

**Televisión, clima familiar y decodificación de valores en adolescentes con TDAH**

Ana Aierbe Barandiaran - Universidad del País Vasco– ana.aierbe@ehu.es  
Concepción Medrano Samaniego – Universidad del País Vasco –  
mariaconcepcion.medrano@ehu.es

**Resumen**

La cultura multimedia en la que vivimos ofrece pocas oportunidades para entrenar la atención y puede dificultar la construcción del sentido de los mensajes transmitidos, por lo que, en el ámbito psicoeducativo y de la comunicación, existe un interés creciente por ahondar en la posible influencia que los medios pueden ejercer en niños y adolescentes así como en diferentes colectivos con dificultades en el desarrollo o el aprendizaje, especialmente en aquellos con déficit de atención con hiperactividad (TDAH). En esta investigación el objetivo general fue determinar las semejanzas y diferencias entre adolescentes con TDAH y estándar en el perfil de consumo televisivo (géneros televisivos y personajes favoritos) y valores percibidos relacionados con el clima familiar. La muestra total es de 209 adolescentes (184 estándar y 25 con TDAH) con edades comprendidas entre los 14 y 19 años. Los instrumentos utilizados fueron el CH-TV 0.2; VAL.TV.02. Los resultados delimitan seis perfiles televisivos o grupos, aunque las respuestas de los adolescentes se concentran principalmente en dos de ellos. La comparación entre dichos perfiles mayoritarios indican diferencias significativas en las dimensiones de valor de apertura al cambio, auto-promoción así como en la cohesión y expresividad familiar. Estos datos tienen su interés por contribuir al estudio de las diferencias individuales en relación con el consumo mediático, ámbito poco investigado, y por sentar las bases para la elaboración de programas de competencia mediática que se ajusten a las características de los colectivos a los que van dirigidos.

**Palabras clave:** Televisión; familia; valores; adolescentes; trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH); dificultades del desarrollo y el aprendizaje.

**Abstract**

The multimedia culture in which we live offers few opportunities for holding our attention and may interfere with our construction of the meaning conveyed by the messages we receive. Consequently, within the fields of psychoeducation and communication, there is growing interest in exploring the possible influence of the media on children and adolescents, as well as on other groups with developmental or learning difficulties, particularly those with attention deficit hyperactivity disorder (ADHD). The general aim of this study was to explore the similarities and differences between adolescents with ADHD and the standard

adolescent population as regards television viewing profile (favorite genres and characters) and the values perceived in relation to family climate. The total sample group comprised 209 adolescents (184 members of the standard population and 25 with ADHD), aged between 14 and 19. The instruments used were the CH-TV 0.2 and the VAL.TV.02. The results revealed six television profiles or groups, although most of the responses given were concentrated in just two. A comparison between the two most common profiles reveals significant differences in the value dimensions openness to change, self-promotion, cohesion and family expressiveness. These findings are of special interest to the study of different individuals in relation to media consumption, an area in which little research has been conducted to date. The results help lay the groundwork for developing media skills programs which adapt to the specific characteristics of their target groups.

**Key words:** television; family; values; adolescents; attention deficit hyperactivity disorder (ADHD); developmental and learning difficulties.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Método. 2.1. Estrategias metodológicas. 2.2. Población y muestra. 2.3. Instrumentos de recogida de información. 2.4. Procedimiento. 3. Resultados. 3.1. Preferencias de géneros televisivos y razones de elección del personaje favorito. 3.2. Perfiles televisivos baremados en relación con el clima familiar y los valores percibidos 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

**Summary:** 1. Introduction. 2. Method. 2.1. Methodological strategies 2.2. Participants 2.3. Measures 2.4. Procedure .3. Results. 3.1. Favorite genres and reasons to choose favorite characters .2. Television profiles related with family climate and perceived values. 4. Discussion and Conclusions. 5. References.

## 1. Introducción

En los últimos años el Trastorno por déficit de Atención con Hiperactividad (TDAH) se ha convertido claramente en uno de los colectivos que más interés ha suscitado tanto a padres, educadores e investigadores debido a los grandes retos que supone la crianza y la educación de estas personas. Más allá de las implicaciones negativas que puede tener en el funcionamiento cognitivo, afectivo y social del sujeto, comienzan a preguntarse sobre la posible influencia que en este colectivo tiene la cultura multipantalla en la que vivimos ya que, de acuerdo a algunos trabajos niños y adolescentes con TDAH tienen más probabilidad de engancharse a las pantallas (videojuegos, televisión, internet) (Castells, 2009; Uriarte, 2007) o, al menos, de hacer un uso diferencial de las mismas (Aierbe y Medrano, 2011; Arrizabalaga, Aierbe y Medrano, 2010).

Desde el ámbito psicoeducativo y de la comunicación, son muchos los autores que señalan que la cultura audiovisual actual, fundamentada en el abuso de reclamos de atención involuntaria (Bermejo, 2005; Campos, 2008; Del Río, Álvarez y Del Río, 2004) así como en la proliferación de modelos que favorecen refuerzos externos inmediatos (como los videojuegos, la televisión, Internet etc.), presenta pocas oportunidades para favorecer y entrenar la atención sostenida, la demora de recompensa, estrategias reflexivas, etc. en todos los individuos siendo, posiblemente, su impacto mayor en aquellos con TDAH (Cardo y Servera, 2005). En esta misma línea, respecto a Internet y las redes sociales, también se alude a las nuevas relaciones con los medios más fragmentada y menos mediada, con una repercusión sobre la atención de los usuarios, más segmentada e instantánea (Campos, 2008).

En la actualidad, algo que se pone de manifiesto en relación con los medios de comunicación, es la dispersión de la atención y de la dificultad de la construcción del sentido (Pérez Tornero, 2008), aspectos que deberían tenerse en cuenta a la hora de trabajar la alfabetización mediática con niños y adolescentes. Concretamente, se alude a un consumo mediático más volátil y fragmentado caracterizado por la selección impulsiva de los contenidos y por el cambio continuo de una pantalla a otra, es decir, de una fuente de atención a otra. No cabe duda de que los jóvenes de hoy son especialmente capaces de una interacción continua con las pantallas, tienen grandes posibilidades de personalización selectiva del consumo a la vez que mantienen una especie de conexión permanente a redes. Esto, por un lado, se relaciona positivamente con la habilidad de cambiar de fuente de información, de atender simultáneamente a varios discursos o pantallas, y con la posible incidencia en un estilo de percepción y captación más autónomo, orientado, más personalizado. Pero, por otro lado, la omnipresencia y diversidad de las pantallas, con la correspondiente saturación y exceso informativo, inciden en el desarrollo de la fragmentación y en la creciente pérdida del sentido de los mensajes.

Puesto que vivimos en entornos de convergencia multimedia, debe tenerse en cuenta la presencia de lo audiovisual en los modos de percibir la realidad por parte de las generaciones más jóvenes y de cómo se ven reflejados en los medios porque estos contribuyen a configurar y definir su identidad (Aierbe, Medrano y Martínez de Morentín, 2011; Benavides 2005). En esta línea, respecto a los valores percibidos por los adolescentes en los contenidos televisivos, en la actualidad se observa una tendencia a hallar valores menos prosociales frente a valores más materialistas (Dates, Fears y Stedman, 2008), aunque otros trabajos han destacado que la televisión también transmite conductas altruistas (Smith et al. 2006).

Sin embargo, en un estudio transcultural reciente con adolescentes españoles, irlandeses y latinoamericanos se constató que los adolescentes de diferentes culturas perciben en sus personajes favoritos de televisión tanto valores

individualistas (ej. ser una persona independiente y activa, capaz de crear y explorar) como valores colectivistas (ej. ser una persona servicial y honesta, y que trata de preservar el bienestar) (Medrano, Aierbe y Martínez de Morentín, 2011). Cabe recordar que sus preferencias televisivas eran las teleseries, el humor, dibujos animados, películas. Les siguen los deportes, informativos, concursos, documentales y crónica rosa.

Respecto a las razones de selección de sus personajes de identificación, tienden a hacerlo con personajes del mismo género y edad, siendo uno de los rasgos que más señalan la personalidad e inteligencia del personaje (Hoffner, 1996) y el atractivo físico el que menos mencionan (Aierbe y Medrano, 2011; Medrano, Cortés, Aierbe y Orejudo, 2010). Sin embargo, Ruiz, Conde y Torres (2005) llevaron a cabo un trabajo transversal con tres grupos de edad (8, 14 y 17 años), en el que evaluaron 12 modelos de ambos sexos previamente seleccionados con el fin de analizar la importancia del atractivo físico en las representaciones televisivas. En sus conclusiones sostienen que para todos los grupos de edad el atractivo físico supone una característica deseable. Sin embargo, la apariencia externa tiene más influencia en el grupo de menor edad que en los grupos de 14 y 17 años. Éstos muestran estereotipos menos rígidos, ya que, a pesar de que los modelos más atractivos obtenían puntuaciones altas en todos los casos, los menos atractivos eran los más puntuados en aspectos como la generosidad y el altruismo. En cualquier caso, el estudio demostró la importancia del atractivo físico como atributo fundamental de los personajes televisivos elegidos.

Ahora bien, el ambiente familiar o clima familiar influye en la captación de los valores transmitidos mediante los medios de comunicación, “clima familiar” configurado por la percepción compartida que tienen padres e hijos acerca de las características específicas de funcionamiento familiar, como la presencia e intensidad de conflictos familiares, la calidad de la comunicación y expresividad de opiniones y sentimientos entre los miembros de la familia, y el grado de cohesión afectiva entre ellos (Aierbe, Medrano y Martínez de Morentín, 2010; Musitu, Buelga, Lila y Cava, 2001). Por ello, el presente trabajo se enmarca en el ámbito de estudio de la decodificación de valores en contenidos televisivos en la etapa de la adolescencia, no solo en relación con las diferencias individuales sino, también, con el clima familiar.

¿Por qué los niños y adolescentes con TDAH pueden ser especialmente vulnerables a los efectos de la televisión, Internet u otras pantallas? La respuesta pasa por considerar sus características individuales (baja tolerancia a la frustración, relaciones interpersonales difíciles, etc.), así como las condiciones de los contextos en los que crecen en los que con frecuencia pueden hallarse, por ejemplo, el conflicto familiar o las dificultades en la interacción con el profesorado y con los iguales (Barkley, 2005), además de las características de la cultura multipantalla actual.

Algunos trabajos asocian el excesivo visionado de la televisión en los primeros años con el desarrollo posterior de síntomas de TDAH como impulsividad, hiperactividad e inatención (Castells, 2009; Christakis, Zimmerman, DiGiuseppe y McCarty 2004) o, incluso, tal y como señalan Johnson, Cohen, Kasen y Brook (2007), en la adolescencia el excesivo tiempo de visionado (más de tres horas diarias) se relaciona con más riesgo de desarrollar problemas de atención, dificultades de aprendizaje y, a largo plazo, bajo rendimiento académico. Sin embargo, otros estudios como por ejemplo el de Stevens y Mulsow (2006) descartan que los niños y adolescentes que pasan muchas horas viendo televisión desarrollen TDAH.

A estos datos se suman los aportados por aquellos trabajos que indagan en la relación entre el TDAH con la predisposición a engancharse a las pantallas. Se ha encontrado, por ejemplo, que los niños y adolescentes con TDAH juegan más a menudo a videojuegos que los adolescentes sin TDAH (Arrizabalaga, Aierbe y Medrano, 2010; Bioulac, Arfi y Bouvard, 2008), que utilizan más Internet (Cao, Su, Liu, y Gao, 2007; Yen, Ko, Wu, y Yang, 2007; Yoo, Choo, Yune, Kim, Hwang, Chung, Sung y Lyoo, 2004) aunque los hallazgos de otros estudios van en la dirección opuesta (Jimenez-Torres, López-Sánchez y Guerrero-Ramos; 2010). En conclusión, estos datos no permiten hablar de mayor consumo de pantallas en general por niños y adolescentes con TDAH.

En una investigación previa (Aierbe y Medrano, 2011) en la que se comparó el perfil de consumo mediático entre adolescentes con TDAH y estándar de la Comunidad Autónoma Vasca, se halló que no había diferencias en las horas de televisión en días laborales, ya que tanto el grupo con TDAH como estándar veían un promedio de dos horas y media al día. Sin embargo, el tiempo de permanencia ante la televisión los fines de semana era superior en el grupo TDAH que en el grupo estándar, a lo que se une una menor dedicación a actividades alternativas como estar con la familia o con los amigos. Por otra parte, aunque el cómputo semanal total de horas que dedicaban a las pantallas en ambas muestras era similar, el tiempo que el grupo con TDAH utilizaba Internet era inferior al grupo estándar mientras el dedicado a videojuegos era mayor. Por tanto, se constató un uso diferencial de algunos medios por parte de los adolescentes de ambos grupos (con TDAH y estándar),

En síntesis, los resultados de los estudios que relacionan el visionado de la TV con el TDAH no son concluyentes ya que algunos de ellos defienden una influencia negativa de la televisión en niños y adolescentes con TDAH mientras que otros subrayan que no existe tal influencia. Además, en dichos estudios no se ha tenido en cuenta el tipo de contenidos mediáticos o personajes de identificación seleccionados, ni las características del entorno familiar, escolar o social, que por su papel mediador pueden tener mucha relevancia en la captación de valores e interpretación de los contenidos mediáticos por niños y adolescentes. Este trabajo pretende avanzar en estos aspectos que en trabajos anteriores no se han considerado.

De acuerdo a la revisión previa, en esta investigación nos planteamos indagar en las semejanzas y diferencias entre adolescentes con TDAH y estándar en el perfil de consumo televisivo (las preferencias de géneros televisivos y las razones de elección de sus personajes favoritos) y los valores percibidos en relación con el clima familiar. Concretamente, los objetivos específicos son:

1. Conocer las semejanzas y diferencias referidas a preferencias de géneros televisivos en adolescentes con TDAH y adolescentes estándar.
2. Analizar las semejanzas y diferencias en ambas submuestras respecto a las razones de elección de los personajes de identificación seleccionados.
3. Determinar perfiles televisivos tanto en adolescentes con TDAH como estándar sobre la base de sus preferencias de géneros televisivos y razones de elección del personaje favorito.
4. Conocer la relación entre perfiles televisivos, clima familiar y valores percibidos en los personajes favoritos de televisión de adolescentes con TDAH

## **2. Método**

### **2.1. Estrategias metodológicas**

Se trata de una investigación descriptiva, comparativa y correlacional. Es un diseño “ex post facto”, ya que no implica manipulación o intervención en las variables independientes y tampoco precisa aleatorización en la selección de muestras y en la asignación de grupos. La pretensión del estudio no es definir relaciones de causalidad sino analizar y comparar el perfil de consumo televisivo (preferencias de géneros televisivos y razones de elección del personaje favorito), los valores percibidos y el clima familiar tanto de adolescentes con TDAH como adolescentes estándar.

### **2.2 Población y muestra**

La muestra total es de 209 adolescentes con edades comprendidas entre los 14 y 19 años, de ellos una submuestra de 184 participantes son adolescentes sin TDAH (grupo estándar) con una media de edad de 16,44 años, de los cuales 100 son varones y 84 mujeres. La submuestra con TDAH la constituyen 25 adolescentes, con una media de edad de 15,20 años, de éstos 18 son varones y 7 mujeres.

La muestra se obtuvo por conveniencia teniendo en cuenta para el grupo estándar los criterios de edad (14-19 años), curso (4º de la ESO y 2º de bachillerato) y tipo de centro (público o privado), concretamente en este trabajo participaron un instituto de titularidad pública y un colegio de titularidad privada-concertada, ambos en Donostia-San Sebastián (Comunidad Autónoma Vasca). El grupo con TDAH, además del criterio de edad, debía cumplir los siguientes requisitos: sujetos con diagnóstico de TDAH registrados en la Red Sanitaria

Pública, que cursen sus estudios tanto en escuelas públicas como privadas, y/o que tengan vinculación con alguna asociación de familiares y afectados por el TDAH.

### **2.3. Instrumentos de recogida de información**

El instrumento utilizado para recoger el perfil de consumo televisivo es el Cuestionario de Hábitos Televisivos (CH-TV.02) (Medrano y Aierbe, 2008) que consta de dos partes diferenciadas: la primera parte, recoge datos de índole socioeconómica (estudios y situación laboral de los padres, y estructura familiar) y la segunda parte consta de 24 ítems agrupados en 14 indicadores. Para esta investigación se han utilizado los siguientes indicadores: 1) Preferencias de géneros televisivos, repartidas en 13 géneros (series, películas, concursos, telenovelas, musicales; dibujos animados, humor, medianoche, talk show, reality show y chismes. 2) Razones de elección del personaje favorito (atractivo físico, inteligencia, simpatía y humor, personalidad, trabajo, actitud no conformista y rebelde). 3) Clima familiar (cohesión, expresividad, conflicto).

Por otra parte, se ha utilizado la escala Val.Tv 0.2. (Medrano y Aierbe, 2008) que mide los valores percibidos en el personaje favorito de los adolescentes. Es una adaptación de la escala de Schwartz que consta de 21 ítems cuyas respuestas puntúan en una escala de tipo Lickert, que en la escala original presenta los valores entre 1 y 6. Este instrumento se basa en la escala 21 PVQ de Schwartz (2003). Este autor conceptualiza los valores como representaciones cognitivas con origen en las necesidades biológicas básicas, en las de interacción social y en las demandas de las distintas institucionales sociales. La estructura de los valores o dominios de Schwartz se organiza en dos dimensiones: una, apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) vs conservación (tradicción, conformidad y seguridad) y la otra, autopromoción (logro y poder) vs autotranscendencia (universalismo y benevolencia). La estructura de valores propuesta por este modelo nos posibilita la evaluación de los valores percibidos en los personajes con los que se identifican.

A los participantes con TDAH se les administró la Escala Magallanes de Identificación de Déficit de Atención en Adolescentes, ESMIDA-J y la Escala Magallanes de Valoración de Trastorno por Déficit de Atención (ESMITDA-J) (García Pérez y Magaz, 2006) para determinar a qué condición (Hiperactivos DAH/Inatentos DA) pertenece cada sujeto y el impacto que dicha condición tiene en el momento actual en el ámbito familiar, escolar o social. Constan de 20 ítems y tiene una duración aproximada de 5 a 10 minutos. Asimismo, tanto padres, madres y tutor/as cumplimentaron la versión correspondiente del cuestionario ESMIDA con el fin de triangular la información.

### **2.4. Procedimiento**

Inicialmente, se procedió a adecuar los cuestionarios (CH-TV 0.2 y VAL.TV.02) y se realizó una prueba piloto que supuso, sobre todo, una reducción y síntesis de preguntas. Los instrumentos fueron valorados por ocho expertos antes de su elaboración definitiva. Además, para los participantes con TDAH se realizaron una serie de adaptaciones como el sombreado de palabras clave en los enunciados de los ítems y mayor tiempo para su cumplimentación.

Los adolescentes del grupo estándar rellenaron de manera grupal el cuestionario en formato on-line. Durante su cumplimentación, contaron con la presencia del tutor/a del grupo así como de una investigadora para aclarar posibles dudas.

Los adolescentes con TDAH fueron convocados a una sesión de presentación de la investigación en la Asociación, a cuyo término cumplimentaron a lápiz y papel el cuestionario de Hábitos Televisivos (CH-TV 0.2), en presencia de dos investigadoras, mientras sus padres completaron el cuestionario de valoración del TDAH. Posteriormente, el cuestionario sobre la evaluación del TDAH fue rellenado en casa por el hijo/a con TDAH y, se les proporcionó otro cuestionario para el tutor. También, se les facilitó a algunos participantes los cuestionarios mediante correo postal, donde se incluían instrucciones para la aplicación de los test y se les indicaba un teléfono así como e-mail de contacto. Finalmente, los datos recogidos en papel se introdujeron en la versión on-line para su posterior tratamiento estadístico. La aplicación tanto en papel y lápiz como on-line duró aproximadamente 45 minutos.

Para realizar el análisis de datos se ha utilizado el programa SPSS 17.0. Las pruebas utilizadas han sido frecuencias, estadísticos descriptivos (media, mediana, desviación típica, asimetría, curtosis) y pruebas de estadística inferencial como la de Kolmogorov-Smirnov para la comprobación del supuesto paramétrico de normalidad. En el caso del incumplimiento de la normalidad y, dado el carácter ordinal de la mayoría de las variables, se realizó la prueba no paramétrica de Mann Whitney para la comparación de la tendencia central entre dos muestras independientes (grupo estándar vs grupo TDAH). También se han utilizado análisis bivariados y multivariados entre los que destacan la correlación de Spearman y la técnica cluster.

### **3. Resultados**

#### **3.1. Preferencias de géneros televisivos y razones de elección del personaje favorito**

En primer lugar, tal y como puede observarse en la Tabla 1, se han analizado las preferencias de géneros televisivos en ambas submuestras en relación con un listado de 13 géneros. Para los adolescentes estándar, de acuerdo a las puntuaciones medias obtenidas, el orden de sus preferencias es: películas, humor, series, dibujos, deportes, documentales, medianoche, musicales, concursos, reality, chismes, telenovelas y talk show. Para los adolescentes con



TDAH los contenidos preferidos son: películas, humor, dibujos, series, deportes, documentales, concursos, medianoche, musicales, reality, talk show, chismes y telenovelas.

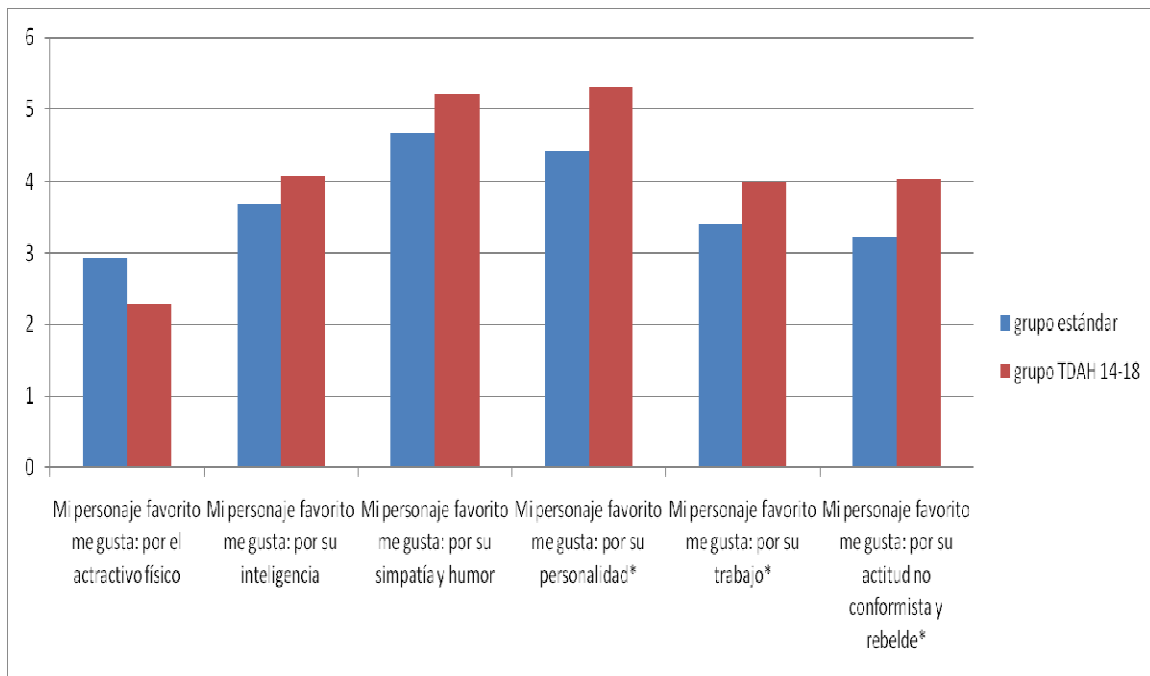
La comparación entre el grupo con TDAH y el grupo estándar mediante la prueba de Mann-Whitney mostró diferencias significativas en algunos géneros televisivos. Así, las diferencias significativas halladas son que a los adolescentes con TDAH puntúan más alto en los programas de humor  $Z=-2,761$  ( $p< .01$ ) media 3.54 vs 3.07 y los dibujos animados  $Z=-3,717$  ( $p< .01$ ) media 3.5 vs 2.75, mientras que puntúan más bajo en realitys  $Z=-2,049$  ( $p< .05$ ) media 1.66 vs 2.1 que los del grupo estándar.

**Tabla 1. Preferencias de géneros televisivos en el grupo estándar y en el grupo TDAH**

	<b>GRUPO ESTANDAR</b>	<b>GRUPO TDAH</b>
<b>películas</b>	3,3	3,58
<b>humor*</b>	3,07	3,54
<b>dibujos*</b>	2,75	3,5
<b>Series</b>	3,05	2,87
<b>deportes</b>	2,71	2,66
<b>documentales</b>	2,31	2,5
<b>concursos</b>	2,17	2,41
<b>medianoche</b>	2,26	2,2
<b>musicales</b>	2,18	2,04
<b>reality*</b>	2,1	1,66
<b>talk show</b>	1,48	1,41
<b>chismes</b>	1,63	1,37
<b>telenovelas</b>	1,57	1,33

Otro indicador estudiado se refiere a las razones de elección del personaje favorito (atractivo físico, inteligencia, simpatía y humor, personalidad, trabajo y actitud no conformista-rebelde) de los programas que más les gusta a los participantes. Se observa que son la simpatía el humor y la personalidad los motivos más esgrimidos por ambos grupos; mientras que el motivo que menos señalan es el referido al atractivo físico. Una vez realizada la prueba de Mann-Whitney, se encontró que el grupo TDAH valora más que el grupo estándar la personalidad  $Z=2,526$  ( $p < .05$ ) media 5.3 vs 4.42, el trabajo  $Z=-1,716$  ( $p = .086$  bilateral) media 4 vs 3.41 y la actitud no conformista y rebelde  $Z=-2,131$  ( $p < .05$ ) media 4.04 vs 3.23. Estas diferencias se muestran en la Figura 1.

**Figura 1. Razones de elección del personaje favorito en el grupo estándar y en el grupo TDAH**



### 3.2. Perfiles televisivos baremados en relación con el clima familiar y los valores percibidos

A continuación, se trató de conocer los perfiles televisivos de los participantes relacionando sus preferencias de géneros televisivos y las razones de elección del personaje favorito. Con el fin de reducir la información recogida respecto a sus preferencias (se les preguntó a los participantes por 13 géneros televisivos), las respuestas se agruparon de acuerdo a que tuvieran un perfil de preferencias equivalente mediante la técnica de cluster. Dicha técnica nos permite crear grupos de sujetos o perfiles en función de los géneros televisivos:

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

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

Género C: Dibujos animados, humor, medianoche.

Los adolescentes puntúan dichos géneros en una escala de 1 a 4 (nada, poco, bastante, mucho). Pero, además, cada grupo difiere en las puntuaciones (alta, media, baja) otorgadas a las razones de elección del personaje favorito (atractivo físico, inteligencia, simpatía y humor, personalidad, trabajo, actitud no conformista y rebelde). Dichos perfiles dan como resultado seis grupos de telespectadores con puntuaciones baremadas basadas en los géneros televisivos y las razones de elección del personaje.

El grupo 1 (N=65) se caracteriza por valorar muy alto la simpatía, la personalidad y el atractivo físico del personaje televisivo favorito y también valoran mucho pero en menor medida la inteligencia, el trabajo y la actitud no conformista y rebelde. A este grupo les gustan los tres géneros televisivos de una manera parecida, siendo un gusto medio.

El grupo 2 (N=12) se caracteriza porque es el grupo que puntúa más bajo en las razones de elección del personaje. Este grupo es al que menos le gusta la televisión, le gusta poco el género B y C, y casi nada el género A.

El grupo 3 (N= 87) en cuanto a razones de elección del personaje se parece bastante al grupo 1, salvo en una diferencia clarísima, este grupo de sujetos valora mucho menos el atractivo físico. Es el grupo mayoritario, a quienes les gusta bastante el género C, poco el género B y casi nada el género A.

El grupo 4 (N=20), sobre todo valora al simpatía y humor en su personaje favorito, es lo que le caracteriza, las demás razones de elección son valores muy bajos, salvo la personalidad que, aunque en menor medida que la simpatía, también se valora. Este grupo tiene un comportamiento similar al grupo 3 en cuanto a preferencias de géneros televisivos.

El grupo 5 (N=7) este grupo valora tres cosas por encima de todo: personalidad, simpatía y humor, actitud no conformista y rebelde. Después a más distancia valoran el atractivo físico y lo que apenas se valora es el trabajo, y sobre todo no valoran nada la inteligencia. A este grupo le gusta bastante el género C, medianamente el género B y absolutamente nada el género A.

El grupo 6 (N=5). Este grupo valora sobre todo la personalidad y simpatía, a un poco de distancia valoran el trabajo y la actitud no conformista y rebelde. Apenas valora el físico y la inteligencia. Este grupo se caracteriza porque le gusta mucho el género A, bastante el B y medianamente el C.

Para saber en qué lugar se sitúan los adolescentes estándar y con TDAH, se realizó una tabla cruzada (ver Tabla 2) en la que se puede observar cómo se concentran estos perfiles en ambas submuestras.

En el grupo con TDAH, de los 22 adolescentes (de 3 no se pudieron recoger datos), seis pertenecen al Grupo 1, trece al Grupo 3, dos al Grupo 5 y uno al Grupo 6. Las respuestas se concentran en su mayoría en el perfil o grupo3 y le sigue el perfil 1.

En el grupo estándar, no se dispone de datos de 19 adolescentes, por lo que finalmente los análisis se realizan en función de las puntuaciones de 165 participantes. También las respuestas se concentran en los perfiles 3 y 1, aunque, las diferencias entre los grupos TDAH y estándar se hallan en que los adolescentes con TDAH se concentran casi exclusivamente en los dos grupos mayoritarios (en el perfil3 puntúan un 20% más que el grupo estándar mientras que en el perfil1 un 8% menos) mientras en el grupo estándar los participantes se hallan repartidos, además de en el perfil 3 y perfil 1, en los perfiles 4, perfil 2 y apenas en los perfiles 5 y 6. En el grupo con TDAH no hay ningún participante que puntúe en los perfiles 2 y 4.

**Tabla 2: Perfiles televisivos en el grupo estándar y en el grupo con TDAH**

	Estándar	TDAH	Total
Grupo1	58 (35,2%)	6 (27,3%)	64 (34,2%)
Grupo2	12 (7,3%)	0 (0%)	12 (6,4%)
Grupo3	68 (41,2%)	13 (59,1%)	81 (43,3%)
Grupo4	19 (11,5%)	0 (0%)	19 (10,2%)
Grupo5	4 (2,4%)	2 (9,1%)	6 (3,2%)
Grupo6	4 (2,4%)	1 (4,5%)	5 (2,7%)
Total	165 (100%)	22 (100%)	187 (100%)

Se llevó a cabo comparaciones de los 6 grupos o perfiles respecto al clima familiar en la muestra total. Una vez aplicada la prueba no paramétrica de Kruskal Wallis, se halló que hay diferencias significativas en el grado de cohesión familiar. Todos los grupos tienen niveles de cohesión altos pero el grupo 1 destaca por tener el nivel más alto si se compara con el grupo 3 y 6.

A continuación se procedió a realizar una comparación solamente de los dos perfiles mayoritarios, el 1 y el 3, en el clima familiar y en los valores percibidos con la prueba de Mann Whitney.

Los resultados muestran diferencias significativas en apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) con un valor  $Z=-1,867$  ( $p<.05$ ),

auto-promoción (logro y poder)  $Z=-1,810$  ( $p < .05$ ), cohesión  $Z=-2,525$  ( $p < .01$ ), y expresividad  $Z=-2,359$  ( $p < .01$ ), comprobándose que en todos los casos el grupo 1 puntúa más alto que el grupo 3.

#### 4. Discusión y conclusiones

Una lectura global de los datos nos lleva a constatar más semejanzas que diferencias entre ambas muestras (TDAH y estándar) respecto a las preferencias de géneros televisivos y razones de elección del personaje. Ahora bien, la delimitación de los perfiles televisivos con puntuaciones baremadas nos aporta información relevante ya que muestra que los adolescentes se concentran mayoritariamente en dos perfiles (perfil 3 y perfil 1). La diferencia entre ambos perfiles radica en que los que se sitúan en el perfil 1 tienden a dar puntuaciones más elevadas en el atractivo físico y a percibir en mayor medida en sus personajes favoritos valores pertenecientes a las dimensiones de apertura al cambio y auto-promoción, a la vez que mayor cohesión y expresividad familiar.

Respecto al objetivo primero, el grupo con TDAH presenta mayor preferencia por programas de humor y dibujos aunque se observa una menor atracción por los realitys que el grupo estándar. El hecho de que los programas de “cotilleo” o “chismes” ocupen los últimos puestos para ambas muestras, confirma los datos hallados en estudios previos tanto con adolescentes de la Comunidad Autónoma Vasca como con adolescentes de diferentes culturas (Aierbe, Medrano y Martínez de Morentín, 2010)

En cuanto a las razones de elección del personaje favorito, segundo objetivo de este trabajo, son la simpatía, el humor y la personalidad los motivos más señalados por ambos grupos; mientras que el motivo que menos indican es el referido al atractivo físico. Estos resultados concuerdan con los hallados por Medrano, Cortés, Aierbe y Orejudo (2010) desde una perspectiva transcultural.

Las diferencias más significativas que se aprecian entre ambas muestras son que el grupo TDAH valora más que el grupo estándar la personalidad, el trabajo y la actitud no conformista y rebelde. Ante este resultado cabe plantearse si los adolescentes con TDAH tienden hacia la elección e identificación con personajes que se ajusten menos a las convenciones y normas establecidas.

Sin embargo, una vez delimitados los perfiles televisivos para la muestra total, de acuerdo al tercer objetivo, se constata que los adolescentes se concentran principalmente en dos de ellos (el perfil 3 y perfil 1). Es decir, se configuran dos grupos mayoritarios (perfil 3 y perfil 1) que son similares en algunos aspectos pero que se diferencian por la valoración del atractivo físico (apenas se valora en el perfil 3 y se valora mucho en el perfil 1) así como por las preferencias de género. A los adolescentes que puntúan en el perfil 3 les gusta sobre todo dibujos, humor y “medianoche” (Género A), poco las series, películas, concursos, telenovelas, musicales (Género B) y casi nada Talk show,

reality show y “chismes” (Género A). Sin embargo, los que se decantan por el perfil 1 presentan un gusto medio por los tres géneros (Géneros A, B y C).

Más allá de estas similitudes en los perfiles para ambas muestras, hay que subrayar que los adolescentes con TDAH se concentran casi exclusivamente en los dos perfiles mayoritarios, pero en el perfil 3 en mayor medida que los del grupo estándar. Sin embargo, en el grupo estándar los participantes, además de en los perfiles 3 y 1, se hallan repartidos también en otros perfiles.

Llama la atención que, tanto para adolescentes con TDAH como estándar, cuando se analizan las razones de elección del personaje el atractivo físico queda en último lugar. Sin embargo, la delimitación de los perfiles televisivos baremados ha permitido diferenciar un subgrupo (perfil 1) que lo sitúa entre los primeros motivos de elección y, además, asociado a valores de apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) y autopromoción (logro y poder).

Es preciso indagar más en la relación entre ambos aspectos (el atractivo físico como motivo de elección del personaje favorito y los valores percibidos) en investigaciones futuras puesto que una primera respuesta que relega al último lugar el atractivo físico podría estar condicionada por la deseabilidad social, mientras un análisis más exhaustivo indica que hay un porcentaje de adolescentes considerable que lo sitúa entre los primeros motivos de elección, e incluso podría relacionarse con determinados valores morales (en este caso individualistas). Ello permitiría asimismo confirmar o refutar lo señalado por Ruiz et al. (2005), que concluyen que los personajes menos atractivos eran los más puntuados en aspectos como la generosidad y el altruismo. En esta misma línea, y a la vista de los datos obtenidos, podría pensarse que la cohesión y expresividad familiar favorece este tipo de valores.

El hecho de que en el perfil 1 se valore más la apertura al cambio (autodirección, estimulación y hedonismo) y autopromoción (logro y poder) indica que el grupo que se concentra en dicho perfil tiende a la percepción de valores más individualistas frente a colectivistas (ej. benevolencia y universalismo) y más conservadores (por ej. tradición, conformidad o seguridad) en su personaje favorito. Este resultado no concuerda con la investigación previa de Medrano, Aierbe y Martínez de Morentín (2011) que hallan tanto valores individualistas y colectivistas, pero confirma lo postulado por Dates et al. (2008) sobre el predominio de valores menos prosociales en los contenidos televisivos.

Cabe señalar una limitación de esta investigación y es que estos hallazgos no pueden generalizarse a la población adolescente con TDAH ya que se realizó un muestreo incidental, por ello debería aplicarse a una muestra mayor y seleccionada de modo estratificado, contemplando los diferentes subtipos de TDAH.

Los resultados obtenidos tienen su interés por contribuir al estudio de las diferencias individuales en relación con el consumo mediático, y también porque el establecimiento de perfiles o grupos aporta mayor precisión a la hora de fundamentar los programas de competencia mediática de manera que se ajusten más adecuadamente a las características de los colectivos a los que van dirigidos.

## 5. Referencias bibliográficas

- Aierbe, A y Medrano, C. (2011). Consumo mediático y actividades alternativas: un estudio comparativo entre adolescentes con TDAH y estándar. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 2 (1), 117- 126.
- Aierbe, A., Medrano, C. y Martínez de Morentín, J. I. (2010). Perfil de consumo televisivo y contexto de recepción en adolescentes: diferencias interculturales y de sexo. En C. Medrano y J. I. Martínez de Morentín, *Medios de comunicación, Valores y Educación* (pp. 93-115). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Arrizabalaga, C., Aierbe, A. y Medrano, C. (2010). Usos de Internet y mediación parental en adolescentes con Trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH). *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 561-571. Descargado el 1 de febrero de [http://www.revistalainacs.org/10/art3/919\\_UPV/41\\_Medrano.html](http://www.revistalainacs.org/10/art3/919_UPV/41_Medrano.html)
- Benavides, J. (2005). Medios y discapacidad. La presencia de la discapacidad en los medios de comunicación. *Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación*, nº 62 [<http://www.campusred.net/telos>] (consultado el 30/09/09).
- Bermejo, J. (2005). Narrativa audiovisual. Investigación y aplicaciones. Madrid: Pirámide
- Bioulac, S., Arfi, L., y Bouvard, M. P. (2008). Attention deficit/hyperactivity disorder and video games: a comparative study of hyperactive and control children. *European Psychiatry*, 2 (23), 134-141.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, páginas 287 a 293. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 2 de julio de 2010 de [http://www.revistalainacs.org/2008/23\\_34\\_Santiago/Franciso\\_Campos.html](http://www.revistalainacs.org/2008/23_34_Santiago/Franciso_Campos.html) DOI: 10.4185/RCLS-63-2008-767-287-293

- Cardo, E. y Servera, M. (2005). Trastorno por déficit de atención/hiperactividad: estado de la cuestión y futuras líneas de investigación. *Revista de Neurología*, 46 (6), 365-372.
- Castells, P. (2009). Televisión, videojuegos y ordenador: uso y abuso. Descargado el 25 de Septiembre de <http://www.opusdeialdia.org/200804192746/television-videojuegos-y-ordenador-uso-y-abuso.html>
- Cao, F. L., Su, L., Liu, T. Q. y Gao, X. (2007). The relationship between impulsivity and Internet addiction in a sample of Chinese adolescents. *European Psychiatry*, 7 (22), 466-471.
- Christakis, D. A., Zimmerman, F.J., DiGiuseppe, D. I. y McCarty, C. (2004). Early television exposure and subsequent attentional problems in children. *Pediatrics*, 113, 708-713.
- Dates, J.L.; Fears, I.M. & Stedman, J. (2008). An evaluation of Effects of Movies on Adolescent Viewers, en Asamen, J.H.; Ellis, M.L & Berry, G.L. (Eds.) *Child Development, Multiculturalism, and Media*. Londres: Sage; 261-277
- Del Río, P., Álvarez, A. y Del Río, M. (2004). Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia. *La familia y la televisión*, 285-309. Madrid: Fundación infancia y aprendizaje.
- Estevez, E., Murgui, S., Musitu, G. y Moreno, D. (2008). Clima familiar, escolar y satisfacción con la vida en adolescentes. *Revista Mexicana de Psicología*, 25 (1), 119-128.
- García, E. M. y Magaz, A. (2006). *Escala Magallanes de Identificación de déficit de atención con o sin hiperactividad y de Valoración de trastorno por DAH o por DEA en niños, adolescentes y adultos*. Burceña-Barakaldo: Editorial Albor-Cosh.
- Hoffner, C. (1996). Children's Wishful Identification and Parasocial Interaction with Favorite Television Characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40, 389-402.
- Jimenez-Torres, M., López-Sánchez, M., Guerrero-Ramos, M. (2010). Relación entre experiencia óptima percibida y rendimiento académico según la presencia de TDAH. *Revista Mexicana de Psicología*, 27(1), 15-23.
- Johnson, J. G., Cohen, P., Kasen, S. y Brook, J. S. (2007). Extensive television viewing and the development of attention and learning difficulties during adolescence. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 161, 480-486.



- Medrano, C. y Aierbe, A. (2008). Valores y contextos de desarrollo. *Revista de Psicodidáctica*, 13(1), 53-68.
- Medrano, C., Cortés, A., Aierbe, A. y Orejudo, S. (2010). Los programas y características de los personajes preferidos en el visionado de televisión: diferencias evolutivas y de sexo. *Cultura y Educación*, 22 (1), 3-20.
- Medrano, C., Aierbe, A. y Martínez de Morentín (2011). Perceived values in television: a cross-cultural study/ Valores percibidos en el medio televisivo: un estudio transcultural. *Comunicar. Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 37, 117-124
- Montiel-Nava, C., Montiel-Barbero, I. y Peña, J. A. (2005). Clima familiar en el trastorno por déficit de atención-hiperactividad. *Psicología Conductual*, 13 (2), 297-310.
- Musitu, G., Buelgas, L. y Cava, M. J. (2001): *Familia y Adolescencia*. Madrid: Síntesis.
- Uriarte, R. (2009). El déficit de atención y la televisión. Descargado el 20 de Septiembre de 2009 de <http://isis.zm.nu/el-d-acute-ficit-de-atenci-acute-n-y-la-televisi-acute-n-vt12884.html>
- Pérez Tornero, J. (2008). La sociedad multipantallas: Retos para la alfabetización mediática. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (31), 15-25.
- Ruiz, C., Conde, E. y Torres, E. (2005) Importance of facial physical attractiveness of audiovisual models in descriptions and preferences of children and adolescents, *Perceptual and Motor Skills*, 101, pp. 229-243.
- Schwartz, S. H. (2003). A proposal for Measuring Value Orientations across Nations [Chapter 7 in the Questionnaire Development Report of the European Social Survey]. Web site: [http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_view&gid=126&itemid=80](http://www.europeansocialsurvey.org/index.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=126&itemid=80)
- Smith, S. W.; Smith, S. L.; Pieper, K. M; Yoo, J.H. ; Ferris, A.L.; Downs, E. y Bowden, B. (2006). Altruism on American Television: Examining the Amount of, and Context Surrounding, Acts of Helping and Sharing. *Journal of Communication* 56 (4): 707.
- Stevens, T. y Mulsow, M. (2006). There is no meaningful relationship between television exposure and symptoms of attention-deficit/hyperactivity disorders. *Pediatrics*, 117 (3), 665-671.
- Yen, J., Ko, C., Wu, H. y Yang, M. (2007). The comorbid psychiatric symptoms of internet addiction: attention deficit and hyperactivity

disorder (ADHD), depression, social fobia and hostility. *Journal of adolescent health*, 41 (1), 93-98.

Yoo, H. J., Choo, S. C., Yune, S. K., Kim, S. J., Hwang, J., Chung, A. y Lyoo, K. (2004). Attention deficit hyperactivity symptoms and Internet addiction. *Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 58, 487-49.