

Alrededor del 80% de los usuarios andaluces de dispositivos digitales experimentan molestias visuales y oculares provocadas por su uso

Ópticos-optometristas andaluces y Delegación de Salud presentan en Córdoba una campaña social regional para concienciar a la población de los riesgos de abusar de smartphones, tablets, ordenadores portátiles y otros dispositivos similares, así como para ofrecer una serie de recomendaciones para su prevención.

Las personas menores de 30 años son las que mayores tasas de síntomas de fatiga ocular experimentan.

El 95% de la población utiliza el teléfono móvil a una distancia inferior a la mínima recomendable (entre 35 y 45 cm).

Sevilla, 3 de marzo de 2017. La presidenta del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Andalucía (COOOA), Blanca Fernández, y la delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales en Córdoba, María de los Ángeles Luna, han presentado esta mañana en la sede de la Delegación de Gobierno de Córdoba una nueva campaña social de prevención, a través de su plataforma digital '[Somos optometristas](http://somosoptometristas.com)', sobre el Síndrome Visual Informático. Se trata de un conjunto de síntomas, molestias y daños oculares y visuales asociados al uso de dispositivos digitales, como pueden ser el teléfono móvil, la tablet o el ordenador. El objetivo de esta iniciativa es concienciar a la población andaluza sobre los riesgos del abuso de los dispositivos digitales y ofrecer una serie de recomendaciones enfocadas tanto al comportamiento y hábitos del propio usuario, como al ajuste de los dispositivos.

En los últimos años, las tareas visuales de ámbito cercano se han incrementado exponencialmente, no solo por el uso de nuevos dispositivos como smartphones, tablets u ordenadores portátiles, que requieren una mayor demanda visual y una menor distancia de visión, sino por su excesivo, prolongado o inadecuado uso fuera del ámbito laboral o educativo a todas las edades, incluso a nivel infantil. En este sentido, entre 7 y 9 de cada 10 usuarios de dispositivos digitales experimentan molestias y síntomas visuales y oculares durante o después de su uso, un dato preocupante que ha llevado al colegio andaluz a poner en marcha esta campaña.

Según Blanca Fernández, presidenta del COOOA, *“actualmente más del 90% de los adultos utilizamos dispositivos digitales más de 2 horas al día, mientras que, si nos centramos en jóvenes de entre 18 y 29 años, más del 50% pasan 9 horas o más al día frente a este tipo de dispositivos. Y precisamente son los menores de 30 años los que mayores tasas de síntomas de fatiga ocular experimentan”*.

Por su parte, María de los Ángeles Luna, delegada territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales en Córdoba, explica que “todavía es pronto para hablar de evidencia científica al respecto, pero sí disponemos de algunos datos que nos adelantan los posibles riesgos que como consumidores asumimos si no adoptamos las precauciones y medidas preventivas oportunas”. Asimismo, Luna ha destacado que “la carga visual, y el correspondiente riesgo de fatiga, depende de múltiples factores difíciles de evaluar, como los derivados de las exigencias de la tarea (tiempo promedio de utilización o tiempo máximo de atención continua,

por ejemplo); los derivados de las características del puesto de trabajo, del entorno donde lo usamos y las del propio dispositivo, como por ejemplo la calidad de la pantalla, la definición de los caracteres, la estabilidad de la imagen, la iluminación y el entorno visual, etc.”

Esta sobreexposición puede dar lugar a síntomas como fatiga visual; dolor de cabeza; confusión visual; sequedad, picor o ardor ocular; enrojecimiento ocular; visión borrosa en lejos; visión borrosa en cerca; visión doble; mareos; dolor muscular o de huesos (espalda, hombros, cuellos, muñecas y manos); o sensibilidad excesiva a la luz.

Recomendaciones para prevenir síntomas

El 95% de la población utiliza el teléfono móvil a una distancia inferior a la mínima recomendable (entre 35 y 45 cm), un comportamiento que se repite con los ordenadores portátiles. Por este motivo y con el fin de evitar, en la mayor medida posible, los síntomas derivados del mal uso y el uso excesivo de dispositivos digitales, el Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Andalucía ofrece una serie de recomendaciones que se exponen a continuación:

Consejos relacionados con el comportamiento y hábitos del usuario:

- Realiza descansos periódicos para evitar la fatiga visual. Sigue la regla del 20-20-20 o realiza al menos 2 pausas cada hora observando objetos lejanos. También es útil levantarse y estirar las piernas.
- Si usas gafas, apuesta por los tratamientos antirreflejantes o los filtros para la luz azul nociva en tus cristales. Si usas lentes de contacto, aumenta la frecuencia y la amplitud del parpadeo y pide al óptico-optometrista que te adapte lentes de baja deshidratación y alta permeabilidad.
- La luz ambiente no debe ser excesiva, incidir directamente sobre tus ojos, ni crear sombras o reflejos en las pantallas.
- La silla frente al ordenador debe ser deslizante y de altura regulable, permitiendo el apoyo firme de los pies en el suelo. El respaldo debe regularse para tener la espalda siempre apoyada, y las piernas formando un ángulo de 90° aproximadamente.
- La mesa debe tener una altura que evite que los hombros se levanten al usar el teclado y que permita que los brazos estén paralelos al torso.
- La distancia de visualización de la pantalla con respecto a nuestros ojos debe ser:
 - Ordenadores de sobremesa: la misma distancia que ocupa nuestro brazo extendido (60-70 cm).
 - Ordenadores portátiles: entre 50 y 60 cm como mínimo.
 - Tablets y teléfonos móviles: la misma distancia que existe entre nuestro codo y la palma de nuestra mano (35-45cm).
- La situación de las pantallas debe ser:
 - Ordenadores de sobremesa: la parte superior del monitor debe quedar a la altura de los ojos, sin sobrepasar en altura tu cabeza.
 - Ordenadores portátiles, tablets y teléfonos móviles: El ángulo de visión no debe ser nunca inferior a 35°.

Consejos de configuración de pantallas:

- Ajusta el contraste y el brillo para que los fondos blancos no deslumbren.
- Modifica la temperatura de color para cambiar de tonos fríos (azules y rosados) a tonos más cálidos (amarillos y naranjas) para tener una percepción visual más agradable.
- Regula el color de los textos sobre fondo blanco para obtener el ajuste más adecuado para ti.
- Evita utilizar formatos de letras demasiados pequeños. Reduce la resolución o aumenta el tamaño de la fuente.
- Si tienes que leer extensos textos en la pantalla, elige fuentes del tipo Verdana en lugar de fuentes del tipo Times New Roman.
- Apuesta por protectores de cristal templado en tus dispositivos, ya que no suelen crear burbujas de aire y no generan brillos o reflejos molestos en la pantalla.

Campaña en ópticas y redes sociales

Esta campaña, que comienza hoy, se desarrollará a nivel regional durante los próximos meses. Estará presente en los establecimientos de óptica andaluzes a través de carteles y dípticos informativos al consumidor, así como con contenidos diarios sobre consejos y recomendaciones en redes sociales ([Facebook](#), [Twitter](#) y [Youtube](#)).

Además, la población puede acceder a un amplio informe al respecto en la [web del COOOA](#) www.somosoptometristas.com/Sindrome-Visual-Informatico con artículos sobre:

- Síntomas del Síndrome Visual Informático-Digital (SVI-D)
- Causas y Riesgos del Síndrome Visual Informático-Digital (SVI-D)
- El Síndrome Visual Informático-Digital en datos
- Consejos para evitar el Síndrome Visual Informático-Digital (SVI-D)

Somos Optometristas

Se trata de una comunidad virtual, en la que participan más de 2.400 profesionales de la visión, para dar a conocer su labor y función social como primer eslabón de la cadena de la atención primaria en salud visual.

Bajo el impulso del Colegio Oficial de Ópticos-Optometristas de Andalucía, 'Somos optometristas' nace con el objetivo de desarrollar campañas informativas sobre salud visual, dirigidas a la población andaluza. La base de sus campañas son la web www.somosoptometristas.com, las redes sociales ([Facebook](#), [Twitter](#) y [Youtube](#)) y materiales informativos en los puntos de atención al ciudadano: los establecimientos de óptica.