem posar per escrit allò que és bo per a que no hi hagi conflictes, per gaudir... per tant cal llegir bé les condicions que hi ha escrites. Així quan totes les parts el signem vol dir que estem disposats/des a complir el que hi posa.

Felicitats! Tenir un mòbil obre moltes oportunitats: estar més comunicats amb la gent que estिमem, buscar informació i aprendre, fer fotografies dels llocs que ens agraden o de les persones que estिमem, escoltar música i moltes coses més. Ara toca parlar sobre les condicions d'ús, omplir el contracte i signar-lo un cop hi estiguem totes d'acord.

En/na _____
(mare/pare/tutora)
i en/na _____
(filla, fill), declaren que han parlat sobre què significa tenir un mòbil i han decidit el següent:

Jo (mare/pare/tutora):

1. Pagaré la línia que hem acordat que és de ____ € al mes.
2. Només et trucaré o contactaré si és necessari.
3. Em comprometo a ajudar-te a saber quin pot ser un bon ús del mòbil i parlar-ne tantes vegades com calgui.
4. Em comprometo a escoltar els teus desitjos i els teus dubtes i arribar a nous acords si els dos ho veiem bé. Parlant la gent s'entén.
5. Si tinc dubtes et preguntaré i en parlarem, així segur que evitarem malentesos.
6. Si no compleixes els teus compromisos, et prendre el mòbil i en parlarem. De ben segur que arribarem a acords i te'l podré tornar.

Jo (filla, fill)

1. Et contestaré sempre que em truquis perquè sé que ho faràs quan ho necessitis i sigui bo per als dos.
2. Em comprometo a no gastar més del que hem acordat i també a tenir el mòbil en bones condicions. Estalviaré diners per si he d'arreglar algun desperfecte, per si el perdo, etc.
3. No faré servir el mòbil en llocs on no és permès, com ara a classe, extraescolars, etc.
4. A la nit toca dormir, i el telèfon restarà apagat on hàgim acordat (menjador, saleta, etc.)
5. Seré una bona persona (igual que sempre), per tant no el faré servir per insultar, fer fotos sense permís, enviar fotografies privades, gravar on no estigui permès, etc.
6. Em comprometo a reflexionar sobre el bon ús del telèfon, si tinc dubtes sobre què puc fer o que no puc fer abans t'ho explicaré, t'ho preguntaré i em deixaré aconsellar per tu.

Estem d'acord en tot el que hi ha escrit per això ho signem.

Mare/pare/tutora

Filla/fill

Data:
Revisable:

sum de drogues i la sexualitat-afectivitat), de Canyelles, Cubelles i Olivella.

Del control a l'acompanyament, de la limitació a la capacició

El quadre següent pot ajudar a valorar com s'està acompanyant. També recull els passos que cal seguir si es pretén avançar cap a una capacició i acompanyament en l'ús racional i equilibrat de les TRIC.

L'ideal és que, a mesura que l'edat avança, els adults es col·loquin en les esferes de capacició i acompanyament, i es vagi reduint el control i la limitació. Això voldrà dir que es potencia l'autonomia i el diàleg. Per fer-ho, pot ser útil tenir en compte els consells següents:

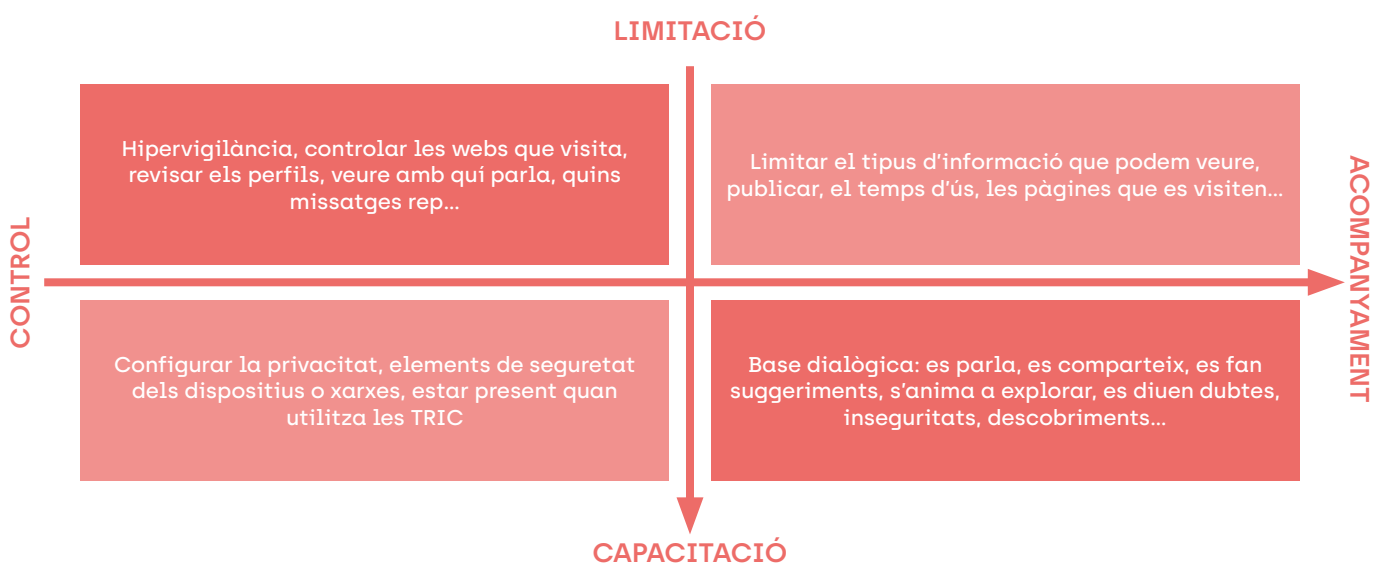
Per a infants

- Convé habilitar les estones de pantalles en espais compartits de la llar.
- Quan s'inicia l'exposició a les pantalles, cal utilitzar el control parental per a bloquejar continguts no desitjats i delimitar el temps. És recomanable activar-lo també en consoles d'última generació, ja que estan connectades a internet i permeten xatejar o parlar amb persones desconegudes.

- Abans d'adquirir o utilitzar un denominat *joc educatiu o pedagògic*, cal revisar les opinions d'organitzacions com ara **Common Sense Media** (productes mediàtics amb sentit), llegir ressenyes de les aplicacions o contrastar informació, per exemple.
- S'ha de deixar clar als menors en quins moments o situacions han de comunicar o compartir el que està passant. Per exemple, si mentre juguen a un joc a la tauleta algú els escriu pel xat per demanar-los el contacte o si navegant s'han topat amb una imatge que els ha impactat o espantat.

Per a adolescents

- És convenient reflexionar i pensar per a què es decideix utilitzar les eines de control parental per a adolescents i joves, partint de la base que aquestes eines vulneren el dret a la intimitat i no afavoreixen l'ús crític i reflexiu. Convé fer el plantejament sobre què es farà en cas de trobar-hi alguna cosa que no agradi: com es gestionarà, com se'n parlarà o si es dirà als menors que se'ls està espiant o vigilant.
- Dir-li a un adolescent o jove que s'utilitza el control parental és l'equivalent a dir-li que el seu criteri no es considera vàlid, que no s'hi confia, que fa por el que pugui fer i on pugui anar sense la vigilància de persones adultes. Des de la por adulta és més di-



fícil arribar al diàleg i a l'acompanyament que necessita una persona adolescent o jove.

- Cal apostar per la capacitat personal de la gestió que fan de les TRIC les persones joves i adolescents (responsabilització del propi ús). Aquesta capacitat no s'assoleix en un dia, cal acompanyar des de la preadolescència (quan encara es té permesa l'entrada) a ensenyar o descobrir conjuntament els aspectes relacionats amb la privacitat dels comptes, la seguretat dels dispositius, quines

eines de denúncia i defensa hi ha disponibles i quan s'ha de demanar ajuda. Cal tenir clar que hi haurà un moment en què les persones adultes tindran més complicat mantenir-se com a referents.

- És important entendre els processos que es desenvolupen a l'etapa adolescent, dels dotze als vint anys, aproximadament, quan preval la necessitat d'explorar, experimentar i autodeterminar-se, hi ha poc interès pel món dels adults i sovint es té el propòsit de marxar de casa (encara que sigui metafòricament).

6.4.2. Un recurs per a joves i adolescents

Títol	Quin acompanyament necessito?
Objectius	• Saber què pensen les persones joves sobre el control i l'acompanyament familiar en l'ús de les TRIC. • Potenciar la responsabilitat individual en l'ús de les TRIC. • Reflexionar sobre la pròpia autonomia i els hàbits saludables.
Durada	40 minuts
Desenvolupament	En primer lloc, es planteja un debat sobre l'acompanyament dels adults en l'ús de les TRIC. Hi poden ajudar les preguntes següents: • Et poden acompanyar els teus pares en l'ús de les TRIC? • Què et falta dels teus referents en l'acompanyament? (coneixement, confiança, respecte...) • Podem parlar de tot el que ens passa a través de les pantalles amb els nostres referents? • Quins límits a les pantalles posaries a nens i nenes més petits, si depenguessin de tu? • Què seria per tu un bon acompanyament en l'ús de les TRIC? Seguidament, es planteja el debat sobre les aplicacions de control parental: • Els vostres adults referents (pares, mares, tutors/es...) utilitzen algun tipus d'aplicació de control parental? • Com són aquestes aplicacions? Quines coneixeu? • Creieu que les aplicacions de control parental són útils? Per a quines edats creieu que s'haurien d'utilitzar? • Creieu que aquestes aplicacions ajuden a fer un ús més responsable de les pantalles? Es proposa a cada participant que faci una pluja d'arguments per explicar als adults (famílies, professors...) per què no necessiten ser supervisats amb aplicacions de control parental.
Devolutiva	Cal tenir presents els conceptes treballats en aquest apartat de la guia. És important transmetre al grup que volem saber la seva opinió, sense judicis de valor ni rèpliques davant de la seva pluja d'arguments.
Adaptacions	Depenent de l'edat del grup, es poden acompanyar més les reflexions amb exemples o situacions concretes.

6.5. PER SABER-NE MÉS

Nota: L'editor no es fa responsable que els enllaços a llocs web continguts en aquesta publicació puguin haver caducat al llarg del temps i ja no siguin accessibles.

Documents de lectura

- Article sobre la criança compartida (*sharenting*) i els seus riscos (Pantallas Amigas, 2019) <<https://www.pantallasamigas.net/sharenting-riesgos-consejos/>>
- *Educar en l'ús saludable de pantalles*. Guia per a famílies, del Centre SPOTT, Diputació de Barcelona, 2021. <<https://www.diba.cat/documents/14465/355376863/Guia+SPOTT.pdf/eed3c3ba-f4e8-0f4d-85a1-72593e3fd6a5?t=1632222159029>>
- Guia sobre com evitar les addiccions tecnològiques en situació de confinament, d'Antonio Ortuño Terriza, 2021 (familiasinteligentes.com) <https://www.observatoriodelainfancia.es/ficherosoia/documentos/7423_d_EvitarAdiccionesTecnologicas.pdf>
- Guia de mediació parental, per a un ús segur i responsable d'internet per part dels menors (Internet Segura 4Kids, Govern d'Espanya, 2019). <<https://www.is4k.es/de-utilidad/recursos/guia-de-mediacion-parental>>
- Quadern *Tinc un adolescent a casa* (Diputació de Barcelona, 2017). Material educatiu. Guia per a una convivència saludable. <<https://www.diba.cat/documents/713456/908070/GuiaTincUnAdolescentCasa.pdf/f0f85585-9769-43b8-8c1d-8a06af8baf5d>>

Material audiovisual

- Vídeo sobre com funciona el cervell adolescent (Fran Rojas, 2020). <<https://www.youtube.com/watch?v=UG7hWsvdGI0&feature=youtu.be>>
- Recursos per treballar amb el jovent, emmarcats al Dia Europeu de la Protecció de Dades (Diputació de Barcelona, 2018) <<https://joventut.diba.cat/documents/dia-europeu-de-proteccio-de-dades-propostes-per-parlar-amb-joves-sobre-com-preservar-infor>>
- Recursos per treballar amb el jovent, emmarcats al Dia Europeu de la Mediació. «Recursos per parlar amb joves» (Diputació de Barcelona, 2021) <<https://joventut.diba.cat/documents/21-de-gener-dia-europeu-de-mediacio-recursos-per-parlar-amb-joves>>
- *Els teus fills estan a les Xarxes Socials? Connecta-hi*. Centre SPOTT. Diputació de Barcelona. <<https://www.youtube.com/watch?v=45sBdWKdRU&list=PLoGB-TrHWGGafG9dpxMO9uZD9GQcfcgplIV&index=5>>
- *Els teus fills juguen a videojocs? Connecta-hi*. Centre SPOTT. Diputació de Barcelona. <<https://youtu.be/ZG9qttt4I0s>>
- *Els teus fills s'interessen per les apostes en línia? Connecta-hi*. Centre SPOTT. Diputació de Barcelona. <<https://www.youtube.com/watch?v=T7KJvGr7bFM>>
- *L'ús excessiu del mòbil i les xarxes socials. Recomanacions per reduir el consum a l'entorn familiar* (Televisión Consciente, 2019). Documental. <<https://www.youtube.com/watch?v=RNymPyjEL9c&feature=youtu.be>>
- Vídeo sobre com guanyar-se l'autoritat amb adolescents (Fran Rojas, 2020). <<https://www.youtube.com/watch?v=UG7hWsvdGI0>>

Marc legal



07.

El marc legal i jurídic que ens pot servir d'ajuda per emmarcar els continguts de la guia, desglossat per apartats, és el següent:

Usos de les TRIC			
Llei	Àmbit	Aspectes destacats	Enllaç
Llei orgànica 8/2021, de 4 de juny, de protecció integral a la infància i adolescència davant la violència	Estatat	Capítol IV, de l'àmbit educatiu; article 33, de formació en matèria de drets, seguretat i responsabilitat digital. Capítol VIII, de les noves tecnologies; articles 45, sobre l'ús segur i responsable d'internet, i 46, sobre diagnòstic i control de continguts.	https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021-9347
Observatori General núm. 25 (2021), del Comitè de Nacions Unides de Drets de l'Infant	Internacional	Drets de la infància en l'entorn digital. Aquesta publicació posa èmfasi en la responsabilitat dels estats de coordinar, sensibilitzar, conscienciar, formar i legislar, assignar recursos, etc. a fi de promoure i protegir els drets de la infància en els entorns digitals.	https://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2fPPRiCA-qhKb7yhsqIkirKQZLK2M58RF%-2f5F0vEG%2bcAAx34gC78Fw-vnmZXGFU19nJBDpkR1dfKek-JxW2w9nNryRsgArkTJgKel-qeZwK9WXzMkZRZd37nLN1bFc2t
Jocs d'apostes en línia			
Llei	Àmbit	Aspectes destacats	Enllaç
Reial decret 958/2020, de 3 de novembre, de comunicacions comercials de les activitats de joc	Estatat	Es regulen i s'inclouen aspectes a la Llei 13/2011, de 27 de maig, sobre la regulació del joc. S'inclouen mesures als articles 4, 7 i 8 de tipus preventiu, de sensibilització, intervenció i control.	https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/11/03/958/dof/spa/pdf
Llei 15/1984, de 20 de març, del joc	Català	Aquesta llei regula tot el que fa referència al joc d'apostes a Catalunya, ja que té competència exclusiva en matèria de casinos, jocs i apostes, a excepció de les apostes mútues esportives-benèfiques.	https://www.boe.es/buscar/pdf/1984/BOE-A-1984-9840-consolidado.pdf
<u>Decret 27/2014, de 4 de març, pel qual s'aprova el Reglament d'apostes</u>	Català	Aquest decret incorpora les mesures necessàries per vetllar pels drets de col·lectius especialment vulnerables, com ara els infants i adolescents i les persones que tenen alguna patologia relacionada amb el joc.	https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/6576/1342501.pdf
<u>Decret 24/2005, de 22 de febrer</u>	Català	Es regulen determinades prohibicions d'accés a establiments de joc i el registre de persones que tenen prohibit l'accés a salons de joc, casinos i sales de bingo.	https://portaljuridic.gencat.cat/eli/es-ct/d/2005/02/22/24
Cens d'establiments de joc	Català	Establiments de joc autoritzats per la Generalitat de Catalunya.	http://economia.gencat.cat/ca/ambits-actuacio/joc-apostes/cens-establiments/

Jocs d'apostes en línia			
Llei	Àmbit	Aspectes destacats	Enllaç
Autoprobhibició d'accés als establiments de joc	Català	Hi ha un registre de persones que tenen prohibit l'accés als establiments de joc. Les persones amb una problemàtica poden demanar de manera voluntària que se'ls inclogui en aquest registre.	http://economia.gencat.cat/ca/ambits-actuacio/joc-apostes/autoprobhibicio-acces-establiments-joc/

Acompanyament familiar en l'ús de les TRIC			
Llei	Àmbit	Aspectes destacats	Enllaç
Llei Orgànica 1/1996, de protecció jurídica del menor	Estatat	Sobre els drets dels menors, i les obligacions de preservació que tenen els pares i mares o tutors i tutores.	https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1996-1069
Llei orgànica 1/1982, de 5 de maig, de protecció civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge	Estatat	Sobre els drets d'honor, intimitat personal i la pròpia imatge. Recull com es regula i quines són les responsabilitats de la família sobre els menors.	https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1982-11196
Llei orgànica 3/2018, de 5 de desembre, de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals	Estatat	Sobre la protecció de dades dels menors, el consentiment del tracte de les seves dades personals, la pàtria potestat en l'exercici dels drets, la protecció dels menors a internet i les seves dades.	https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1982-11196

Resum de les aportacions fetes per les persones participants dels grups focals

Famílies	
El que més els preocupa sobre...	
Ús racional i equilibrat de les TRIC (genèric)	- A les famílies els preocupa que el fill o filla no trobi satisfacció en activitats presencials. Dedica el temps lliure jugant a internet amb uns quants amics i delega altres coses per a tenir més temps. - Els preocupa quan l'única interacció que interessa al fill o filla és a través dels jocs en línia. - Exposen que pandèmia ho ha accentuat. - Veuen que els adults tampoc no fan un ús racional i equilibrat de les TRIC. - Assenyalen que, per ignorància, tenim por.
Educació en habilitats digitals	Apunten que els joves tenen els seus llenguatges per comunicar-se, que les famílies no entenen.
Ús adequat entre els quatre i els disset anys	- Parlen que, entre setmana, es fa un ús ocasional de les TRIC, d'una o dues hores; el cap de setmana, en funció d'altres coses que es facin. - Els preocupa el fet que durant les festes de Nadal i Reis es regalin tants dispositius electrònics.

Famílies	
El que més els preocupa sobre...	
Hiperconnexió	• Expliquen que els fills i filles no queden presencialment, no fan activitats presencials, i són adolescents. S'espera que vulguin sortir a prendre alguna cosa, socialitzar, etc., i diuen que ja se socialitzen en línia. • Observen la pèrdua d'atenció i de concentració de joves i adolescents. • Exposen que quan hi ha una addicció, angouxa els pares, que han d'estar atents quotidianament i no veuen millores. • Tenen la sensació que, quan fa estona que estem connectats, necessitem una estona per tornar a connectar presencialment. La ment sembla que estigui en un altre lloc uns instants.
Xarxes socials	• Destaquen l'alineació.
Control parental	• Assenyalen que qui vol amagar alguna cosa troba com fer-ho. • Parlen de tenir les contrasenyes de les xarxes socials i del mòbil dels fills i filles, de mirar-ho i parlar-ne amb ells i elles.
Jocs d'apostes en línia	• Temen que altres persones coaccionin els seus fills i filles perquè els donin dades bancàries.
Prevenició de riscos i enganys	• Observen que un no es planteja que li pugui passar fins que li passa. • Els preocupa no saber on porten les coses els fills i filles. És a dir, si juguen en línia amb algú, els preocupa no saber qui hi ha realment al darrere del perfil amb qui juguen. • Els preocupa que es creguin que el que hi ha a la xarxa és una realitat amb qui poden dialogar. • Mostren preocupació pel fet de tenir contacte amb pedòfils amb perfil fals a Instagram (cibersedució de menors). • També els preocupa que els joves tinguin només seguidors a Instagram i als jocs en línia que persones coneixen. Cal que en coneguin els riscos.
Quines necessitats hi ha sobre aquest tema?	• Cal que joves i adolescents aprenguin a tenir autocontrol i a organitzar-se per a fer altres tasques. • Joves i adolescents han de trobar altres activitats que aportin satisfacció, per a voler fer-les. • Convé fer pactes amb els nanos a partir de la reflexió conjunta, no imposar. • Seria bo saber quins indicadors cal observar per a detectar de seguida un abús d'ús. • Els menors han de saber gestionar l'avorriment de maneres que no siguin en línia. • Els adults han de saber crear l'espai de confiança amb els fills. • Cal tenir coneixement, necessari per a tenir confiança. És a dir, saber de què es parla i què es pot trobar.
Marc legal	

Famílies	
El que més els preocupa sobre...	
Què cal fer [reptes] per reduir riscos?	- Educar perquè, almenys una hora abans d'anar a dormir, joves i adolescents no estiguin connectats a cap pantalla. - Oferir activitats a l'aire lliure als fills i filles. - Cal disposar d'espais de trobada per a gent jove, per a parlar, veure's, fer alguna activitat... Com un esplai d'equipament juvenil. - Convé relacionar-se amb els fills des de la confiança, no des de la prohibició. - S'ha d'estar a sobre dels nanos. - És responsabilitat dels pares donar les dades bancàries als nanos i parlar de l'ús que en fan. - Cal saber limitar un horari de connexió i d'ús del mòbil. - S'ha de prendre consciència que, si utilitzem el mòbil quan estem amb gent, no estem amb aquella gent. - Cal que les guies arribin a qui han d'arribar, perquè no hi arriben. - Parlar de com estan els fills i filles, de com estem, en relació amb els amics, les xarxes, els jocs...
Com s'hauria de treballar amb els joves?	- Les famílies creuen convenient que professionals (sanitaris, policies...) expliquin a joves i adolescents les conseqüències de no fer esport, d'estar moltes hores a pantalles, etc. Basant-se en casos reals. Convé donar a conèixer casos reals; saber com t'enganxes, què és l'addicció i com costa sortir-ne. I si és de casos joves, millor, perquè no hi ha tanta diferència d'edat i s'hi poden sentir més identificats. - Si l'ús del mòbil està descontrolat a l'institut, convé prohibir el mòbil a classe, al pati, etc. i afavorir les interaccions presencials. - Seria recomanable fer formacions a nois i noies de tercer d'ESO i que aquests siguin referents per als de primer i segon. - Creuen que seria bo que hi hagués un programa com ara Supernanny.
Com s'hauria de treballar amb les famílies?	- Caldria tenir més informació. - Seria bo conèixer altres casos, perquè et sents perdut, la situació et supera, penses que t'estàs equivocant... Veure que hi ha gent a qui li passa quelcom semblant. - Seria convenient parlar entre famílies, ja que es poden saber coses dels fills per mitjà dels pares de les amistats dels fills i filles. - Caldria tenir estones a casa sense mòbils i compartir com ha anat el dia, etc. - Els és útil que es facin xerrades als instituts, tant als nanos com als pares i mares, perquè així després en poden parlar a casa. - Demanen que hi hagi una guia, per a saber què fer. - Els seria útil que hi hagués un programa a TV3.
Com s'hauria de treballar amb els professionals?	Les famílies consideren que el professorat i entrenadors no poden saber de tot, però haurien d'estar atents per a detectar i parlar amb tutors i tutores.

Professionals	
El que més els preocupa sobre...	
Ús racional i equilibrat de les TRIC (genèric)	• Quan es prioritza l'ús de les TRIC per davant dels estudis, la socialització, etc. • Quan l'ús de les TRIC provoca aïllament de l'adolescent i afecta el caràcter de l'usuari. • Quan famílies i docents no tenen la informació necessària per a reconduir l'educació digital dels menors. • Quan hi ha mestres que, mentre els menors fan feina a classe, miren el mòbil. • Algunes informacions per despertar consciència d'un ús responsable no arriba als menors. • Quan el professorat se sent sobrepassat, se li escapen aquests assumptes i necessita suport. • Què els oferim fora de les xarxes? Per exemple, els prohibim jugar a pilota a les places i els donem el mòbil. • Cal saber quins recursos hi ha al territori i cal poder donar resposta ràpida. • L'ús que en fan els menors depèn del que en fan els adults, per efecte mirall. Per tant, cal treballar amb els pares i mares quan els menors són a primària. • Cal trobar un ús funcional, amb unes normes a casa i a l'escola, i amb confiança aconseguir que ells i elles sàpiguin fer-ne un ús responsable i en treguin profit. • Arran de debat sobre què és genètic i què depèn de l'entorn pel que fa a les conductes d'abús o addiccions, on es pot incidir és a l'entorn. • Cal ser-hi més presents, encara que no es tinguin moltes eines. • Com comunicar al jovent sense alarmismes ni amenaces. • No cal conèixer totes les aplicacions, sinó posar importància en què i com es comunica, i acompanyar i educar en l'esperit crític. • Cal saber detectar la manca d'autoestima, la soledat, l'aïllament... i saber com acompanyar el col·lectiu adolescent en general. • Cal tenir coneixements sobre les TRIC per poder acompanyar bé i saber treure profit de la potència d'aquestes eines. • Hi ha un excés de situacions mediatitzades per aquestes eines i, per tant, s'utilitzen menys altres eines o es comuniquen de manera diferent. • Es dilueixen aprenentatges bàsics que després són necessaris per al procés de creixement dels infants. • Hi ha incertesa sobre què pot implicar algun ús de les TRIC en el futur, com ara generar addicció. • A la feina no et diran mai que estàs massa connectat. I, de vegades, treballem amb tres pantalles. • La utilització del mòbil per manca d'altres coses (emocionals, ambient familiar...). • Hi ha menors que estan cansats de tantes activitats preventives a l'escola o l'institut.

Professionals	
El que més els preocupa sobre...	
Educació en habilitats digitals	- Cal tenir present que els joves i adolescents són nadius digitals i que adquireixen les habilitats amb tota mena de pantalla, també la televisió. - Joves i adolescents són intuïtius, però no és que siguin més hàbils. - Cal saber quines aplicacions utilitzen els fills i filles i quines pàgines visiten, i no delegar-ho a l'escola.
Ús adequat [de zero a tres anys]	- Es destaca la manca de valors que hi ha en alguns dibuixos animats. - S'assenyala que l'ús adequat és el mínim possible, perquè afecta el nivell cognitiu i els ulls. - Cal educar els infants en límits. - Cal feina de prevenció sobre com es relacionen amb les pantalles, sobre què està fallant a escala familiar, social, etc., i detectar on tenim les responsabilitats i les normes.
Ús adequat [de quatre a disset anys]	- La mirada adulta problematitza els usos de les persones adolescents, quan els adults també en fan un abús. - Cal tenir en compte com se senten si altres nois o noies tenen més dispositius, perfils, etc. - A l'adolescència preocupa l'aparença, es crea la pròpia imatge, preocupa com et veuen els altres. - Cal ser-hi amb ells i elles per acompanyar i perquè se sentin acompanyades; parlar del que es veu, dels valors... - Convé educar-los des de petits que no cal mirar coses que no tenen sentit, que no aporten res, i acompanyar-los a reflexionar i tenir actitud crítica en el que aporta cada cosa que poden veure encara que altres persones ho vegin. - Convé que el jovent tingui el mòbil per a no sentir-se diferent dels altres, encara que els adults pensem que no el necessiten, i a l'adolescència el fet de compartir és molt important. - Les pantalles són positives, són una eina fantàstica. L'ús adequat és després de les obligacions familiars i escolars, de fer esport i de relacionar-se amb les amistats. - L'ús de les TRIC comporta aprenentatges massa ràpids; potser no dona temps per a comprendre, no és abordable ni gestionable emocionalment. - Hi ha incertesa sobre com afecta realment a la vista, en els àmbits cognitiu i relacional, etc. I alguns estudis són interessats (creadors de videojocs, etc.). - Cal acompanyament i establir límits. - Si no s'ha educat i posat límits de petits, quan són adolescents ja hem fet tard. - Encara no són persones madures i no es pot esperar que ho siguin perquè facin ús de les TRIC. Per tant, necessiten un bon acompanyament per a prevenir addiccions.

Professionals	
El que més els preocupa sobre...	
	- Els pares i mares són els primers que diuen que els menors agafin el mòbil per a estar localitzables. - Com a pares i mares no saben com acompanyar els fills en l'ús de les pantalles. - De vegades no se sap què fer-hi i es deixa córrer. - Cal saber diversificar el plaer, trobar diferents maneres de passar-s'ho bé més enllà de les pantalles. - Cal que les persones adolescents tinguin espais més enllà de casa per a estar amb amics, fer activitats...
Hiperconnexió	- És bo saber per què es connecten i per a què, en el sentit de què no saben trobar en altres espais: oci, socialització... Quina opció familiar hi ha? Quina opció d'amistats hi ha? Se senten sols? - L'ús de les TRIC genera ansietat, per tenir resposta, per estar sempre connectats, especialment en noies, per no tenir l'atenció desitjada sobretot pel que fa a les relacions afectives. - Hi ha una crisi de valors en la societat que es tradueix també en la hiperconnexió. - L'ús de les TRIC està normalitzat. - Falta informació, encara, sobre els efectes en la salut que té aquesta sobreexposició a pantalles.
Videojocs	- Preocupa la violència. - Preocupa la normalització de situacions que no són digeribles. - Destaca la pressió per comprar noves aplicacions o paquets d'un joc per poder jugar amb les amistats que ja les tenen.
Xarxes socials	Crida l'atenció el fet de fer el que faci falta per aconseguir un m'agrada.
Control parental	- Molts pares i mares no tenen control parental. - Cal crear referents, educadors de confiança. - Caldria convertir el control en confiança i vincle (visió educativa) i parlar de quines són les normes i els límits, com funcionen les noves aplicacions, i fins i tot escriure-ho. - Mirar no l'ús que fa l'infant o l'adolescent, sinó com l'ús afecta la seva vida (escola, amics...), ja que no afecta tothom de la mateixa manera. - Alguns menors en saben més que els pares i mares i saben desmuntar el control parental. - És difícil si hi ha menors de diferents edats a casa, per a gestionar els diferents controls per a cadascú. - Hauria de ser molt més fàcil; hauria d'estar molt més desenvolupat.
Jocs d'apostes en línia	Hi ha persones amb trastorn mental greu que troben en el pòquer en línia una ocupació i fins i tot una manera de guanyar diners i relacionar-se amb els altres només d'una determinada manera.

Professionals	
El que més els preocupa sobre...	Cal aconseguir que els menors ens expliquin quan els passa alguna cosa.
Prevenició de riscos i enganyos	- Preocupa que noies enviïn fotos a persones que no coneixen. - Preocupa el fenomen de la suplantació d'identitat.
Quines necessitats hi ha sobre aquest tema?	- Cal acotar una mica l'ús, perquè infants i adolescents ho barregen tot. - Cal treballar-ho a casa, però no hi ha els coneixements suficients per fer-ho. - Cal controlar que l'ús que fan sigui adequat a la seva edat (violència, pornografia, etc.) i l'horari. Som els adults els que ens hem d'adaptar i actuar. - Estan envoltats de pantalles i no es pot controlar. Cal acompanyar una mica cada menor. - Potser un dia s'arribarà a un consens sobre què cal tenir per a utilitzar bé les TRIC, anàlogament a com després de tenir cotxes es va implementar una normativa i la necessitat d'un carnet de conduir, amb algunes normes diferents a cada país. - Tenen habilitats digitals, però tenen dificultats per entendre continguts. - L'important és que el que fan ho facin amb valors. I som els adults els qui els ho hem de traslladar. - Cal que els adults coneguem més els riscos amb els quals els menors es poden trobar, per explicar-los-ho i tenir eines per decidir què fer. I per a crear confiança perquè ens expliquin què s'han trobat. - Cal que sigui objectivable què és racional i què no. - S'ha de saber com incidir que les famílies posin límits als infants i adolescents. És difícil. Els límits s'han de sentir, han de ser subjectius per a ser efectius. - Arribarà un moment en què s'haurà d'endregar i controlar l'oferta, i no deixar-ho en mans del sentit comú. - Cal assumir socialment que tenim un problema i que no el podem delegar només a l'escola.



Professionals	
El que més els preocupa sobre...	
Què cal fer (reptes) per reduir riscos?	• Replantejar-se si cal donar un mòbil als menors quan comencen l'ESO, tot i que està acceptat socialment. • Revisar l'ús que demanem a les persones adolescents: que ens truquin o enviïn un missatge quan arribin a l'institut, a casa, etc. • Controlar o regular com es va fer amb el tabac, i la gent s'hi acostumarà. • Posar el focus en els grups més vulnerables, però també en el que fem cadascú a escala personal i a escala de comunitat. • Revisar i millorar els hàbits saludables. • Actuar en diversos àmbits alhora. • No es pot anar a contracorrent. La societat marca el ritme i no el podem parar. Cal fer prevenció, acompanyament, asseure's amb els menors, reflexionar amb ells i assumir que hi ha riscos que no es poden controlar. • Fer que les connexions de wifi i els aparells tinguin limitacions de temps per als usos, que ja existeix, però que els pares ho utilitzin, amb consciència. • Treballar amb els adults. És una qüestió sistèmica. • Posar atenció a quina és la relació amb les pantalles i a les conseqüències que té per a cada persona, a l'estat emocional de cadascú; de ser un mitjà, les pantalles poden passar a ser una finalitat. • Aprofitar la feina feta en treball preventiu d'addiccions en altres àmbits (substàncies, etc.). • Revisar què passa a escala emocional i relacional. • Valorar la qualitat de les relacions, no la quantitat.
Com s'hauria de treballar amb els joves?	• Definir més activitats de prevenció a les escoles i als instituts. • Treballar més als instituts a quart d'ESO i batxillerat, que són qui demanen menys xerrades i menys tallers, ja que hi ha més pressió curricular. • Crear més espais d'escolta, més hores de consulta psicològica, etc. • Fer xerrades, perquè és la manera de mostrar alguna cosa que els joves probablement no preguntaran. • Implantar la figura d'educador i educadora social als instituts. • Treballar amb les entitats juvenils. • Treballar a partir del vincle, especialment amb els educadors socials i integradors socials que treballen a escoles i instituts. • Treballar també a partir dels monitors i monitores de menjador.

Professionals	
El que més els preocupa sobre...	
Com s'hauria de treballar amb les famílies?	• Saber què és abús i què és addicció. • Treballar per a generar hàbits més saludables. Cal treballar el context. • Fer xerrades en línia. • No delegar a les escoles • Treballar amb les xarxes d'entitats. • Editar una guia de bones pràctiques.
Com s'hauria de treballar amb els professionals?	• Manca saber què fer, com acompanyar. Hi ha guies, eines i recursos, però no s'utilitzen. Cal temps, motivació... • Calen processos més lents, de fer xup-xup, per a interioritzar com acompanyar un infant o un adolescent, o derivar, treballar en xarxa... I no fer guies i xerrades. • Els professors no donen l'abast i és difícil que es formin en altres coses. Cal que als instituts hi hagi professionals experts en altres coses. • Convé saber què és abús i què és addicció. • Treballar per a generar hàbits més saludables. Cal treballar el context. • Convé que hi hagi recursos clars on es pugui accedir. • Cal millorar el treball comunitari i sensibilitzar sectors i agents, com es fa amb la gent gran; plans educatius d'entorn, de ciutat educadora, xarxes d'innovació, etc.



Joves	
El que més els preocupa sobre...	
Educació en habilitats digitals	- Els adults tenen dificultats per aprendre'n. - Els adults no són hàbils perquè no volen. - Haurien d'ensenyar als fills i filles coses de tecnologia, que sí que són importants.
Ús adequat [de zero a tres anys]	- Els infants no saben valorar què és adequat per a ells i què no. Com que tot està al seu abast, ho trobaran tot interessant. - La responsabilitat és dels pares. Cal que estiguin amb els fills i filles perquè facin un ús educatiu de la tecnologia. - Els pares i mares han de saber triar els continguts que poden veure els menors.
Ús adequat [de quatre a disset anys]	- Els infants no saben valorar què és adequat per a ells i què no. Com que tot està al seu abast, ho trobaran tot interessant. - Els responsables són els pares i mares. - Cal fer un ús controlat de les TRIC per evitar addiccions.
Hiperconnexió	- Els menors estan connectats de dos a deu hores al dia; més al cap de setmana. - Els pares acostumen els infants a utilitzar el mòbil, perquè s'hi acostumin, però seria millor no fer-ho i que miressin el seu entorn. Ho fan perquè els fills i filles no molestin; perquè tinguin el mòbil com a joguina. Es busca el camí més fàcil i no el més adequat. - Cal marcar límits, educar des de ben petits i des del moment en què es dona el mòbil, la Play, etc. - Convé no deixar tant els infants amb el mòbil mentre els pares i mares mengen o parlen.
Videojocs	Segons el jovent, hi ha nens i nenes que juguen a jocs violents i sanguinaris de guerra i no són conscients que allò es refereix a una guerra, riuen i s'ho passen bé (deshumanització).
Xarxes socials	Cal educar per a un ús responsable, ja que la majoria de coses que es fan a les xarxes no són imprescindibles.
Control parental	- Pot tenir un efecte invers, ja que els límits i les coses prohibides criden l'atenció. - És útil, perquè de vegades infants o adolescents pensen que són prou responsables, però no en són. Els pares i mares saben què és bo i què és dolent. - Com que hi ha fills que en saben més que els pares i mares, aquests han de controlar visualment, presencialment. - Fins als dotze anys no hi hauria d'haver càstig. - Cal temps per estar amb els fills i filles. - No convé posar límits ni prohibir, sinó fer acords. - S'hauria d'acordar que primer cal fer els deures, abans de jugar o connectar-se. - A partir dels dotze [de deu a catorze] anys ja som responsables, tenim autonomia i tenim criteri per a saber què està bé i què està malament.

Joves	
El que més els preocupa sobre...	
Jocs d'apostes en línia	• Que hi hagi apostes, però que no hi hagi publicitat sobre les apostes. • Els jocs d'apostes apareixen com a publicitat quan busques una altra cosa i els pares es pensen que hi has entrat tu i et castiguen. • Apareix publicitat quan s'accedeix a xarxes socials o vídeos per a més grans, però hi entrem igualment i després veiem la publicitat dels jocs en línia. • Hi ha nens que agafen la targeta de crèdit dels pares i mares i es gasten diners en apostes en línia. • A part de les apostes en línia, hi ha menors que fan apostes entre ells sobre resultats de futbol, etc. • Acabes perdent perquè guanyes menys del que apostes. • L'adrenalina i l'emoció enganxen i fan que juguem més o que s'aposti més.
Prevenició de riscos i enganys	• Hi ha casos de suplantació d'identitat per xatejar i quedar. • Es roben diners a través de la connexió a internet o perquè detecten dades bancàries. • Hi ha avisos que diuen que no et preocupis de les despeses, però és mentida. • S'utilitzen fotos dels menors, pròpies, per a fer un perfil fals a la xarxa. • Es penjen vídeos propis a internet i algú els pot utilitzar per a altres coses. • Els pares haurien de tenir accés als comptes per controlar si hi ha seguidors d'Instagram, etc. que no coneixem i que poden ser perillosos, per a bloquejar-los. • S'hauria de tenir el TikTok en privat.
Quines necessitats hi ha sobre aquest tema?	• Combinar la connexió amb la socialització presencial al parc, etc. • Tenir mòbil, perquè tothom en té.
Què cal fer [reptes] per reduir riscos?	• No donar mòbils als infants fins que no utilitzen ordinadors a classe (vuit anys...). • [Arran del que diu el col·lectiu de joves i adolescents, cal buscar i potenciar altres activitats que donen adrenalina i emoció i són més saludables. I donar importància a com ens relacionem amb les altres persones i saber-ho valorar]. • No s'hauria de publicar la cara al TikTok. • S'haurien de fer comptes d'Instagram privats. • Que hi hagi apostes, però que no hi hagi publicitat sobre les apostes.
Com s'hauria de treballar amb les famílies?	• xerrades • enquestes • vídeos • atenció personalitzada amb cita prèvia • coses dinàmiques

BIBLIOGRAFIA I FONTS

Nota: L'editor no es fa responsable que els enllaços a llocs web continguts en aquesta publicació puguin haver caducat al llarg del temps i ja no siguin accessibles.

DUQUE, Isa. *Conectar sin que nos raye. Guía didáctica* [en línia]. Andújar: Regidoria d'Igualtat i Benestar Social de l'Ajuntament d'Andújar, 2020. També disponible en línia a: <https://www.donestech.net/files/guia_conectar_sin_que_nos_raye.pdf>

ARIAS DE LA TORRE, Jorge; GARCÍA, Xavier; PUIGDOMENECH, Elisa; ESPALLARGUES, Mireia. *L'impacte de les noves tecnologies en la salut mental: Depressió en adolescents i relació amb l'ús de tecnologies mòbils i xarxes socials*. Barcelona: Agència de Qualitat i Avaluació Sanitàries de Catalunya. Departament de Salut. Generalitat de Catalunya, 2020. També disponible en línia a: <https://aquas.gencat.cat/web/.content/minisite/aquas/publicacions/2020/impacte_tecnologies_salut_mental_adolescents_aquas2020.pdf>

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AMIC) (2018). *Estudio AMIC Niñ@s* [en línia]. <https://www.aimc.es/a1mcc0nt3nt/uploads/2018/11/ninos2018_informe_principales_resultados.pdf>

IAB SPAIN. *Estudio anual de redes sociales 2021* [en línia]. <<https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>>

MACHIMBARRENA, Juan; MONTIEL, Irene; ORTEGA, Jessica; BASTERRA-GONZÁLEZ, Aránzazu; GONZÁLEZ-CABRERA, Joaquín. *Informe Ejecutivo. Cajas de Botín en menores españoles: relación con problemas de videojuegos y apuestas online* [en línia]. <https://www.researchgate.net/publication/352520277_Informe_Ejecutivo_Cajas_de_Botin_en_menores_espanoles_relacion_con_problemas_de_videojuegos_y_apuestas_online/link/60cccb5b299bf1cd71dda7e6/download>

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. *Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM 5*. Arlington: Asociación Americana de Psiquiatría, 2013. També disponible en línia a: <<https://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/Documents/dsm-v-guia-consulta-manual-diagnostico-estadistico-trastornos-mentales.pdf>>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS). *Clasificación internacional de enfermedades, 11.a revisión (CIE-11)* [en línia]. <<https://icd.who.int/es>>

KOWERT, Rachel. «Social outcomes: online game play, social currency and social ability». A: KOWERT, Rachel; QUANDT, Thorsten (ed.). *The video game debate. Unravelling the physical, social, and psychological effects of digital games*. 1a ed. Nova York: Routledge, 2016, p. 94-115.

MARTÍNEZ, David Pere (2020) *Ludomorfina. El fenómeno de las apuestas deportivas en la juventud española* [en línia]. <<https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/790858.pdf>>

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO (DGOJ). *Informe anual de mercado de juego online estatal de 2019* [en línia] <<https://www.ordenacionjuego.es/es/noticia-mercado-juego-online-state-2019>>

SHAFFER, Howard J.; KORN, David A. (2002). «Gambling and related mental disorders. A public health analysis». *Annual Review of Public Health*. 2002, 23(1), 171-212. <<https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev.publhealth.23.100901.140532>>

CRÈDITS IMATGES

Coberta. fizkes / Shutterstock.com

Pàg. 5,6. Julia-m-cameron / Pexels.com

Pàg. 8. Wavebreakmedia / Shutterstock.com

Pàg. 10. Prostock-studio / Shutterstock.com

Pàg. 23. Pixel-Shot / Shutterstock.com

Pàg. 24. Tyler Olson / Shutterstock.com

Pàg. 31. Gorodenkoff / Shutterstock.com

Pàg. 32. Wavebreakmedia / Shutterstock.com

Pàg. 38. Voyagerix / Shutterstock.com

Pàg. 41. Wavebreakmedia / Shutterstock.com

Pàg. 42. Cherries / Shutterstock.com

Pàg. 51. Garna Zarina / Shutterstock.com

Pàg. 52. Wavebreakmedia / Shutterstock.com

Pàg. 61. NDAB Creativity / Shutterstock.com

Pàg. 62. Robert Kneschke / Shutterstock.com

Pàg. 70. Alexander Supertramp / Shutterstock.com

Pàg. 72. Andrey_Popov / Shutterstock.com

Aquesta guia ofereix pautes pel desenvolupament d'una tasca educativa per l'ús saludable de les Tecnologies de la Relació, la Informació i la Comunicació (TRIC) i la prevenció de possibles riscos associats al seu ús entre la població infantil i adolescent, des d'una perspectiva de gènere i interseccional, i amb una especial incidència en les addiccions, els videojocs i els jocs d'aposta en línia.

La guia s'adreça a professionals que treballen amb infants i adolescents en entorns socials, educatius i de lleure, però també aborda l'acompanyament familiar en l'ús de les TRIC. El document forma part del projecte transformador "Infància i Adolescència: del risc a la igualtat, la salut i el benestar" que té per objectiu promoure l'atenció a les necessitats específiques durant les etapes vitals de la infància i l'adolescència, fomentant la igualtat d'oportunitats, la salut, el benestar i la cohesió social.

Els projectes transformadors del pla d'actuació de mandat 2020-2023 de la Diputació de Barcelona expressen el compromís de la corporació de la Diputació de Barcelona amb la localització de l'Agenda 2030 de les Nacions Unides per a un desenvolupament sostenible a la província de Barcelona. Aquests projectes transformadors es presenten classificats a partir de les quatre esferes de l'Agenda 2030: les persones, la prosperitat, el planeta i les aliances, uns àmbits als quals la Diputació de Barcelona amb les seves polítiques locals, pot contribuir amb decisió.



**Diputació
Barcelona**

Àrea d'Igualtat
i Sostenibilitat Social

Passeig de la Vall d'Hebron, 171
08035 Barcelona
www.diba.cat/benestar