

Necesidades y oportunidades de alfabetización digital y mediática

Proyecto Media TIC

Fase encuesta a jóvenes pertenecientes a asociaciones juveniles

Noviembre 2020



Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad

Índice

1. Introducción y antecedentes	3
2. Objetivos y metodología.....	3
3. Muestra: perfil de las y los jóvenes encuestados	4
4. Alfabetización digital: manejo de herramientas y perfil digital.....	5
5. Alfabetización digital: nivel de habilidad y recursos de aprendizaje y consulta.....	12
6. Alfabetización mediática: prácticas de riesgo e inconvenientes	21
7. Alfabetización mediática: interpretación de la información	27
8. Oportunidades de mejora y barreras en la alfabetización digital	29
9. Conclusiones	35
10. Anexo: Cuestionario Mediatic	38

1. Introducción y antecedentes

Se han hallado numerosas evidencias de que existe, en una parte significativa de adolescentes y jóvenes, un déficit en su competencia digital, especialmente en lo que tiene que ver con su capacidad para interpretar contenidos, para tomar conciencia sobre sus decisiones de uso, de los potenciales efectos que su actividad puede tener sobre sí mismos y sobre terceras personas, etc.

Existen así mismo evidencias que apuntan a que ese tipo de déficit es más probable y frecuente en adolescentes y jóvenes de sectores sociales más desfavorecidos, en los que concurre, además, la circunstancia de que reciben un nivel significativamente menor de mediaciones educativas por parte de las dos instancias socializadoras fundamentales: sus familias y el sistema educativo formal.

El proyecto Mediatic tiene la vocación de contribuir a paliar ese déficit, mediante el reforzamiento de otro ámbito educativo fundamental y potencialmente interesante para esta población y esos contenidos: la mediación entre iguales.

Para ello, y en una primera fase, se ha tomado contacto con jóvenes pertenecientes a asociaciones juveniles con el fin de que, en un futuro, puedan tomar el papel de mediadores/formadores de otros jóvenes en lo que se refiere a estas competencias digitales.

2. Objetivos y metodología

En el marco del proyecto se ha llevado a cabo un sondeo no probabilístico con sistema de autoselección a jóvenes entre 14 y 20 años para conocer aspectos relacionados con su alfabetización digital y mediática, necesarios para establecer las bases sobre las que se desarrollarán contenidos formativos en fases posteriores del proyecto, que les permitirían realizar la mediación con otras y otros jóvenes sobre competencias digitales.

Entre los principales temas se indaga en aspectos vinculados a su perfil digital, percepciones sobre el nivel de habilidad en el manejo de las tecnologías, recursos a los que acuden y de los que disponen así como la mediación de figuras adultas, prácticas de riesgo relacionadas con el uso y percepción de riesgos de las redes sociales e Internet, especial atención a la forma de interpretar la información y, finalmente, percepciones sobre sus oportunidades de mejora en su competencia digital y mediática, así como las posibles barreras en su formación.

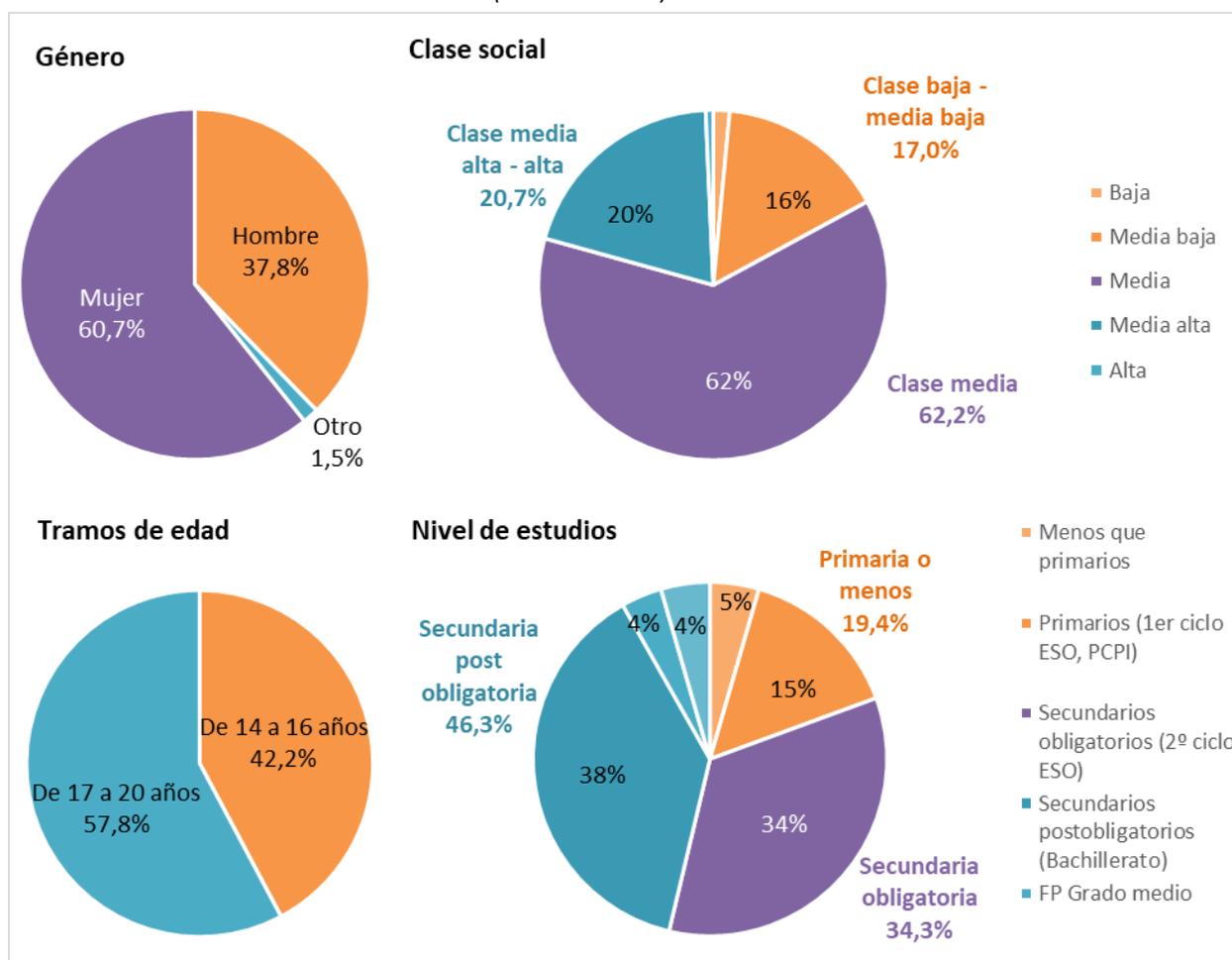
El cuestionario se llevó a cabo desde una plataforma online, cuyo enlace fue facilitado a asociaciones que trabajan con población joven para solicitar su participación entre julio y octubre de 2020, por lo que desde el mismo diseño no se ha perseguido la obtención de una muestra representativa. Se ha contado con la colaboración de 135 jóvenes. Aunque la muestra no es representativa del universo de esta población de jóvenes, el análisis incorpora la búsqueda de asociación entre variables relevantes según sus perfiles (en especial, género, edad, clase social y nivel de estudios), lo que aporta más información en este levantamiento inicial.

3. Muestra: perfil de las y los jóvenes encuestados

El perfil de las personas encuestadas no es representativo de la población joven. Se identifica que:

- Mayoría de mujeres frente a hombres.
- Estando enfocada la encuesta a jóvenes entre 14 y 20 años, la media de edad es de 17,2 años. Existe una mayor proporción de jóvenes entre los 17 a 20 años que de 14 a 16.
- La mayoría se sitúa en la clase media, seguido de quienes se ubican en clase media-alta o alta y de cerca por quienes se sitúan en una clase social media baja o baja.
- En cuanto al nivel de estudios, la mayor proporción corresponde a quienes han finalizado los estudios de secundaria post-obligatoria (46,3%, siendo la mayoría de Bachillerato), seguido por la secundaria obligatoria con aproximadamente un tercio, mientras que quienes han alcanzado hasta la primaria o menos de la primaria representan el 19,4%.

Gráfico 1. Género, tramos de edad, auto – ubicación en clase social y nivel de estudios finalizados de las y los encuestados. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc)



P.2, P.3, P.1 N=135. P.4 N=134

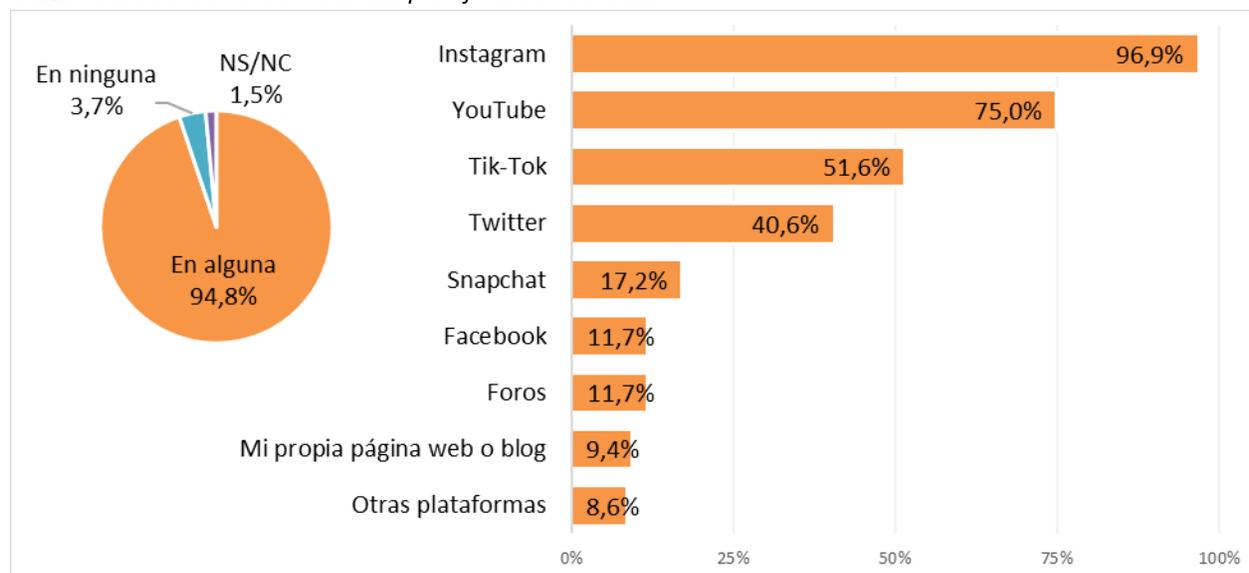
4. Alfabetización digital: manejo de herramientas y perfil digital

La práctica totalidad de estas y estos jóvenes reconocen utilizar alguna **plataforma o red social** de forma habitual (94,8%)¹ y de media señalan que usan 3,1 plataformas.

De entre estas personas, *Instagram* es utilizada por prácticamente todas, *Youtube* por una gran mayoría, la mitad utilizan de forma habitual *Tik-Tok* y el 41% *Twitter*. *Snapchat*, *Facebook*, *foros* y tener una *página web o blog* son opciones minoritarias.

Entre quienes añaden otras plataformas diferentes a estas: 3 añaden “Pinterest”, 2 “Twitch”, otras aportaciones aisladas son “Pornhub”; “Reddit, discord”, “Wallapop, páginas de compra-venta, etc.”, “WhatsApp” y “Watpad”

Gráfico 2. Tipo de plataformas - redes sociales de uso habitual. Datos en %. Base total muestra y quienes utilizan habitualmente al menos una plataforma o red social



P.5. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 128

Analizando las preferencias por unas plataformas y redes sociales u otras según las características socio-demográficas, se identifica que el género es la que más se asocia, seguido del nivel de estudios y la edad (aunque estas dos últimas características están muy vinculadas entre sí), mientras que la auto-ubicación por clase social no es muy relevante. Así:

- Los hombres utilizan en mayor medida *YouTube* y los *foros* que las mujeres. En cambio, ellas se inclinan en mayor medida por utilizar *Instagram*, *Facebook* y *Twitter* que ellos.
- *Facebook* y *Twitter* también es más utilizada habitualmente entre quienes tienen 17 y 20 años y quienes alcanzan niveles de secundaria post-obligatoria.

¹ No se ha encontrado relación entre no usar de forma habitual estas plataformas frente a usarlas según género, edad, clase social o estudios.

- El grupo más joven (14 a 16 años) declara utilizar algo más que los de más edad *Tik-Tok*, al igual que quienes alcanzan el nivel de secundaria obligatoria (respecto al grupo de secundaria postobligatoria).
- Finalmente, el grupo que ha alcanzado un nivel de estudios de primaria o menos prefieren en mayor medida *Snapchat* que el grupo de secundaria post-obligatoria.

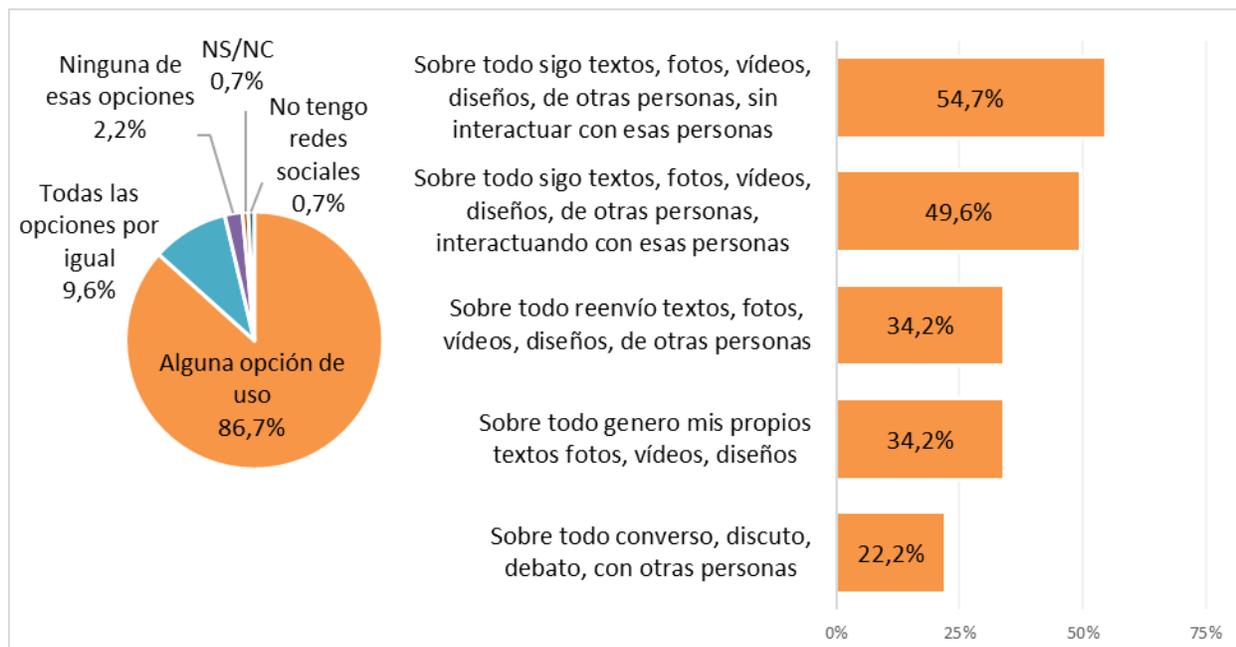
Tabla 1. Relación entre el tipo de plataformas - redes sociales de uso habitual y características socio-demográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base quienes utilizan habitualmente al menos una plataforma o red social (excluidos NsNc)

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Mi propia página web o blog					9,4%
Foros	(+) Hombre (18,4%) (-) Mujer (6,5%)				11,7%
YouTube	(+) Hombre (87,8%) (-) Mujer (66,2%)				75,0%
Instagram	(+) Mujer (100%) (-) Hombre (91,8%)				96,9%
Facebook	(+) Mujer (15,6%) (-) Hombre (4,1%)	(+) 17 a 20 años (17,3%) (-) 14 a 16 años (3,8%)		(+) Secund. post-oblig. (21,3%) (-) Secund. obligatoria (2,3%)	11,7%
Twitter	(+) Mujer (51,9%) (-) Hombre (22,4%)	(+) 17 a 20 años (52,0%) (-) 14 a 16 años (24,5%)		(+) Secund. post-obligatoria (57,4%) (-) Primaria o menos (17,4%)	40,6%
Tik-Tok		(+) 14 a 16 años (66,0%) (-) 17 a 20 años (41,3%)		(+) Secund. obligatoria (72,1%) (-) Secundaria post-obligatoria (36,1%)	51,6%
Snapchat				(+) Primaria o menos (34,8%) (-) Secund. post-obligatoria (11,5%)	17,2%

Otro aspecto vinculado al perfil digital en redes sociales es el **tipo de uso** que se hace de ellas. La amplia mayoría señalan de uno hasta 3 usos, el 9,6% afirman que *todos los usos propuestos por igual*, y el 2,2% señala que *ninguna de las opciones*.

Enfocándose en esa mayoría que señala algún tipo de usos, las opciones mayoritarias son *seguir contenidos de otras personas*, el 54,7% *sin interactuar con esas personas* y el 59,6% *interactuando con otras personas*. El uso más creativo (*generar textos, fotos, vídeos y diseños*) y el *reenvío de textos, fotos, diseños de otras personas* son opciones elegidas por cerca de un tercio de estas y estos jóvenes. Finalmente, la *conversación y el debate* con otras personas parece ser un uso menos frecuente.

Gráfico 3. Usos más frecuentes en las redes sociales (respuesta múltiple, máx. 3 opciones). Datos en %. Base total muestra y quienes señalan al menos una de las opciones de uso.



P.6. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 117

Entre las 3 opciones más elegidas según género y edad no hay diferencias en las dos primeras posiciones (*seguir contenidos de otras personas sin interactuar e interactuando*). Pero tanto las mujeres como las y los jóvenes de más edad sitúan en tercer lugar como uso más frecuente el *generar sus propios contenidos* antes que *reenviar los contenidos de otras personas*.

Tabla 2. Ranking usos más frecuentes en las redes sociales según género y edad. Datos en %. Base quienes señalan al menos una de las opciones de uso.

	Mujer	Hombre	De 14 a 16 años	De 17 a 20 años
1º	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, sin interactuar con esas personas (54,2%)	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, sin interactuar con esas personas (58,1%)	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, sin interactuar con esas personas (53,3%)	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, sin interactuar con esas personas (55,6%)
2º	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, interactuando con esas personas (48,6%)	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, interactuando con esas personas (51,2%)	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, interactuando con esas personas (46,7%)	Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, interactuando con esas personas (51,4%)
3º	Sobre todo genero mis propios textos fotos, vídeos, diseños (41,7%)	Sobre todo reenvío textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas (37,2%)	Sobre todo reenvío textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas (28,9%)	Sobre todo genero mis propios textos fotos, vídeos, diseños (40,3%)

En cuanto a los tipos de uso, no se han identificado relaciones entre las características sociodemográficas y afirmar que *ninguno* o *todos* esos usos. Sin embargo, en la priorización por tipos, las mujeres en mayor proporción que los hombres utilizan las redes sociales *sobre todo para generar contenidos propios*, y quienes se ubican en una clase media alta-alta señalan en menor medida que *sobre todo para conversar, discutir, debatir, con otras personas* en comparación con la clase social baja y media baja y media.

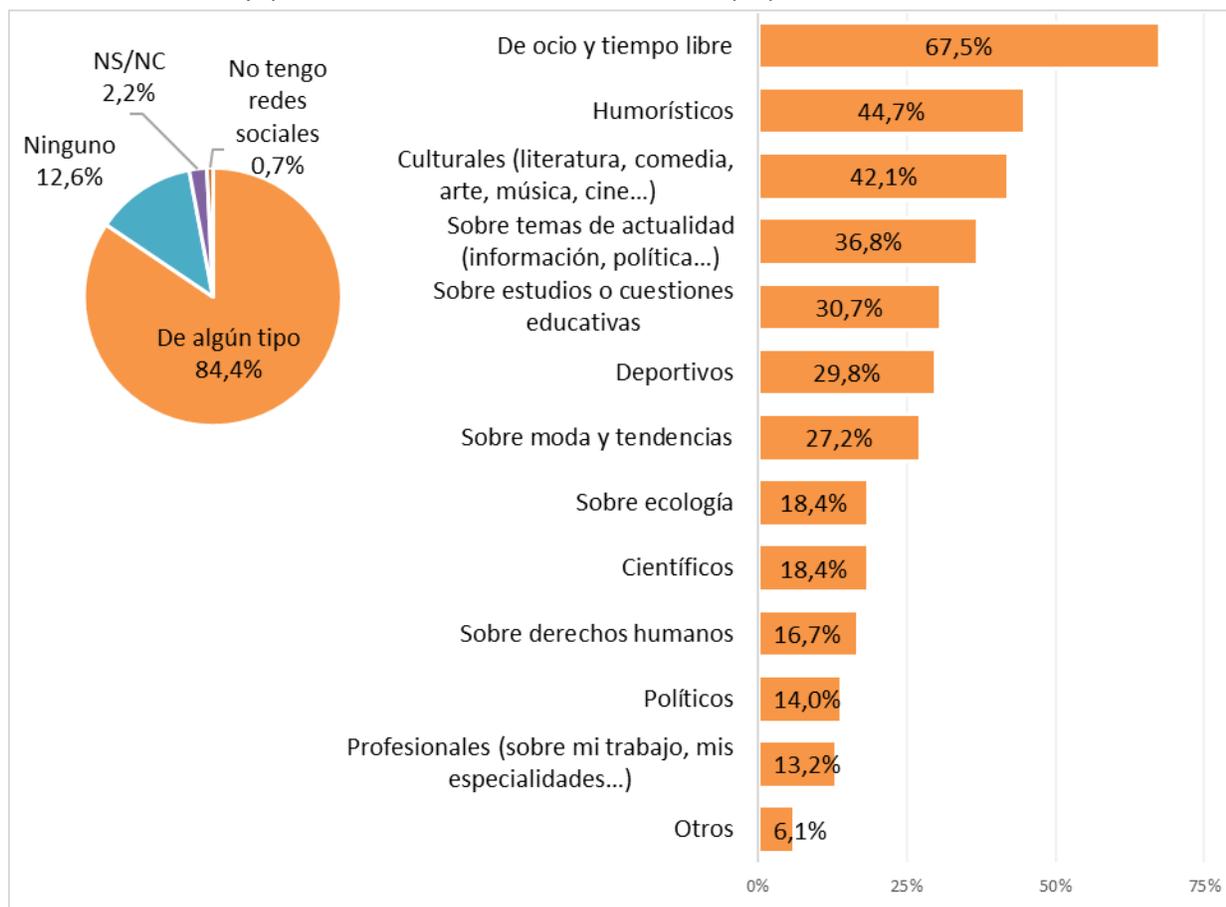
Tabla 3. Relación entre usos más frecuentes en las redes sociales y características socio-demográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base quienes señalan al menos una de las opciones de uso (excluidos NsNc).

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Sobre todo genero mis propios textos fotos, vídeos, diseños	(+) Mujer (41,7%) (-) Hombre (18,6%)				34,2%
Sobre todo sigo textos (...) de otras personas, sin interactuar (...)					54,7%
Sobre todo sigo textos (...) de otras personas, interactuando (...)					49,6%
Sobre todo reenvío textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas					34,2%
Sobre todo converso, discuto, debato, con otras personas			(-) Media alta - alta (4,2%)		22,2%

Aunque no todas las personas encuestadas generan algún **tipo de contenidos para sus redes sociales**, la amplia mayoría sí lo hace (84,4%). Entre las temáticas más extendidas de estos contenidos destaca el *ocio y tiempo libre* y a mayor distancia los temas *humorísticos* y *culturales*. Entre un tercio y una cuarta parte respondió que *temas de actualidad, sobre estudios o cuestiones educativas, deportivos y sobre moda y tendencias*.

En la opción abierta de *otros*, 7 encuestados/as aportan los siguientes temas adicionales: “videojuegos” (3), “música” o “música y baile” (2), “activismo LGTB y feminismo” y “economía”.

Gráfico 4. Temas de los contenidos que se generan para las redes sociales (respuesta múltiple). Datos en %. Base total muestra y quienes señalan al menos uno de los temas propuestos.



P.7. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 114

En la preferencia por unos temas u otros en los contenidos que generan para las redes sociales influye el género, el nivel de estudios finalizados y la edad. En concreto:

- Los hombres muestran una fuerte tendencia a los temas *deportivos* (frente a las mujeres), al igual que quienes tienen como máximo estudios primarios o menos (frente al grupo de secundaria post-obligatoria).
- En cambio, se observa una relación estrecha entre las mujeres y el generar contenidos sobre *moda y tendencias*.

- Los contenidos de tipo *cultural* se relacionan con quienes tienen estudios de secundaria post-obligatoria (en comparación al grupo de primaria o menos); y también con las mujeres respecto a los hombres.
- Los de tipo *profesional* son preferidos también por quienes tienen estudios de secundaria post-obligatoria (frente al grupo de secundaria obligatoria) y por quienes tienen más edad (17-20) respecto a las y los más jóvenes.
- Mientras que los temas tanto *políticos* como *los de actualidad* son más recurrentes en la generación de contenidos para jóvenes de más edad respecto al grupo de 14 a 16 años.

Tabla 4. Relación entre los temas de los contenidos que se generan para las redes sociales y características socio-demográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base quienes señalan al menos uno de los temas propuestos.

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Deportivos	(+) Hombre (61,4%) (-) Mujer (8,8%)			(+) Primaria o menos (57,9%) (-) Secund. post-obligatoria (17,9%)	29,8%
De ocio y tiempo libre					67,5%
Culturales (...)	(+) Mujer (51,5%) (-) Hombre (27,3%)			(+) Secund. post-obligatoria (51,8%) (-) Primaria o menos (10,5%)	42,1%
Científicos					18,4%
Sobre moda y tendencias	(+) Mujer (39,7%) (-) Hombre (9,1%)				27,2%
Humorísticos					44,7%
Políticos		(+) 17 a 20 años (19,7%) (-) De 14 a 16 años (4,7%)			14,0%
Sobre ecología					18,4%
Sobre derechos humanos					16,7%
Profesionales (sobre mi trabajo, mis especialidades...)		(+) 17 a 20 años (18,3%) (-) 14 a 16 años (4,7%)		(+) Secund. post-obligatoria (23,2%) (-) Secund. obligatoria (2,6%)	13,2%
Sobre estudios o cuestiones educativas					30,7%
Sobre temas de actualidad (información, política...)		(+) 17 a 20 años (45,1%) (-) 14 a 16 años (23,3%)			36,8%

Finalmente, entre los temas de los contenidos que se generan para las redes sociales se han encontrado algunas relaciones según si se usa de forma habitual una determinada plataforma o red social o no², en concreto:

- Contenidos sobre *ecología* y tener una *página web o blog propio* (el 58,3% de quien afirmó tenerlo seleccionó este tema, frente al 13,1% de quien genera contenidos sobre ecología, pero no tiene una web o blog).
- Mientras que utilizar de forma habitual *Twitter* (frente a quienes no) muestra una mayor tendencia a generar contenidos *políticos* (el 28,3% frente al 4,6% de quienes no usan esta red social), *culturales* (seleccionado por el 60,9% de usuarios/as de *Twitter* frente al 27,7% de quienes no lo son), *moda y tendencias* (el 41,3% frente al 15,4%) y sobre *temas de actualidad* (el 52,2% de usuarios/as de *Twitter* frente al 24,6% de quienes no son usuarios/as habituales de esta red social).

Esto podría estar indicando que tanto Twitter como la libertad para la elección de temas que ofrece una web o un blog, permite a las y los jóvenes con inquietudes de carácter más activista (como la política o el medio ambiente) encontrar un espacio de expresión y creación de contenidos que no está presente de la misma manera en las demás plataformas o redes sociales.

² Tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$.

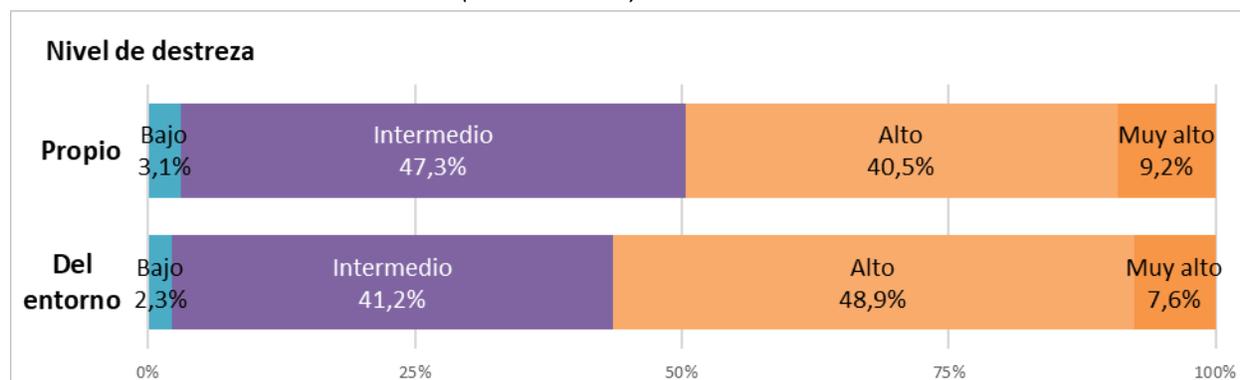
5. Alfabetización digital: nivel de habilidad y recursos de aprendizaje y consulta

Las y los encuestados tienen una percepción de su propio **nivel de destreza en el manejo de las tecnologías digitales** bastante alto: el 49,6% consideran que es *alto* o *muy alto* y prácticamente la otra mitad lo considera *intermedio* (no existiendo casos que hayan valorado como *muy bajo*).

Ligeramente superiores³ son sus valoraciones cuando consideran el nivel de destreza de su entorno más cercano de amigos/as y conocidos/as: más de la mitad lo valora como *alto* o *muy alto* (el 7,6% corresponde a quienes consideran muy alto).

La valoración del nivel de destreza en el manejo de las tecnologías se muestra independiente de si son mujeres u hombres, de su grupo de edad, clase social o nivel de estudios.

Gráfico 5. Valoración del nivel de destreza en el manejo de las tecnologías digitales propio y del entorno cercano. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc)



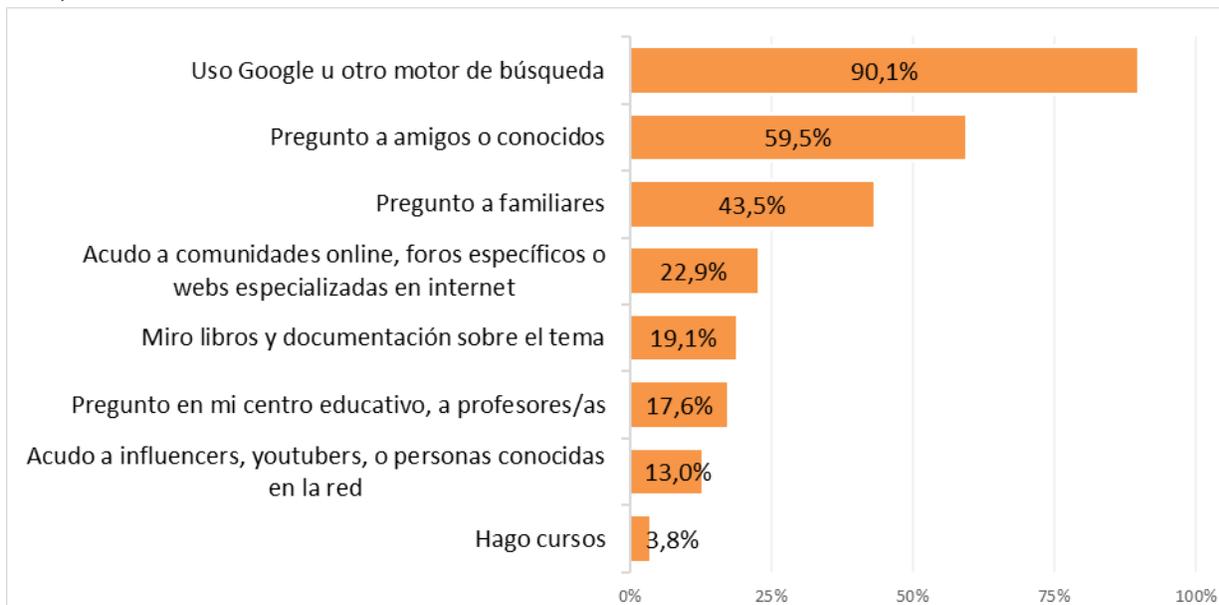
P.9. N (propio) =131; y P.10. N (del entorno) = 131

En el caso de necesitar solucionar problemas relacionados con la tecnología, adquirir conocimientos o resolver algún trabajo, el **recurso** al que casi la totalidad de las y los encuestados acuden es *Google u otro motor de búsqueda*⁴. Rondando la mitad de las y los encuestados, se sitúan *las y los amigos*, a quienes acuden casi el 60%, y a *familiares*, el 43% (a bastante más distancia se sitúan sus profesores/as). El uso de otros medios digitales, como las *comunidades online, foros o web especializadas, o acudir a otras personas a través de internet (influencers, youtubers...)*, son opciones más minoritarias.

³ La media (en una escala del 0 al 4) con la que las y los jóvenes valoran el nivel de destreza del entorno (2,62) que es estadísticamente superior a la valoración que hacen de su propio nivel (2,56).

⁴ La preferencia por el autoaprendizaje o auto capacitación prácticamente total de estas y estos jóvenes, extraída de privilegiar los motores de búsqueda en Internet como recurso, es una constante que se ha encontrado en estudios anteriores como Ballesteros et. al. (2020) Barómetro Jóvenes y Expectativa Tecnológica 2020. Madrid. Fad: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.

Gráfico 6. Recursos más utilizados a la hora de adquirir conocimientos, resolver un trabajo o solucionar problemas con la tecnología (respuesta múltiple, máx. 3 opciones). Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc)



P.8. N=131

El ranking de las tres primeras opciones de recursos en caso de aprendizaje o solucionar problemas con la tecnología se mantiene por género y edad.

Tabla 5. Ranking recursos más utilizados para adquirir conocimientos, resolver un trabajo o solucionar problemas con la tecnología según género y edad. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc).

	Mujer	Hombre	De 14 a 16 años	De 17 a 20 años
1º	Uso Google u otro motor de búsqueda (93,7%)	Uso Google u otro motor de búsqueda (84%)	Uso Google u otro motor de búsqueda (87,5%)	Uso Google u otro motor de búsqueda (92%)
2º	Pregunto a amigos o conocidos (60,8%)	Pregunto a amigos o conocidos (56%)	Pregunto a amigos o conocidos (53,6%)	Pregunto a amigos o conocidos (64%)
3º	Pregunto a familiares (45,6%)	Pregunto a familiares (42%)	Pregunto a familiares (51,8%)	Pregunto a familiares (37,3%)

Más allá de las 3 principales opciones elegidas, existe una homogeneidad en las preferencias de los recursos según género y edad, pero la ubicación en clase social y el nivel de estudios sí muestran algunas preferencias diferenciales:

- Quienes se sitúan en la clase media priorizan en mayor proporción *Google y otros motores de búsqueda* que quienes se sitúan en clase media-alta y alta. Por otro lado, quienes se ubican en una clase baja o media-baja priorizan en mayor proporción *hacer cursos* que los otros dos grupos de clase social.

- Mientras que quienes han alcanzado la secundaria obligatoria priorizan en mayor medida a sus profesores y profesoras en comparación a los otros dos grupos de nivel de estudios.

Tabla 6. Relación entre recursos más utilizados para adquirir conocimientos, resolver un trabajo o solucionar problemas con la tecnología y características socio-demográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base total muestra (excluidos NsNc).

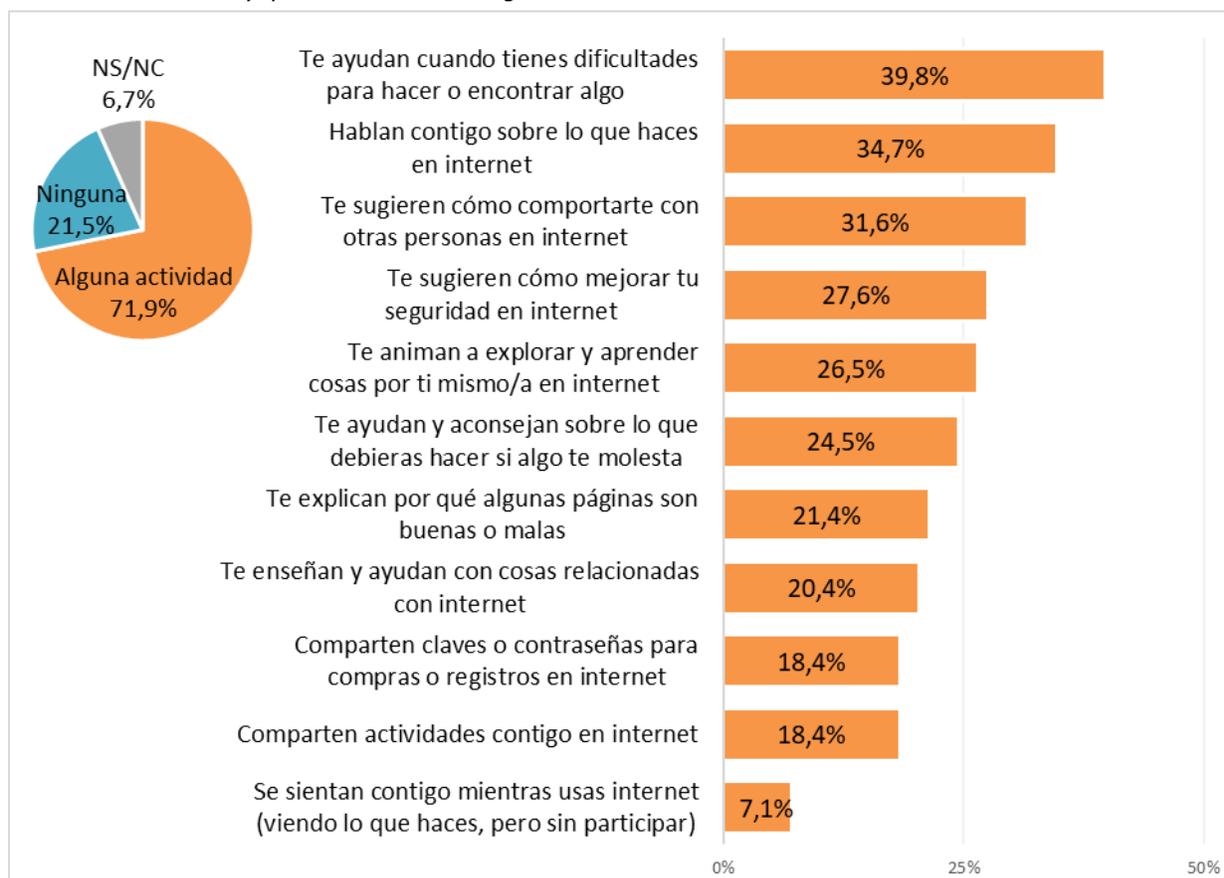
	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Uso Google u otro motor de búsqueda			(+) Media (95,1%) (-) Media alta - alta (74,1%)		90,1%
Acudo a comunidades online, foros específicos o webs especializadas en internet					22,9%
Acudo a influencers, youtubers, o personas conocidas en la red					13,0%
Pregunto a amigos o conocidos					59,5%
Pregunto a familiares					43,5%
Pregunto en mi centro educativo, a profesores/as				(+) Secund. obligatoria (28,9%)	17,6%
Miro libros y documentación sobre el tema					19,1%
Hago cursos			(+) Baja - media baja (13%) (-) Media (1,2%)		3,8%

No existe una vinculación clara entre la valoración del propio nivel de destrezas con las tecnologías digitales con preferir utilizar unos u otros de estos recursos en caso de querer adquirir conocimientos o resolver algún problema.

Se indagó sobre el **tipo de actividades** que estas y estos jóvenes realizaban **con sus progenitores**: la amplia mayoría señaló algún tipo de actividad, mientras que el 21,5% negó que realizase alguna.

En el grupo que sí realiza alguna, más de una tercera parte afirmó que sus progenitores *les ayudan cuando tienen dificultades para hacer o encontrar algo en Internet y que hablan con ellos/as sobre lo que hacen en Internet*. Entre un tercio y una cuarta parte afirman que *les sugieren cómo han de comportarse en Internet, cómo mejorar su seguridad, ayuda o consejo sobre qué hacer si algo les molesta*, y como acción más proactiva, el 26% señala que *les animan a explorar y aprender cosas por sí mismo*. El *compartir claves y contraseñas o compartir actividades* es señalado por alrededor del 20%.

Gráfico 7. Actividades vinculadas a Internet realizadas con madres y padres (respuesta múltiple). Datos en %. Base total muestra y quienes seleccionan alguna actividad.



P.12. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 98

Existen algunas diferencias según perfiles de jóvenes. En primer lugar, atendiendo a quienes *niegan* que sus progenitores realicen alguna de esas actividades:

- Quienes tienen hasta estudios secundarios obligatorios señalan en menor proporción que *ninguna*. Dicho de otra forma, el grupo de jóvenes que ha finalizado hasta la secundaria obligatoria realiza alguna actividad con sus madres y padres en mayor medida que los grupos de jóvenes con niveles de primaria o de secundaria post-obligatoria.

- Quienes se ubican en clase baja o media baja no realizan ninguna actividad vinculada a Internet con sus progenitores en mayor proporción que las y los jóvenes de las demás clases sociales. Esto podría reflejar unos contextos familiares diferenciados en los que no todos y todas las jóvenes cuentan con madres y padres con capital digital suficiente que retroalmente sus propios conocimientos y destrezas tecnológicas.
- Finalmente, mayor proporción de jóvenes entre 17 y 20 años que tampoco realizan ninguna actividad relacionada con Internet con sus madres y padres, respecto a los de menor edad.

Atendiendo ahora al grupo que señala al menos una de las actividades, se vuelven a identificar diferencias entre grupos de jóvenes y, de nuevo, ser mujer u hombre no influye. Así:

- Las y los jóvenes entre 14 y 16 años señalan en mayor grado acciones que *les explican por qué algunas páginas son buenas o malas y les aconsejan sobre lo que deberían hacer si algo les molestase en Internet*, frente al grupo de 17 a 20 años.
- Quienes se encuentran en el nivel de primaria o menos señalan en mayor medida que sus madres y padres *les hablan sobre lo que hacen en internet*, lo que contrasta con la menor proporción del grupo de estudios secundarios post-obligatorios. En cambio, el grupo de secundaria obligatoria afirma en mayor grado que sus madres y padres *les sugieren cómo mejorar su seguridad en Internet* (frente al grupo de nivel primario o menos).

Tabla 7. Relación entre actividades vinculadas a Internet realizadas con madres y padres y características sociodemográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base total muestra (excluidos NsNc) y quienes seleccionan alguna actividad.

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Ninguna actividad ⁵		(+) 17 a 20 años (29,6%) (-) 14 a 16 años (14,5%)	(+) Baja – media baja (45%)	(-) Secund. obligatoria (7,0%)	23%
Hablan contigo sobre lo que haces en internet				(+) Primaria o menos (62,5%) (-) Secund. post-obligatoria (22,5%)	34,7%
Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet					20,4%
Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)					7,1%

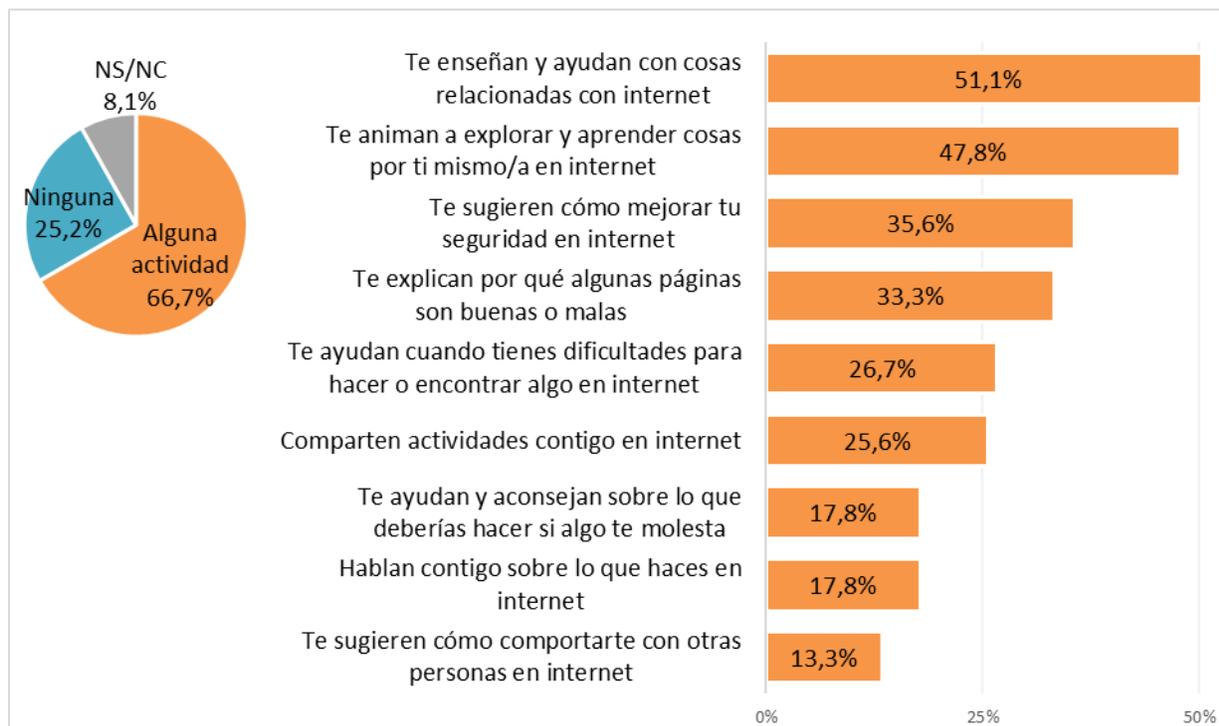
⁵ En esta primera categoría se comparan quienes responden que “ninguna” de las actividades frente a quienes han señalado al menos alguna de las actividades (excluyendo NsNc). En el resto de categorías se comparan los grupos que responden alguna de las actividades, las señaladas en la columna, frente a la elección de alguna de las otras actividades.

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet					26,5%
Comparten actividades contigo en internet					18,4%
Comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet					18,4%
Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet					39,8%
Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas		(+) 14 a 16 años (34,0%) (-) 17 a 20 años (10,0%)			21,4%
Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet				(+) Secund. obligatoria (40%) (-) Primaria o menos (6,3%)	27,6%
Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet					31,6%
Te ayudan y aconsejan sobre lo que debieras hacer si algo te molesta en internet		(+) 14 a 16 años (33,3%) (-) 17 a 20 años (16%,0)			24,5%

En cuanto a **las actividades realizadas con sus profesores y profesoras**, aumenta el porcentaje de quienes responden que *ninguna* actividad respecto a la pregunta espejo con madres y padres, aunque la mayoría señala alguna (el 67%).

En este grupo que sí señala alguna actividad, aproximadamente la mitad afirma que sus profesores/as *les enseñan y ayudan con cosas relacionadas con Internet y les animan a explorar y aprender cosas sí mismos/as*. Cerca de un tercio señala los aspectos de *mejora de su seguridad y por qué algunas páginas son buenas o malas*, y uno de cada cuatro que *les ayudan cuando tienen dificultades para hacer o encontrar algo y que comparten actividades en Internet*⁶.

Gráfico 8. Actividades vinculadas a Internet que realizan con sus profesores/as (respuesta múltiple). Datos en %. Base total muestra y quienes seleccionan alguna actividad



P.13. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 90

En las actividades que realizan las y los profesores con estas y estos jóvenes solo se identifican relaciones entre señalar que *ninguna actividad* frente a señalar alguna (independientemente de cuál): quienes tienen entre 17 y 20 años y el grupo de estudios post obligatorios muestran una mayor proporción. O, dicho de otro modo, las y los jóvenes de 14 a 16 años y de estudios hasta secundaria obligatoria desarrollan actividades vinculadas a Internet en mayor medida que jóvenes de 17 a 20 y con secundaria post-obligatoria.

⁶ La opción de respuesta de *Se sientan contigo mientras usas Internet (viendo lo que haces, pero sin participar)* no ha recibido ninguna respuesta.

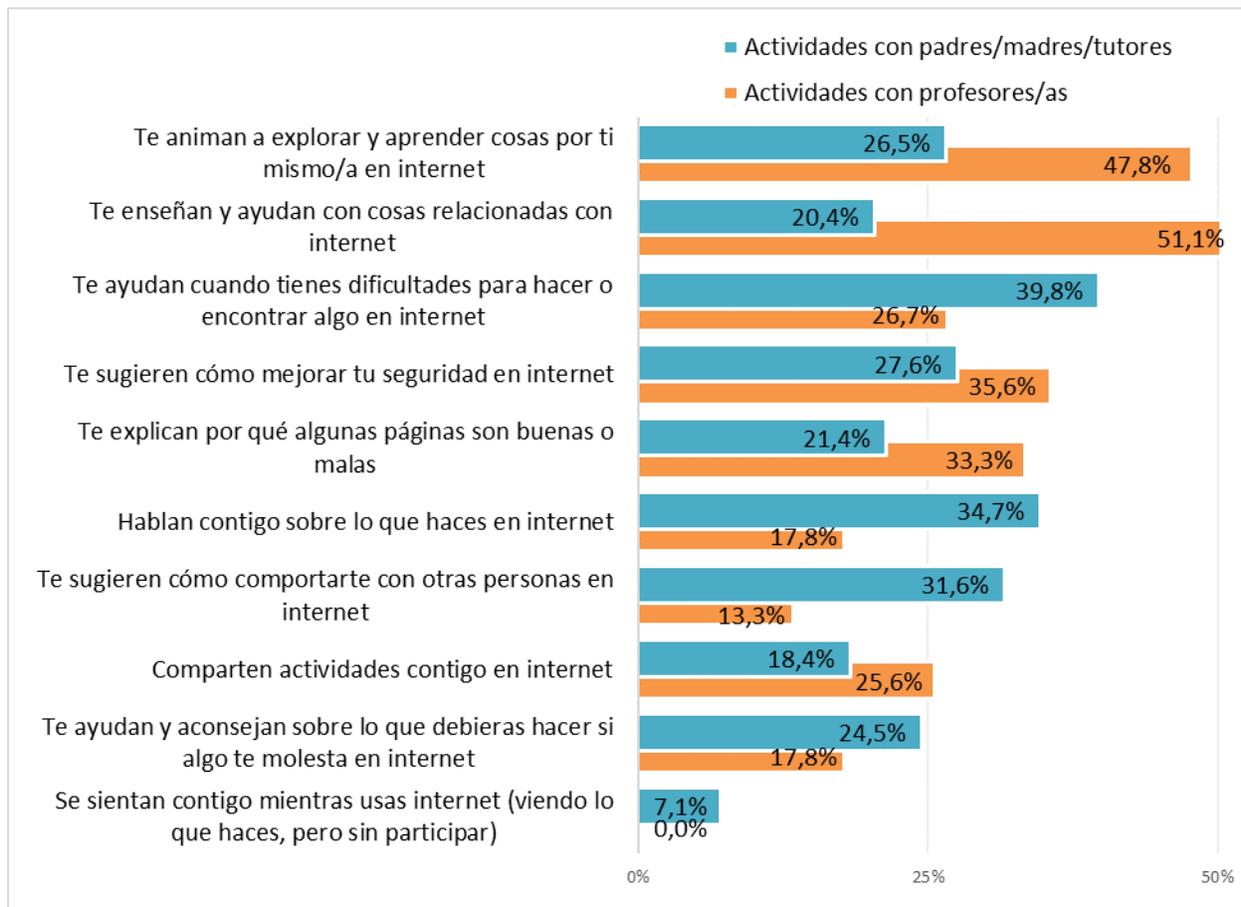
Mientras que, por tipos de actividades, la única relación identificada es que quienes se ubican en una clase alta o media alta señalan en mayor medida que el resto que sus profesores/as *hablan sobre lo que las y los jóvenes hacen en Internet*. Salvo esta excepción, esto implica que el tipo de actividades vinculadas a Internet y a la vida digital que realizan las y los docentes con sus estudiantes es independiente a si las y los jóvenes son mujeres u hombres, la edad que tengan y el nivel de estudios.

Tabla 8. Relación entre las actividades vinculadas a Internet que realizan con sus profesores/as con características sociodemográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base total muestra (excluidos NsNc) y quienes seleccionan alguna actividad.

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Ninguna actividad		(+) 17 a 20 años (35,7%) (-) 14 a 16 años (16,7%)		(-) Secund. Obligatoria (38,2%)	27,4%
Hablan contigo sobre lo que haces en internet			(+) Media alta – alta (36,8%) (-) Media (10,7%)		17,8%
Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet					51,1%
Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)					0%
Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet					47,8%
Comparten actividades contigo en internet					25,6%
Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet					26,7%
Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas					33,3%
Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet					35,6%
Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet					13,3%
Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet					26,7%

Si se comparan las diferentes **actividades** que las y los jóvenes realizan **con madres y padres o con sus profesores y profesoras**, los resultados arrojan actividades complementarias. Con madres y padres las actividades más señaladas sugieren conversar sobre las actividades online, consejos para las relaciones interpersonales y como recurso de ayuda. Mientras que con las y los profesores destaca el aprendizaje en el medio digital y el fomento de la curiosidad y el autoaprendizaje.

Gráfico 9. Comparativa entre actividades vinculadas a Internet que realizan con madres y padres y con sus profesores/as. Datos en %. Base quienes seleccionan alguna actividad

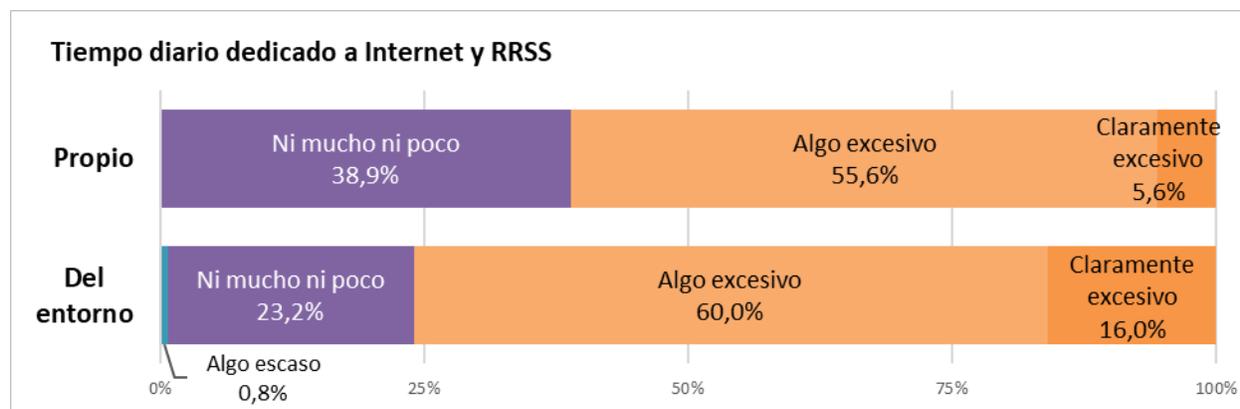


P.11 N (madres/padres) =98. P.12 N (profesores/as) = 90

6. Alfabetización mediática: prácticas de riesgo e inconvenientes

Las y los jóvenes perciben en su mayoría que tanto el **tiempo diario** que dedican a **internet y a las redes sociales**, como el que emplean sus amistades, es *algo excesivo*⁷. De hecho, valoran como más excesivo el que dedican sus amistades que el de ellas y ellos mismos⁸.

Gráfico 10. Valoración del tiempo que se pasa diariamente en Internet y redes sociales propio y del entorno de amigos/as y conocidos/as. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc).



P.15. N (propio) =126; y P.16. N (del entorno) = 125

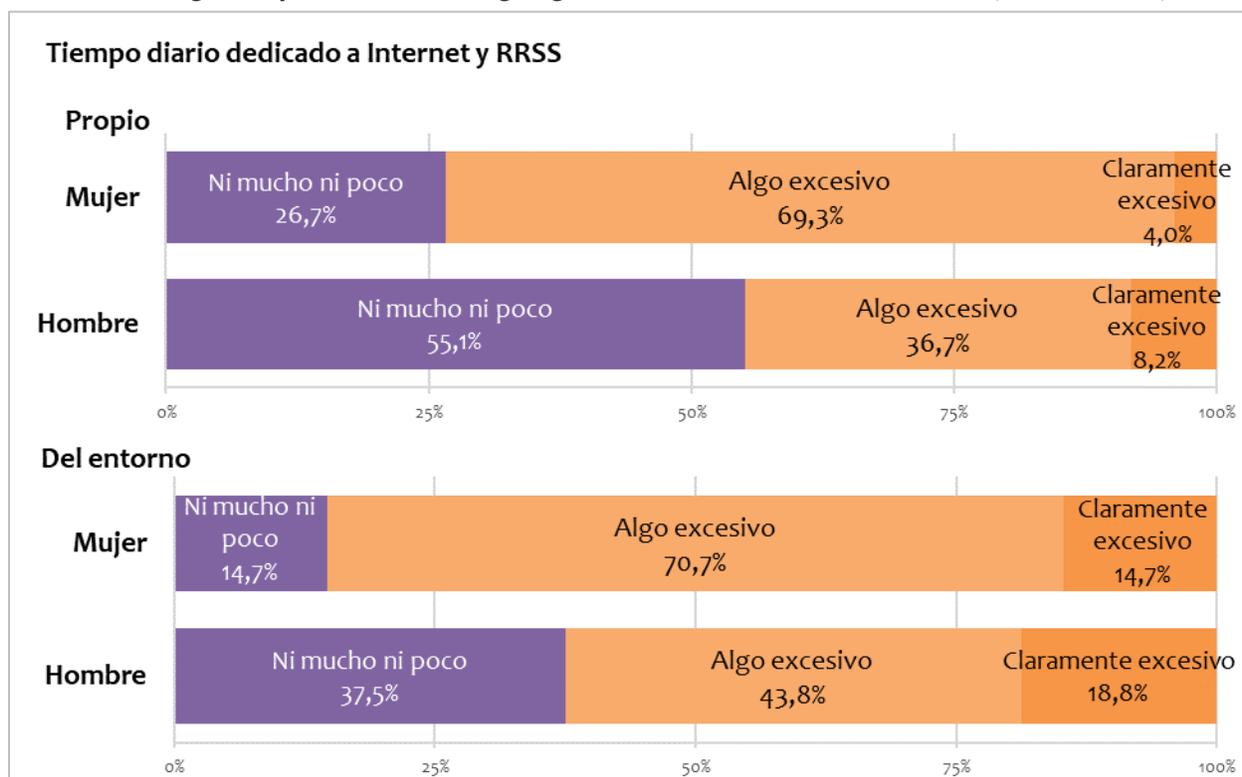
Estas posiciones críticas sobre el tiempo que dedican a redes sociales e Internet están más presentes entre las mujeres (que en su mayoría seleccionan que es *algo excesivo*) que entre los hombres (que seleccionan en su mayoría *ni mucho ni poco*) de una forma reseñable⁹. Tanto ellas como ellos mantienen la pauta de acentuar como excesivo el tiempo diario dedicado por su entorno respecto al propio. Por otro lado, la valoración de la dedicación en tiempo a Internet y redes sociales es relativamente homogénea (se muestra independiente) por edad, ubicación en clase social y nivel de estudios.

⁷ En ninguna de las dos preguntas hay casos que escogiesen que es “claramente escaso”, y en ningún caso se valoró como “escaso” el tiempo que ellas y ellos mismos le dedican.

⁸ Existe una diferencia de medias (escala del 1 al 5) significativamente superior al tiempo que dedican en su entorno (3,91) respecto al propio (3,67).

⁹ También ellas valoran de media (3,77) el tiempo diario que dedican a Internet y las redes sociales de forma significativamente superior a lo que lo hacen los hombres (3,53).

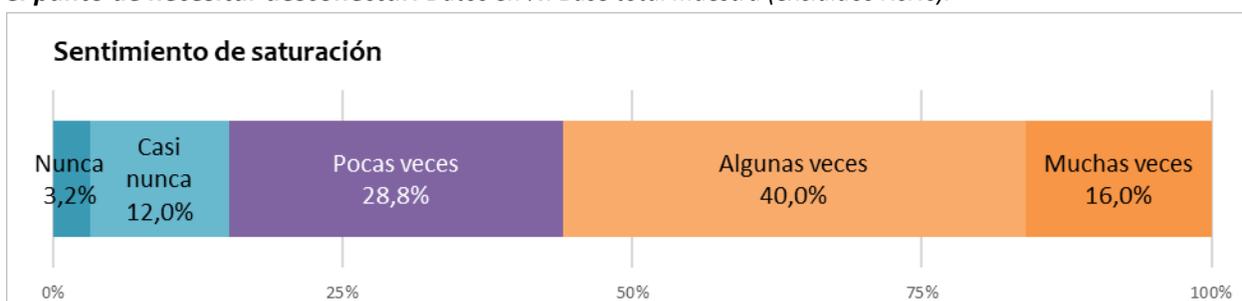
Gráfico 11. Valoración del tiempo que se pasa diariamente en Internet y redes sociales propio y del entorno de amigos/as y conocidos/as, según género. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc).



P.15. N (propio) =124; y P.16. N (del entorno) = 123

Respecto a la frecuencia con la que las y los jóvenes **se han sentido saturados** por el uso de Internet y redes sociales, algo más de la mitad reconoce que *algunas* o *muchas veces*, mientras que solo el 15,2% afirma que *nunca* o *casi nunca*, ligeramente menos que quienes reconocen que *muchas veces*.

Gráfico 12. Frecuencia con la que se ha sentido saturación por el uso de Internet y/o redes sociales hasta el punto de necesitar desconectar. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc).



P.17. N=125

De nuevo, el género está muy relacionado con que se sienta en mayor grado ese sentimiento de saturación¹⁰, siendo las mujeres las que admiten sentirse saturadas por el uso de Internet y las redes

¹⁰ Datos congruentes con otros estudios sobre jóvenes y tecnología de la Fad-CRS.

sociales con más frecuencia que los hombres. En cambio, las y los más jóvenes, de 14 a 16 años, y quienes tienen hasta estudios primarios o menos, muestran una tendencia a haberse sentido con menos frecuencia saturados/as. No hay diferencias según clase social.

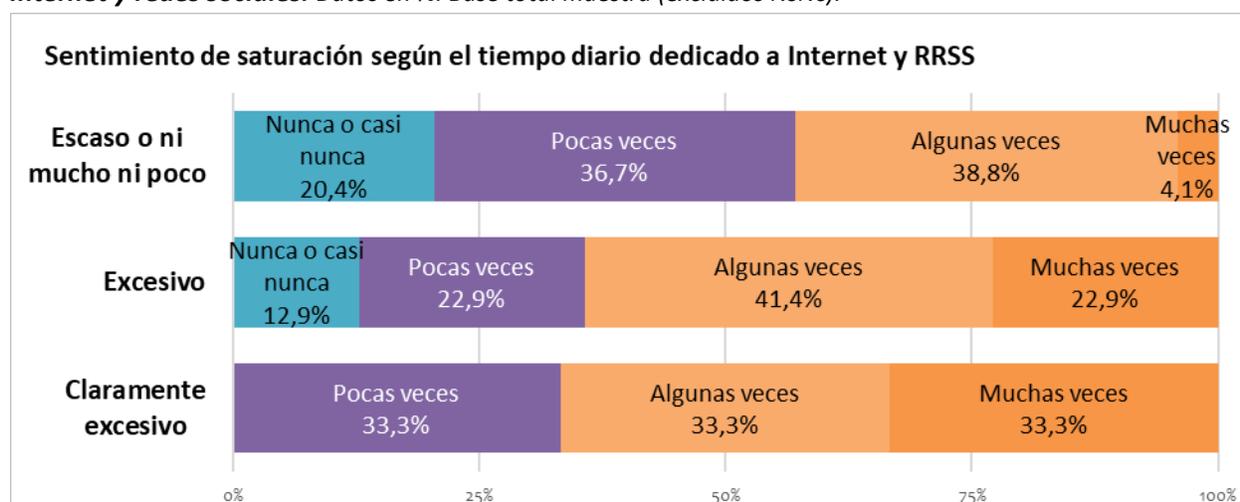
Tabla 9. Frecuencia con la que se ha sentido saturación por el uso de Internet y/o redes sociales hasta el punto de necesitar desconectar según género, edad y nivel de estudios. Datos en media y %. Base total muestra (excluidos NsNc).

		Nunca o casi nunca	Pocas veces	Algunas veces	Muchas veces	Total	Media ¹¹	Recuento
Género**	Mujer	10,7%	20,0%	46,7%	22,7%	100,0%	3,79	48
	Hombre	20,8%	43,8%	29,2%	6,3%	100,0%	3,19	75
Edad**	De 14 a 16 años	25,5%	32,7%	30,9%	10,9%	100,0%	3,22	55
	De 17 a 20 años	7,1%	25,7%	47,1%	20,0%	100,0%	3,79	70
Nivel de estudios finalizados**	Primarios o menos	21,7%	47,8%	30,4%	0,0%	100,0%	3,04	23
	Secundarios obligatorios	20,5%	29,5%	34,1%	15,9%	100,0%	3,43	44
	Secund. post obligatorios	7,0%	21,1%	49,1%	22,8%	100,0%	3,84	57

(**) En negrita asociación o diferencia de medias entre categorías estadísticamente significativa para la muestra (P < 0.05).

De manera coherente existe relación entre considerar el tiempo diario dedicado a Internet y redes sociales como más excesivo y aumentar la frecuencia con la que se reconoce haberse sentido saturado o saturada por su uso, especialmente en la mayor recurrencia, *muchas veces*.

Gráfico 13. Frecuencia con la que se ha sentido saturación según el tiempo que se pasa diariamente en Internet y redes sociales. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc).



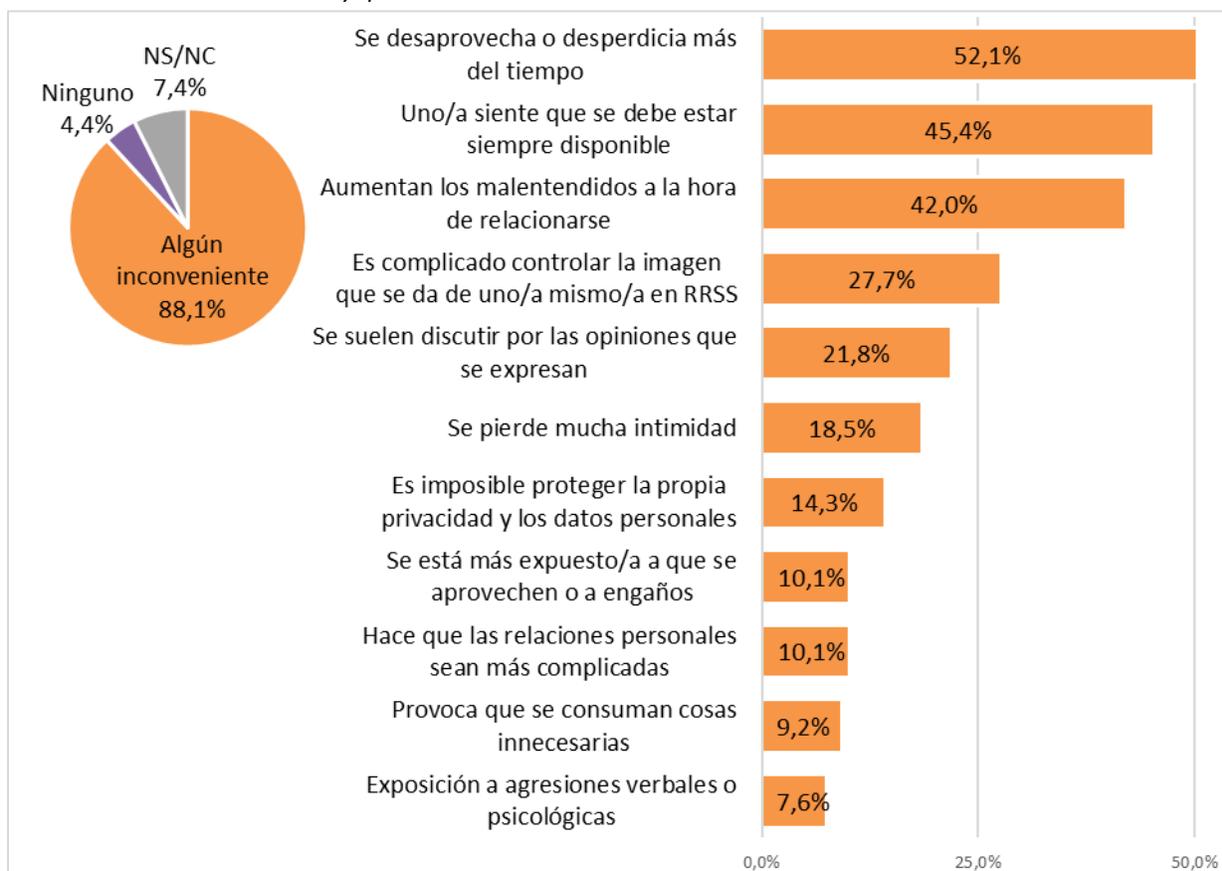
P.15 y P.17 N= 125

¹¹ Escala del 1 al 5.

La amplia mayoría de las y los jóvenes reconoce que Internet y las redes sociales implican algún tipo de **inconveniente** para ellas y ellos mismos o para su entorno de amistades, siendo muy residual el grupo que niega que exista alguno.

Los principales inconvenientes se vinculan por un lado con la dedicación en tiempo, con ítems como se *desaprovecha* o la *sensación de estar siempre disponible*, y por otro con la forma de relacionarse con los demás (*aumentan los malentendidos*). Aspectos vinculados con la (sobre) exposición en el medio digital tienen menos importancia en general (una cuarta parte ve como principal inconveniente *controlar su propia imagen en redes sociales* y cerca de un 20% la *pérdida de intimidad*). Los inconvenientes relacionados con la *seguridad*, el riesgo de *ciberbullying* o el *consumismo* son priorizados por una proporción bastante minoritaria de jóvenes.

Gráfico 14. Principales inconvenientes de Internet y redes sociales (respuesta múltiple, máx. 3 opciones).
 Datos en %. Base total muestra y quienes señalan al menos un inconveniente



P.18. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 119

Tanto hombres como mujeres, como por tramos de edad, los tres principales inconvenientes priorizados son los mismos. La única pauta diferenciadora es que las y los jóvenes entre 17 a 20 años sitúan como primer inconveniente que *uno siente que debe estar siempre disponible*, seguido por *se desaprovecha o desperdicia más tiempo*.

Tabla 10. Ranking de los principales inconvenientes de Internet y redes sociales según género y edad.

Datos en %. Base quienes señalan al menos un inconveniente

	Mujer	Hombre	De 14 a 16 años	De 17 a 20 años
1º	Se desaprovecha o desperdicia más del tiempo (56,8%)	Se desaprovecha o desperdicia más del tiempo (45,5 %)	Se desaprovecha o desperdicia más del tiempo (58,3%)	Uno/a siente que se debe estar siempre disponible (50,7%)
2º	Uno/a siente que se debe estar siempre disponible (50,0%)	Uno/a siente que se debe estar siempre disponible (36,4%)	Uno/a siente que se debe estar siempre disponible (37,5%)	Se desaprovecha o desperdicia más del tiempo (47,9%)
3º	Aumentan los malentendidos a la hora de relacionarse (45,9%)	Aumentan los malentendidos a la hora de relacionarse (34,1%)	Aumentan los malentendidos a la hora de relacionarse (37,5%)	Aumentan los malentendidos a la hora de relacionarse (45,1%)

Más allá del ranking de los principales inconvenientes, existen diferencias en la percepción de los principales inconvenientes entre los perfiles de jóvenes:

- En primer lugar, las y los más jóvenes de 14 a 16 años muestran una tendencia a negar que exista algún tipo de inconveniente de Internet y las redes sociales frente a quienes tienen entre 17 y 20 años que muestran una postura más crítica (que en todos los casos señalaron alguno).
- Por tipos de inconvenientes priorizados, es el nivel de estudios la característica que influye entre elegir uno u otro tipo. Así, quienes tienen estudios hasta primaria o menos dan más relevancia a la *pérdida de intimidad*, que contrasta con la menor proporción de jóvenes con estudios de secundaria post-obligatoria que la han elegido. En cambio, este último grupo da más importancia como inconveniente al *consumo innecesario* de cosas.

Ni el género ni la clase social implican diferencias relevantes en la percepción de los inconvenientes de Internet y las redes sociales. No obstante, aunque no se puede confirmar con seguridad, es posible que los hombres perciban en mayor medida que las mujeres que Internet y las redes sociales no tienen ningún inconveniente¹².

Tabla 11. Relación de los principales inconvenientes de Internet y redes sociales según características sociodemográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base total muestra (excluidos NsNc) y quienes señalan al menos un inconveniente

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Ninguno		(+) 14 a 16 años (11,1%) (-) 17 a 20 años (0%)			4,8%

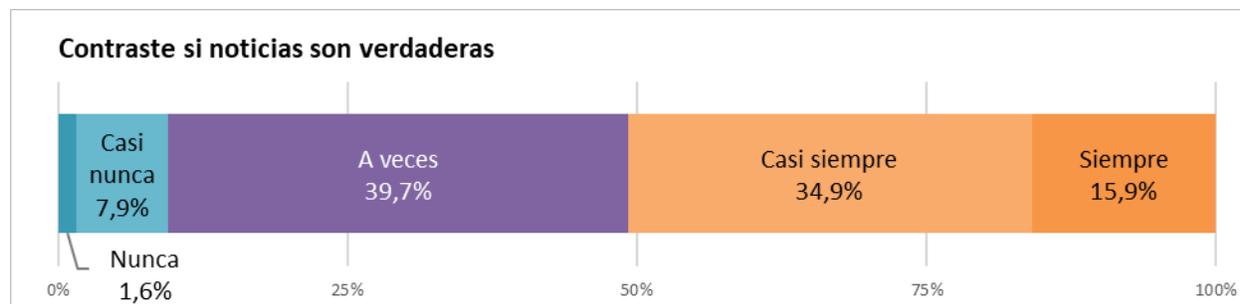
¹² Debido posiblemente al tamaño de la muestra no se muestra significativo con el suficiente nivel de confianza, pero los resultados descriptivos arrojan que un 8,3% de los hombres seleccionó ningún inconveniente frente al 1,3% de las mujeres que mostró esta misma opinión.

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Aumentan los malentendidos a la hora de relacionarse					42,0%
Uno/a siente que se debe estar siempre disponible					45,4%
Se desaprovecha o desperdicia más del tiempo					52,1%
Es complicado controlar la imagen que se da de uno/a mismo/a en RRSS					27,7%
Se pierde mucha intimidad				(+) Primaria o menos (35%) (-) Secund. post-obligatoria (7,1%)	18,5%
Se suelen discutir por las opiniones que se expresan					21,8%
Es imposible proteger la propia privacidad y los datos personales					14,3%
Provoca que se consuman cosas innecesarias				(+) Secund. post-obligatoria (16,1%)	9,2%
Exposición a agresiones verbales o psicológicas					7,6%
Hace que las relaciones personales sean más complicadas					10,1%
Se está más expuesto/a a que se aprovechen o a engaños					10,1%

7. Alfabetización mediática: interpretación de la información

Las y los jóvenes afirman que con relativa frecuencia procuran **contrastar la veracidad de la información o noticias que reciben en redes sociales**, un 40% asegura que *a veces* y un 35% *casi siempre*. Aunque 1 de cada 10 no lo hace *nunca o casi nunca*.

Gráfico 15. Frecuencia con la que se procura contrastar si una noticia recibida por redes sociales es verdadera. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc).



P. 19. N = 126

Según las características sociodemográficas, los hombres procuran contrastar si son verdaderas con menor frecuencia que las mujeres. En términos globales no hay mucha diferencia por edad, sin embargo, hay un conjunto de personas en el grupo más joven que se sitúa en los extremos (*nunca o casi nunca* frente a *siempre*) en mayor proporción que quienes tienen entre 17 a 20 años. Finalmente, quienes tienen hasta la educación primaria o menos muestran una mayor tendencia a no contrastar *nunca o casi nunca*, especialmente comparado con quienes tienen hasta secundaria post-obligatoria. Mientras que no se identifican diferencias según la ubicación en clase social.

Tabla 12. Frecuencia con la que se procura contrastar si una noticia recibida por redes sociales es verdadera según género, edad y nivel de estudios. Datos en media y %. Base total muestra (excluidos NsNc).

		Nunca o casi nunca	Pocas veces	Casi siempre	Siempre	Total	Media ¹³	Recuento
Género*	Mujer	5,3%	38,7%	37,3%	18,7%	100%	3,68	75
	Hombre	16,3%	42,9%	28,6%	12,2%	100%	3,35	49
Edad*	De 14 a 16 años	16,4%	30,9%	29,1%	23,6%	100%	3,56	55
	De 17 a 20 años	4,2%	46,5%	39,4%	9,9%	100%	3,55	71

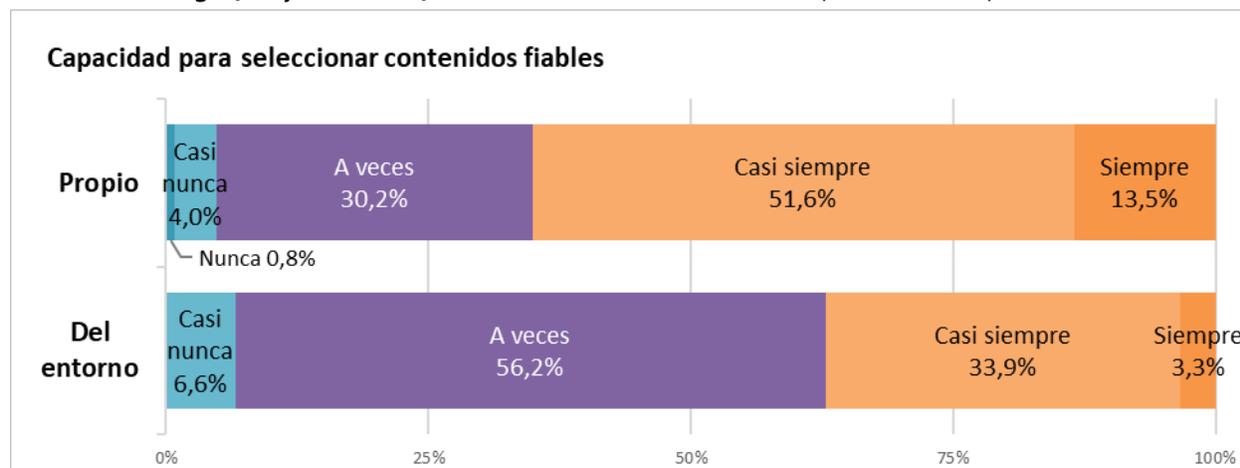
¹³ Escala del 1 al 5.

		Nunca o casi nunca	Pocas veces	Casi siempre	Siempre	Total	Media ¹³	Recuento
Nivel de estudios finalizados*	Primarios o menos de primarios	20,8%	29,2%	29,2%	20,8%	100%	3,41	22
	Secundarios obligatorios	13,6%	40,9%	27,3%	18,2%	100%	3,50	44
	Secund. post obligatorios	1,8%	43,9%	43,9%	10,5%	100%	3,63	57

(*)En negrita la asociación entre categorías o diferencia de medias estadísticamente significativa para la muestra ($P < 0.05$).

Por otro lado, la mayoría de las y los jóvenes se sienten **capaces de seleccionar contenidos fiables en Internet**, la mitad *casi siempre*. Esta capacidad la atribuyen en menor grado a sus amistades y conocidos, donde más de la mitad cree que *a veces* son capaces de seleccionar contenidos fiables¹⁴. Es decir, las y los jóvenes confían más en sus propias capacidades para verificar la información en Internet que en las de su entorno de amistades, aunque valoren como algo superior su nivel de destreza en el manejo de las tecnologías respecto al propio.

Gráfico 16. Valoración de la capacidad para seleccionar contenidos fiables en Internet propia y del entorno de amigos/as y conocidos/as. Datos en %. Base total muestra (excluidos NsNc)



P. 20. N (propio) = 126. P. 21. N (del entorno) = 121

La valoración de la capacidad para seleccionar contenidos fiables es bastante homogénea por género, edad, nivel de estudios finalizado y auto-ubicación en clase social. En cambio, sí hay diferencias entre la frecuencia con la que se contrastan las noticias y la valoración de la capacidad para seleccionar contenidos fiables: a mayor frecuencia al contrastar, mayor valoración de su capacidad¹⁵.

¹⁴ En la escala del 1 al 5, las y los jóvenes valoran de media su propia capacidad para seleccionar contenidos fiables en Internet (3,73) de forma significativamente superior a la que atribuyen a las amistades de su entorno (3,34).

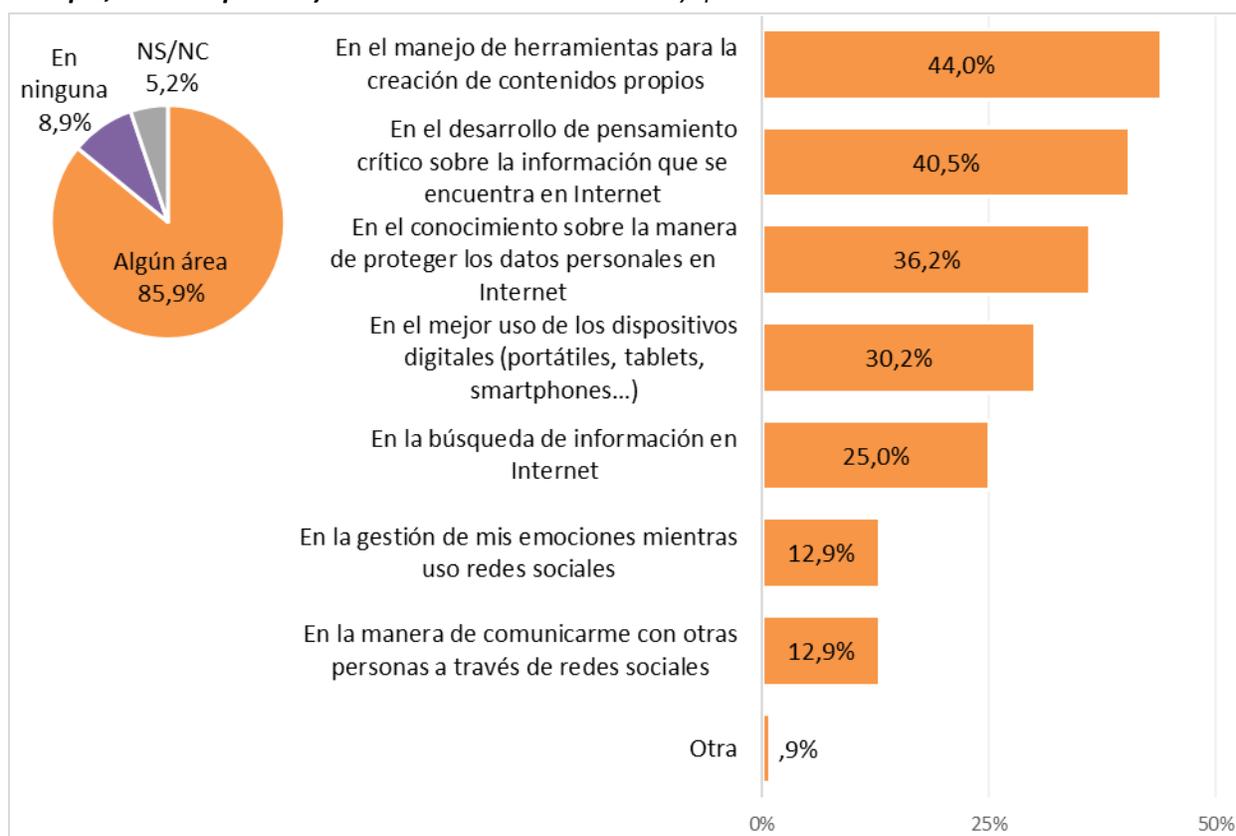
¹⁵ Por ejemplo, entre quienes contrastan las noticias nunca o casi nunca se asocian a responder que se ven *a veces* capaces para seleccionar contenidos fiables (un 66,7% de este grupo); quienes contrastan casi siempre, se asocian con que *casi siempre* se ven

8. Oportunidades de mejora y barreras en la alfabetización digital

Existe una percepción mayoritaria entre las y los jóvenes de que **necesitan mejorar en algún área en el manejo de las tecnologías** (solo un 9% lo niega).

Entre las áreas de mejora priorizadas, el primer lugar lo ocupa un aspecto de la alfabetización digital con *el manejo las herramientas para la creación de contenidos propios* y muy de cerca un aspecto básico de la alfabetización mediática, *el pensamiento crítico para valorar la información que se encuentra en Internet*, ambas opciones seleccionadas por el 40% o más de estas y estos jóvenes. *Proteger los datos personales* es otro elemento destacado para más un tercio y *el mejor uso de los dispositivos digitales*. Mientras que otra serie de aspectos más relacionados con las habilidades emocionales e interpersonales en el medio digital son minoritarias¹⁶.

Gráfico 17. Parcelas del manejo de las tecnologías digitales en las que se necesita mejorar (respuesta múltiple, máx. 3 opciones). Datos en %. Base total muestra y quienes señalan al menos un área.



P.14. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 116

capaces (un 63,6%), mientras que quienes afirman que siempre contrastan, se asocian a responder que siempre se ven capaces (un 30% del grupo).

¹⁶ En la opción de otras, un caso añadió "En el manejo de componentes gráficos".

En el ranking de las áreas de mejora según género y edad, los hombres privilegian en la primera posición el uso de los dispositivos digitales, y el tramo de edad más joven lo sitúan en segundo lugar, sin que seleccionen las herramientas de creación de contenidos propios entre las primeras posiciones (en su lugar privilegian la búsqueda de información en Internet).

Tabla 13. Ranking principales áreas de mejora en el manejo de las tecnologías digitales. Datos en %. Base quienes señalan al menos un área.

	Mujer	Hombre	De 14 a 16 años	De 17 a 20 años
1º	En el manejo de herramientas para la creación de contenidos propios (49,3%)	En el mejor uso de los dispositivos digitales (48,9%)	En el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en Internet (39,6%)	En el manejo de herramientas para la creación de contenidos propios (57,4%)
2º	En el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en Internet (47,8%)	En la búsqueda de información en Internet (33,3%) En el conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en Internet (33,3%)	En el mejor uso de los dispositivos digitales (31,3%)	En el conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en Internet (45,6%)
3º	En el conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en Internet (49,3%)	En el manejo de herramientas para la creación de contenidos propios (33,3%)	En la búsqueda de información en Internet (31,3%)	En el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en Internet (41,2%)

Ahondado en las diferencias por perfiles, en primer lugar, en la comparación entre elegir *ninguna mejora* respecto a seleccionar *alguna*, solo se encuentran diferencias con el nivel de estudios finalizados, donde el grupo de estudios primarios o menos muestra una tendencia a negar que exista algún área en la que puedan mejorar.

En segundo lugar, las áreas de mejora que priorizan unos más que a otras según perfiles son:

- El manejo de las herramientas de creación de contenidos y en la protección de datos personales en Internet entre quienes tienen más edad respecto a las personas más jóvenes.
- Mayor proporción de mujeres, respecto a hombres, sitúa entre las 3 principales áreas, la gestión de las emociones y el desarrollo del pensamiento crítico sobre la información en internet. Mientras que los hombres priorizan en mayor proporción que ellas el mejor uso de los dispositivos digitales.

Tabla 14. Relación entre áreas de mejora en el manejo de las tecnologías digitales con características sociodemográficas. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base total muestra (excluidos NsNc) y quienes señalan al menos un área.

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
Ninguna				(+) Primaria o menos (20%)	8,9%

	Género	Edad	Clase social	Nivel de estudios	General
En el mejor uso de los dispositivos digitales (...)	(+) Hombre (48,9%) (-) Mujer (18,8%)		(-) Media alta – alta (8,3%)		30,2%
En la búsqueda de información en Internet					25,0%
En el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en Internet	(+) Mujer (47,8%) (-) Hombre (28,9%)				40,5%
En el conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en Internet		(+) 17 a 20 años (46,6%) (-) 14 a 16 años (22,9%)			36,2%
En la manera de comunicarme con otras personas a través de redes sociales					12,9%
En el manejo de herramientas para la creación de contenidos propios		(+) 17 a 20 años (57,4%) (-) 14 a 16 años (25%)			44,0%
En la gestión de mis emociones mientras uso redes sociales	(+) Mujer (18,8%) (-) Hombre (4,4%)				12,9%

De forma bastante coherente, existe relación entre la *valoración del nivel de destreza* con las tecnologías digitales con los aspectos de mejora relacionados con la alfabetización digital. Así:

- En el *mejor uso de los dispositivos digitales* existe una mayor proporción de jóvenes que seleccionan este aspecto en el grupo con el nivel de destreza *bajo*.
- Mientras que el *manejo de herramientas para la creación de contenidos propios* es menos importante para las y los jóvenes que valoraron su nivel de destreza como *muy alto* en comparación con quienes consideran tener un nivel más bajo.

Esto a su vez implica el que las y los jóvenes consideren que tienen un buen nivel de destreza, se podría decir técnica, no hace que les resten importancia a otros elementos relevantes en los que mejorar más vinculados con la alfabetización mediática.

Mientras que también se identifica relación respecto al *desarrollo del pensamiento crítico* según la valoración de determinados elementos vinculados a la alfabetización mediática¹⁷:

- Quienes consideran que el *tiempo que dedican diariamente a Internet y redes sociales es algo excesivo* priorizan esta área de mejora respecto a quienes consideran que le dedican menos tiempo.
- Así mismo, quienes se encuentran en los extremos en la valoración de si se sienten *capaces para seleccionar contenidos fiables en Internet* (siempre - nunca) priorizan en menor medida el desarrollo del pensamiento crítico como área de mejora. Esto podría implicar que las y los jóvenes que no se preocupan por seleccionar contenidos fiables, o bien se muestran muy seguros/as en su selección, o no consideran tan relevante el desarrollo del pensamiento crítico.

Tabla 15. Relación entre áreas de mejora en el manejo de las tecnologías digitales con valoración de capacidades y habilidades. Datos en %. Resumen tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$. Base total muestra (excluidos NsNc) y quienes señalan al menos un área.

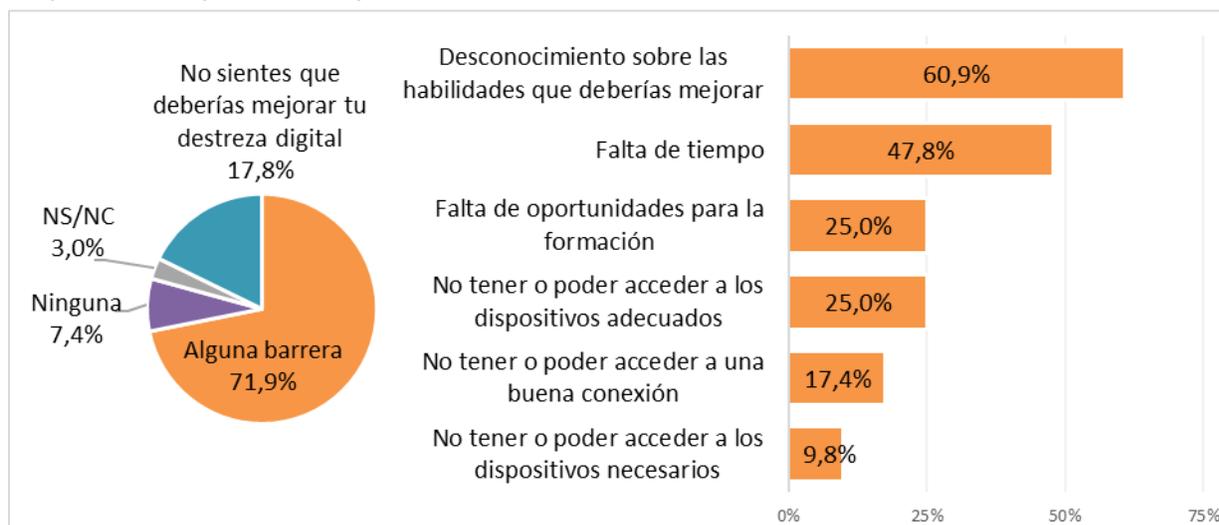
	Nivel de destreza con las tecnologías digitales	Valoración del tiempo dedicado a Internet y RRSS	Capacidad para seleccionar contenidos fiables	General
Ninguna				8,9%
En el mejor uso de los dispositivos digitales (...)	(+) Bajo (75%) (-) Alto (19,1%)			30,2%
En la búsqueda de información en Internet				25,0%
En el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en Internet		(+) Algo excesivo (50,8%) (-) Ni mucho ni poco (29,5%)	(-) Siempre (13,3%) (-) Nunca (0%)	40,5%
En el conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en Internet				36,2%
En la manera de comunicarme con otras personas a través de redes sociales				12,9%
En el manejo de herramientas para la creación de contenidos propios	(-) Muy alto (10%)			44,0%
En la gestión de mis emociones mientras uso redes sociales				12,9%

¹⁷ No se han identificado relaciones entre las áreas de mejora con la frecuencia con la que se han sentido saturados/as por el uso de Internet y redes sociales, ni con la frecuencia con la que procuraran contrastar la veracidad de las noticias que reciben por redes sociales.

En cuanto a las **barreras que identifican para mejorar sus destrezas digitales**, un 18% *no siente que las debería mejorar*, mientras que asumiendo que sí sienten que deberían, un 72% señala *algún tipo de barrera* para esa mejora y un 7,4% *ninguna*.

Focalizando en el grupo mayoritario que señala algún tipo de barrera para la mejora de sus destrezas, más de la mitad de estas personas prioriza que *desconoce qué tipo de habilidades debería mejorar*, la mitad señala la *falta de tiempo*, y a más distancia, la *falta de oportunidades de formación* y la *falta de dispositivos adecuados*. Esto implicaría, por un lado, que las barreras de tipo físico y materiales, el acceso a internet y acceso a dispositivos necesarios no implica un problema importante en el desarrollo de habilidades digitales de las y los jóvenes. Mientras que, por otro lado, la priorización en el desconocimiento de habilidades y la falta de tiempo se puede interpretar desde existencia de una conciencia sobre el ritmo acelerado de los cambios sociales y tecnológicos que exigen una actualización continua, así como de esa forma privilegiada de autoaprendizaje constante en lo referente a las competencias digitales.

Gráfico 18. Principales barreras que impiden la mejora en el manejo de las tecnologías digitales (respuesta múltiple, máx. 3 opciones). Datos en %. Base total muestra y quienes señalan al menos una barrera.



P.18. N (gráf. izq.) =135; N (gráf. dcha.) = 92

En primer lugar, *no sentir que deberían mejorar*, señalar *algún tipo de barrera* o *ninguna*, guarda relación con el nivel de destreza con las tecnologías, mientras que no hay diferencias según género, edad, clase social o nivel de estudios. Así¹⁸:

- Quienes consideran su nivel de destreza en el manejo de las tecnologías como *bajo* e *intermedio* se asocian con señalar *algún tipo de barrera* (con unos porcentajes de respuesta dentro de estos grupos del 100% y del 83,3% respectivamente).
- Quienes consideran que su nivel es *muy alto* se relacionan con responder que no identifican *ninguna barrera* (con un porcentaje de respuesta del grupo del 25%).

¹⁸ Tendencias destacables para la muestra $P < 0.05$.

- Mientras que quienes califican su nivel como *alto* tienen una mayor proporción de respuesta en que *no sienten que deberían mejorar su nivel de destreza* (con un 29,4%).

En segundo lugar, en el análisis de los tipos de barreras para la mejora de las destrezas en el manejo de las tecnologías se identifica que en el ranking de las tres más importantes es bastante constante por género y edad. Aunque son las y los más jóvenes, de 14 a 16 años, quienes otorgan más importancia a la *falta de tiempo* sobre el *desconocimiento de las habilidades que deberían mejorar* y sitúan en tercer lugar la *falta de dispositivos adecuados* en lugar de la *falta de oportunidades de formación*.

Tabla 16. Ranking de las principales barreras para la mejora de la destreza en el manejo de las tecnologías digitales por género y edad. Datos en %. Base quienes señalan al menos una barrera.

	Mujer	Hombre	De 14 a 16 años	De 17 a 20 años
1º	Desconocimiento sobre las habilidades que deberías mejorar (64,9%)	Desconocimiento sobre las habilidades que deberías mejorar (52,9%)	Falta de tiempo (52,5%)	Desconocimiento sobre las habilidades que deberías mejorar (69,2%)
2º	Falta de tiempo (50,9%)	Falta de tiempo (44,1%)	Desconocimiento sobre las habilidades que deberías mejorar (50%)	Falta de tiempo (44,2%)
3º	Falta de oportunidades para la formación (24,6%) No tener o poder acceder a los dispositivos adecuados (24,6%)	Falta de oportunidades para la formación (26,5%)	No tener o poder acceder a los dispositivos adecuados (27,5%)	Falta de oportunidades para la formación (26,9%)

No obstante, no hay diferencias entre elegir una barrera frente a otras por género, edad o nivel de estudios, pero sí respecto a la clase social. En concreto quienes se ubican en una clase baja o media baja priorizan en mayor medida que el resto de grupos el *no tener o poder acceder a dispositivos adecuados* (con un 46,7% de las respuestas del grupo, frente al 22,4% del grupo de clase media y el 12,5% del de clase media o media alta, que también la eligió).

Finalmente, el nivel de destreza en el manejo de las tecnologías también se asocia con determinadas barreras. El *desconocimiento sobre las habilidades que deberían mejorar* es comparativamente menos importante como barrera para quienes valoran su nivel como *muy alto* (elegida por el 16,7% de este grupo, mientras que en los otros niveles es elegida por cerca o más de 60%). Mientras que la *falta de oportunidades para la formación* es más importante para el grupo que valora su nivel como *intermedio* (con el 34% de las personas de este grupo, y siendo inferior del 15% para los niveles de alto o muy alto y bajo).

9. Conclusiones

El uso habitual de plataformas y redes sociales por parte de la población joven es un fenómeno ampliamente conocido. Según los resultados de este sondeo, la media de plataformas de uso habitual son 3 y las más utilizadas habitualmente son Instagram (por prácticamente la totalidad), YouTube, Tik-Tok y, a más distancia, Twitter (el 40%). No obstante, hay preferencias diferenciales según perfiles: mayor proporción de mujeres que de hombres utilizan Instagram, Facebook y Twitter, mientras que ellos más que ellas los foros y YouTube. Las y los jóvenes más adultos utilizan proporcionalmente más Facebook y Twitter, mientras que quienes tienen entre 14 y 16 años utilizan en mayor medida Tik-Tok.

Los usos más frecuentes que realizan en las redes sociales es seguir los contenidos de otras personas sin interactuar o interactuando y reenviar contenidos, siendo las mujeres las que en mayor medida crean contenidos propios. Respecto a los temas de esos contenidos que generan para las redes sociales destacan el ocio y tiempo libre, humorísticos y culturales, aunque existen diferentes preferencias según género (por ejemplo, los hombres se inclinan más por los deportes que ellas, y las mujeres más por los de moda y tendencias y los culturales) y por edad (los jóvenes más mayores por los temas políticos, sobre la actualidad o sobre aspectos profesionales que quienes tienen menos edad). También algunos de estos temas, especialmente de carácter activista, se asocian a utilizar una plataforma o red social frente a otras, por ejemplo, tener una web o un blog con temas de ecología, o utilizar de forma habitual Twitter con generar contenidos sobre política y actualidad.

La amplia mayoría de las y los jóvenes sitúan su nivel de destreza en el manejo de las tecnologías digitales entre intermedio y alto, sin que características como el género o la edad influyan en esta valoración.

El principal recurso para aprender o resolver problemas vinculados a la tecnología, para 9 de cada 10 jóvenes, es Google u otros buscadores, seguido a bastante distancia por sus amistades (60%) o familiares (43,5%) que son los 3 elementos elegidos por un mayor número.

Se desprende que estas y estos jóvenes desarrollan su vida online de manera relativamente autónoma de las figuras mediadoras: el 21,5% de jóvenes niega que realicen alguna actividad vinculada a Internet y al medio y vida digital con sus madres y padres y el 25% con sus profesores y profesoras. No obstante, este hecho depende, en el caso de sus docentes, de la edad y nivel de estudios de las y los jóvenes, y en el entorno de familiar, depende además de la clase social en la que se ubican. Las actividades que se señalan por un mayor número de jóvenes parecen complementarias entre la esfera familiar y la educativa: con madres y padres las actividades sugieren conversar sobre las actividades online, consejos para las relaciones interpersonales y como recurso de ayuda, mientras que con sus docentes destaca el aprendizaje en el medio digital y el fomento de la curiosidad y el autoaprendizaje.

Más de la mitad de las y los jóvenes considera que el tiempo diario que dedican a Internet y las redes sociales es algo excesivo (y más excesivo valoran el tiempo que dedican sus amistades y conocidos/as), y son ellas las que en mayor medida lo creen (el 69,3% de las mujeres cree que es algo excesivo frente al 36,7% de los hombres, quienes en su mayoría consideran que no le dedican ni mucho ni poco). Vinculado a esto, 5 de cada 10 jóvenes reconoce que algunas o muchas veces se ha sentido saturado/a por el uso de Internet y las redes sociales hasta el punto de necesitar desconectar. Esta sensación es más frecuente en

mujeres que en hombres, y en jóvenes de entre 17 a 20 años que entre 14 a 16 años. Ambos aspectos, el tiempo diario dedicado a Internet y las redes sociales con el sentimiento de saturación por su uso, mantienen una relación estrecha y positiva.

La mayoría de las y los jóvenes reconoce que Internet y las redes sociales tienen inconvenientes (siendo las y los más jóvenes, entre los 14 y 17 años, quienes en mayor medida niegan que existan). Consideran como los principales inconvenientes:

- Aquellos relacionados con la dedición en tiempo, se *desaprovecha* o la *sensación de estar siempre disponible*.
- Los vinculados con la forma de relacionarse con los demás (*aumentan los malentendidos*).
- Ambos tipos de aspectos se privilegian sobre otros relativos a la (sobre) exposición en redes y, a mayor distancia, con la seguridad, el riesgo de *ciberbullying* o el consumismo.

Otro aspecto clave de la alfabetización mediática es la interpretación de la información. Aunque la mitad de jóvenes admite que siempre o casi siempre procura contrastar la veracidad de las noticias recibidas por redes sociales, 1 de cada 10 lo hace nunca o casi nunca. Los hombres reconocen que comprueban la veracidad de estos contenidos con menor frecuencia que ellas. No obstante, el 65% se siente capaz siempre o casi siempre de seleccionar contenidos fiables en Internet (más capaces de lo que valoran a su entorno de amistades en general), sin que en esta valoración haya diferencias por género.

Entre las posibles áreas de mejora de sus habilidades y capacidades, las y los jóvenes priorizan una mezcla de aspectos:

- Los relacionados con la alfabetización digital, destacando el manejo de herramientas de creación de contenidos propios (seleccionado por el 44% de jóvenes que considera algún área de mejora) y el mejor uso de los dispositivos digitales, que ocupa el cuarto lugar en importancia (considerado por el 30%).
- Los relacionados con la alfabetización mediática, en este caso privilegian en segundo y tercer lugar, el desarrollo del pensamiento crítico (por el 40,5%) y la forma de proteger los datos personales en Internet (36%). En un quinto lugar en importancia se sitúa la búsqueda de información en Internet (priorizado por un 25%).
- Mientras que la gestión de las emociones y las relaciones interpersonales en el medio digital son áreas a las que se otorga menos importancia (elegidas por en torno al 13%).

En esta priorización de áreas de mejora se identifican algunas preferencias según perfiles. Ellas consideran más importante el desarrollo del pensamiento crítico y la gestión de las emociones en Internet que ellos; mientras que para los hombres el área más elegida es el manejo de los dispositivos digitales. Por otro lado, jóvenes de 17 a 20 años dan preferencia a aspectos como la manera de proteger sus datos y el manejo de las herramientas de creación de contenidos propios, que quienes tienen entre 14 y 16 años.

De forma coherente, existe una relación entre la valoración que hacen de su nivel de destreza con las tecnologías y priorizar los aspectos relacionados con la alfabetización digital (dispositivos y herramientas de creación de contenidos). Mientras que también hay relación entre las valoraciones del tiempo diario

que se dedica a internet y la capacidad para seleccionar contenidos fiables, con el desarrollo del pensamiento crítico como principal área de mejora.

Vinculado a esto, 7 de cada 10 jóvenes señala algún tipo de barrera para la mejora de sus competencias digitales, siendo la primera el desconocimiento de las habilidades que deberían mejorar (priorizado por el 61%) y, con menos importancia relativa, la falta de tiempo (el 48%). Las barreras de tipo físico y material (como dispositivos adecuados o necesarios, o el acceso a una buena conexión) son menos importantes, con la excepción del efecto derivado de la clase social (el grupo de clase baja y medio baja señala en mayor medida el no tener o poder acceder a los dispositivos adecuados).

En definitiva, confiadas y confiados en general en sus habilidades en el manejo de las tecnologías y en su capacidad para seleccionar contenidos fiables, se muestran más críticos con el tiempo diario que le dedican a Internet y redes sociales y reconocen que se sienten saturados/as con bastante frecuencia, lo que es coherente con que identifiquen como principales inconvenientes de Internet y las redes sociales los vinculados al empleo de su tiempo. Esto les hace parecer conscientes de las desventajas y muestran una mayoritaria predisposición a mejorar sus competencias y habilidades relacionadas con el mundo digital, mostrándose abiertos a posibles áreas al afirmar como principal barrera el desconocimiento sobre las habilidades que deberían mejorar por delante de otras, como la falta de tiempo o de oportunidades para la formación. No obstante, las y los jóvenes consideran como las principales áreas de mejora de sus competencias y habilidades una mezcla de aspectos relativos a la alfabetización digital, donde cobra especial interés las herramientas para la creación de contenidos, y la alfabetización mediática, donde interesa especialmente el pensamiento crítico.

10. Anexo: Cuestionario Mediatic

Pág. 1.-

Desde la Fad, con el apoyo de la Fundación La Caixa y varias organizaciones juveniles estamos realizando una investigación para conocer cómo los y las jóvenes utilizáis internet, redes sociales y dispositivos y en qué temas creéis que algunas personas jóvenes podrían necesitar algo más de formación.

Este cuestionario es muy breve, tardarás apenas 5 minutos en contestarlo. Te garantizamos que esta es una encuesta totalmente ANÓNIMA, en la que no te pediremos ningún dato personal y que las respuestas sólo serán utilizadas para el estudio indicado.

Te pedimos sinceridad al responder y que la compartas con otras personas de entre 14 y 20 años que participen en una asociación juvenil. Cuantas más respuestas tengamos, mejor conoceremos esa realidad.

Si tienes cualquier duda o necesitas ponerte en contacto con nosotros puedes escribir a marodriguez@fad.es, o llamar al 91-3024048

Muchas gracias por participar

Preg.1.- Desliza hasta indicar tu edad exacta en años:

(* Esta pregunta es obligatoria)

14		20

Preg.2.- Tu género es:

(* Esta pregunta es obligatoria)

(* Marque una sola opción)

- Hombre
- Mujer
- Otro

Preg.3.- Pensando en la situación de tu familia, la profesión, los estudios y los ingresos de tus padres... ¿En qué clase social te incluirías?

(* Marque una sola opción)

- Alta
- Media alta
- Media
- Media baja
- Baja
- NS/NC

Preg.4.- Independientemente de si continúas estudiando o no, ¿cuál es el nivel de estudios más alto que has finalizado, es decir, del que tienes título oficial?

(* Marque una sola opción)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Menos que primarios | <input type="checkbox"/> FP Grado medio |
| <input type="checkbox"/> Primarios (1er ciclo ESO, PCPI) | <input type="checkbox"/> Otra formación |
| <input type="checkbox"/> Secundarios obligatorios (2º ciclo ESO) | <input type="checkbox"/> NS/NC |
| <input type="checkbox"/> Secundarios post obligatorios (Bachillerato) | |

Pág. 2.-

**Preg.5.- ¿Participas habitualmente en alguna de las siguientes plataformas?
Escoge todas las que correspondan**

- Sí, en mi propia página web o blog
- Sí, en foros
- Si, en YouTube
- Sí, en Instagram
- Sí, en Facebook
- Sí, en Twitter
- Sí, en Tik-Tok
- Sí, en Snapchat
- No, en ninguna (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC
- Sí, en otro sitio (¿cuál/es?) _____

**Preg.6.- En líneas generales, ¿qué uso haces de tus redes sociales?
Elige tres opciones como máximo, las más frecuentes**

- Sobre todo genero mis propios textos fotos, vídeos, diseños
- Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, sin interactuar con esas personas
- Sobre todo sigo textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas, interactuando con esas personas
- Sobre todo reenvío textos, fotos, vídeos, diseños, de otras personas
- Sobre todo converso, discuto, debato, con otras personas
- Ninguna de esas opciones (si escoges esta, no señales ninguna más)
- Todas esas opciones por igual (si escoges esta, no señales ninguna más)
- No tengo redes sociales (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC

**Preg.7.- ¿De qué tipo son los contenidos que generas en redes sociales?
Escoge todas las que correspondan**

- Deportivos
- De ocio y tiempo libre
- Culturales (literatura, comedia, arte, música, cine...)
- Científicos
- Políticos
- Humorísticos
- Sobre moda y tendencias
- Sobre ecología
- Sobre derechos humanos
- Profesionales (sobre mi trabajo, mis especialidades...)
- Sobre estudios o cuestiones educativas
- Sobre temas de actualidad (información, política...)
- Ninguno (si escoges esta, no señales ninguna más)
- No tengo redes sociales (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC
- Otro (¿cuál/es?) _____

Pág. 3.-

Preg.8.- A la hora de adquirir conocimientos, resolver un trabajo, o solucionar problemas relacionados con la tecnología...

Elige tres opciones como máximo, las más habituales

- Uso Google u otro motor de búsqueda
- Acudo a comunidades online, foros específicos o webs especializadas en internet
- Acudo a influencers, youtubers, o personas conocidas en la red
- Pregunto a amigos o conocidos
- Pregunto a familiares
- Pregunto en mi centro educativo, a profesores/as
- Miro libros y documentación sobre el tema
- Hago cursos
- Ninguna (Si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC
- Otro (¿cuál/es?) _____

Preg.9.- ¿Cómo describirías tu nivel de destreza en el manejo de tecnologías digitales?

(* Marque una sola opción)

- Muy alto
- Alto
- Intermedio
- Bajo
- Muy bajo
- NS/NC

Preg.10.- ¿Y el de tu entorno más cercano de amigos/as, conocidos/as...?

(* Marque una sola opción)

- Muy alto
- Alto
- Intermedio
- Bajo
- Muy bajo
- NS/NC

Preg.11.- ¿Cuáles consideras que son las principales barreras que te impiden mejorar tu destreza en el manejo de tecnologías digitales?

Elige tres opciones como máximo, las que consideres más importantes

- No tener o poder acceder a los dispositivos necesarios
- No tener o poder acceder a los dispositivos adecuados
- No tener o poder acceder a una buena conexión
- Falta de oportunidades para la formación
- Falta de tiempo
- Desconocimiento sobre las habilidades que deberías mejorar
- No sientes que deberías mejorar tu destreza digital (si escoges esta, no señales ninguna más)
- Ninguna (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC
- Otro (¿cuál/es?) _____

Preg.12.- ¿Cuáles de estas cosas realizan contigo tus padres/madres (o tutores legales)?

Escoge todas las opciones que correspondan

- Hablan contigo sobre lo que haces en internet
- Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet
- Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)
- Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet
- Comparten actividades contigo en internet
- Comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet
- Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet
- Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas
- Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet
- Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet
- Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet
- Ninguna de las acciones anteriores (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC

Preg.13.- ¿Y tus profesores/as?

- Hablan contigo sobre lo que haces en internet
- Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet
- Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces pero sin participar)
- Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet
- Comparten actividades contigo en internet
- Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet
- Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas
- Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet
- Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet
- Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet
- Ninguna de las acciones anteriores (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC

**Preg.14.- ¿En qué parcelas del manejo de tecnologías digitales crees que necesitas mejorar?
Elige tres opciones como máximo, las que consideres más importantes**

- En el mejor uso de los dispositivos digitales (portátiles, tablets, smartphones...)
- En la búsqueda de información en Internet
- En el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en Internet
- En el conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en Internet
- En la manera de comunicarme con otras personas a través de redes sociales
- En el manejo de herramientas para la creación de contenidos propios
- En la gestión de mis emociones mientras uso redes sociales
- En ninguna (si escoges esta, no señales ninguna más)
- Otro (¿cuál/es?) _____

Pág. 5.-

Preg.15.- ¿Cómo consideras el tiempo que pasas diariamente en Internet y redes sociales?

(* Marque una sola opción)

- Claramente excesivo
- Algo excesivo
- Ni mucho ni poco
- Algo escaso
- Claramente escaso
- NS/NC

Preg.16.- ¿Y el de tu entorno más cercano de amigos/as, conocidos/as...?

(* Marque una sola opción)

- Claramente excesivo
- Algo excesivo
- Ni mucho ni poco
- Algo escaso
- Claramente escaso
- NS/NC

Preg.17.- En alguna ocasión ¿te has sentido saturado/a por el uso de Internet y/o redes sociales, hasta el punto de necesitar “desconectarte”?

(* Marque una sola opción)

- Sí, muchas veces
- Sí, algunas veces
- Pocas veces
- Casi nunca
- Nunca
- NS/NC

Preg.18.- ¿Cuáles dirías que son los principales inconvenientes tuyos o de tus amigos/as del uso de internet y redes sociales?

Elige tres opciones como máximo

- Aumentan los malentendidos a la hora de relacionarse
- Uno/a siente que se debe estar siempre disponible
- Se desaprovecha o desperdicia más del tiempo
- Es complicado controlar la imagen que se da de uno/a mismo/a a través de las redes sociales
- Se pierde mucha intimidad
- Se suelen discutir por las opiniones que se expresan
- Es imposible proteger la propia privacidad y los datos personales
- Provoca que se consuman cosas innecesarias
- Exposición a agresiones verbales o psicológicas
- Hace que las relaciones personales sean más complicadas
- Se está más expuesto/a a que se aprovechen o a engaños
- Ninguno (si escoges esta, no señales ninguna más)
- NS/NC
- Otro (¿Cuál/es?) _____

Pág. 6.-

Preg.19.- Cuando recibes una noticia por redes sociales, ¿procuras contrastar si es verdadera?

(* Marque una sola opción)

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Preg.20.- ¿Te sientes capaz de seleccionar contenidos fiables en internet?

(* Marque una sola opción)

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca
- NS/NC

Preg.21.- ¿Y tu entorno más cercano de amigos/as, conocidos/as...?

(* Marque una sola opción)

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca
- NS/NC

Pág. 7.-

Ya hemos terminado, muchas gracias por tu colaboración