

# DESDE EL LADO OSCURO DE LOS HÁBITOS TECNOLÓGICOS

RIESGOS ASOCIADOS  
A LOS USOS JUVENILES DE LAS TIC



Centro  
Reina Sofía

**fad**  
Juventud

 **Santander**

 **Telefónica**

Financiado por



# DESDE EL LADO OSCURO DE LOS HÁBITOS TECNOLÓGICOS

RIESGOS ASOCIADOS  
A LOS USOS JUVENILES DE LAS TIC

Ignacio Megías Quirós

Centro  
Reina Sofía

**fad**  
Juventud

 **Santander**

 **Telefónica**

Financiado por



© Fundación Fad Juventud, 2024

Edita:

Centro Reina Sofía de Fundación Fad Juventud  
Avda. de Burgos, 1 y 3  
28036 Madrid  
Teléfono: 91 383 83 48  
fad@fad.es

Coordinación del estudio:

Anna Sanmartín (Centro Reina Sofía)

Autoría:

Ignacio Megías Quirós (Sociológica Tres)

Trabajo de campo y análisis estadístico:

Sociológica Tres

Maquetación:

Ediciones Digitales 64

ISBN:

978-84-19856-14-2

DOI:

10.5281/zenodo.10580052

**Cómo citar este texto:**

Megías, I. (2024). *Desde el lado oscuro de los hábitos tecnológicos: riesgos asociados a los usos juveniles de las TIC*. Madrid: Centro Reina Sofía, Fundación Fad Juventud.

DOI: 10.5281/zenodo.10580052

Las opiniones vertidas en este documento no son necesariamente las de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas o las del Ministerio de Sanidad.

El estudio de los hábitos digitales y las percepciones juveniles alrededor de los mismos es una línea en la que el Centro Reina Sofía de Fad Juventud tiene ya un importante recorrido. Lo hemos abordado desde las oportunidades y las expectativas percibidas, desde las prácticas asociadas a posibles riesgos o a través de ámbitos más concretos vinculados al uso de pantallas y el mundo *online*, como el conjunto de actividades asociadas al ocio digital, por ejemplo.

En esta ocasión, y gracias a la financiación de la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas, analizamos la percepción juvenil en relación a los riesgos asociados a las tecnologías, pues las evidencias sobre la identificación o no de dichos riesgos, así como la valoración de los mismos, son claves en la elaboración de programas y campañas de prevención para trabajar con adolescentes y jóvenes.

Sabemos que la valoración sobre los efectos de las TIC en sus vidas se inclina hacia una visión positiva, destacando las ventajas frente a los posibles problemas de unos usos inadecuados, pero, aunque eso sea así en términos generales, existen brechas de acceso y uso, y la exposición a riesgos es innegable. Por ello, en esta investigación atendemos a la percepción juvenil sobre estos riesgos, a la identificación de su exposición a discursos de odio y desinformación en la red, a la sobreexposición en redes sociales o a la posible saturación por la hiperconexión.

La población encuestada, chicos y chicas de entre 15 y 29 años, reconoce que pasa demasiado tiempo delante de las pantallas, y hay porcentajes preocupantes que señalan, por ejemplo, el problema del acoso digital, el consumo de pornografía o el juego de apuestas con dinero. Pero al preguntar por lo que más preocupa y los principales riesgos identificados, éstos provienen fundamentalmente de las prácticas que realizan terceras personas en la red, ante las que hay que protegerse, pese a lo que detectamos que no todos atienden con celo al cuidado de su privacidad en su exposición pública en redes sociales. Y algunas cifras invitan a la reflexión colectiva ante un tema que genera mucha preocupación y controversia, y

sobre el que se están proponiendo medidas de control y mediación: un tercio de las personas jóvenes no habla con nadie de lo que hace en internet, y más del 40% no ha recibido recomendación de nadie de su entorno sobre cómo mejorar su seguridad o comportarse en internet.

Confiamos en que los datos que proporciona este estudio contribuyan al debate a través de las evidencias, así como a la generación de medidas y propuestas que tengan en cuenta el relato juvenil, su propia valoración del universo digital con sus luces y sus sombras.

Beatriz Martín Padura  
Directora General de Fundación Fad Juventud

Introducción .....	8
<b>PRIMERA PARTE: LOS DATOS .....</b>	<b>11</b>
<b>1. Usos tecnológicos .....</b>	<b>12</b>
1.1. Actividades realizadas y su frecuencia .....	12
1.2. Destreza en el manejo de las TIC .....	18
<b>2. Mediaciones y ayudas .....</b>	<b>27</b>
<b>3. Redes sociales .....</b>	<b>36</b>
3.1. Cuáles se usan y con qué frecuencia .....	36
3.2. Sensaciones asociadas al uso .....	41
3.3. Gestión de las redes sociales .....	46
<b>4. Desinformación .....</b>	<b>62</b>
<b>5. Riesgos y problemas .....</b>	<b>73</b>
5.1. Posibles efectos negativos del uso de internet .....	73
5.2. Percepciones sobre posibles riesgos .....	79
5.3. Frecuencia de situaciones que implican riesgos .....	88
5.4. Saturación y dependencia .....	120

<b>SEGUNDA PARTE: RESULTADOS Y REFLEXIONES</b> .....	<b>138</b>
Principales resultados y conclusiones .....	139
Apuntes para la reflexión .....	154
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>158</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>160</b>
Anexo 1. Metodología y muestra .....	161
Anexo 2. Cuestionario .....	167

La Fundación FAD Juventud y el Centro Reina Sofía tienen una larga trayectoria de estudios sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) entre la población adolescente y joven en España. Este complejo fenómeno se ha abordado desde diferentes prismas y poniendo el foco del análisis en diversos elementos, desde su papel en las relaciones y la comunicación a sus numerosas ventajas, pero también a su lado menos amable. Uno de los objetivos básicos ha sido siempre estudiar cuestiones que han ido configurándose como centrales en la percepción social de las tecnologías y sus implicaciones, y entre ellas destacan las realidades de los usos y los problemas y riesgos asociados a los mismos.

El papel central de las TIC en las transformaciones sociales, especialmente entre jóvenes y adolescentes, impulsa a continuar profundizando sobre esta línea de investigación. En concreto, se pretende abordar los siguientes temas generales:

- Usos de las tecnologías digitales e internet.
- Mediaciones y ayudas en el uso de TIC.
- Redes sociales; usos y problemas.
- La desinformación en internet.
- Los riesgos y problemas asociados a las TIC.

Tomando como punto de partida el estudio *Jóvenes en el mundo virtual: Usos, prácticas y riesgos* (Megías y Rodríguez, 2018), y atendiendo a la contextualización que ofrecen los datos de trabajos como *Jóvenes en la red: un selfie* (Ballesteros y Megías, 2015) y el *Barómetro jóvenes y tecnología 2021* (Calderón et al., 2021), también se incorporan para su gestación y planteamiento los conocimientos y conclusiones de acercamientos cualitativos, también publicados por CRS/FAD, como *Tecnologías, incertidumbres y oportunidades en la integración online/offline* (Lasén y Megías, 2021), *Romper cadenas de odio, tejer redes de apoyo: los y las jóvenes ante los discursos de odio en la red* (Megías et al., 2020), o *De puertas adentro y pantallas afuera* (Sanmartín et al., 2020).



Esas investigaciones inciden en muchos de los contenidos que ha pretendido retomar el presente estudio, tales como:

- Percepción y vivencia de posibles riesgos.
- Percepción del riesgo y la exposición a discursos de odio en la red.
- Los peligros de la desinformación y la exposición a bulos; confianza en los contenidos circulantes.
- Consecuencias asociadas a la comunicación, la imagen-autoimagen, la exposición personal...
- Realidad en torno a la saturación por hiperconexión.
- Los riesgos de exclusión asociados a las brechas digitales (educación *online*, ocio tecnológico, relaciones personales).

Al mismo tiempo, el bagaje que posee el equipo investigador a partir de tales acercamientos, permite explicitar algunas hipótesis de partida, que marcan el planteamiento general:

- Las percepciones juveniles en torno a los usos tecnológicos parten de la dualidad de los mismos (facilita/complejiza, aprovechamiento/saturación, relación/sobreexposición, acerca/aleja...).
- Las dualidades implican riesgos que es necesario considerar y calibrar para procurar un buen uso de las TIC, y atinar con las estrategias educativas y preventivas.
- Los desarrollos tecnológicos y los diversos caminos que adoptan las redes sociales generan usos, hábitos y riesgos que se transforman con rapidez, y en cada momento adquieren características diversas. En los últimos tiempos es necesario valorar los mismos en torno a cuestiones como el odio en la red, la desinformación, el juego, los modelos e iconos sociales, etc.
- Las percepciones de los riesgos evolucionan con el tiempo en función del contexto cultural, mediático, educativo, estructural...
- Es necesario estudiar la evolución temporal para poder vislumbrar escenarios futuros de riesgo.
- Variables como el género, la edad, la clase social y las carencias materiales, marcan de forma evidente la manera en que los y las jóvenes se exponen a tales riesgos, y los perciben.

Todas estas cuestiones conducen al planteamiento de los siguientes objetivos.

El **objetivo principal** es identificar los principales riesgos asociados al uso de las TIC por parte de adolescentes y jóvenes.

Este objetivo general se concreta en los siguientes **objetivos específicos**:

1. Identificar diferentes riesgos y sus diversos niveles de impacto.
2. Calibrar las percepciones juveniles en relación a su exposición a riesgos asociados al uso de las TIC.
3. Diferenciar perfiles de exposición a dichos riesgos entre la población estudiada, atendiendo muy especialmente a la perspectiva de género y a las diferencias por edad.
4. Analizar qué variables influyen en una mayor propensión o inclinación hacia prácticas problemáticas.
5. Comparar, si es posible, los datos con los resultados obtenidos en estudios previos del Centro Reina Sofía, que permitan atender a la evolución de las actitudes e identificar tendencias.

El informe está organizado en cinco capítulos, que siguen la estructura básica del cuestionario realizado (ver Anexo 2). En el desarrollo de los capítulos se atiende a los cruces de todas las preguntas por las variables sociodemográficas consideradas, además de algunos cruces especiales entre preguntas que se han considerado relevantes para completar la información. En cualquier caso, serán las variables **género** y **edad** las que estructuren básicamente el relato, por ser esenciales para el tema que nos ocupa. Así, todos los cruces por género y edad serán convenientemente reflejados en sus gráficos o tablas correspondientes, salvo que no resulten estadísticamente significativos, o las diferencias sean tan pequeñas que su inclusión entorpezca el desarrollo. Del resto de variables se hará referencia en la medida que los resultados sean relevantes y ayuden a la comprensión del fenómeno global. En cualquier caso, también se incluirán tablas resumen con todos los cruces más relevantes por todas las variables estadísticamente significativas.

Tras los capítulos que componen la primera parte del informe, finalmente se incluye un segundo bloque de **resultados y reflexiones**, que recoge los datos más relevantes desgranados a lo largo del informe, a modo de resumen ejecutivo, pero también con una vocación que va más allá de la descripción de porcentajes, para intentar rescatar las ideas esenciales para la reflexión.

PRIMERA PARTE  
LOS DATOS

---

# 1. USOS TECNOLÓGICOS

---

## 1.1. ACTIVIDADES REALIZADAS Y SU FRECUENCIA

De las actividades que se realizan en dispositivos electrónicos e internet, destaca con bastante diferencia el chatear a través de aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...), que es la que más se hace pero, sobre todo, con mayor frecuencia: el 68,9% lo hace varias veces al día. A una distancia importante, para esa misma frecuencia, están ver vídeos *online* (55,3%), escuchar música en el móvil u otros dispositivos (51,8%) y usar redes sociales (47,9%). Actividades que además presentan importantes porcentajes de jóvenes que las realizan todos o casi todos los días (entre el 20% y el 24%), por lo que, junto a chatear, componen el cuarteto de principales usos que realizan las personas jóvenes en internet<sup>1</sup> (gráfico 1.1).

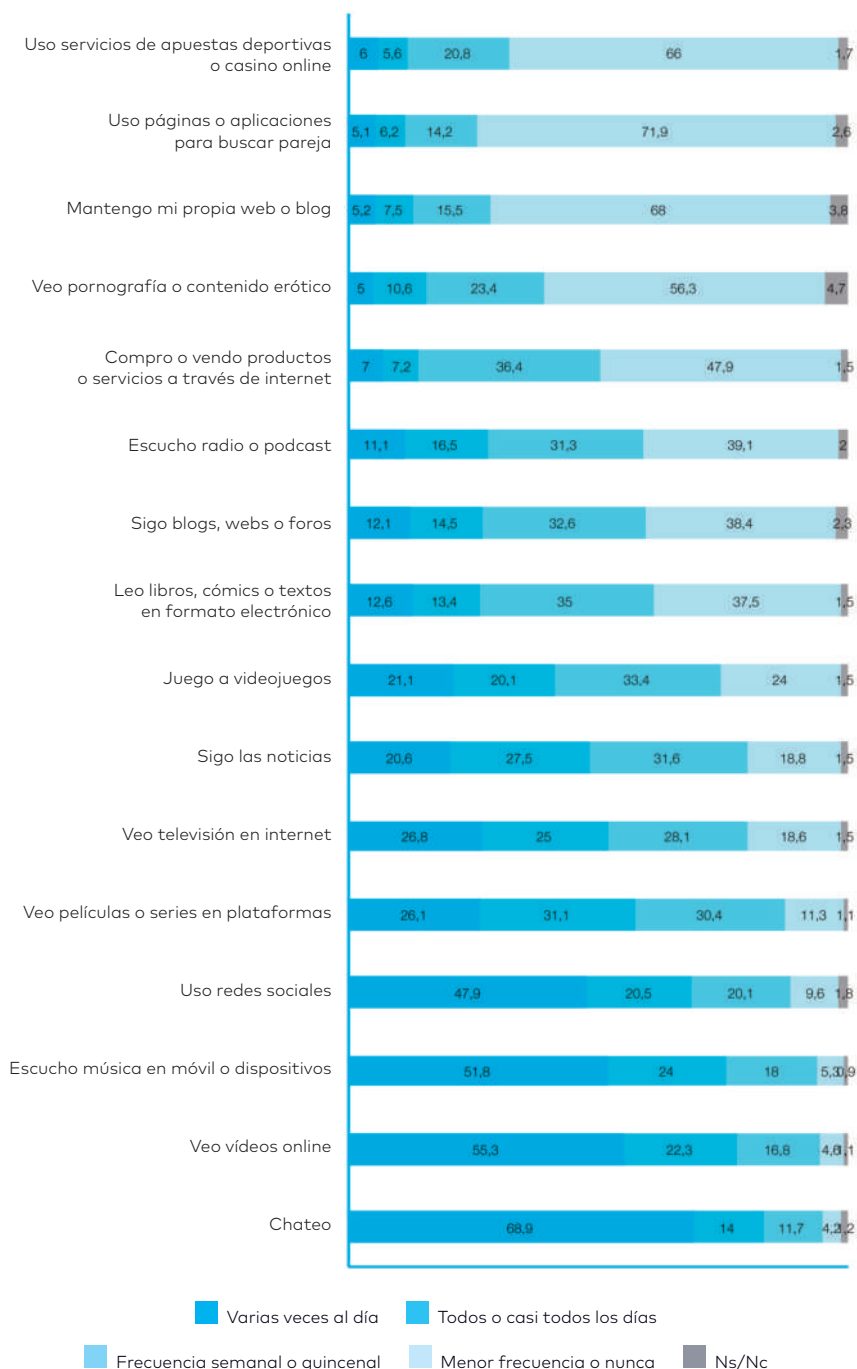
A partir de ahí, una serie de actividades presentan usos destacados, pero con frecuencias menores (ya con proporciones de usos todos o casi todos los días similares o superiores a la frecuencia de varias veces al día). Sumando ambas frecuencias: ver películas o series en plataformas (57,2%), ver televisión en internet (51,8%), seguir las noticias (48,1%), y jugar a videojuegos (41,2%).

Siguiendo con la frecuencia al menos diaria o casi diaria, en un tercer escalón estarían leer en formato electrónico (26%), seguir blogs, webs o foros (26,6%) y escuchar radio o podcast (27,6%). En los tres casos, con frecuencias de usos semanales o quincenales muy destacadas, entre el 31% y el 35%. También destaca la frecuencia semanal o quincenal para comprar o vender productos a través de internet (36,4%) que, sin embargo, no se realiza tanto con mayores frecuencias (14,2%).

---

1. La comparativa con la publicación de CRS/FAD, *Barómetro Jóvenes y tecnología 2021* (Calderón et al., 2021) no es posible, pues en la pregunta las etiquetas y las frecuencias propuestas son distintas. Sólo se pueden obtener pistas del orden en que se establecían entonces los usos más generalizados (por encima del 60%). De las que también se recogen en la actualidad, entonces las más realizadas eran escuchar música, chatear, ver películas o series, seguir publicaciones, y seguir noticias. Es decir, que, aparentemente, en la actualidad habría crecido la frecuencia de chatear, y decrecido la de escuchar música. Pero la comparativa debe ser cautelosa, por los motivos indicados.

## GRÁFICO 1.1. ACTIVIDADES Y USOS REALIZADOS EN LOS DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS E INTERNET (%)



El resto de actividades presentan frecuencias casi diarias o superiores bajas (entre el 11% y el 15%), aunque nada despreciables, dada la naturaleza de alguna de esas actividades. Además, con frecuencias semanales o quincenales

Chatear a través de aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram es la actividad más realizada en internet por los y las jóvenes y con más frecuencia

reseñables: ver pornografía (23,4%), usar servicios de apuestas (20,8%), mantener su propia web o blog (15,5%) y usar aplicaciones para buscar pareja (14,2%).

Según **género** (gráfico 1.2), es destacable que las mujeres protagonizan en mayor medida los usos más frecuentes (frecuencia al menos diaria, o casi diaria) de las cuatro actividades que más se realizan, con

diferencias relevantes en todos los casos: el 86,6% de las mujeres chatea (79% de hombres, siendo además especialmente relevante la diferencia para varias veces al día, donde las mujeres sacan doce puntos a los hombres), el 79,1% escucha música (siete puntos más que ellos), el 72,9% usa redes sociales (63,5% de hombres; diferencia sustentada en el uso más intensivo, pues en el resto de frecuencias los hombres presentan porcentajes más altos) y el 63,7% ve películas o series (trece puntos más que ellos). También son apreciables las diferencias respecto a leer en formato electrónico (29,7% de mujeres, por 22,1% de hombres).

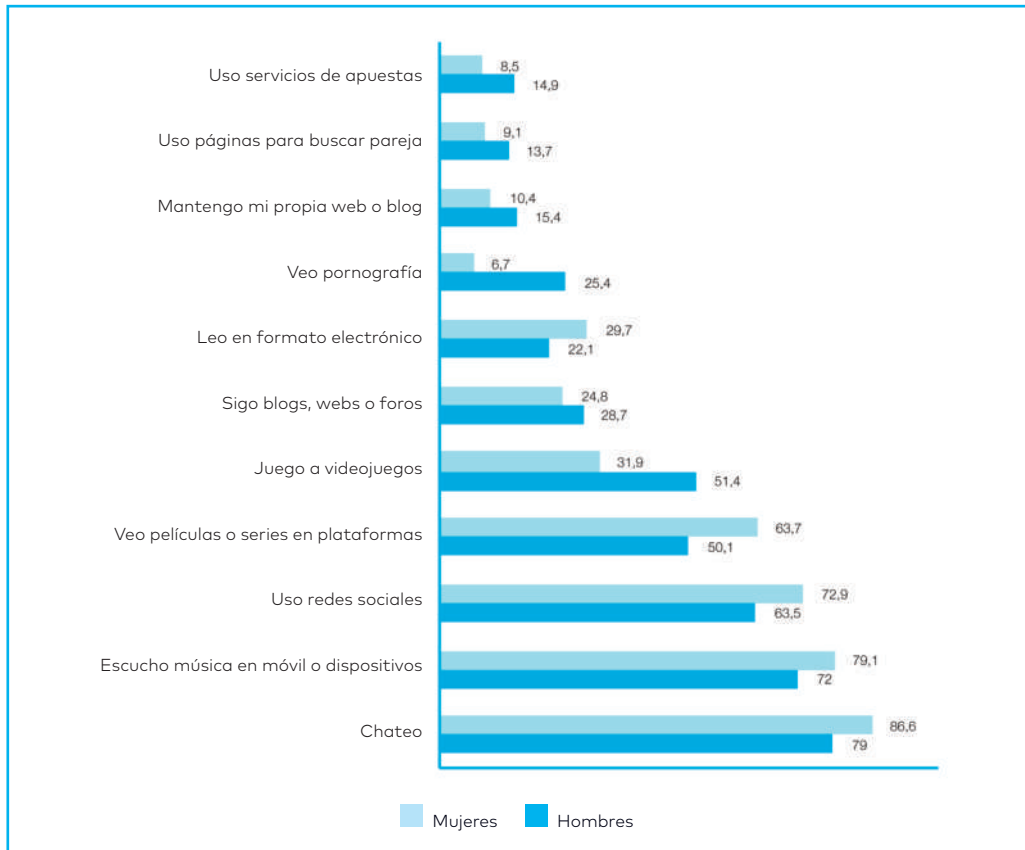
Hay dos usos que están claramente protagonizados por los hombres. Para la frecuencia al menos diaria o casi diaria: el 51,4% juega a videojuegos (31,9% de mujeres) y el 25,4% ve pornografía (6,7% ellas). Por lo demás, los hombres también protagonizan los usos de las actividades generalmente menos frecuentes: seguir blogs o webs, mantener su propia web, usar páginas para encontrar pareja, y usar servicios de apuestas; en todos estos casos con una diferencia de entre cuatro y seis puntos respecto a las mujeres.

Determinadas actividades aumentan a medida que aumenta la **edad**: escuchar podcast, ver televisión en internet, ver películas o series, seguir webs o blogs, seguir las noticias o la actualidad. En todas ellas además se cumple también que aumenta su uso cuando las personas tienen mayor nivel de estudios, lo que tiene sentido en relación con la edad.

Los y las jóvenes de **clase alta** destacan por realizar por encima de la media (por encima de quienes son de clase baja o clase media) buena parte de las actividades, para las frecuencias más altas: mantener propia web o blog (+9), comprar y vender productos por internet (+8), leer en formato electrónico (+7), usar servicios de apuestas (+6), escuchar podcast (+6), seguir webs o blogs (+5),

ver pornografía (+5), y usar páginas de citas (+4). En el lado contrario, realizan con bastante menos frecuencia que el resto el escuchar música, ver contenidos de vídeo *online*, jugar a videojuegos, o chatear.

**GRÁFICO 1.2. ACTIVIDADES Y USOS REALIZADOS EN DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS E INTERNET, VARIAS VECES AL DÍA O TODOS O CASI TODOS LOS DÍAS, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



Las personas con **carencias materiales severas** realizan menos bastantes de las actividades propuestas, respecto a la media: escuchar música (-14 puntos), ver televisión en internet (-6), ver series o películas *online* (-12), ver contenidos en vídeo *online* (-15 puntos menos en la frecuencia de varias veces al día, aunque están cuatro puntos por encima para todos o casi todos los días), ver webs o blogs (casi nueve puntos menos), chatear (-15), leer en formato electrónico (-10), y seguir noticias o actualidad (-13). Además, en usar redes sociales están

veintisiete puntos por debajo de quienes no tienen ningún tipo de carencia material, y en la compra y venta de productos marcan doce puntos más que la media para la frecuencia nunca o casi nunca.

Se intentó realizar un análisis factorial para obtener agrupaciones significativas de todos estos tipos de usos, pero resultó infructuoso, al salir un solo factor explicativo.

**TABLA 1.1. ACTIVIDADES Y USOS REALIZADOS EN DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS E INTERNET, VARIAS VECES AL DÍA O TODOS O CASI TODOS LOS DÍAS, SEGÚN LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**

*DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (P<.05)*

	%
<b>Escucho la radio o podcasts (por internet, iVoox u otras aplicaciones)</b>	
+ 25-29 años	32,6%
+ Estudios superiores	32,0%
+ Trabaja	33,4%
+ Trabaja y estudia	31,0%
+ Clase alta	33,5%
<b>Escucho música en móvil, ordenador u otros dispositivos (descargada, a través de Spotify, YouTube...)</b>	
+ Mujeres	79,1%
- Hombres	72,0%
Desciende con la edad en varias veces al día, pero aumenta con edad en todos o casi todos los días	
- Secundaria obligatoria	73,1%
- Sólo trabaja para varias veces al día	45,8%
- Clase alta	68,3%
-- Carencias severas para varias veces al día	38,1%
<b>Veo la televisión (TDT, programas a través de Internet...)</b>	
+ 25-29 años	56,6%
+ Sólo trabaja	56,8%
+ Sin carencias materiales	55,9%
<b>Veo películas o series en plataformas de suscripción (Netflix, Prime Video, HBO, Disney+...), descargadas o streaming online</b>	
++ Mujeres	63,7%
- Hombres	50,1%
+ 25-29 años	64,2%
+ Estudios superiores	64,3%
- Sólo estudia	46,7%
- Clase baja	53,4%
-- Carencias materiales severas	45,2%



### Veo contenidos de vídeo en sitios online, apps... (YouTube, Twitch, Instagram, Tik-Tok...)

+ Secundaria post-obligatoria	81,2%
+ En paro ( varias veces al día)	61,6%
-- Clase alta	67,5%
-- Carencias severas para varias veces al día	40,5%
pero + para todos o casi todos	26,7%

### Sigo blogs, webs o foros sobre diversos temas

+ Hombres	28,7%
- Mujeres	24,8%
+ 25-29 años	29,6%
+ Estudios superiores	29,5%
- Sólo estudia	20,1%
+ Clase alta	31,0%
- Carencias materiales severas	18,1%

### Juego a videojuegos

++ Hombres	51,4%
- Mujeres	31,9%
+ Hasta Secundaria obligatoria más para varias veces al día	25,7%
pero algo menos para todos o casi todos los días	18,4%
- Clase alta	36,5%

### Chateo a través de aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)

+ Mujeres	86,6%
- Hombres	79,0%
Aumenta con nivel de estudios para varias veces al día (Estudios superiores)	74,9%
al contrario para usos menos intensivos	
- Sólo estudia	80,9%
- Clase alta	74,4%
-- Carencias materiales severas	68,6%

### Uso redes sociales (tengo perfil/es, hablo, comento, subo fotos, vídeos o texto...)

+ Mujeres	72,9%
- Hombres	63,5%
- Hasta Secundaria obligatoria	62,2%
-- Carencias materiales severas	49,2%
++ Ninguna carencia material	76,0%

### Mantengo mi propia página web o blog

+ Hombres	15,4%
- Mujeres	10,4%
+ Hasta Secundaria obligatoria	15,1%
- Sólo estudia	9,7%
++ Clase alta	22,4%

### Uso páginas o aplicaciones de citas o para encontrar pareja

+ Hombres	13,7%
- Mujeres	9,1%
+ Clase alta	15,5%
+ Carencias materiales leves	14,4%

<b>Uso servicios de apuestas deportivas o casino online</b>	
+ Hombres	14,9%
- Mujeres	8,5%
+ Sólo trabaja	15,7%
+ Clase alta	16,0%
<b>Leo libros, cómics o textos en formato electrónico (ebook, móvil, tablet, web...)</b>	
+ Mujeres	29,7%
- Hombres	22,1%
+ Trabaja y estudia	30,5%
+ Clase alta	33,2%
+ Ninguna carencia material	29,3%
<b>Veo pornografía o contenido erótico</b>	
+++ Hombres	25,4%
- Mujeres	6,7%
- Sólo estudia	12,5%
+ Clase alta	20,9%
<b>Sigo las noticias (prensa online, redes sociales...)</b>	
+ 25-29 años	57,0%
+ Estudios superiores	55,6%
+ Sólo trabaja	54,7%
+ Ninguna carencia material	52,1%
<b>Compro o vendo productos o servicios a través de internet</b>	
+ Trabaja	15,8%
+ Trabaja y estudia	16,2%
+ Clase alta	22,4%
- Carencias materiales severas	10,5%

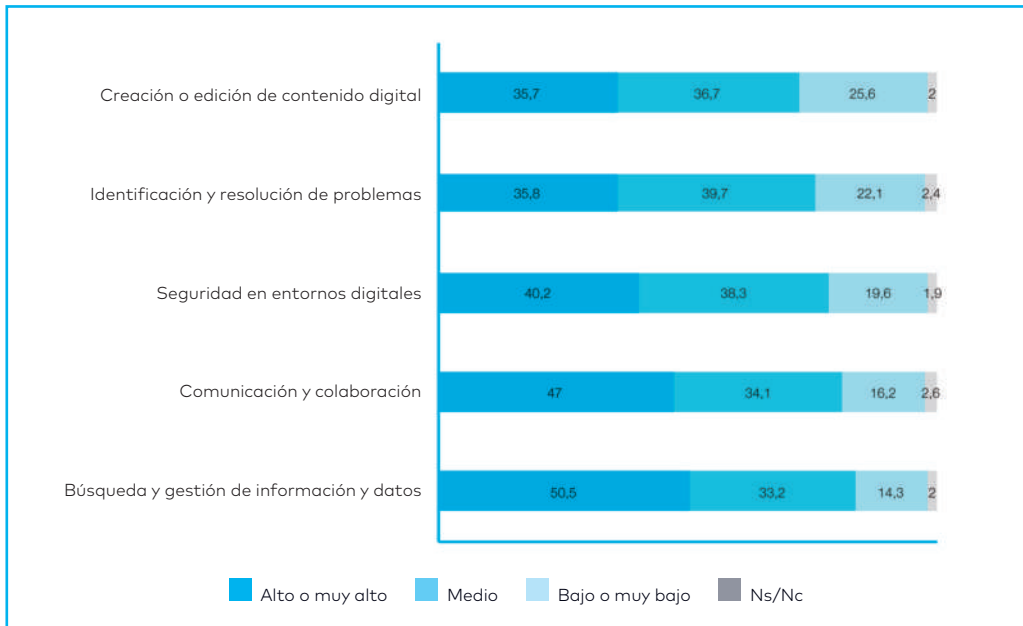
## 1.2. DESTREZA EN EL MANEJO DE LAS TIC

Para evaluar el nivel de destreza en el manejo de las TIC se preguntó concretamente por cinco **capacidades específicas** a las que cualquier persona que emplee internet y redes sociales debe enfrentarse. En general la percepción de la destreza es alta, y para todas las capacidades propuestas la mayoría de jóvenes considera que tiene una capacidad medio-alta. No llega a un cuarto del total la población joven que considera que tiene un nivel bajo, salvo en el caso de la creación y edición de contenido digital, donde la proporción es del 25,6%.

La mayor destreza se considera en relación a la búsqueda y gestión de información y datos, cuestión respecto a la que la mitad de los y las jóvenes considera que tiene un nivel alto o muy alto (50,5%), mientras un tercio (33,2%) cree que su nivel es medio. Con un nivel casi igual se sitúa la comunicación y

colaboración a través de tecnologías digitales, con un 47% de nivel alto o muy alto, y un 34,1% de nivel medio. En tercer lugar, la seguridad en entornos digitales (40,2% y 38,3%, respectivamente), y finalmente la identificación y resolución de problemas técnicos (35,8% y 39,7%) y la mencionada creación o edición de contenido digital (35,7% y 36,7%).

**GRÁFICO 1.3. NIVEL DE DESTREZA EN EL MANEJO DE TIC (%)**



Las diferencias por **género** sólo son significativas en dos casos, y en ambos los hombres consideran tener mayor destreza. Respecto a la identificación y

Los hombres consideran (por encima de las mujeres) que tienen una destreza alta o muy alta en la resolución de problemas técnicos y en la creación o edición de contenido digital

resolución de problemas técnicos con mucha diferencia, pues el 43,4% de los hombres considera que tiene una destreza alta o muy alta, por un 28,9% de mujeres (en el nivel medio las mujeres puntúan cinco puntos por encima). En relación a la creación o edición de contenido digital los niveles están mucho más igualados, aunque

siguen estando los hombres por encima: 37,4% de ellos cree tener un nivel alto o muy alto, por un 34,2% de mujeres, siendo en ambos casos la cantidad exactamente igual para el nivel medio (36,8%) (gráficos 1.4 y 1.5).

GRÁFICO 1.4. DESTREZA EN LA CREACIÓN O EDICIÓN DE CONTENIDO DIGITAL, SEGÚN GÉNERO (%)  $P < .05$

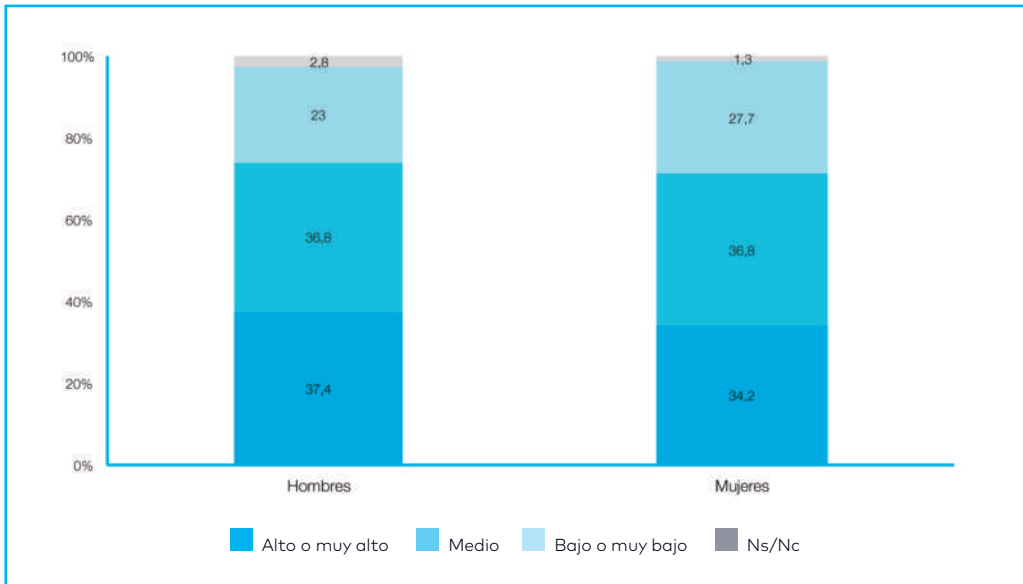
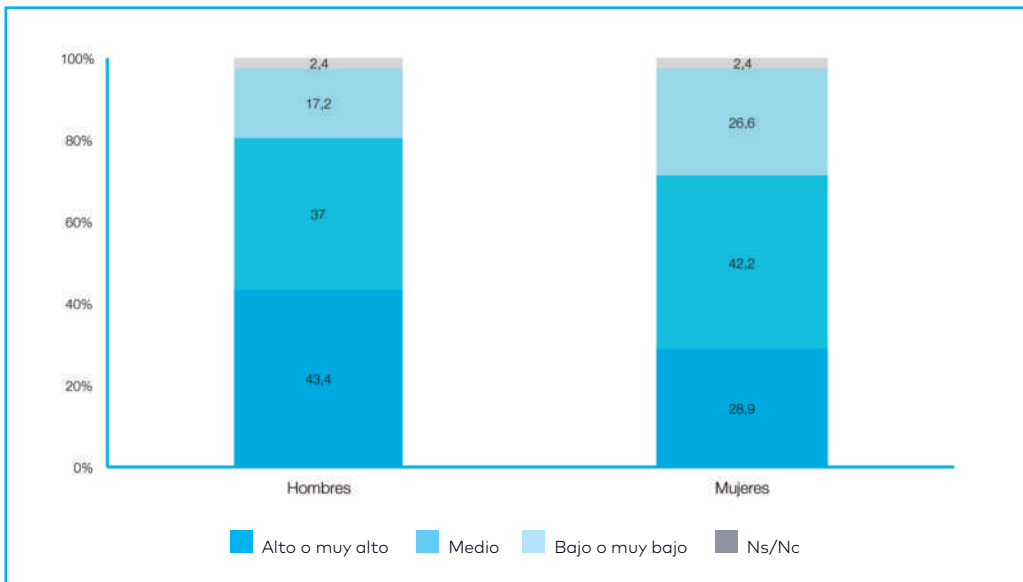
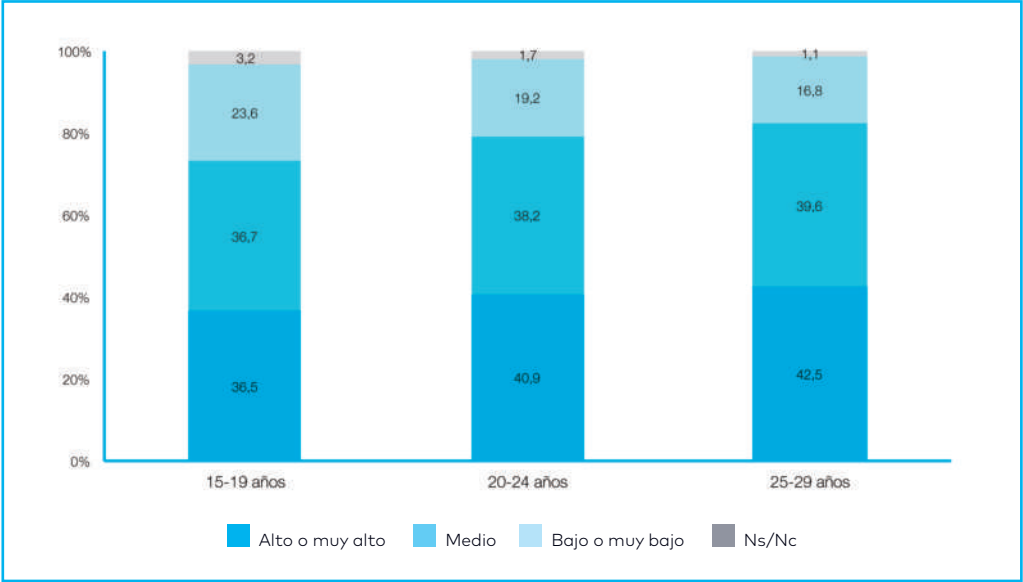


GRÁFICO 1.5. DESTREZA EN LA IDENTIFICACIÓN Y RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS TÉCNICOS EN ENTORNOS DIGITALES, SEGÚN GÉNERO (%)  $P < .05$

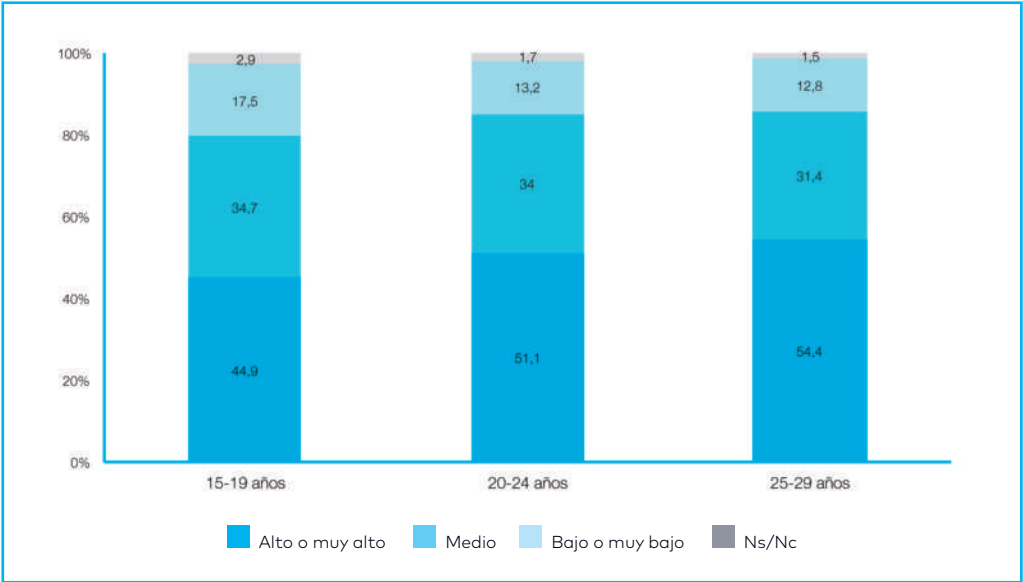


Por **edad** se puede hablar de diferencias también en dos casos, y en ambos crece la percepción de la capacitación a medida que aumenta la edad (gráficos 1.6 y 1.7).

**GRÁFICO 1.6. DESTREZA EN LA SEGURIDAD EN ENTORNOS DIGITALES, SEGÚN EDAD (%) P<.05**



**GRÁFICO 1.7. DESTREZA EN LA BÚSQUEDA Y GESIÓN DE INFORMACIÓN Y DATOS, SEGÚN EDAD (%) P<.05**



La destreza en la seguridad en entornos digitales (considerando quienes creen que tienen un nivel alto o muy alto) crece del 36,5% entre los 15 y los 19 años al 42,5% entre los 20 y los 25 años, aumentando además también la proporción de quienes creen que tienen un nivel medio. Considerando la destreza en la búsqueda y gestión de datos, aumenta del 44,9% (15-19 años) al 54,4% (25-29 años) .

El resto de variables marcan diferencias muy claras en un sentido muy concreto: la **percepción de destreza siempre es superior entre quienes tienen más estudios**; mayor entre quienes trabajan (aunque compatibilicen el trabajo con los estudios), y menor entre quienes sólo estudian; mayor entre quienes se sitúan en clase social alta y menor en baja; y bastante menor entre jóvenes con carencias materiales severas.

**TABLA 1.2. NIVEL DE DESTREZA ALTO O MUY ALTO EN EL MANEJO DE TICS, SEGÚN LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**  
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ( $P < .05$ )

	%
<b>Búsqueda y gestión de información y datos. Almacenar, gestionar y organizar información y contenido digital</b>	
+ 25-29 años	54,4%
++ Estudios superiores	60,4%
+ Trabaja y estudia	59,2%
- Sólo estudia	41,7%
+ Clase alta	60,3%
-- Carencias materiales severas	39,0%
+ Ninguna carencia material	54,7%
<b>Comunicación y colaboración. Interactuar, participar y colaborar a través de las tecnologías digitales</b>	
++ Estudios superiores	57,1%
+ Trabaja y estudia	53,8%
- Sólo estudia	40,1%
+ Clase alta	58,1%
- Clase baja	40,4%
-- Carencias materiales severas	32,4%
+ Ninguna carencia material	51,5%
<b>Creación o edición de contenido digital</b>	
+ Hombres	37,4%
- Mujeres	34,2%
- Secundaria obligatoria	30,5%
- Sólo estudia	28,2%
+ Clase alta	49,5%
- Clase baja	30,4%
-- Carencias materiales severas	23,8%
+ Ninguna carencia material	39,3%

		%
<b>Seguridad en entornos digitales. Proteger los dispositivos, el contenido, los datos personales y la privacidad</b>		
+ 25-29 años		42,5%
+ Estudios superiores		44,2%
+ Sólo trabaja		45,8%
- Sólo estudia		35,4%
+ Clase alta		56,3%
- Clase baja		32,6%
+ Ninguna carencia material		46,0%
<b>Identificación y resolución de problemas técnicos en entornos digitales</b>		
++ Hombres		43,4%
- Mujeres		28,9%
+ Estudios superiores		43,1%
+ Sólo trabaja		40,6%
- En paro		30,9%
+ Clase alta		48,4%
- Clase baja		28,7%
- Carencias materiales severas		27,1%
++ Ninguna carencia material		41,4%

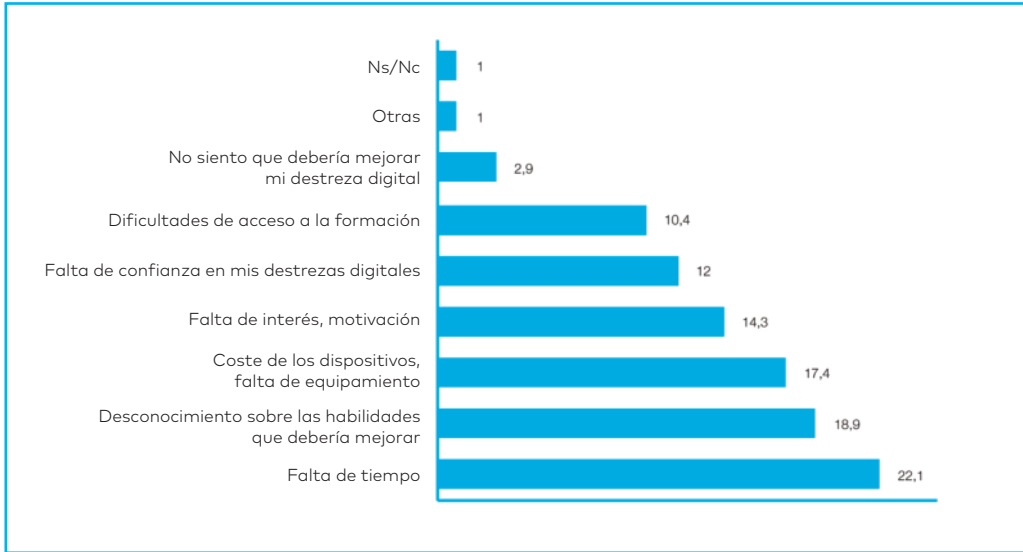
De las cuestiones que consideran que les **impiden mejorar su destreza en el manejo de TIC**, la principal es la falta de tiempo (22,1%), seguida del propio desconocimiento de las habilidades que debería mejorar (18,9%) y del coste de los dispositivos y la falta de equipamiento (17,4%). En un segundo escalón estarían la falta de interés o motivación (14,3%), la falta de confianza en sus destrezas digitales (12%) y las dificultades de acceso a la formación (10,4%). Sólo un 2,9% de la población joven no siente que debería mejorar su destreza digital (gráfico 1.8).

Las mujeres señalan por encima de los hombres el desconocimiento sobre las habilidades que deberían mejorar (diez puntos por encima) y la falta de tiempo (cinco puntos por encima)

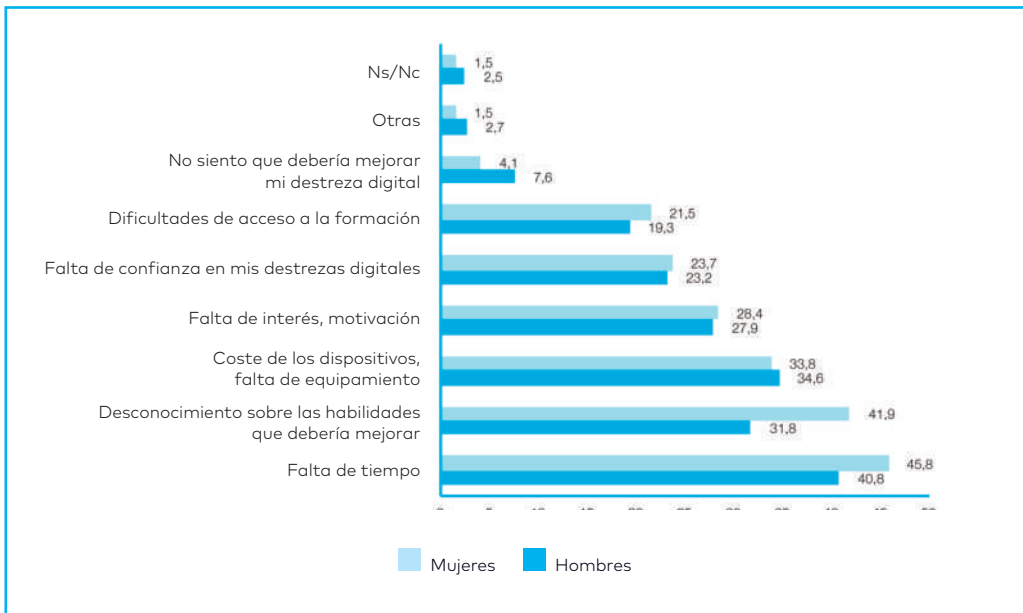
habilidades que deberían mejorar (diez puntos por encima) y la falta de tiempo (cinco puntos por encima). Los hombres no sienten que deban mejorar ninguna habilidad en una proporción que es tres puntos superior a la de las mujeres (gráfico 1.9).

Por **género** los resultados son muy similares, salvo en dos casos, que las mujeres señalan por encima de los hombres: el desconocimiento sobre las

**GRÁFICO 1.8. BARRERAS QUE IMPIDEN MEJORAR LAS DESTREZAS EN EL MANEJO DE TIC (%) RESPUESTA MÚLTIPLE**



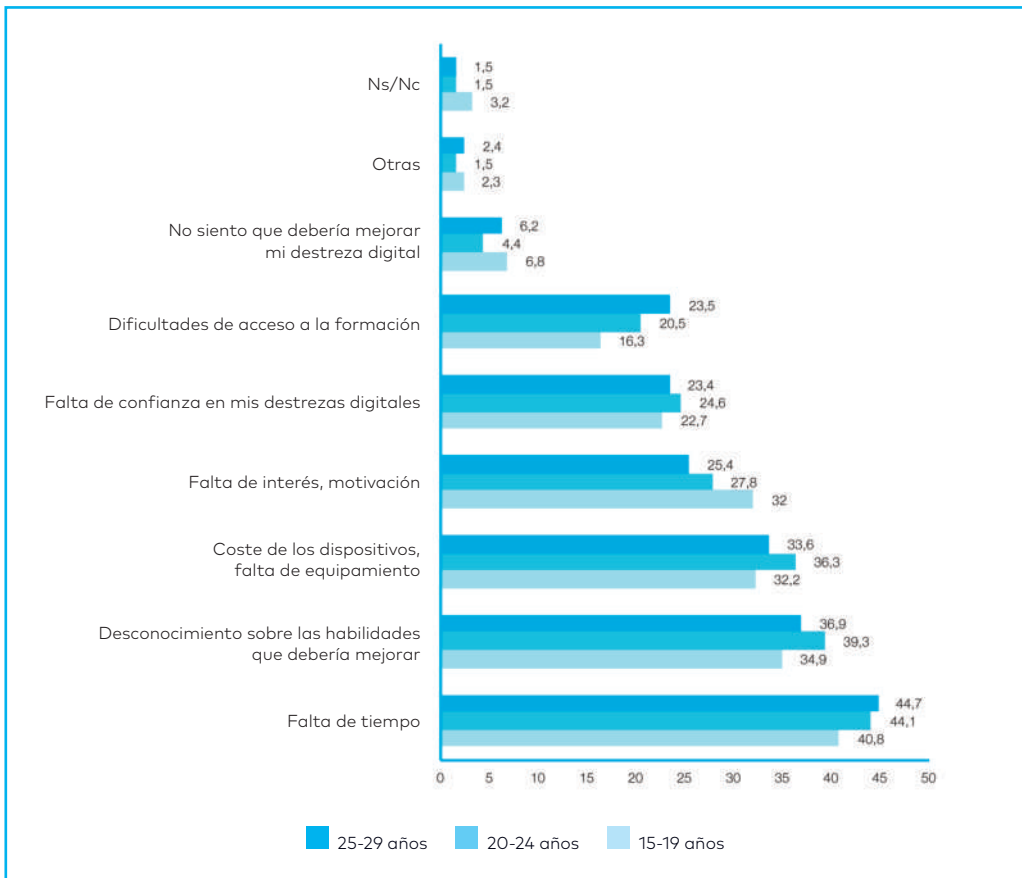
**GRÁFICO 1.9. BARRERAS QUE IMPIDEN MEJORAR LAS DESTREZAS EN EL MANEJO DE TIC, SEGÚN GÉNERO (%) RESPUESTA MÚLTIPLE**





A medida que aumenta la **edad**, aumenta el señalamiento de la dificultad de acceso a la formación (alcanza el 23,5% entre los 25 y los 29 años), y la falta de tiempo (44,7% en el tramo 25-29 años). En el lado contrario, disminuye la falta de interés (es del 32% entre los 15-19 años). Por lo demás, en el tramo 20-24 se apunta más que a otras edades el desconocimiento sobre las habilidades a mejorar (39,3%) y el coste de los dispositivos (36,3%) (gráfico 1.10).

**GRÁFICO 1.10. BARRERAS QUE IMPIDEN MEJORAR LAS DESTREZAS EN EL MANEJO DE TIC, SEGÚN EDAD (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



Del resto de variables, cabe mencionar que con el **nivel de estudios** aumenta la falta tiempo, además de que quien tiene estudios superiores menciona en un 8,5% más que la media que no siente que deba mejorar sus destrezas. Quien sólo estudia menciona más que el resto el coste, mientras que quien compagina estudios

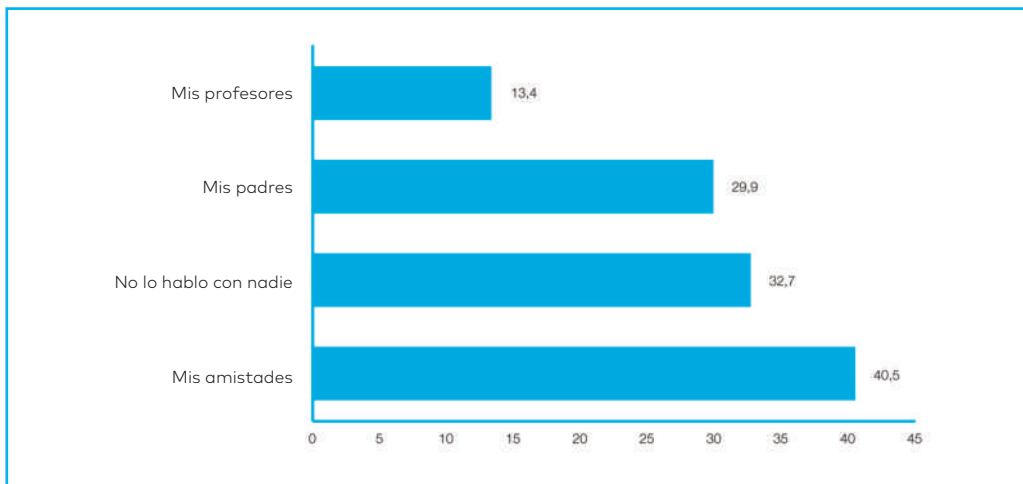
con trabajo apunta más a la falta de tiempo y al desconocimiento de las habilidades que debería mejorar.

En **clase baja** la proporción de quienes señalan el coste de los dispositivos es el doble que en clase alta (41% por 20%), además de que en clase alta apuntan ocho puntos por debajo de la media la falta de confianza. Las personas jóvenes con **carencias materiales severas** tienen mucha más dificultad de acceso (30%, casi el doble que quienes no tienen carencias), y apuntan más también al coste de los dispositivos (42,4%, seis puntos más que quienes tienen carencias leves y doce más que quienes no tienen carencias). Sin carencias materiales destacan más la falta de tiempo (46,3%).

## 2. MEDIACIONES Y AYUDAS

Las personas que, en mayor medida, suelen mostrar **interés por lo que hacen los y las jóvenes en internet**, son las amistades (40,5%), seguidas a bastante distancia de los padres/madres (29,9%) y, mucho más lejos, de los profesores/as (13,4%). Pero resulta relevante que un tercio de las personas jóvenes (32,7%) no habla con nadie de lo que hace en internet.

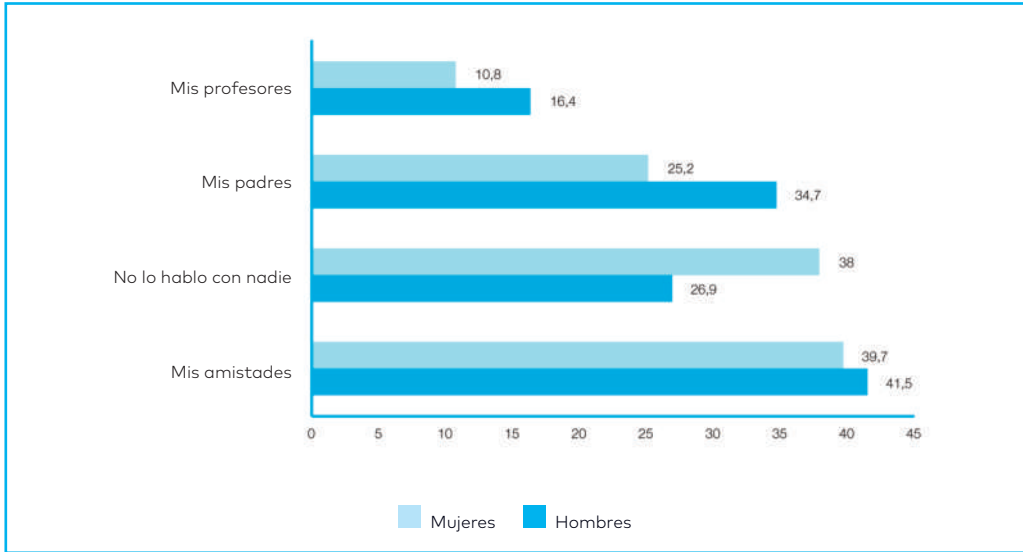
**GRÁFICO 2.1. PERSONAS DEL ENTORNO QUE MOSTRARON INTERÉS EN EL ÚLTIMO AÑO POR LO QUE HACEN EN INTERNET (%) RESPUESTA MÚLTIPLE**



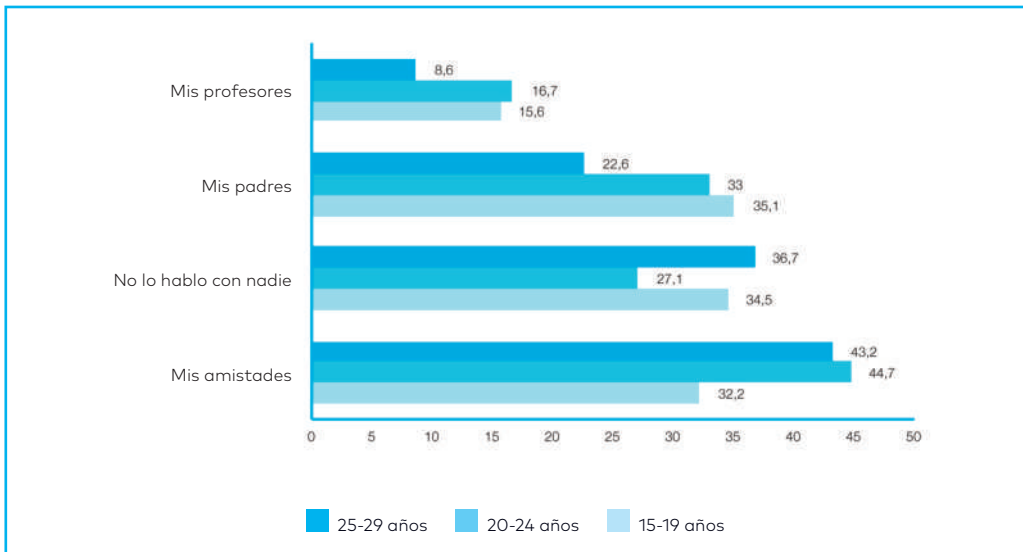
Los **hombres** hablan más con su entorno de lo que hacen en internet, sobre todo con sus padres/madres (casi diez puntos más) y con sus profesores/as (casi seis puntos más). El 38% de las **mujeres** no habla con nadie de lo que hace en internet (26,9% de hombres) (gráfico 2.2).

Las personas de menor **edad** (15-19 años) hablan en menor medida de lo que hacen en internet con las amistades (32,2%), pero en mayor proporción con sus padres/madres (35,1%). Los y las de mayor edad hablan menos con sus profesores/as (8,6% entre los 25-29 años), y además son quienes señalan más que no hablan con nadie (36,7%) (gráfico 2.3).

**GRÁFICO 2.2. PERSONAS DEL ENTORNO QUE MOSTRARON INTERÉS EN EL ÚLTIMO AÑO POR LO QUE HACEN EN INTERNET, SEGÚN GÉNERO (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



**GRÁFICO 2.3. PERSONAS DEL ENTORNO QUE MOSTRARON INTERÉS EN EL ÚLTIMO AÑO POR LO QUE HACEN EN INTERNET, SEGÚN EDAD (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



En relación al resto de variables:

- Las amistades mostraron más interés por lo que hacen en internet las personas con estudios superiores (52,8%), y las que trabajan y estudian (49,8%); y menos con las personas con carencias materiales severas.
- Los padres/madres hablaron más con quienes sólo estudian (34,2%), y jóvenes de clase alta (38,6%); y menos con quienes tienen carencias materiales severas.
- Los profesores/as hablaron más de lo que hacen en internet con jóvenes de clase alta (18,8%).
- Quienes no hablaron con nadie en mayor proporción que el resto se sitúan en clase baja (41%) y entre quienes tienen carencias materiales severas (43,8%); y en menor proporción entre quienes trabajan y estudian.

Una cosa es qué personas se interesaron por el tipo de cosas que hacen en internet, y otra si alguna de esas personas les recomendó **cómo mejorar su**

Las amistades en primer lugar, seguidas por padres/madres y por el profesorado son las personas que muestran interés por lo que hacen los y las jóvenes en internet y son también las que les aconsejan sobre cómo mejorar su seguridad online

**seguridad en internet, o cómo**

**comportarse online.** En este sentido, el

orden del círculo más cercano en hacer esas cosas es el mismo: amistades (30,7%), padres/madres (22,6%) y profesores/as (17,5%); si bien cabe apuntar que los profesores/as aconsejan en mayor proporción que muestran interés, mientras en los otros dos casos pasa lo contrario.

También es muy reseñable el

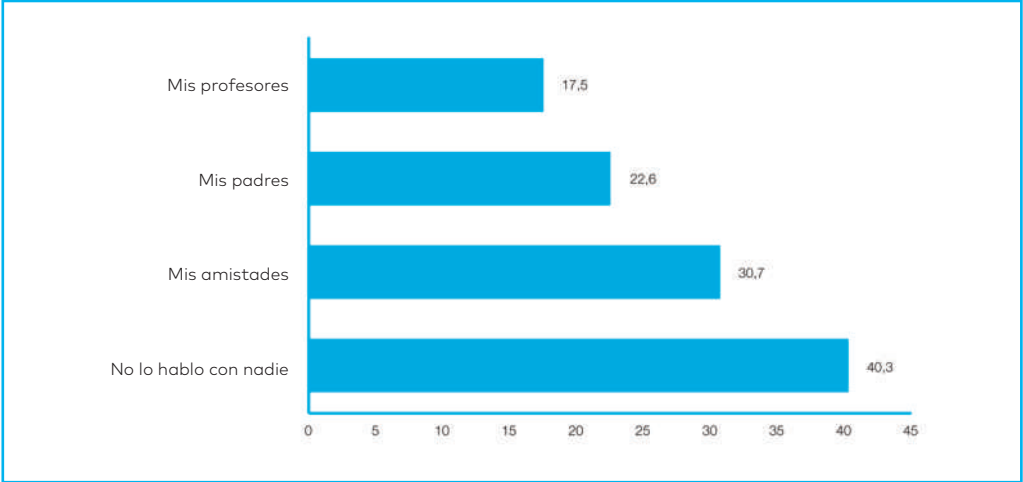
porcentaje de personas que no hablaron con nadie de este tipo de recomendaciones (40,3%), proporción aún mayor que la de personas que no se interesaron por lo que hacían en internet<sup>1</sup> (gráfico 2.4).

Igual que ocurriría respecto a la gente del entorno que muestra interés por lo que hacen en internet, los **hombres** reciben más recomendaciones tanto de

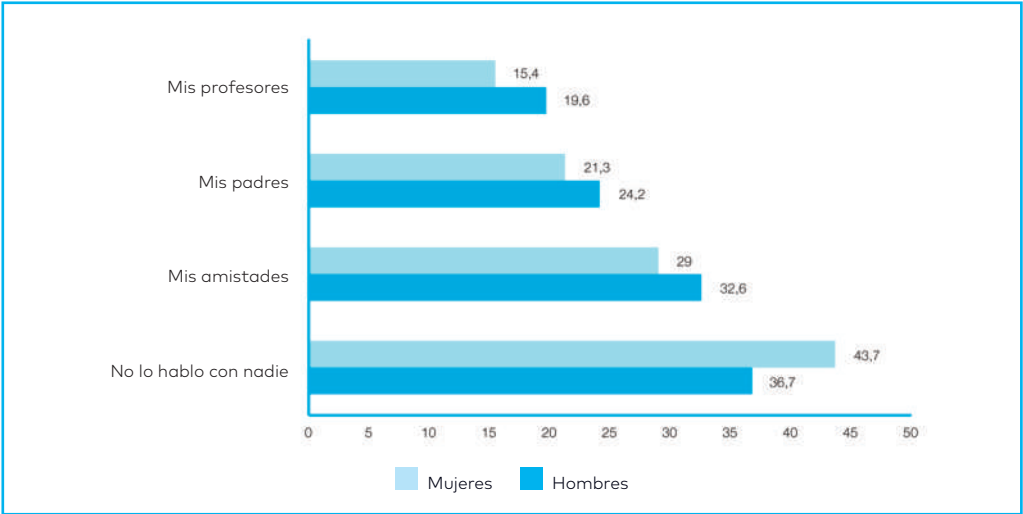
1. La comparación respecto a los resultados de 2018 no es posible por la distinta formulación de la pregunta (2018: 39). Sólo mencionar que entonces se apuntaba que los profesores/as sugieren en mayor medida que los padres/madres cómo mejorar la seguridad en internet (3,71 frente a 3,32 en una escala 0-10), mientras padres/madres hablan más sobre lo que hacen sus hijos/as en internet que los profesores/as (3,44 frente a 2,94). En cualquier caso, medias muy bajas para la escala 0-10 considerada. En relación al tipo de resultados obtenidos en la presente investigación, se cumple la proporción entre ambos agentes respecto a quién habla más o se interesa más por lo que hacen en internet, pero no en relación a quién aconseja más sobre cómo mejorar la seguridad.

amistades, como de padres/madres y de profesores/as, si bien las diferencias no llegan al 5%. El 43,7% de las **mujeres** no recibe recomendaciones al respecto de nadie, siete puntos más que los hombres (gráfico 2.5).

**GRÁFICO 2.4. PERSONAS DEL ENTORNO QUE RECOMENDARON EN EL ÚLTIMO AÑO CÓMO MEJORAR SU SEGURIDAD EN INTERNET O COMPORTARSE ONLINE (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**

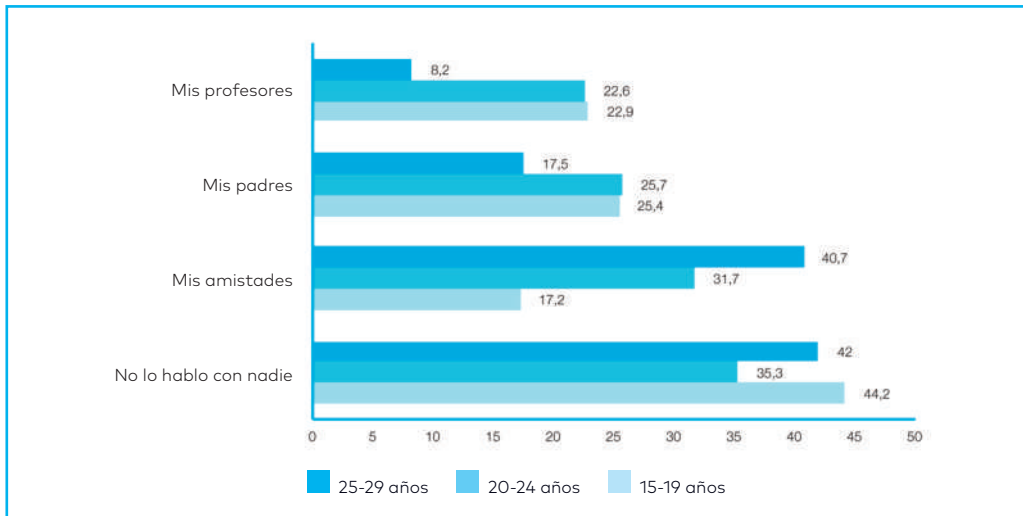


**GRÁFICO 2.5. PERSONAS DEL ENTORNO QUE RECOMENDARON EN EL ÚLTIMO AÑO CÓMO MEJORAR SU SEGURIDAD EN INTERNET O COMPORTARSE ONLINE, SEGÚN GÉNERO (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



A medida que aumenta la **edad** crece la proporción de quienes son aconsejados/as por sus amistades (40,7% en el tramo 25-29 años), pero entre los y las jóvenes de mayor edad también se dan las menores proporciones de quienes son recomendados por padres/madres y profesores/as (aproximadamente ocho y quince puntos menos que el resto, respectivamente). La proporción de quienes no reciben recomendaciones de nadie es menor en el tramo de edad 20-24 años, siendo bastante similar entre los 15-19 y los 25-29 (42% y 44,2%, respectivamente) (gráfico 2.6).

**GRÁFICO 2.6. PERSONAS DEL ENTORNO QUE RECOMENDARON EN EL ÚLTIMO AÑO CÓMO MEJORAR SU SEGURIDAD EN INTERNET O COMPORTARSE ONLINE, SEGÚN EDAD (%) RESPUESTA MÚLTIPLE**



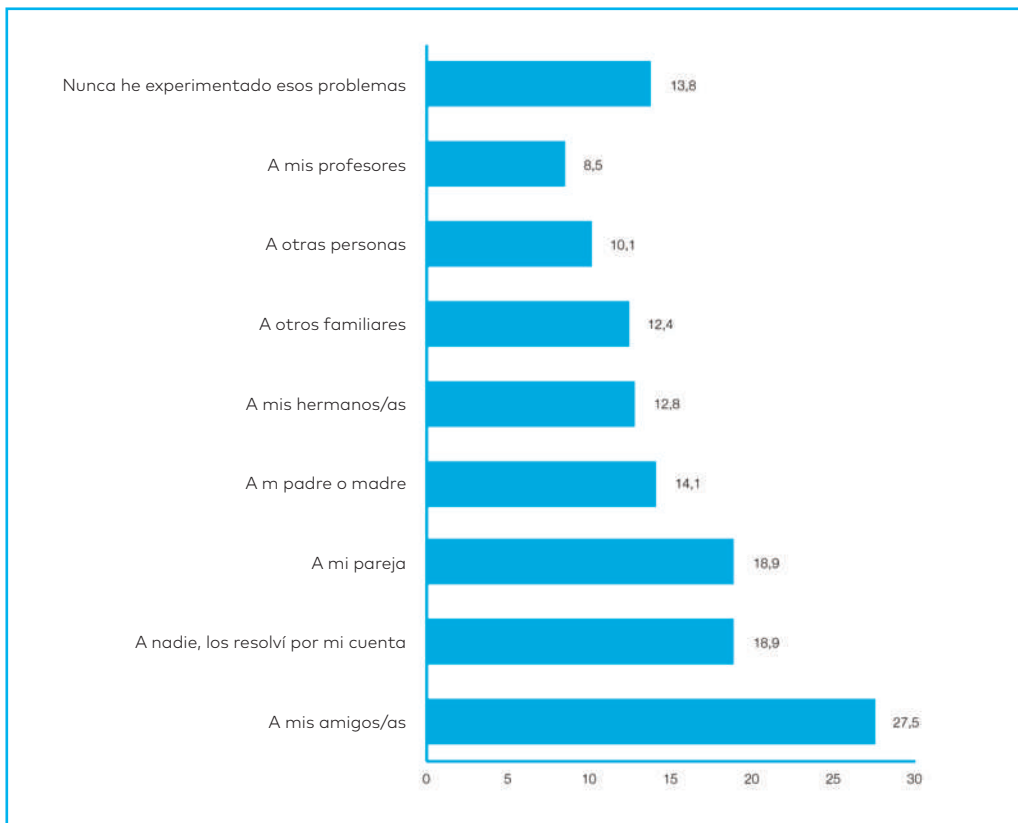
Para todos los casos se cumple que quienes estén en **clase alta** reciben más consejos sobre lo que hacer en internet, al tiempo que el 50,3% de jóvenes de clase baja no hablan con nadie de estas cosas. Además, el 48,6% de personas jóvenes con **carencias materiales severas** tampoco reciben recomendaciones de este tipo por parte de nadie.

Los y las jóvenes con estudios universitarios hablan menos de estos temas con sus profesores/as (13,6%) y mucho más con las amistades (43,1%). Quienes tienen menos estudios (hasta Secundaria obligatoria) son quienes, en mayor proporción, no reciben recomendaciones de nadie (45,4%).

Cuando se pide **ayuda para solucionar problemas con el uso de dispositivos tecnológicos o internet**, se hace principalmente a las amistades (27,5%), con bastante diferencia respecto a la pareja (18,9%), y más aún con el padre/madre (14,1%), los hermanos/as (12,8%), otros familiares (12,4%), otras personas (10,1%) o los profesores/as (8,5%). Mientras tanto, el 18,9% afirma resolver esos problemas por su cuenta, sin acudir a nadie, y un 13,8% dice que nunca ha experimentado ese tipo de problemas (gráfico 2.7).

A la hora de pedir ayuda para solucionar problemas con las nuevas tecnologías, los y las jóvenes acuden principalmente a sus amigos/as y muchos afirman resolver estas cuestiones por sí mismos.

**GRÁFICO 2.7. PERSONAS A LAS QUE SE PIDIÓ AYUDA EN EL ÚLTIMO AÑO PARA SOLUCIONAR PROBLEMAS CON EL USO DE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS O INTERNET (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**





Las diferencias más destacables en función de las diversas variables consideradas son las siguientes:

- En relación al **género** las diferencias no son destacables, salvo en un caso: ellas piden más ayuda a sus parejas (22,4%, por 14,7% de los hombres). El resto de diferencias no llegan a los cuatro puntos.
- También se pide más ayuda a la pareja según aumenta la edad (25,5% entre los 25-29 años), y entre quienes sólo trabajan (26,3%).
- Acuden más a su padre/madre quienes sólo estudian (17,8%), y en la clase alta (19%).
- A los hermanos/as acuden más las personas más jóvenes, pero también quienes tienen más estudios. También sucede que, a mayores estudios, se acude más a las amistades.
- Como parece lógico, piden más ayuda a los profesores/as quienes estudian, trabajen o no (están, entre 11-12% por encima de la media).
- Entre los y las jóvenes con carencias materiales severas se encuentran las mayores proporciones de quienes no piden ayuda (21,2%) y de quienes dicen que nunca han experimentado esos problemas (16,7%). También hay más personas que no piden ayuda en clase baja (24,3%, casi el doble que en clase alta).

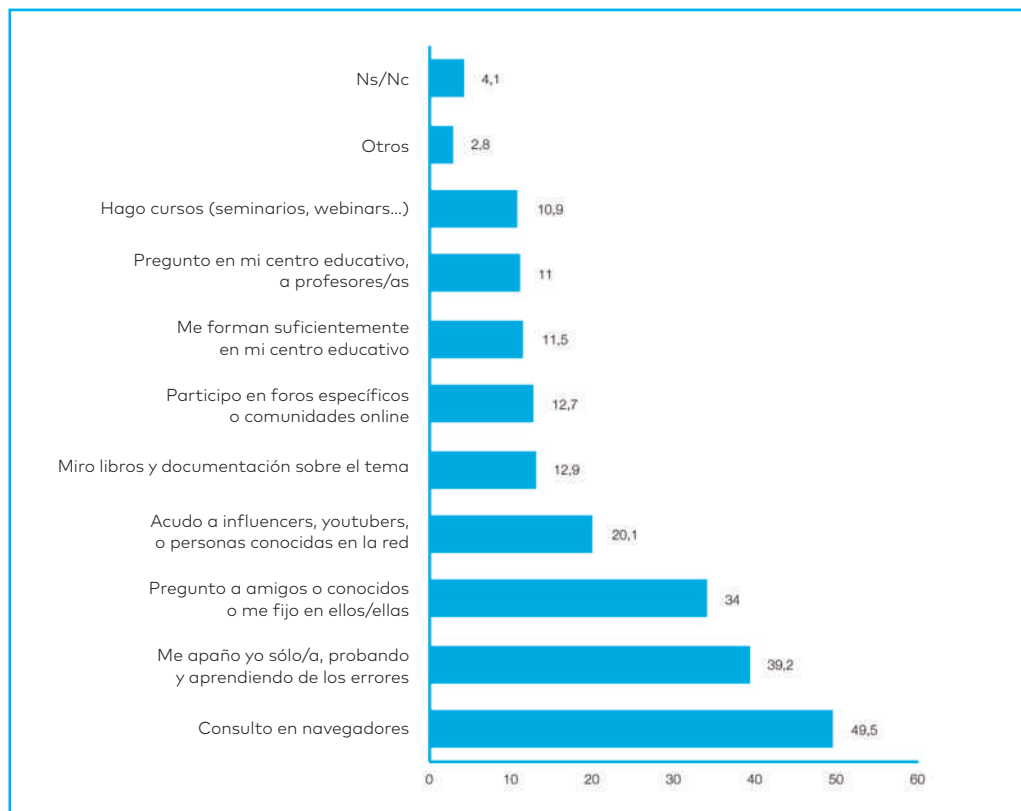
A la hora de **adquirir conocimientos y estar informado/a sobre cuestiones tecnológicas** principalmente se consulta en navegadores (49,5%), seguido a bastante distancia de preguntar a personas conocidas (34%) y de acudir a *influencers, youtubers*, o personas conocidas en la red (20,1%). En proporción bastante menor se miran libros y documentación (12,9%), se participa en foros específicos (12,7%), se pregunta en su centro educativo a profesores/as (11%) o se hacen cursos (10,9%). Un 11,5% afirma que en su centro educativo recibe la suficiente formación, y un destacado 39,4% reconoce que se apaña solo/a, probando y aprendiendo de los errores (gráfico 2.8).

Observando los cruces por las variables sociodemográficas, se aprecian algunas diferencias:

- A los navegadores acuden más las mujeres (53,9%, ocho puntos más que los hombres), los y las jóvenes de mayor edad, y quienes trabajan y estudian (54,5%).
- Miran más en foros los hombres (15%, cuatro puntos más que las mujeres), las personas con más estudios, y que trabajan, estudien o no.

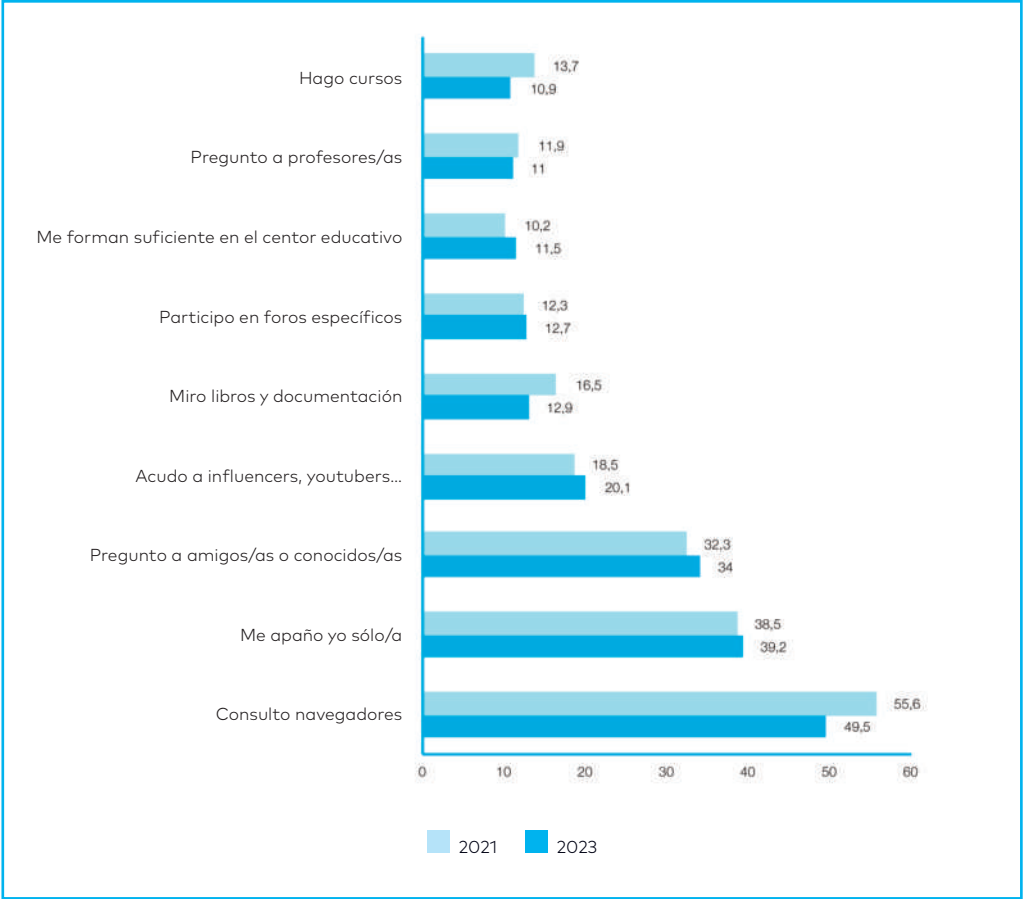
- Las mujeres acuden más a los/las amigos/as (39,1%, diez puntos más que los hombres), algo que también pasa más entre quienes tienen más estudios, y en clase media (39%, trece puntos más que en clase alta).
- Parece lógico que quien estudia (trabaje o no) acuda más a su centro educativo (entre 13,8-14,8% por encima de la media), como también ocurre en jóvenes de clase alta (14,8%).
- A los libros o publicaciones específicas acude más quien trabaja (estudie o no, está sobre el 15%), y también quienes están entre los 20 y los 24 años (17,3%).
- Hacen más cursos quienes tienen más estudios, y quienes trabajan y estudian (14,1%).
- Las personas que se apañan por su cuenta están más entre las personas en paro (42,8%) y con carencias materiales severas (43,3%, casi cinco puntos más que la media).

**GRÁFICO 2.8. A QUIÉN SE ACUDE A LA HORA DE ADQUIRIR CONOCIMIENTOS Y ESTAR INFORMADO/A CUESTIONES TECNOLÓGICAS (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



Respecto a 2021 los resultados no varían en exceso. Cabe apuntar que descienden algo las consultas a navegadores (pasan de 55,6% a 49,5%), la consulta de libros y documentación (de 16,5% a 12,9%) y los cursos específicos (de 13,7% a 10,9%). El resto de diferencias no llegan a los dos puntos (gráfico 2.9).

**GRÁFICO 2.9. A QUIÉN SE ACUDE A LA HORA DE ADQUIRIR CONOCIMIENTOS Y ESTAR INFORMADO SOBRE CUESTIONES TECNOLÓGICAS, 2021-2023 (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



Datos 2021: *Barómetro jóvenes y tecnología 2021* (p. 84). Datos 2023: presente estudio.

## 3. REDES SOCIALES

---

### 3.1. CUÁLES SE USAN Y CON QUÉ FRECUENCIA

Entre las **redes sociales y plataformas que se usan habitualmente**, hay tres que destacan del resto. Muy especialmente Instagram, citada por el 82,9% de las personas jóvenes, seguida de Youtube (73,5%) y Tik Tok (69,5%). La fuerza de este triunvirato queda patente por la distancia que sacan a la siguiente, que es ni más ni menos que los sistemas de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram), usados por la mitad de los y las jóvenes de manera habitual (49,7%)<sup>1</sup>. Con un uso algo menor están Twitter (41,1%) y Facebook (40,3%).

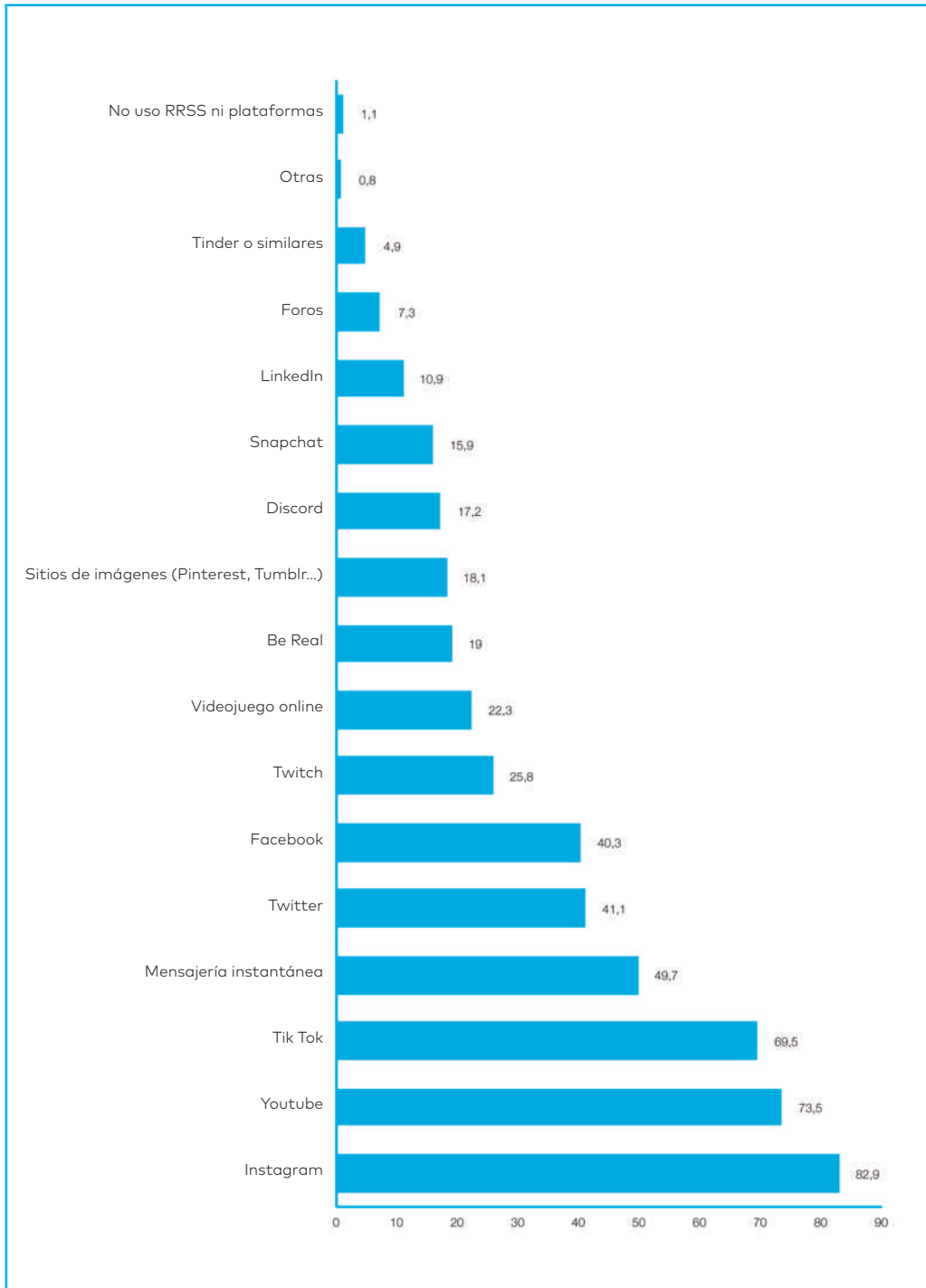
En un segundo nivel se sitúan plataformas como Twitch (25,8%), los videojuegos *online* (22,3%), Be Real (19%), sitios de imágenes como Pinterest o Tumblr (18,1%), Discord (17,2%) y Snapchat (15,9%). Para completar el mosaico de los numerosos lugares *online* a los que acuden adolescentes y jóvenes, los menos usados son LinkedIn (10,9%), foros como Reddit, 4chan, Forocoches o Meristation (7,3%), y Tinder o aplicaciones de citas similares (4,9%). **Sólo un 1,1% de los y las jóvenes afirma no usar ninguna de las redes sociales y plataformas propuestas** (gráfico 3.1).

Según **género**, existe una clara diferenciación entre las aplicaciones que más usan las mujeres y las que más usan los hombres. Ellas destacan en el uso habitual de Instagram (87%, nueve puntos más que ellos), Tik Tok (75,4%, doce puntos más), sistemas de mensajería instantánea (59,9%, por 38,5% los hombres), Facebook (45,2%, diez puntos más), Snapchat (21%, algo más del doble que los hombres), y sitios de imágenes (26,7%, 8,8% ellos). Por su parte, los hombres usan más Twitter (44,7%, siete puntos más que las mujeres), Twitch (34,7%, casi el doble que ellas), Discord (25,1%, quince puntos más) y videojuegos *online* (29%, 16,2% ellas). En el resto de aplicaciones las diferencias son menos importantes, si bien se puede decir que los hombres usan más los foros y las mujeres algo más LinkedIn o BeReal (gráfico 3.2).

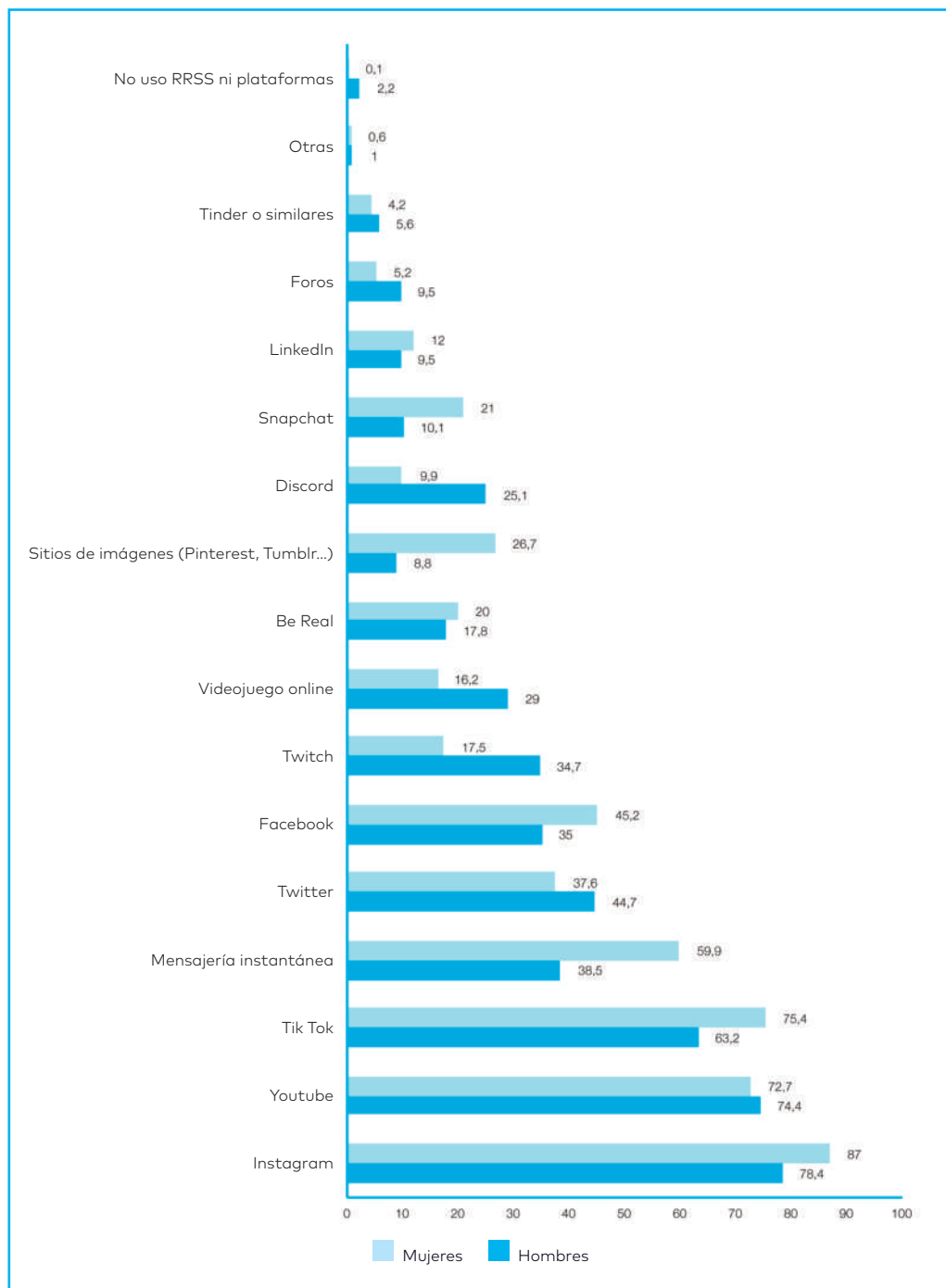
---

1. Recordemos que esta pregunta era de respuesta múltiple, sin límite de respuestas, por lo que puede sorprender el resultado de algo tan aparentemente extendido como los sistemas de mensajería instantánea. Esto puede dar pistas sobre cómo adolescentes y jóvenes emplean otras plataformas para comunicarse habitualmente.

GRÁFICO 3.1. REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS ONLINE QUE SE USAN HABITUALMENTE (%). RESPUESTA MÚLTIPLE



**GRÁFICO 3.2. REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS ONLINE QUE SE USAN HABITUALMENTE, SEGÚN GÉNERO (%) RESPUESTA MÚLTIPLE**



Según **edad**, se puede diferenciar entre las aplicaciones cuyo uso aumenta con la edad, y en las que desciende (gráfico 3.3). Así, a medida que aumenta la edad es más habitual, muy especialmente, el uso de Facebook (63,7% entre los 25-29 años, cuando no llega al 20% entre los 15-19 años); también de LinkedIn (15% en los 25-29 años), y los sistemas de mensajería instantánea (55,7% en el tramo superior).

Con diferencias menos significativas, pero también con un uso claramente creciente a medida que aumenta la edad, están los foros, Youtube, Tinder y similares, e Instagram. Además, el uso de Twitter es claramente superior a partir de los 20 años, estabilizándose en torno al 43% para todo el tramo 20-29.

Existen claras diferencias en el tipo de redes sociales y plataformas utilizadas por los y las jóvenes, tanto en función del género como en función de la edad

En el sentido contrario, al aumentar la edad desciende el uso habitual de Tik Tok (que es del 77,8% entre los 15-19 años) y de Be Real (33,8% entre las personas más jóvenes, cuando entre los 25-29 años es sólo del 6,8%).

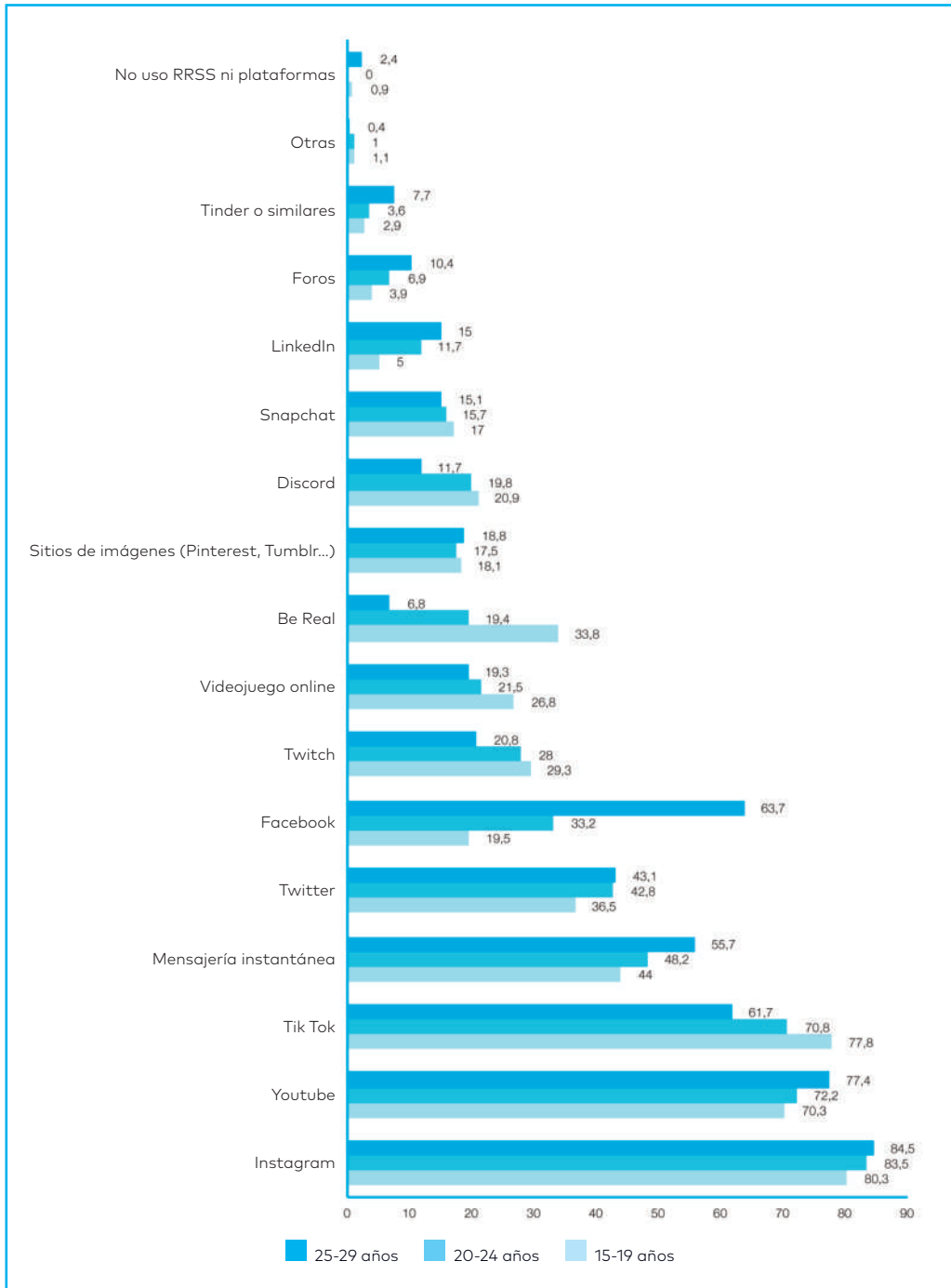
El uso de Twitch y de Discord se mantiene estable en todo el tramo 15-24 años (28-29% y en torno al 20%, respectivamente), descendiendo de forma importante a partir de los 25 años. También desciende con la edad el uso de videojuegos *online* (26,5% en el tramo 15-19 años) y de Snapchat (aunque en este caso las diferencias no son tan reseñables).

En consonancia con lo que ocurre respecto a la edad, las siguientes aplicaciones son más usadas habitualmente entre los y las jóvenes con mayor **nivel de estudios**: Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, foros y Tinder. Además, Twitch y los sitios de imágenes también son más usados entre quienes tienen más estudios (aunque en esos casos no se cumple que aumente el uso a medida que aumenta la edad).

Algunas redes sociales y plataformas son claramente más usadas por personas que trabajan (compagines trabajo con estudio o no; pero, sobre todo, en relación a quien sólo estudia): Facebook, Twitter, Twitch, LinkedIn y Discord. Justo al contrario que otras, que son menos usadas precisamente por los y las jóvenes que trabajan: Tik Tok y Youtube.

Buena parte de las aplicaciones son claramente menos usadas por las personas con **carencias materiales** severas: Instagram, Twitter, Twitch, Be Real, Snapchat, y los sistemas de mensajería instantánea.

**GRÁFICO 3.3. REDES SOCIALES Y PLATAFORMAS ONLINE QUE SE USAN HABITUALMENTE, SEGÚN EDAD (%)  
RESPUESTA MÚLTIPLE**

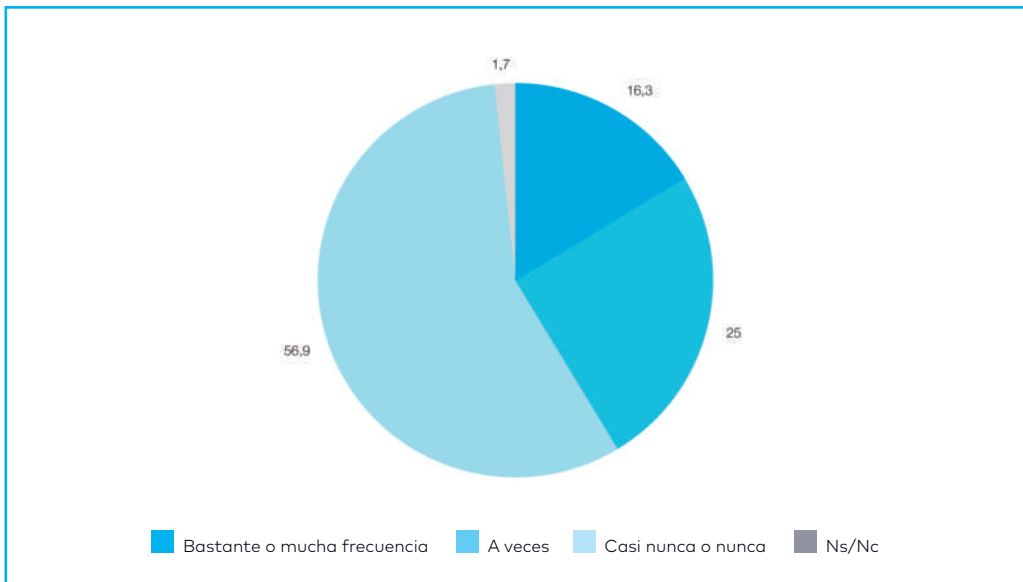




## 3.2. SENSACIONES ASOCIADAS AL USO

La mayoría de jóvenes (56,9%) dice no haberse sentido mal nunca o casi nunca por **no participar en las redes sociales** en las que participan sus amigos y amigas, aunque uno de cada cuatro ha tenido esa sensación a veces y el 16,3% con bastante o mucha frecuencia.

*GRÁFICO 3.4. SENSACIÓN DE MALESTAR POR NO PARTICIPAR EN LAS RRSS EN LAS QUE PARTICIPAN LOS AMIGOS/AS (%)*



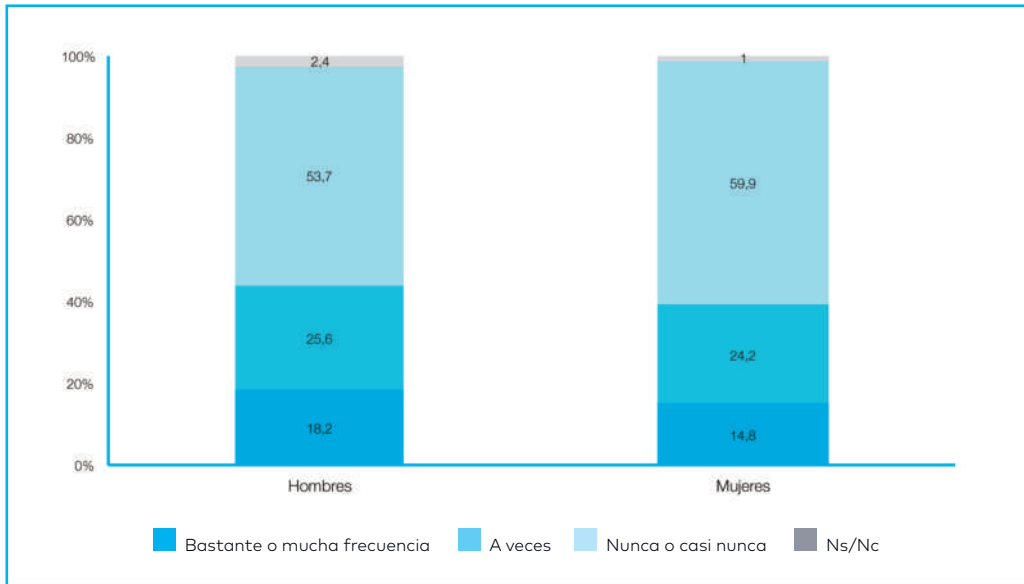
Esa sensación de malestar es algo superior entre los **hombres** (el 18,2% con frecuencia y el 25,6% a veces), aunque la diferencia no es excesivamente grande (3,5 puntos en la máxima frecuencia y no llega a dos puntos en la frecuencia media) (gráfico 3.5).

La **edad** no marca excesivas diferencias, dándose el mayor malestar en el tramo 20-24 años (17,5% con bastante o mucha frecuencia y 28,6% a veces), aunque la mayor distancia respecto a los tramos superiores e inferiores se refieren a la frecuencia "a veces".

Del resto de variables cabe señalar que el malestar por no participar en redes sociales es bastante mayor entre jóvenes de **clase alta y media-alta**, pues el 27% señala que le ocurre con bastante o mucha frecuencia, lo que supone aproximadamente trece puntos más que el resto de jóvenes, para esa misma

frecuencia (para la frecuencia "a veces" los resultados están mucho más igualados, en torno a un cuarto de la muestra) (tabla 3.1).

**GRÁFICO 3.5. SENSACIÓN DE MALESTAR POR NO PARTICIPAR EN LAS RRSS EN LAS QUE PARTICIPAN SUS AMIGOS/AS, SEGÚN GÉNERO (%) P<.05**



**TABLA 3.1. SENSACIÓN DE MALESTAR POR NO PARTICIPAR EN LAS RRSS EN LAS QUE PARTICIPAN SUS AMIGOS/AS, SEGÚN CLASE SOCIAL. P<.05**

	ALTA Y MEDIA-ALTA	CLASE MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	NS/NC	TOTAL
Bastante o mucha frecuencia	72 27,0%	92 13,8%	78 14,6%	2 8,0%	244 16,3%
A veces	68 25,5%	173 26,0%	126 23,6%	6 24,0%	373 25,0%
Nunca o casi nunca	119 44,6%	393 59,0%	324 60,6%	14 56,0%	850 56,9%
Ns/Nc	8 3,0%	8 1,2%	7 1,3%	3 12,0%	26 1,7%
Total	267 100,0%	666 100,0%	535 100,0%	25 100,0%	1493 100,0%

**Usar, gestionar y mantener las redes sociales**, por lo general genera diversión (40,9%), seguido de alegría (32,2%). A más distancia propicia confianza (24%), ilusión (21%), indiferencia (18,4%) y autoestima (16,5%). Es decir, todas las sensaciones positivas, salvo la indiferencia (que tampoco es negativa). Las sensaciones negativas son mucho menos nombradas: agobio/estrés (13,1%), inseguridad (11,1%), frustración (7,2%), envidia (6,2%), angustia (6%), tristeza (4,8%) y rabia (4%). Resulta reseñable que un nada despreciable 7,2% de jóvenes no sabe o no quiere responder a esta cuestión<sup>2</sup> (gráfico 3.6).

Las **mujeres** señalan más que los hombres la diversión (43,9%, seis puntos más que ellos), la autoestima (19,5%, también seis puntos por encima) y el agobio/estrés (15,5%, cinco puntos más). Por su parte, los **hombres** apuntan más a la ilusión (24,1%, por 18,3% de mujeres), aunque también es destacable que el 9% de ellos no sabe o no quiere contestar a la pregunta (gráfico 3.7).

En relación a la **edad** sólo es reseñable que las personas de más edad nombran más la ilusión (24,7% entre los 25-29 años), y que las menores de 19 años nombran menos la alegría (siete puntos menos que la media) y la confianza (cinco puntos menos que la media).

Quienes tienen **estudios superiores** nombran más la diversión (46%) y la autoestima (19,2%). Precisamente son esas dos las sensaciones que señalan

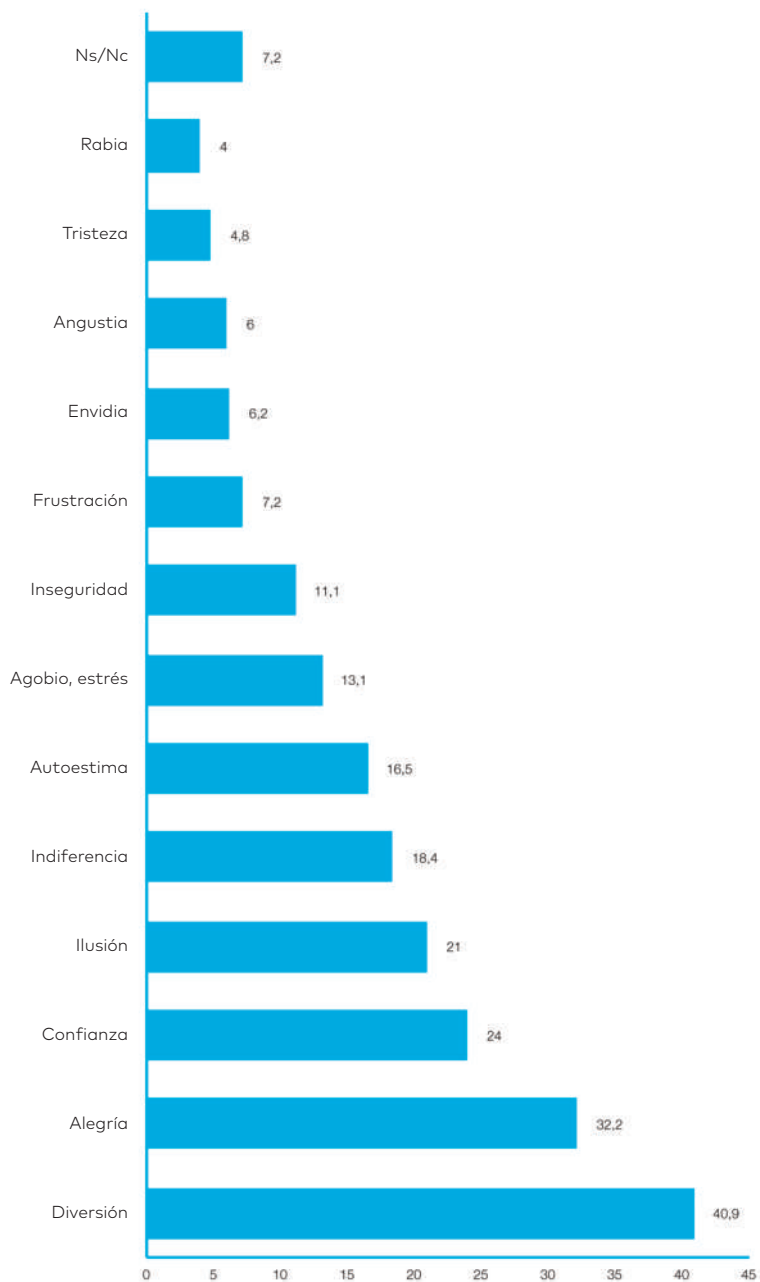
Las condiciones socioeconómicas influyen claramente en las sensaciones que los y las jóvenes apuntan que les produce su relación con las TIC

menos quienes sólo estudian, respecto a otro tipo de ocupaciones; mientras que quienes sólo trabajan mencionan más la alegría (39,1%) y la confianza (27,4%), y menos el agobio/estrés (9,8%). La inseguridad es más nombrada por jóvenes en paro (14,3%).

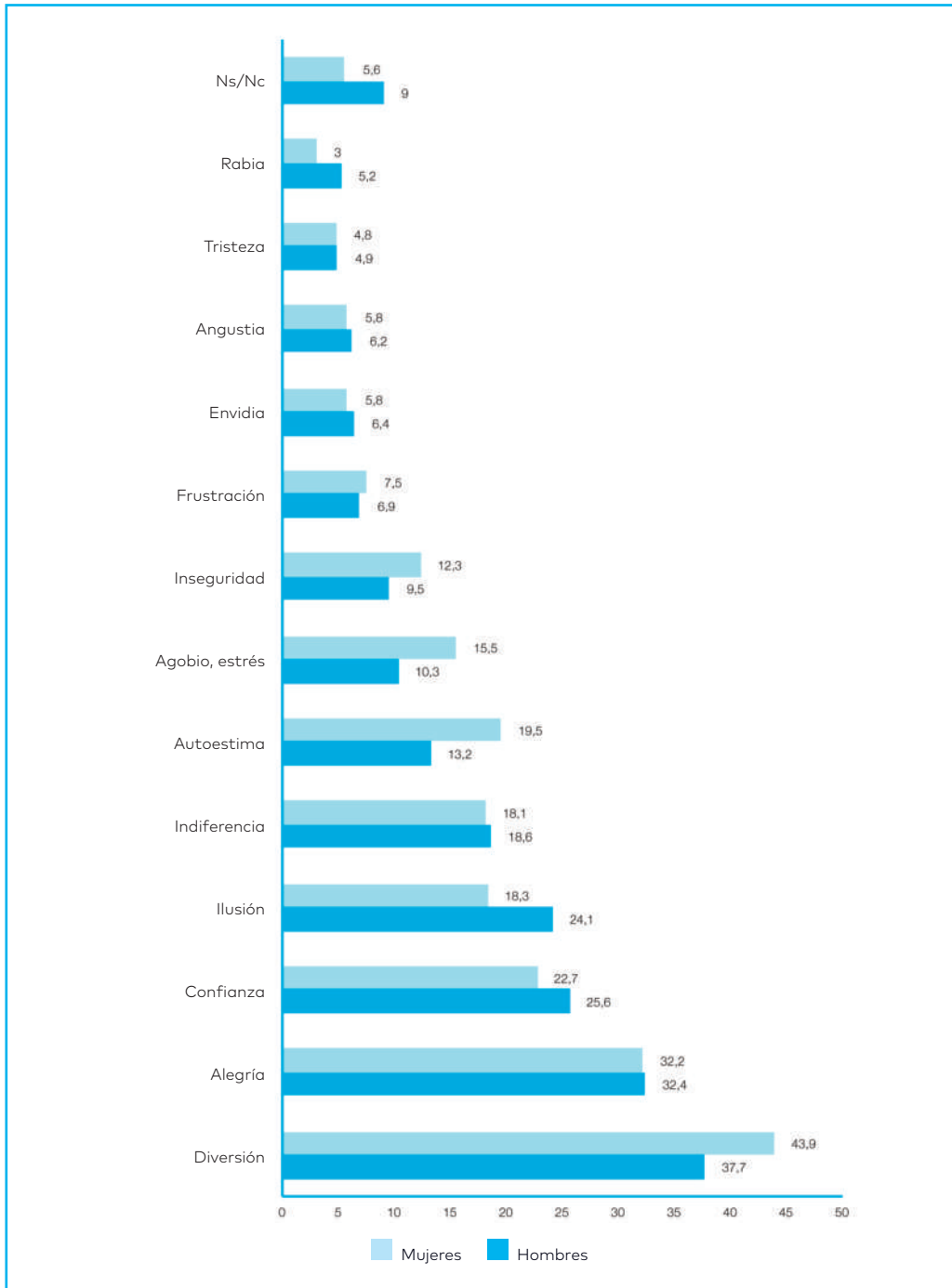
Además, entre jóvenes de **clase alta** se apunta más a la ilusión (25,1%, siete puntos más que en clase baja) y la confianza (33%, doce puntos por encima de la clase baja), y menos la inseguridad y la indiferencia (en ambos casos, en proporciones que son la mitad de las que presenta la clase baja).

2. Respecto a 2018 (2018: 64) los dos primeros puestos son los mismos, aunque mientras la alegría mantiene un resultado prácticamente idéntico (32,3%), la diversión desciende del 70,8% al 40,9% actual. Si bien el hecho de que la muestra de 2018 estuviera compuesta por jóvenes de 14 a 24 años seguramente tenga que ver con esta diferencia, lo abultado de la misma conduce a pensar que, en cualquier caso, su señalamiento ha descendido. También se aprecian descensos en relación a la indiferencia (31,1% en 2018), la ilusión (28,2%), la autoestima (18,5%), pero también del agobio/estrés (18,3%), así como un aumento de la confianza (14,6%).

GRÁFICO 3.6. SENSACIONES QUE GENERA USAR, GESTIONAR Y MANTENER LAS RRSS (%). RESPUESTA MÚLTIPLE



**GRÁFICO 3.7. SENSACIONES QUE GENERA USAR, GESTIONAR Y MANTENER LAS RRSS, SEGÚN GÉNERO (%)  
RESPUESTA MÚLTIPLE**

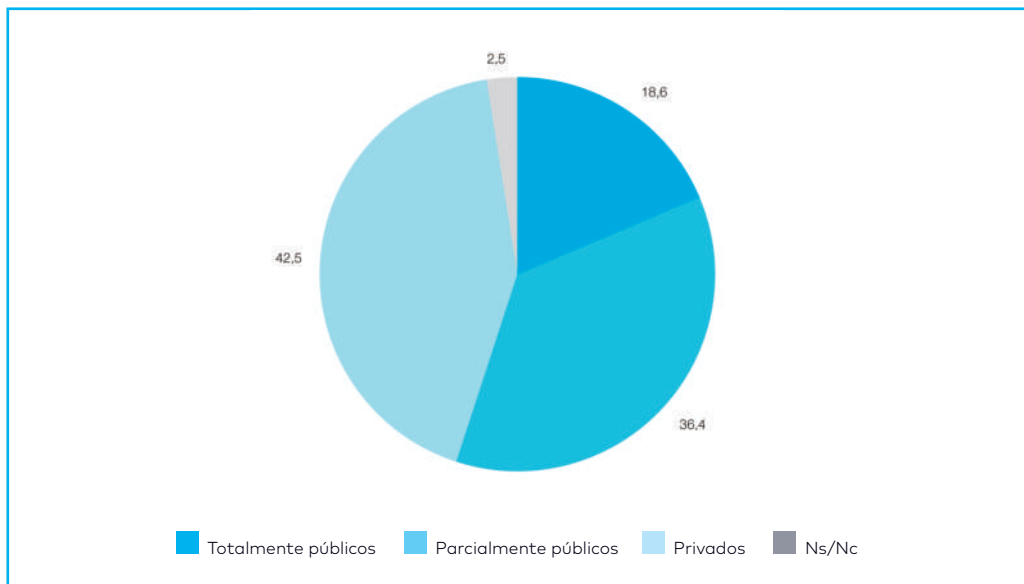


Los y las jóvenes con **carencias materiales severas** nombran menos la diversión, la ilusión, la alegría y la confianza (en los cuatro casos con diferencias de entre cuatro y trece puntos, siendo la diferencia más grande respecto a la diversión), y más la inseguridad (17,2%). Es decir, que de nuevo las condiciones materiales y socioestructurales influyen en la manera más o menos positiva de percibir la relación con las TIC.

### 3.3. GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES

Gestionar adecuadamente la **privacidad e intimidad en las redes sociales** puede suponer estar en mejor o peor disposición para evitar algunos riesgos asociados al uso de redes sociales e internet. En este sentido, frente al 42,5% de jóvenes que tienen sus perfiles personales en redes sociales privados (restringidos), el 18,6% los tiene totalmente públicos (los puede ver cualquiera), y un 36,4% parcialmente (algunos perfiles y contenidos son abiertos, y otros no).

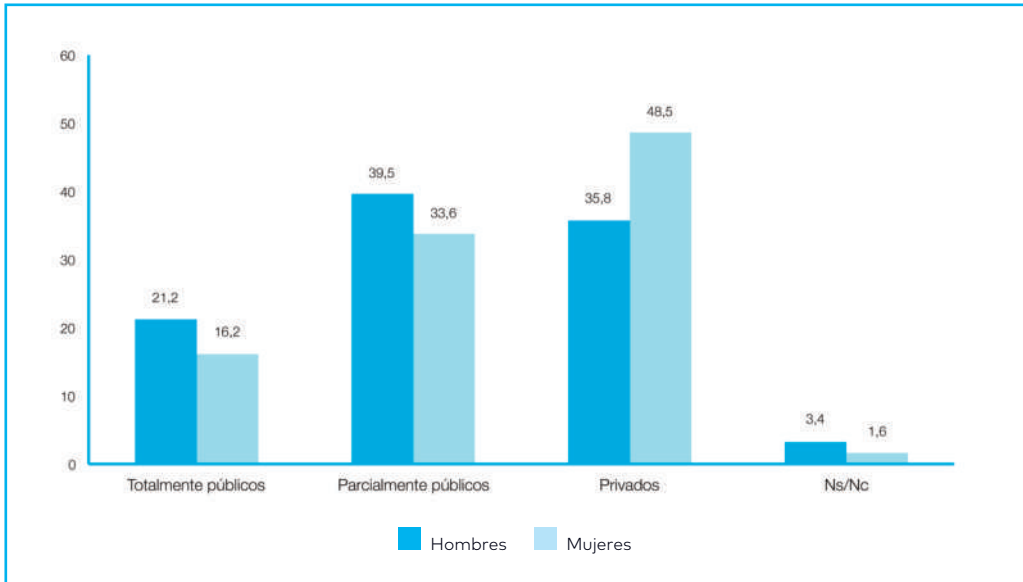
**GRÁFICO 3.8. CÓMO SON LOS PERFILES PERSONALES EN RRSS (%)**



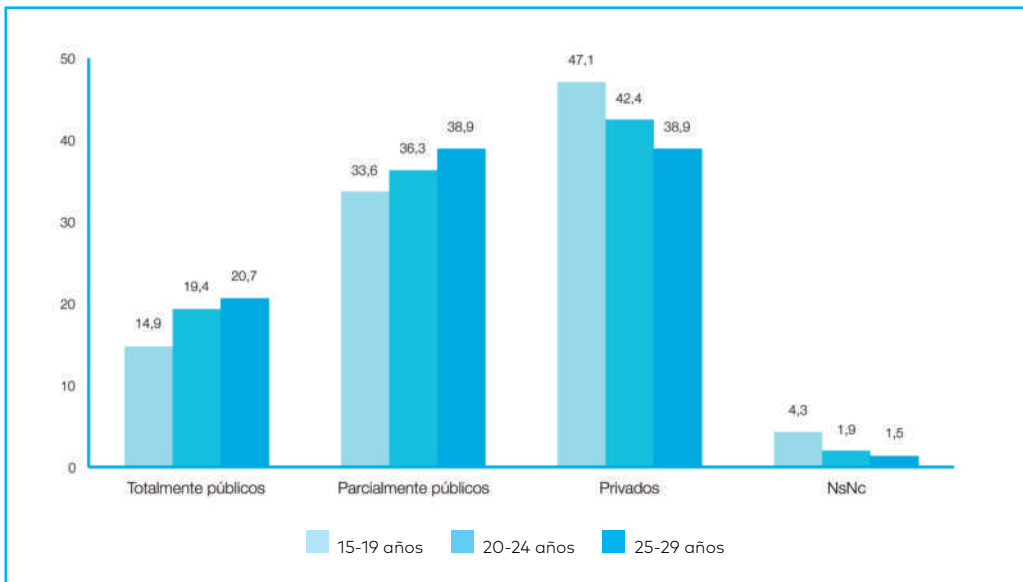
En este sentido, las **mujeres** se muestran más cautelosas, pues casi la mitad de ellas tiene sus perfiles privados (48,5%), lo que supone una proporción casi trece puntos superior a la de los **hombres**. La mayoría de ellos tiene los perfiles públicos:

el 21,2% totalmente (16,2% las mujeres) y el 39,5% parcialmente (33,6% las mujeres) (gráfico 3.9).

**GRÁFICO 3.9. CÓMO SON LOS PERFILES PERSONALES EN RRSS, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



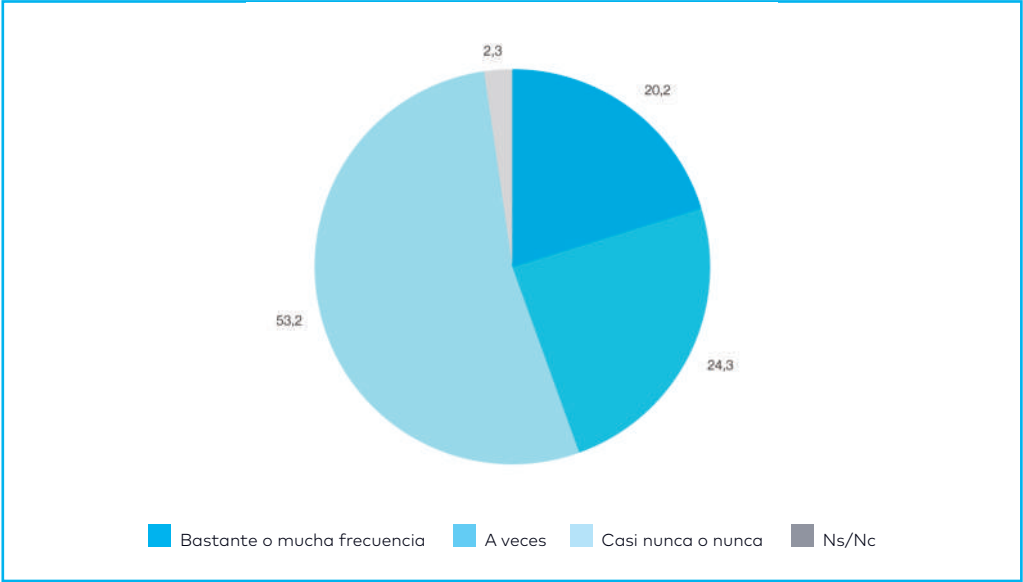
**GRÁFICO 3.10. CÓMO SON LOS PERFILES PERSONALES EN RRSS, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



Por **edad**, aumenta la proporción de personas que tienen sus perfiles públicos a medida que aumenta la edad. En el tramo 20 a 29 años la mayoría tiene los perfiles públicos en alguna medida: de los 20 a los 24 el 19,4% totalmente y el 36,3% parcialmente, y de los 25 a los 29 años el 20,7% totalmente y el 38,9% parcialmente- Entre los 15-19 años los porcentajes son menores, pero relevantes, dado que en ese grupo se encuentran las personas que son menores de edad y más vulnerables: el 14,9% tiene los perfiles totalmente públicos y el 33,6% parcialmente (gráfico 3.10).

**Retocar las fotos que se suben a redes sociales** puede ser un indicativo de la importancia que se concede a la imagen y de la manera en que se gestiona la presencia *online*. Si bien algo más de la mitad de los y las jóvenes dice que nunca o casi nunca retoca las fotos (53,2%), una cantidad muy cercana reconoce que sí lo hace, el 24,3% a veces y el 20,2% con bastante o mucha frecuencia.

**GRÁFICO 3.11. FRECUENCIA CON LA QUE SE RETOCAN LAS FOTOS QUE SE SUBEN A RRSS (%)**



El **género** no resulta ser una variable estadísticamente significativa, pero respecto a la **edad** se observan algunas diferencias. Son los y las jóvenes de mayor edad quienes retocan sus fotos en mayor medida. En el tramo 25-29 años más de la mitad de las personas lo hace, el 23,7% con bastante o mucha frecuencia y el

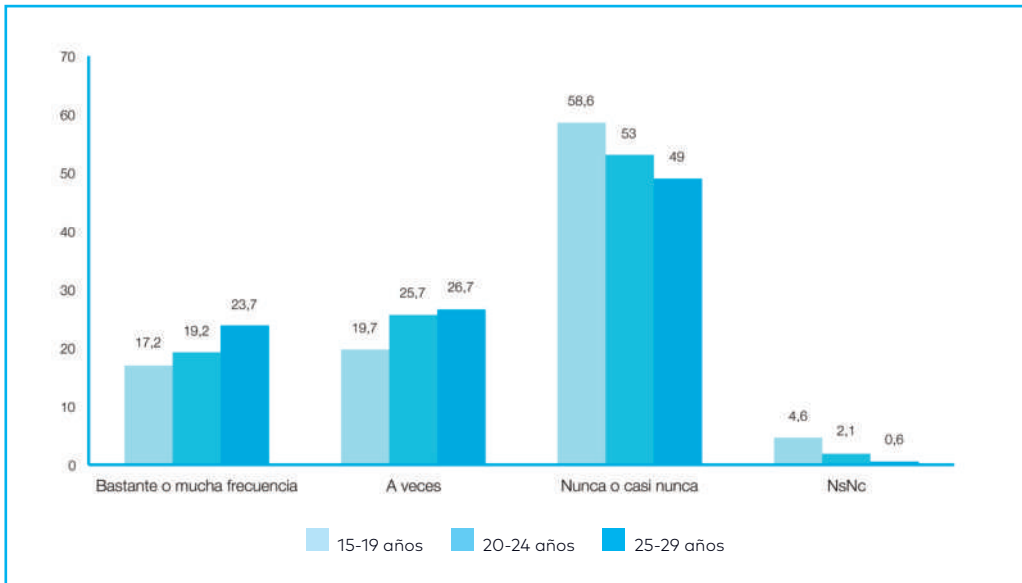


26,7% a veces. La mitad de jóvenes del tramo 19-24 años lo hace con alguna frecuencia, aunque en mayor medida a veces, y en el tramo 15-19 años lo hacen en menor medida (el 58,6% afirma que no lo hace nunca o casi nunca) (gráfico 3.12).

Cerca de la mitad de los y las jóvenes reconoce retocar las fotos que sube a redes sociales: no se observan diferencias por género y sí por edad

También se hace en mayor medida entre quienes **sólo trabajan** (27,1% con bastante o mucha frecuencia, lo que supone quince puntos más que quienes sólo estudian), y entre jóvenes de **clase alta** (28,1%, diez puntos por encima de la media).

**GRÁFICO 3.12. FRECUENCIA CON LA QUE SE RETOCAN LAS FOTOS QUE SE SUBEN A RRSS, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



Es interesante observar cómo **quienes tiene sus perfiles públicos, retocan con mayor frecuencia sus fotos**<sup>3</sup>. Así, el 28,2% de quienes tienen los perfiles totalmente públicos y el 24,6% de quienes los tienen parcialmente públicos, retocan sus fotos con bastante o mucha frecuencia, porcentaje que se reduce al 14,5% entre quienes los tienen privados. Mientras no llega a la mitad la proporción de jóvenes con

3. Cruce de las preguntas 45 y 46.

perfiles públicos que no retocan sus fotos, o lo hacen muy poco, el 62,2% de quienes tienen sus redes privadas, no retocan las fotos, o no lo hacen casi nunca.

**TABLA 3.2. FRECUENCIA CON LA QUE SE RETOCAN FOTOS EN RRSS, SEGÚN SEAN LOS PERFILES PERSONALES, P<.05**

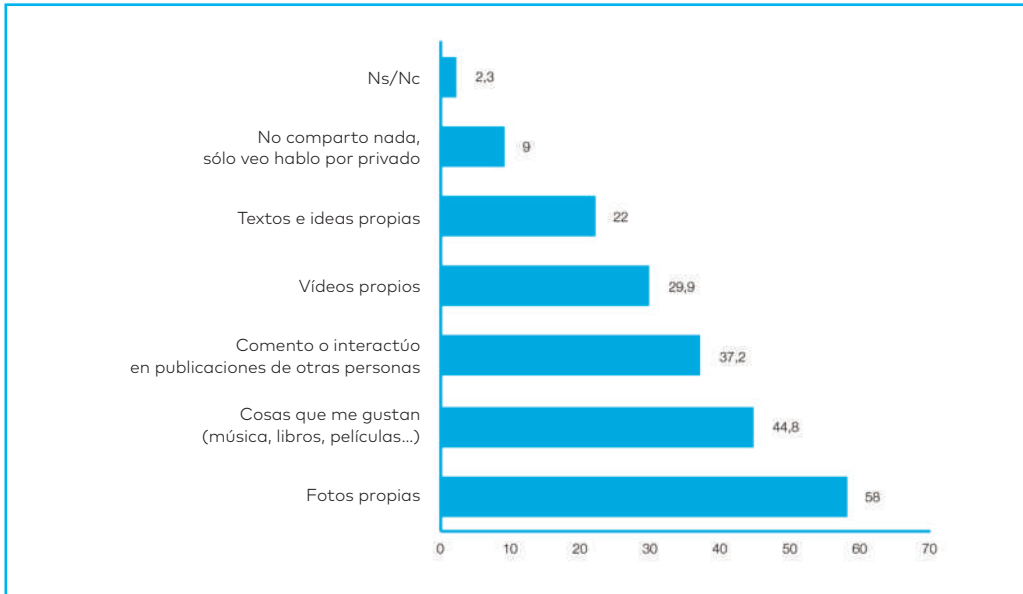
	PÚBLICOS (TOTAL)	PÚBLICOS (PARCIAL)	PRIVADOS	NS/NC	TOTAL
Bastante o mucha frecuencia	78 28,2%	134 24,6%	90 14,2%	0 0,0%	302 20,2%
A veces	61 22,0%	160 29,4%	138 21,7%	4 10,8%	363 24,3%
Poca o ninguna frecuencia	138 49,8%	247 45,4%	395 62,2%	14 37,8%	794 53,2%
Ns/Nc	0 0,0%	3 0,6%	12 1,9%	19 51,4%	34 2,3%
Total	277 100,0%	544 100,0%	635 100,0%	37 100,0%	1493 100,0%

La importancia de la imagen es contrastada de nuevo cuando se comprueba que las fotos propias es el **tipo de contenido que se comparte en redes sociales** con mayor frecuencia (58%), seguido a bastante distancia de cosas que gustan (música, libros, películas...) (44,8%) y de comentar o interactuar con publicaciones de otras personas (37,2%). Los vídeos propios (29,9%) y textos e ideas propias (22%) son los contenidos menos compartidos, aun así con porcentajes relevantes. También es destacable que un 9% de jóvenes no comparte contenidos, y usa las redes sociales como mero escaparate de observación, o para hablar por privado (gráfico 3.13).

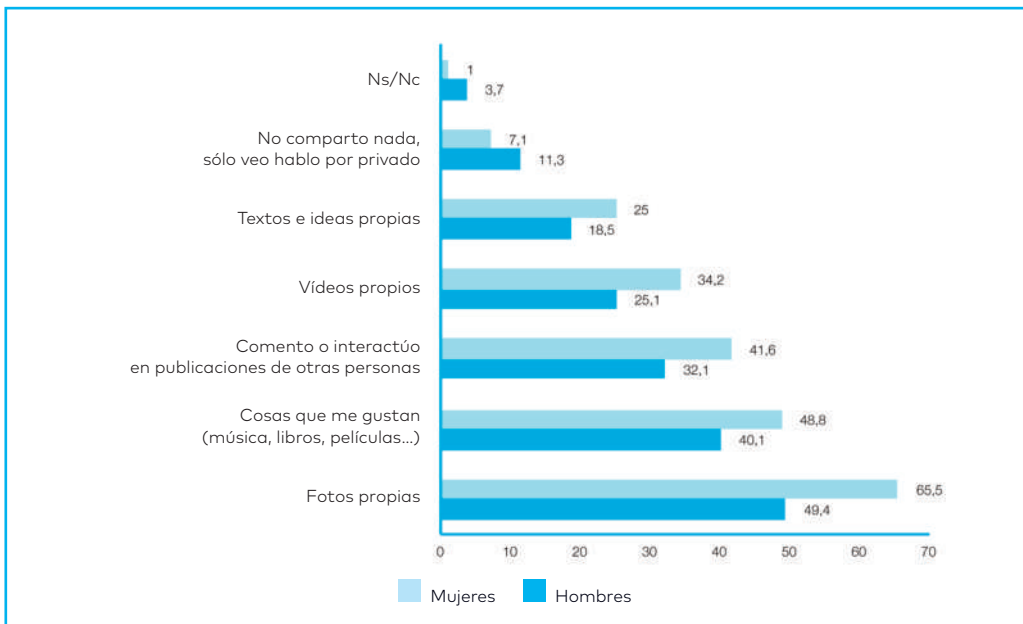
Por **género** (gráfico 3.14), las mujeres comparten más todos los tipos de contenidos, mientras el 11,3% de los hombres ni suben ni comparten nada. Entre los contenidos compartidos, destacan las diferencias respecto a las fotos (65,5% las mujeres, por 49,4% los hombres), las cosas que gustan (48,8%, por 40,1%), los vídeos (34,2%, nueve puntos más), o los comentarios o interacciones con otras publicaciones (41,6%, nueve puntos más que los hombres).

A la hora de compartir contenidos en redes sociales, destacan claramente las mujeres sobre los hombres

**GRÁFICO 3.13. TIPO DE CONTENIDO QUE SE COMPARTE EN RRSS (%)  
RESPUESTA MÚLTIPLE**

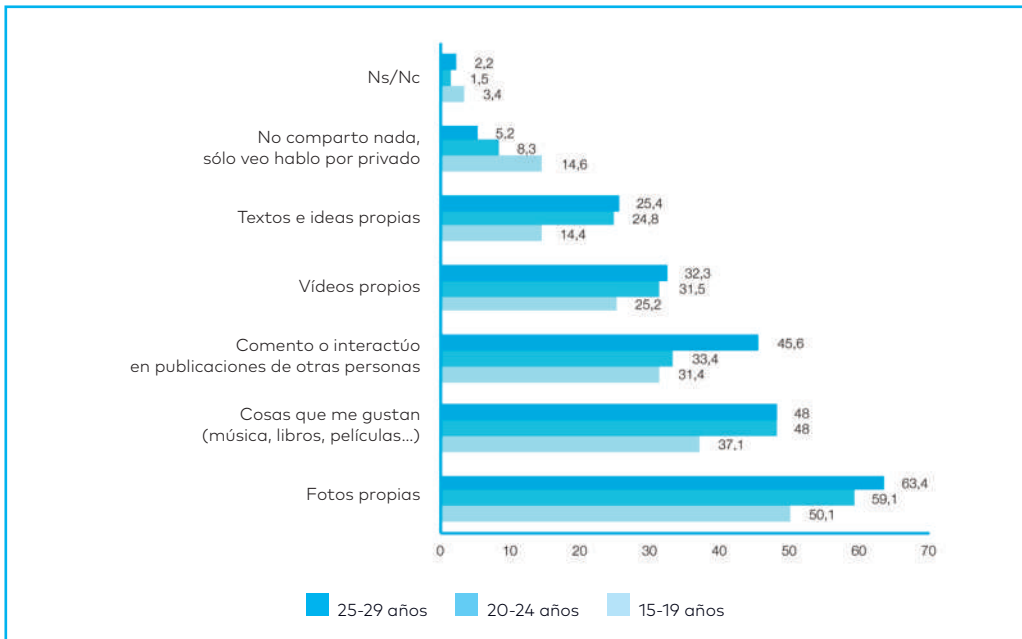


**GRÁFICO 3.14. TIPO DE CONTENIDO QUE SE COMPARTE EN RRSS,  
SEGÚN GÉNERO (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



Todos los contenidos también son más compartidos a medida que aumenta la **edad**. Destacan especialmente los porcentajes en el tramo 25-29 años para las fotos (63,4%) y los comentarios e interacciones con otras publicaciones (45,6%). También el de las cosas que gustan, para todo el tramo 20-29 años (48%, once puntos más que entre 15-19 años). Consecuentemente, la proporción de quienes no comparten contenidos disminuye con la edad (siendo del 14,6% entre los 15 y los 19 años).

**GRÁFICO 3.15. TIPO DE CONTENIDO QUE SE COMPARTE EN RRSS, SEGÚN EDAD (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



Como ocurre con la edad, a medida que aumenta el **nivel de estudios** también se incrementa la proporción de quien comparte en redes sociales todos los contenidos mencionados, destacando los porcentajes que alcanza la población con estudios superiores para las fotos (65,6%), las cosas que gustan (53,1%) y los comentarios e interacciones con otras personas (49,3%).

Las personas que sólo estudian son quienes comparten contenidos en menor medida, da tal forma que el 16,1% afirma no compartir ningún tipo de contenido.

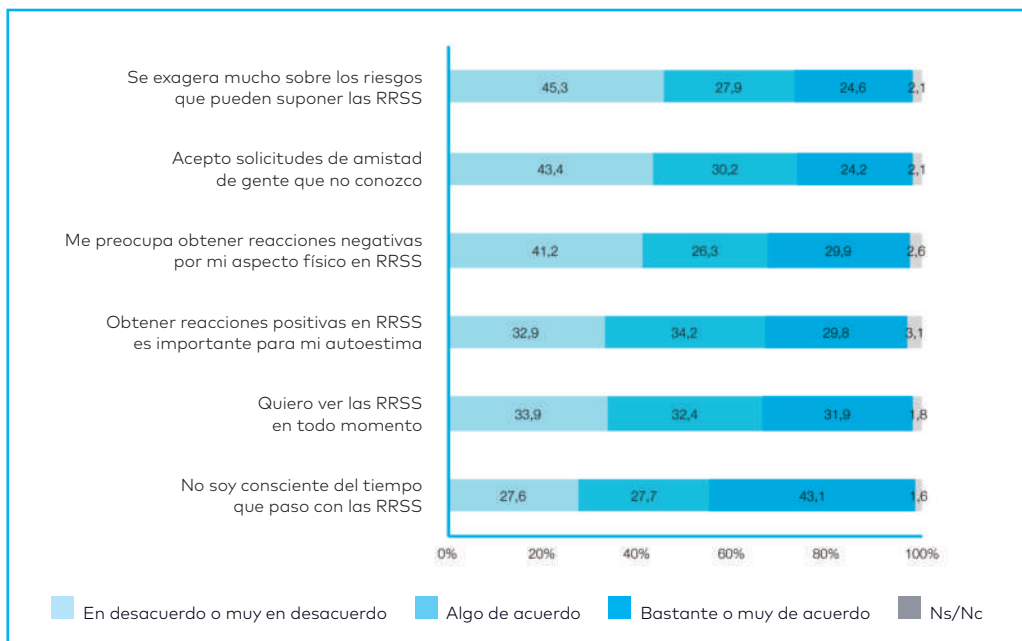
También se comparten menos contenidos entre las personas con carencias materiales.

El posicionamiento respecto a algunas ideas puede indicar el sentido de ciertas expectativas juveniles en relación a las redes sociales, y por ello se pregunta por el grado de acuerdo respecto a cuestiones como la **percepción de riesgos**, la **interacción con otros usuarios/as**, o algunos **indicadores de cierta dependencia**.

La idea con la que más de acuerdo están es que **no son conscientes del tiempo que pasan en redes sociales**, algo con lo que el 43,1% está bastante o muy de acuerdo, y el 27,7% está algo de acuerdo. Con un acuerdo algo menor, pero igualmente relevante, está que quieren ver las redes sociales en todo momento, idea con la que está bastante o muy de acuerdo el 31,9%, y algo de acuerdo el 32,4%. Es decir, que la gran mayoría de jóvenes acepta cierto grado de descontrol y dependencia (al menos, necesidad) en relación al uso de redes sociales.

En relación a la importancia de la imagen proyectada y sus consecuencias, dos ideas muestran grados de acuerdo similares, sobre todo en la expresión de máximo acuerdo: que **obtener reacciones positivas en redes sociales es importante para su autoestima** (29,8% bastante o muy de acuerdo y 34,2% algo de acuerdo), y que les preocupa obtener reacciones negativas por su aspecto físico en redes sociales (29,9% bastante o muy de acuerdo y 26,3% algo de acuerdo).

**GRÁFICO 3.16. GRADO DE ACUERDO EN RELACIÓN A DETERMINADAS IDEAS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES (%)**

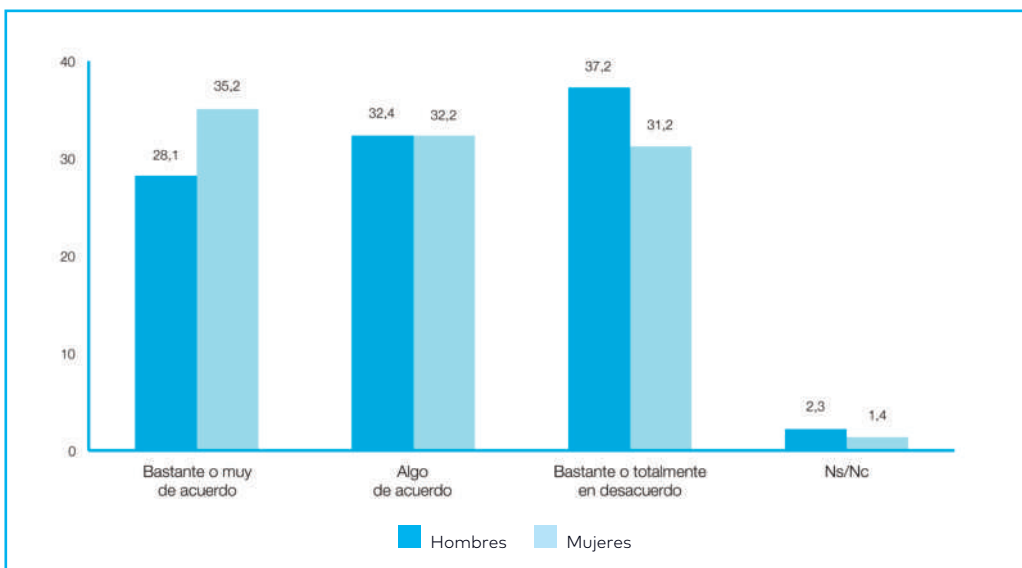


También se reconoce de manera mayoritaria, aunque en menor grado, que se **aceptan solicitudes de amistad de gente que no conocen** (24,2% bastante o muy de acuerdo y 30,2% algo de acuerdo) y que **creen que se exageran mucho los riesgos que pueden suponer las redes sociales** (24,6% bastante o muy de acuerdo y 27,9% algo de acuerdo).

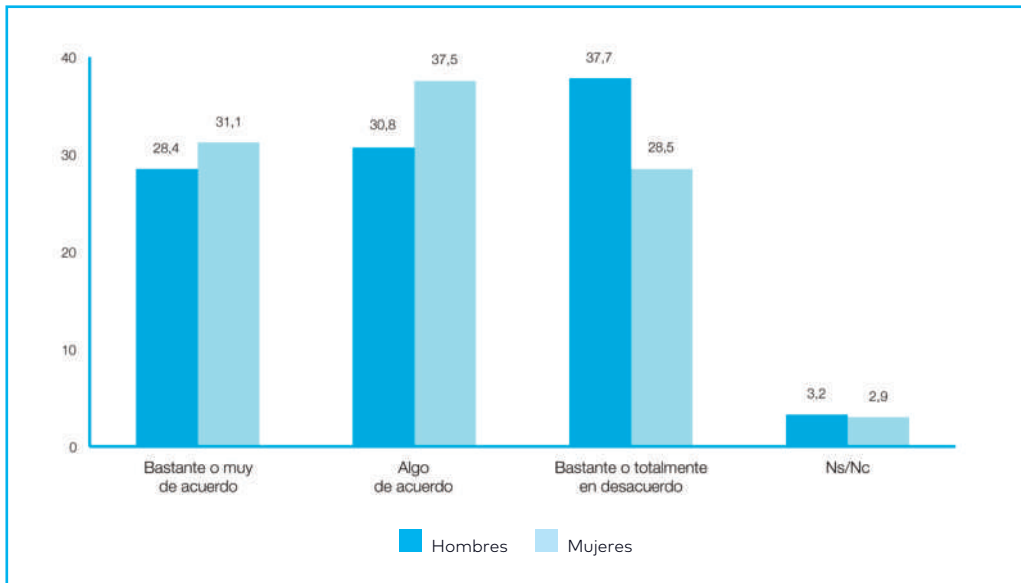
Atendiendo al **género**, a partir de los cruces que resultan significativos ( $p < .05$ ) se puede decir que las mujeres están más de acuerdo con las ideas que suponen un planteamiento más autocrítico: que quieren ver las redes sociales en todo momento (un 35,2% está bastante o muy de acuerdo, por 28,1% de hombres), que obtener reacciones positivas es importante para su autoestima (el 68,6% está de acuerdo en algún grado, lo que supone 9 puntos más que los hombres), y que les preocupan las reacciones negativas por su aspecto físico en redes sociales (35,2% bastante o muy de acuerdo, por un 23,9% de hombres). Por su parte, los hombres precisamente muestran más acuerdo respecto a que se exageran los riesgos que pueden suponer las redes sociales: el 58,6% muestra algún grado de acuerdo, porcentaje que se reduce al 47,4% entre las mujeres.

Las mujeres tienen una visión más autocrítica sobre su actividad en RRSS: puntúan más opciones como ver redes sociales en todo momento, influencia de las valoraciones en su autoestima y preocupación por las reacciones negativas sobre su aspecto físico

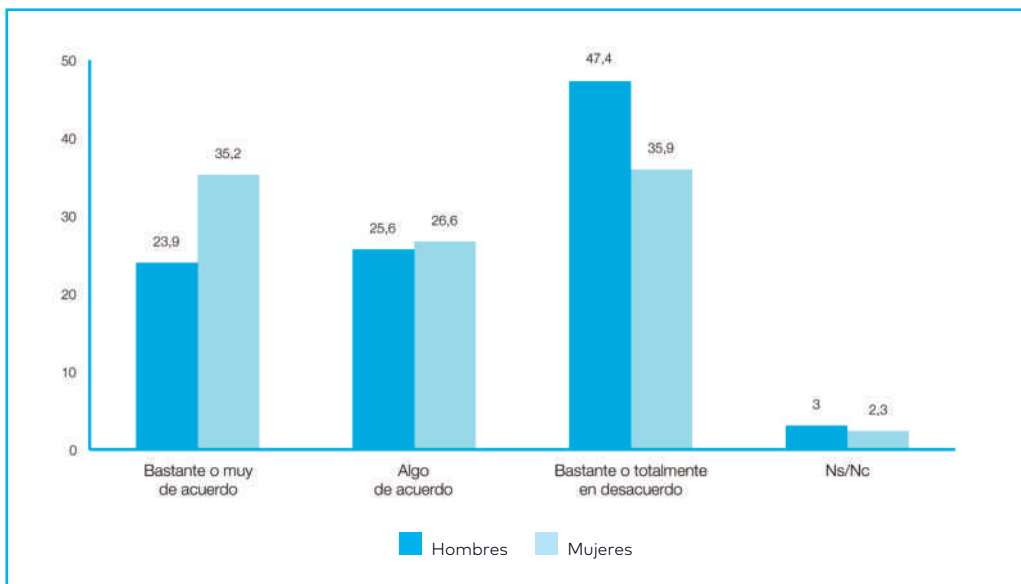
**GRÁFICO 3.17. GRADO DE ACUERDO CON QUE QUIEREN VER LAS RRSS EN TODO MOMENTO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



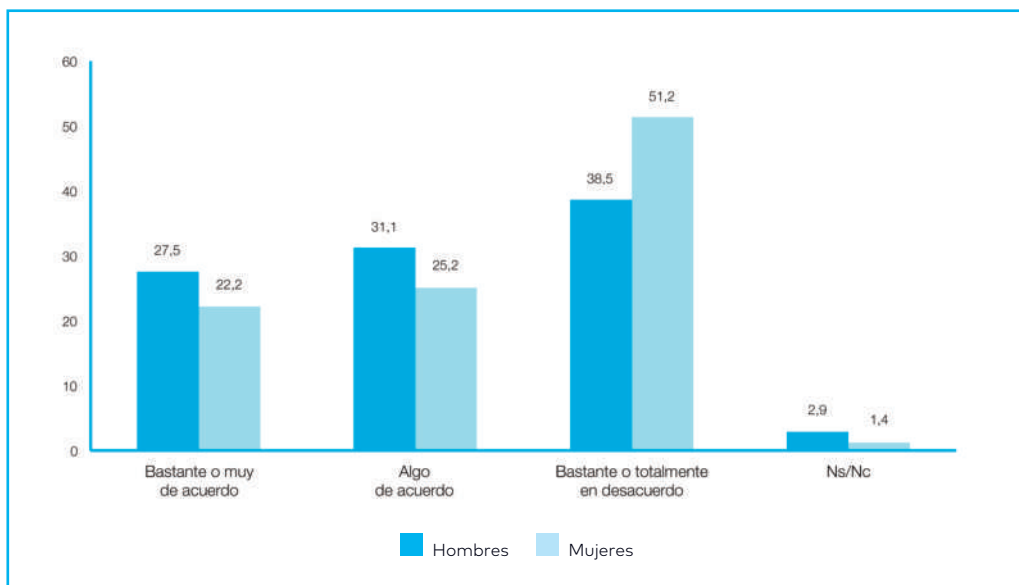
**GRÁFICO 3.18. GRADO DE ACUERDO CON QUE OBTENER REACCIONES POSITIVAS EN RRSS ES IMPORTANTE PARA SU AUTOESTIMA, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 3.19. GRADO DE ACUERDO CON QUE LES PREOCUPAN LAS REACCIONES NEGATIVAS POR SU ASPECTO FÍSICO EN RRSS, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 3.20. GRADO DE ACUERDO CON QUE SE EXAGERA MUCHO SOBRE LOS RIESGOS QUE PUEDEN SUPONER LAS RRSS, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



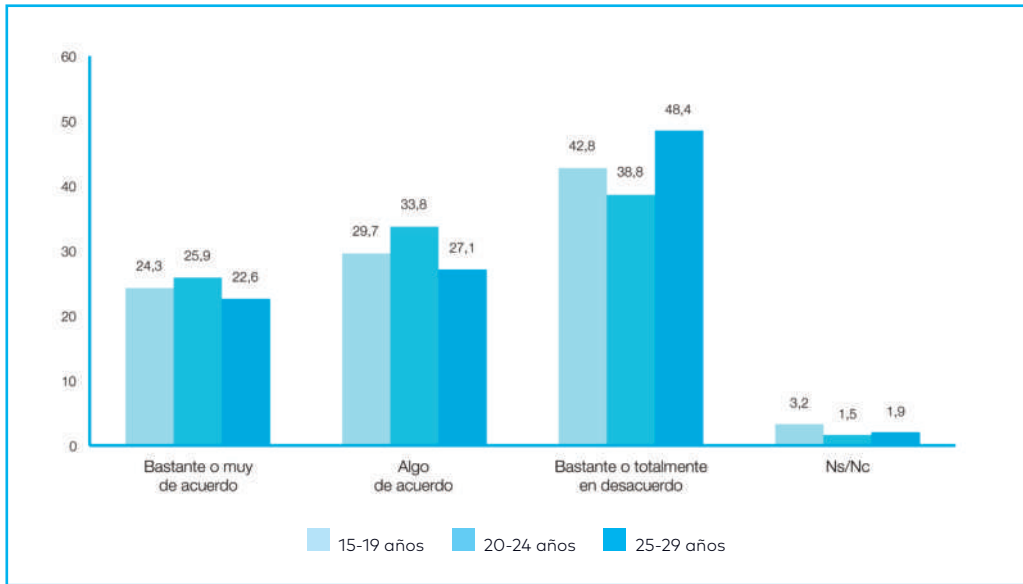
La **edad** muestra cruces significativos ( $p < .05$ ) en tres casos, siendo el resultado más reseñable que los y las jóvenes de menor edad son quienes consideran en mayor medida que se exageran los riesgos que pueden suponer las redes sociales (el 59,1% de las personas de 15 a 19 años muestra algún grado de acuerdo con tal idea).

Por lo demás, en el tramo 20-24 se muestra más acuerdo respecto a que les preocupan las ideas negativas por su aspecto físico en redes sociales y a que aceptan solicitudes de amistades de gente que no conocen, aunque las diferencias sólo parecen destacables en el primero de los casos, donde el 35,5% de las personas de ese tramo de edad se muestra bastante o muy de acuerdo (aproximadamente ocho puntos por encima del resto).

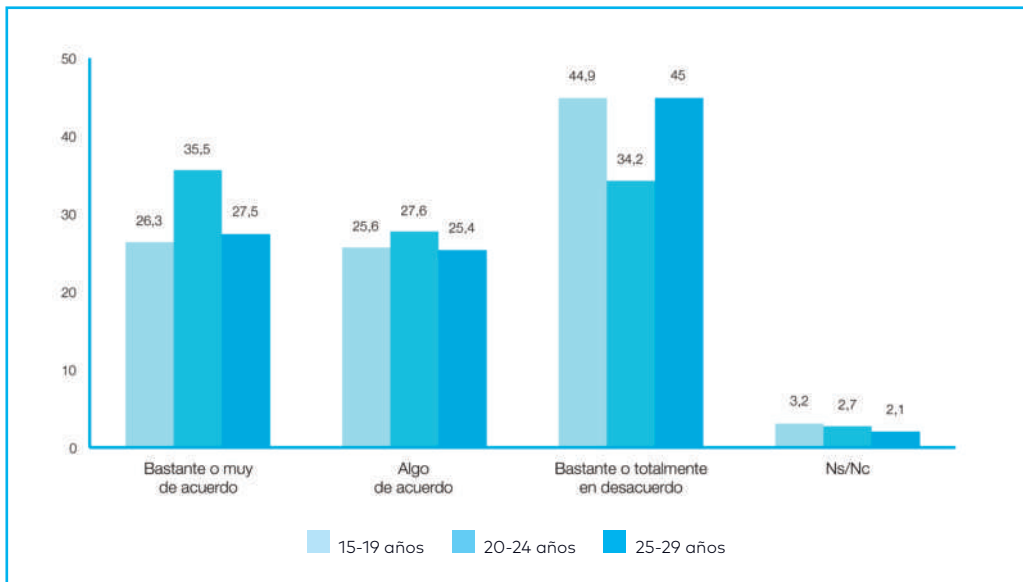
Los y las jóvenes de menor edad son quienes consideran en mayor medida que se exageran los riesgos que pueden suponer las redes sociales



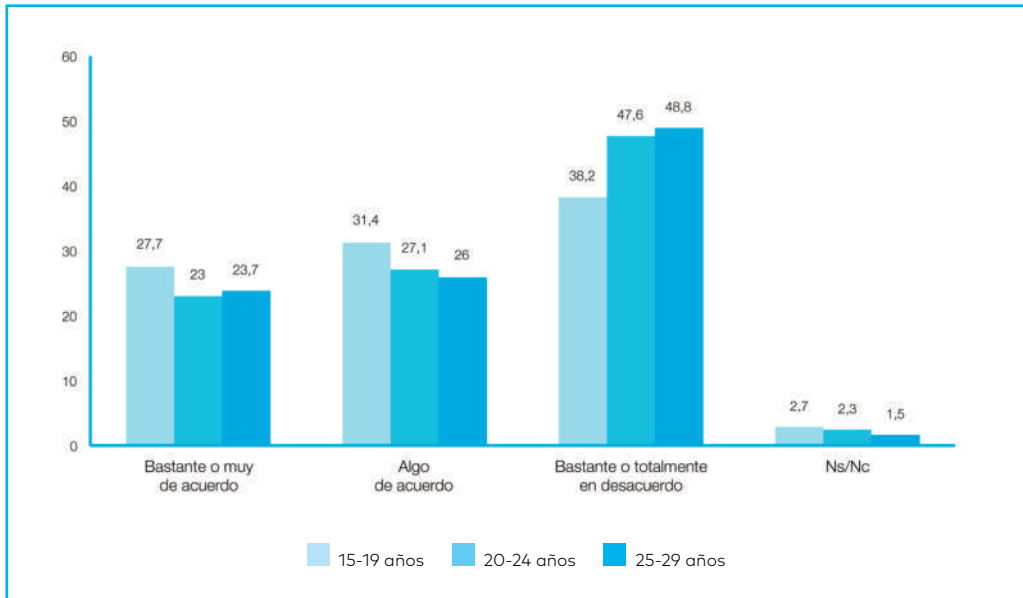
**GRÁFICO 3.21. GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN SOLICITUDES DE AMISTAD DE GENTE QUE NO CONOCEN, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 3.22. GRADO DE ACUERDO CON QUE LES PREOCUPAN LAS REACCIONES NEGATIVAS POR SU ASPECTO FÍSICO EN RRSS, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 3.23. GRADO DE ACUERDO CON QUE SE EXAGERA MUCHO LOS RIESGOS QUE PUEDEN SUPONER LAS RRSS, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



Del resto de variables cuyos cruces resultan significativos, sólo son destacables los resultados en relación a la **situación de convivencia**, pues se observa que las personas que viven en pareja y con hijos/as están de acuerdo, en mucha mayor proporción que el resto (y para el mayor grado de acuerdo), con que quieren ver las redes sociales en todo momento (43,1%), que no son conscientes del tiempo que pasan en redes sociales (48,9%, siendo también destacados por porcentajes de quienes viven con sus padres/madres), que obtener reacciones positivas en redes sociales es importante para su autoestima (39,1%) y que aceptan solicitudes de amistad de gente que no conocen (29,9%, aunque en este caso las diferencias con el resto no son tan grandes).

Las personas que viven en pareja y con hijos/as destacan por mostrar bastante más acuerdo que el resto respecto a ideas que tienen que ver con algunos de los usos más problemáticos de las redes sociales

**TABLA 3.3. ACUERDO ALTO (BASTANTE O MUY DE ACUERDO)  
EN RELACIÓN A DETERMINADAS IDEAS SOBRE EL USO DE  
REDES SOCIALES, SEGÚN LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**  
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (P<.05)

	%
<b>Quiero ver las redes sociales en todo momento</b>	
+ Mujeres	35,2%
- Hombres	28,1%
++ Convivencia con pareja con hijos/as	43,1%
- Clase media	29,6%
<b>No soy consciente del tiempo que paso con las redes sociales</b>	
++ Convivencia con pareja con hijos/as	48,9%
+ Vive con padres/madres	45,7%
<b>Acepto solicitudes de amistad de gente que no conozco</b>	
- 25-29 años	22,6%
+ Convivencia con pareja con hijos/as	29,9%
<b>Obtener reacciones positivas en redes sociales es importante para mi autoestima</b>	
+ Mujeres	31,1%
- Hombres	28,4%
+ Estudios superiores	33,2%
- Estudios hasta Secundaria	26,5%
+ Trabaja y estudia	34,0%
++ Convivencia con pareja con hijos/as	39,1%
<b>Me preocupa obtener reacciones negativas por mi aspecto físico en redes sociales</b>	
++ Mujeres	35,2%
- Hombres	23,9%
+ 20-24 años	35,5%
- Estudios hasta Secundaria	27,2%
<b>Se exagera mucho sobre los riesgos que pueden suponer las redes sociales</b>	
+ Hombres	27,5%
- Mujeres	22,2%
+ 15-19 años	27,7%

Al cruzar tres de esas ideas en relación al uso de las redes sociales, con información previamente analizada respecto a la gestión de esas redes<sup>4</sup>, obtenemos algunos datos que probablemente refuerzan determinadas

4. Cruces de las preguntas 46x50, 45x52 y 45x53.

**posiciones algo distintas en cuanto a la forma de encarar el cuidado de la intimidad y la exposición personal en internet:**

- El 30% de quienes tienen los perfiles totalmente públicos están bastante o muy de acuerdo con que aceptan solicitudes de amistad de gente que no conocen. Eso es algo más que quienes tienen perfiles parcialmente públicos (27,8%), pero bastante más que quienes los tienen privados (18,7% privados). Es decir, una minoría de jóvenes que no tienen excesivos problemas en mostrarse *online* de forma abierta y ante personas desconocidas.
- El 26,5% de jóvenes a quienes les resulta importante obtener reacciones positivas en redes sociales, y el 28,2% de quienes muestran preocupación por obtener reacciones negativas por su aspecto físico en redes sociales, reconocen que retocan las fotos que suben con bastante o mucha frecuencia, lo cual supone diez y doce puntos, respectivamente, más que quienes no conceden importancia, o poca, a obtener reacciones positivas ni negativas. El 63,3% de esas personas que no conceden importancia a obtener reacciones positivas, y el 65,5% de quienes no se la conceden a obtener reacciones negativas, dicen no retocar las fotos que suben, cuando las proporciones entre quienes sí se la conceden son de 44,3% y 40,5%. En definitiva, se percibe una relación directa, esperable por otro lado, entre conceder importancia a la manera en que te ven, y la frecuencia con que se retocan las fotos que se suben.

**TABLA 3.4. GRADO EN QUE SE ACEPTAN SOLICITUDES DE AMISTAD DE GENTE QUE NO CONOCEN, SEGÚN COMO SON SUS PERFILES EN RRSS.  $P < .05$**

	PÚBLICOS (TOTAL)	PÚBLICOS (PARCIAL)	PRIVADOS	NS/NC	TOTAL
Bastante o muy en desacuerdo	94 33,9%	201 36,9%	341 53,7%	12 32,4%	648 43,4%
Algo de acuerdo	88 31,8%	190 34,9%	164 25,8%	9 24,3%	451 30,2%
Totalmente o bastante de acuerdo	83 30,0%	151 27,8%	119 18,7%	9 24,3%	362 24,2%
Ns/Nc	12 4,3%	2 0,4%	11 1,7%	7 18,9%	32 2,1%
Total	277 100,0%	544 100,0%	635 100,0%	37 100,0%	1493 100,0%

**TABLA 3.5. FRECUENCIA CON LA QUE SE RETOCAN LAS FOTOS EN RRSS, SEGÚN LA IMPORTANCIA QUE CONCEDEN A LAS REACCIONES POSITIVAS PARA MEJORAR LA AUTOESTIMA.  $P<.05$**

	TOTALMENTE O MUY EN DESACUERDO	ACUERDO MEDIO	TOTALMENTE O BASTANTE DE ACUERDO	NS/NC	TOTAL
Bastante o mucha frecuencia	77 15,7%	102 20,0%	118 26,5%	5 10,9%	302 20,2%
A veces	95 19,3%	138 27,0%	123 27,6%	7 15,2%	363 24,3%
Poca o ninguna frecuencia	311 63,3%	264 51,7%	197 44,3%	22 47,8%	794 53,2%
Ns/Nc	8 1,6%	7 1,4%	7 1,6%	12 26,1%	34 2,3%
Total	491 100,0%	511 100,0%	445 100,0%	46 100,0%	1493 100,0%

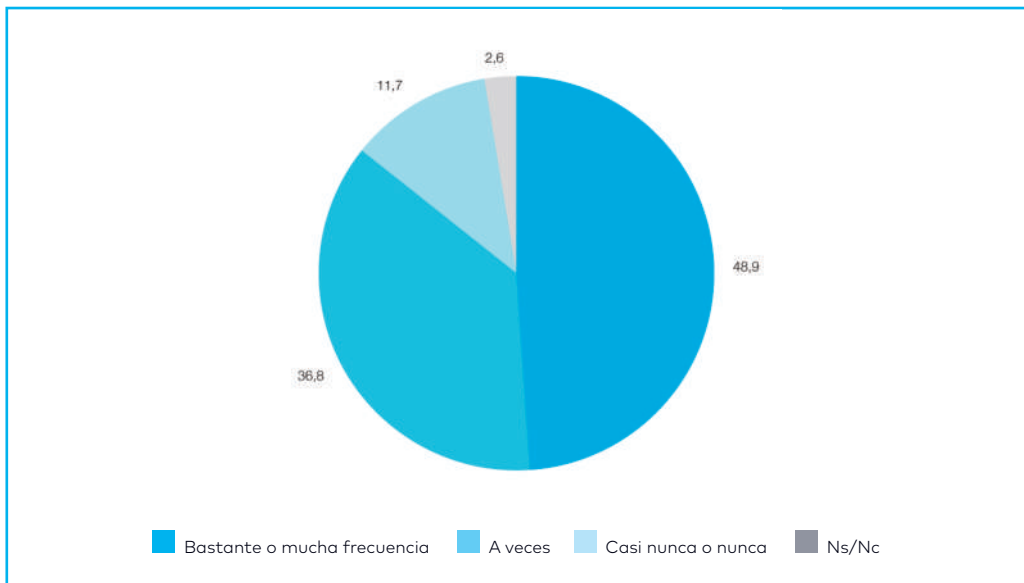
**TABLA 3.6. FRECUENCIA CON LA QUE SE RETOCAN LAS FOTOS EN RRSS, SEGÚN LA PREOCUPACIÓN POR EL ASPECTO FÍSICO EN RRSS.  $P<.05$**

	TOTALMENTE O MUY EN DESACUERDO	ACUERDO MEDIO	TOTALMENTE O BASTANTE DE ACUERDO	NS/NC	TOTAL
Bastante o mucha frecuencia	97 15,8%	79 20,2%	126 28,2%	0 0,0%	302 20,2%
A veces	107 17,4%	119 30,4%	128 28,6%	9 23,1%	363 24,3%
Poca o ninguna frecuencia	403 65,5%	189 48,2%	181 40,5%	21 53,8%	794 53,2%
Ns/Nc	8 1,3%	5 1,3%	12 2,7%	9 23,1%	34 2,3%
Total	615 100,0%	392 100,0%	447 100,0%	39 100,0%	1493 100,0%

## 4. DESINFORMACIÓN

Casi la mitad (48,9%) de los y las jóvenes cree que ve en internet **contenidos falsos o dudosos** con bastante o mucha frecuencia, por un 36,8% que considera que los ve a veces. El 11,7% no cree verlos nunca, o casi nunca.

*GRÁFICO 4.1. FRECUENCIA CON LA QUE SE VE EN INTERNET CONTENIDOS FALSOS O DUDOSOS (%)*



Ni el **género** ni la **edad** resultan variables estadísticamente significativas en los cruces, ni tampoco revelan diferencias reseñables.

Sí cabe mencionar que quienes tienen menor **nivel de estudios** consideran en menor medida que ven esos contenidos sospechosos. Así, se aprecian más contenidos dudosos a partir de Secundaria post-obligatoria: el 53% con estudios de Secundaria post-obligatoria lo aprecia con bastante o mucha frecuencia, por un 51,6% de quienes tienen estudios superiores; cuando entre las personas con estudios hasta Secundaria obligatoria el porcentaje cae al 42,8% (y un 14,7% cree que no ve contenidos dudosos nunca o casi nunca).

Por lo demás, también se perciben más contenidos dudosos entre quienes trabajan (50,6%) o trabajan y estudian (53,3%), y menos entre quienes sólo estudian (43,3%) o están en paro (46,8%).

**TABLA 4.1. FRECUENCIA CON LA QUE SE VEN EN INTERNET CONTENIDOS FALSOS O DUDOSOS, SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS.  $P < .05$**

	HASTA SECUNDARIA OBLIGATORIA	HASTA SECUNDARIA POST-OBLIG.	SUPERIORES	TOTAL
Bastante o mucha frecuencia	233 42,8%	282 53,0%	224 51,6%	739 48,9%
A veces	210 38,6%	191 35,9%	154 35,5%	555 36,8%
Casi nunca o nunca	80 14,7%	52 9,8%	45 10,4%	177 11,7%
Ns/Nc	21 3,9%	7 1,3%	11 2,5%	39 2,6%
Total	544 100,0%	532 100,0%	434 100,0%	1510 100,0%

El 42,3% **contrasta** con bastante o mucha frecuencia los contenidos que ve y considera falsos o dudosos, por un 35,5% que lo hace a veces, frente al 19,8% que no lo hace nunca o casi nunca. Es decir, que hay menos gente que contrasta los contenidos que la que considera que los contenidos son dudosos (gráfico 4.2).

Por **género** las proporciones son muy similares, casi iguales para la mayor frecuencia (41,7% ellos y 42,8% ellas), si bien las mujeres contrastan más los contenidos dudosos a veces (37,3% frente a 33,5%) (gráfico 4.3).

Por **edad** sí se observa que según aumenta ésta se incrementa notablemente la frecuencia con la que se contrastan los contenidos considerados dudosos, que es del 46,9% en el tramo 25-29 años, cuando es del 39% entre los 15-19 y del 40,3% entre los 20 y los 24 años. El 24,5% de las personas de 15-19 años no contrasta nunca o casi nunca los contenidos que considera dudosos (gráfico 4.4).

GRÁFICO 4.2. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONTRASTA LA VERACIDAD DE LOS CONTENIDOS DUDOSOS EN INTERNET (%)

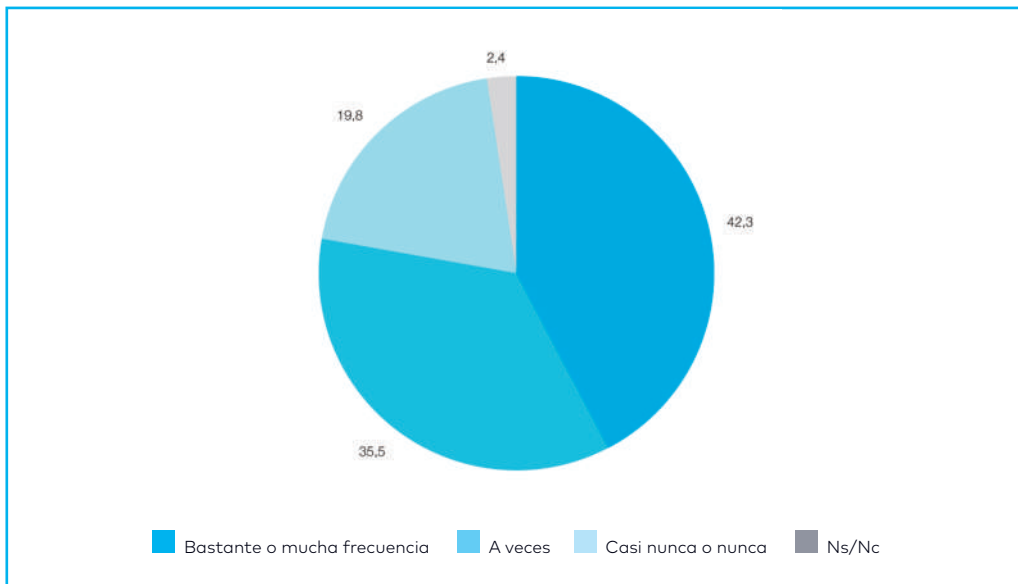
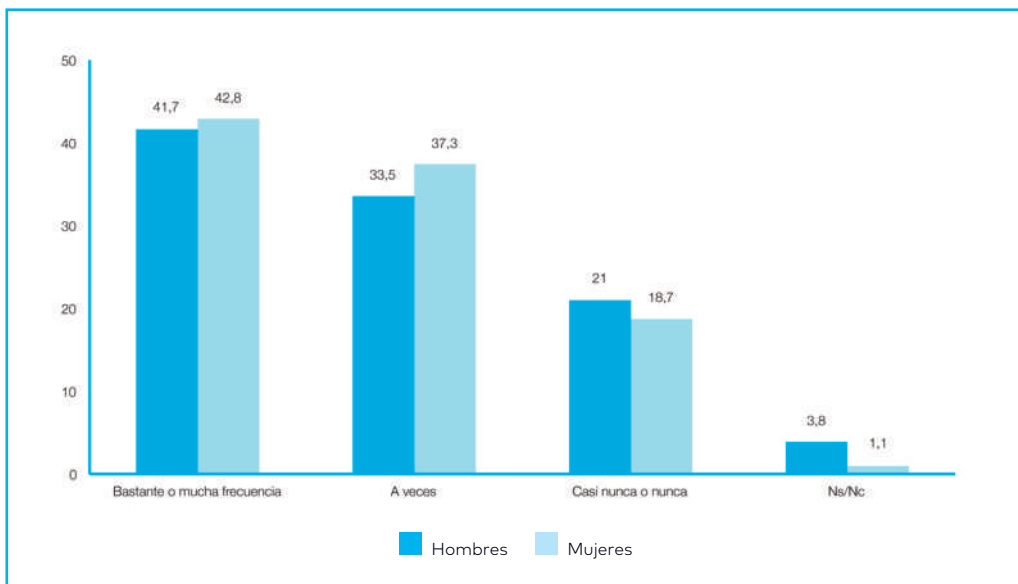
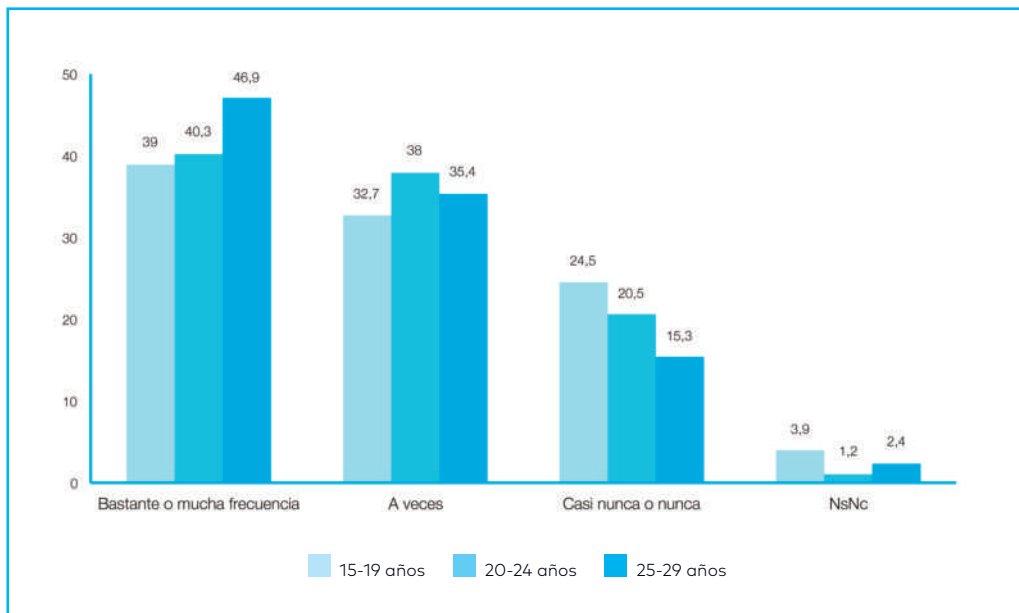


GRÁFICO 4.3. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONTRASTA LA VERACIDAD DE LOS CONTENIDOS DUDOSOS EN INTERNET, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$





**GRÁFICO 4.4. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONTRASTA LA VERACIDAD DE LOS CONTENIDOS DUDOSOS EN INTERNET, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



Casi la mitad de las personas jóvenes cree que ve contenidos falsos o dudosos en internet, pero sólo un 42,3% los contrasta con frecuencia; destacando las personas con más estudios y de clase alta

También contrastan más los contenidos dudosos las personas con más **estudios**, siendo la proporción del 50% entre quienes tienen estudios superiores (por un 36,2% de quienes tienen estudios hasta Secundaria obligatoria). El 24,1% de las personas con menos estudios no contrasta nunca o casi nunca los contenidos falsos o dudosos.

Entre los y las jóvenes de **clase** alta se contrasta mucho más (49,5%, once puntos más que en clase baja), mientras quienes sufren **carencias materiales** severas lo hacen mucho menos que el resto (28,1%, dieciséis puntos bajo la media).

También lo hacen en mayor medida quienes trabajan y **estudian** (48,1%), fundamentalmente frente a quienes sólo estudian (34,8%) (tabla 4.2).

**TABLA 4.2. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONTRASTA LA VERACIDAD DE LOS CONTENIDOS DUDOSOS EN INTERNET, SEGÚN ESTUDIOS.  $P < .05$**

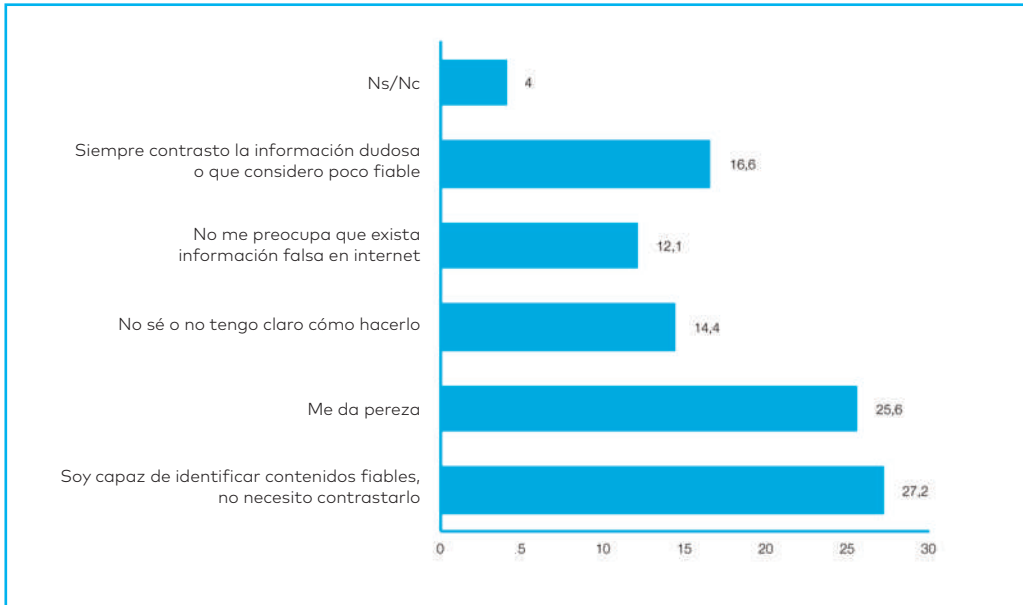
	HASTA SECUNDARIA OBLIGATORIA	HASTA SECUNDARIA POST-OBLIG.	SUPERIORES	TOTAL
Bastante o mucha frecuencia	197 36,2%	225 42,3%	217 50,0%	639 42,3%
A veces	193 35,5%	194 36,5%	149 34,3%	536 35,5%
Casi nunca o nunca	131 24,1%	109 20,5%	59 13,6%	299 19,8%
Ns/Nc	23 4,2%	4 0,8%	9 2,1%	36 2,4%
Total	544 100,0%	532 100,0%	434 100,0%	1510 100,0%

Si se cruzan los resultados de quienes contrastan la veracidad de los contenidos dudosos<sup>1</sup>, con los de las personas que consideran que los contenidos son dudosos, se puede apuntar que el 35,5% de quienes no contrastan la veracidad casi nunca o nunca, aun así creen que con bastante o mucha frecuencia la información y contenidos son dudosos; y ocurre lo mismo con el 40,1% de quienes contrastan los contenidos a veces. Es decir, una minoría significativa que se expone a contenidos dudosos, a sabiendas de que lo son.

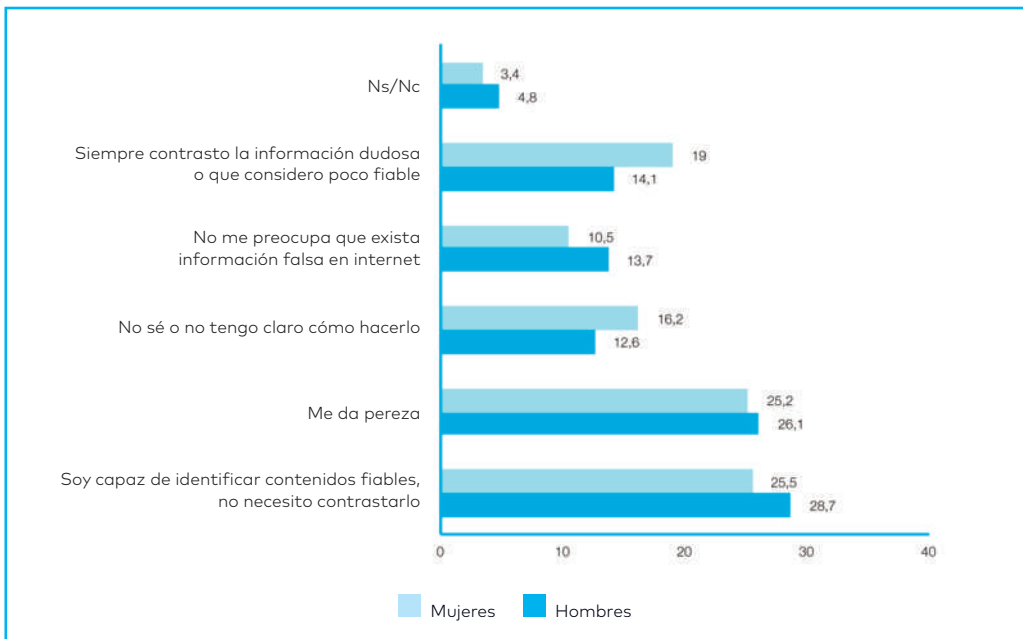
Para **no contrastar información potencialmente dudosa** se alegan varios motivos. Los dos principales son que se consideran capaces de identificar qué contenidos son fiables y no necesitan contrastarlos (27,2%) y que les da pereza (25,6%). En menor medida, no tener claro o no saber cómo hacerlo (14,4%) y que no preocupa que exista información falsa en internet (12,1%). Es decir, confianza y desidia, más que reconocimiento de incapacidad o de falta de preocupación por el asunto. Además, el 16,6% afirma que siempre contrasta los contenidos dudosos o poco fiables (gráfico 4.5).

1. Preguntas 55 y 54.

**GRÁFICO 4.5. MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONTRASTA LA INFORMACIÓN QUE SE CONSIDERA DUDOSA EN INTERNET (%)**



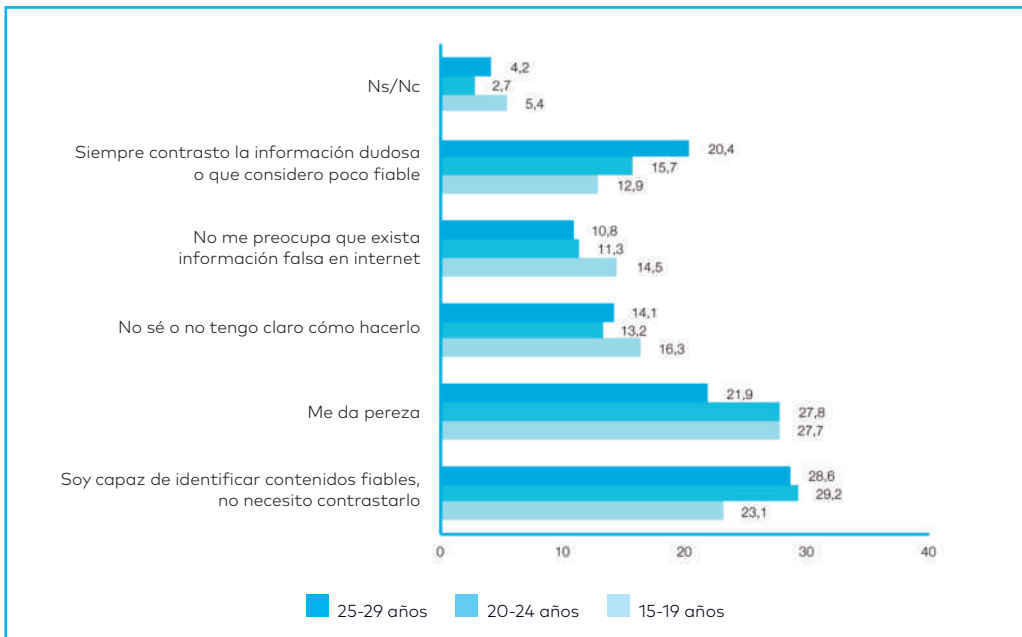
**GRÁFICO 4.6. MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONTRASTA LA INFORMACIÓN QUE SE CONSIDERA DUDOSA EN INTERNET, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



Las diferencias por **género** (gráfico 4.6) no son excesivas, si bien los hombres apuntan en mayor medida a los motivos que tienen que ver con la confianza en sus capacidades para saber qué contenidos son fiables (28,7%, por 25,5% las mujeres) y la despreocupación (13,7% frente a 10,5%), mientras las mujeres apuntan más a las dudas sobre sus capacidades al respecto (16,2%, frente al 12,6% de hombres), además de señalar en mayor medida que siempre contrastan la información que consideran dudosa (19%, cinco puntos más que ellos) .

Por **edad**, las personas más jóvenes claramente confían menos en su capacidad para identificar los contenidos dudosos (23,1% en el tramo 15-19 años, unos seis puntos menos que el resto), además de que también reconocen algo más que no tienen claro cómo hacerlo (16,3%) y que no les preocupa (14,5%). Por su parte, las de mayor edad apuntan menos a la pereza (21,9% entre 25 y 29 años, aproximadamente seis puntos menos que el resto), y también señalan más que siempre contrastan la información (20,4%, por 15,7% entre 20 y 24 años y 12,9% entre 15 y 19 años) (gráfico 4.7).

**GRÁFICO 4.7. MOTIVOS POR LOS QUE NO SE CONTRASTA LA INFORMACIÓN QUE SE CONSIDERA DUDOSA EN INTERNET, SEGÚN EDAD (%). P<.05**

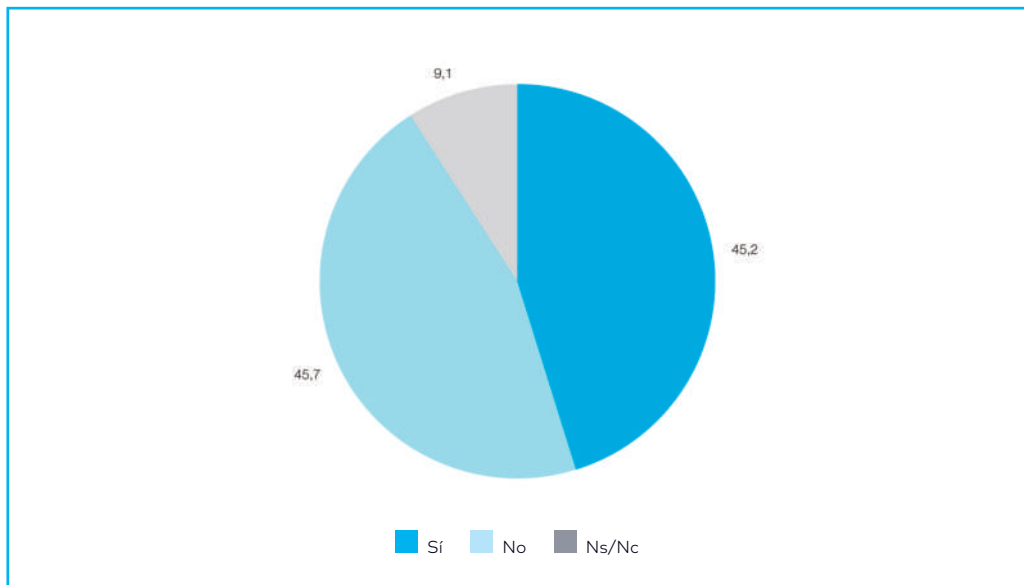


Atendiendo a los resultados por edad, no extraña que quienes tienen menos estudios afirmen más no saber cómo contrastar los contenidos dudosos (18%

entre los y las jóvenes que tienen hasta Secundaria obligatoria), y que quien tiene estudios superiores apunten más que siempre contrastan los contenidos (20%). Además, quienes sólo estudian señalan más que el resto que no saben cómo (18,2%), y que les da pereza (32,6%), y menos que no son capaces (21%) y que siempre contrastan los contenidos (11,9%).

Las proporciones de personas que han **compartido o no una información que a posteriori han sabido que era falsa**, son casi idénticas: al 45,2% le ha sucedido, por un 45,7% al que no. Un destacado 9,1% no lo sabe o no contesta (gráfico 4.8).

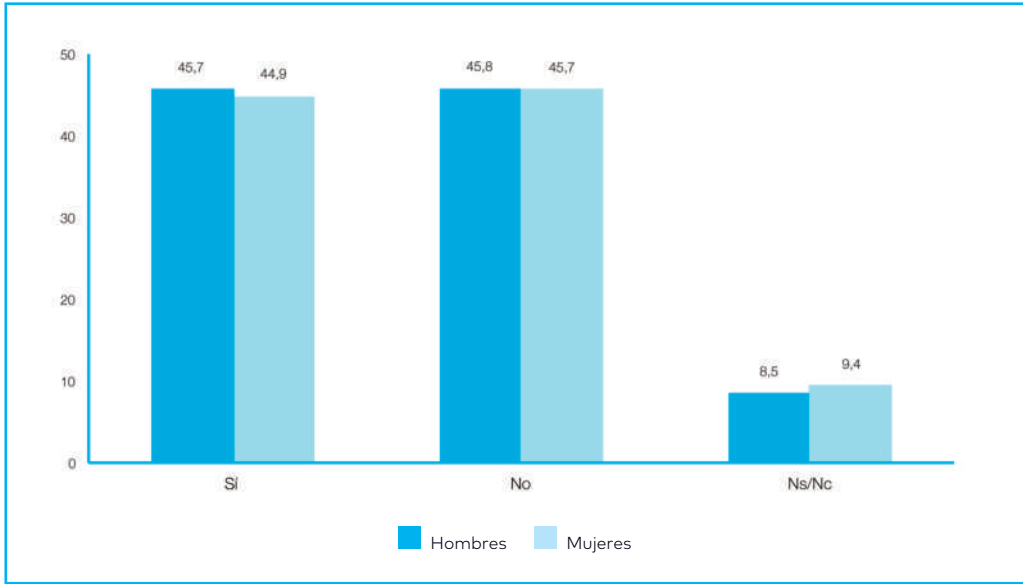
**GRÁFICO 4.8. ¿HAS COMPARTIDO ALGUNA NOTICIA QUE LUEGO HAS SABIDO QUE ERA FALSA? (%)**



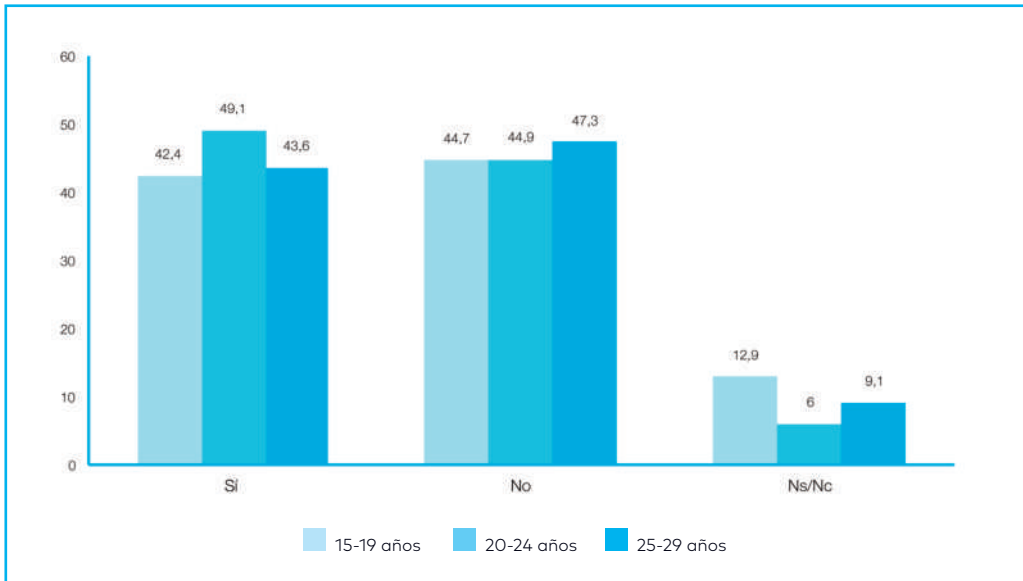
Por **género** los resultados son casi idénticos, con diferencias que no llegan al punto.

En relación a la **edad** se aprecia una mayor cantidad de personas que reconocen haber compartido noticias que luego han sabido que eran falsas en el tramo 20-24 años (49,1%; también se da el mayor porcentaje entre quienes estudios de Secundaria post-obligatoria, con un 47,4%); si bien cabe hacer hincapié en el destacado 12,9% de personas de 15-19 años que no saben o no contestan esta pregunta, un indicativo más de la incapacidad de muchas personas menores de edad para reconocer la dudosa fuente de algunos contenidos.

**GRÁFICO 4.9. PERSONAS QUE HAN COMPARTIDO UNA NOTICIA QUE LUEGO HAN SABIDO QUE ERA FALSA, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 4.10. PERSONAS QUE HAN COMPARTIDO UNA NOTICIA QUE LUEGO HAN SABIDO QUE ERA FALSA, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



La experiencia marca la percepción sobre los contenidos confiables, pero no tanto los comportamientos: amplias mayorías de jóvenes comparten contenidos dudosos

Cruzando algunas de estas preguntas se obtiene la conclusión de que **la experiencia marca parte de las percepciones sobre los contenidos confiables, aunque no tanto así los comportamientos**<sup>2</sup>. Así, el 58,4% de quienes han compartido alguna vez una noticia falsa, considera que con bastante o mucha frecuencia los contenidos son poco confiables (por un 43,5% entre quienes

no). Pero, al mismo tiempo, sólo el 49,6% de esa misma gente comprueba la veracidad de las noticias con bastante o mucha frecuencia (y el 14,7% no lo hace casi nunca o nunca).

**TABLA 4.3. FRECUENCIA CON LA QUE SE VE INFORMACIÓN, NOTICIAS O CONTENIDOS QUE SE CONSIDERAN FALSOS O DUDOSOS, SEGÚN SE HAYA COMPARTIDO O NO INFORMACIÓN FALSA (SIN SABERLO). P<.05**

	EN ALGUNA OCASIÓN, ¿HAS REENVIADO O COMPARTIDO CON ALGUNA PERSONA, CONOCIDA O NO, UNA NOTICIA QUE LUEGO HAS SABIDO QUE ERA FALSA?			TOTAL
	SÍ	NO	NS/NC	
Bastante o mucha frecuencia	398 58,4%	300 43,5%	41 29,7%	739 48,9%
A veces	226 33,1%	277 40,1%	52 37,7%	555 36,8%
Casi nunca o nunca	52 7,6%	101 14,6%	24 17,4%	177 11,7%
Ns/Nc	6 0,9%	12 1,7%	21 15,2%	39 2,6%
Total	682 100,0%	690 100,0%	138 100,0%	1510 100,0%

2. Cruces de la pregunta 57 con las preguntas 54 y 55.

**TABLA 4.4. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONTRASTA LA INFORMACIÓN QUE SE SOSPECHA QUE ES FALSA O DUDOSA, SEGÚN SE HAYA COMPARTIDO O NO INFORMACIÓN FALSA (SIN SABERLO).  $P < .05$**

	EN ALGUNA OCASIÓN, ¿HAS REENVIADO O COMPARTIDO CON ALGUNA PERSONA, CONOCIDA O NO, UNA NOTICIA QUE LUEGO HAS SABIDO QUE ERA FALSA?			TOTAL
	SÍ	NO	NS/NC	
Bastante o mucha frecuencia	338 49,6%	269 39,0%	32 23,2%	639 42,3%
A veces	241 35,3%	251 36,4%	44 31,9%	536 35,5%
Casi nunca o nunca	100 14,7%	160 23,2%	39 28,3%	299 19,8%
Ns/Nc	3 0,4%	10 1,4%	23 16,7%	36 2,4%
Total	682 100,0%	690 100,0%	138 100,0%	1510 100,0%



## 5. RIESGOS Y PROBLEMAS

### 5.1. POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL USO DE INTERNET

Puestos ante la tesitura de algunos posibles efectos negativos del uso de internet, ninguno de los propuestos alcanza un nivel muy alto de acuerdo (así se considera el acuerdo que se sitúa en el tramo 7 a 10 de la escala de 0 a 10), si bien hay tres ideas que presentan acuerdos reseñables. De forma destacada, que **"internet ha hecho que las relaciones sociales sean más superficiales"** (6,74) y algo menos que "hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar" (6,41) y que "con el uso de internet te aíslas más" (6,34).

**TABLA 5.1. VALORACIÓN SOBRE POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL USO DE INTERNET**

GRADO DE ACUERDO EN BASE A UNA ESCALA 0-10  
("NADA DE ACUERDO" - "TOTALMENTE DE ACUERDO")

	N	MEDIA
Internet ha hecho que las relaciones sociales sean más superficiales	1.485	6,74
Internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar	1.489	6,41
Con el uso de internet te aíslas más	1.488	6,34
En internet es imposible proteger tu privacidad	1.481	5,79
Internet hace que las relaciones sociales sean más complicadas	1.484	5,61
En internet siento que debo estar siempre disponible	1.483	5,17

Con menor acuerdo, aunque aún con mayores niveles de acuerdo que de desacuerdo, se considera que "en internet es imposible proteger tu privacidad" (5,79) y que "hace que las relaciones sociales sean más complicadas" (5,61). En último lugar se menciona que "en internet siento que debo estar siempre disponible" (5,17).

Sí es destacable que respecto a los resultados obtenidos en 2018 (Megías y Rodríguez: 52) crece el acuerdo respecto a que **"con el uso de internet te aíslas más"**, que pasa de 5,56 a 6,34.

Las **mujeres** tienen una percepción bastante más alta que los hombres de buena parte de estos posibles efectos negativos, siendo las diferencias especialmente reseñables respecto a que las relaciones sean más superficiales (un destacado

Las mujeres perciben más que los hombres muchos de estos efectos negativos, especialmente que las relaciones sean más superficiales, que internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar, que internet hace que las relaciones sociales sean más complicadas y que con el uso de internet te aíslas más

63,2%, diez puntos más que los hombres), que internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar (57,8%, por 48,9% de los hombres), que internet hace que las relaciones sociales sean más complicadas (45,3%, por 34,3% de los hombres), y que con el uso de internet te aíslas más (55,6%, seis puntos más que los hombres) (gráfico 5.1).

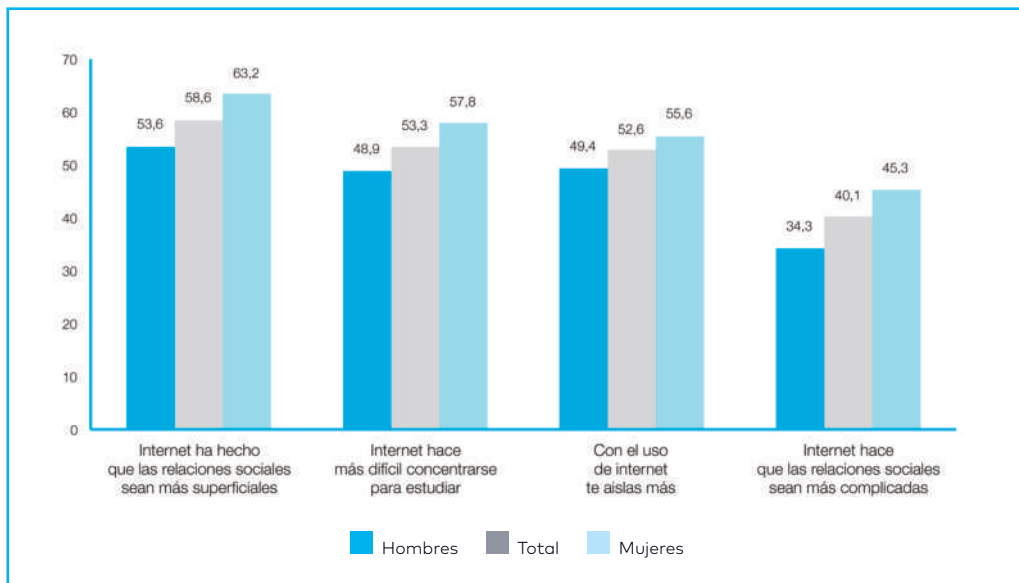
Por **edad**, hay tres cuestiones respecto a las que existe una percepción mucho más contundente entre jóvenes de mayor edad. Una,

con un aumento claro de la misma a medida que aumenta la edad: que internet provoque que las relaciones sean más superficiales (63% entre los 25 y los 29 años). Otras, propiciando resultados claramente diferenciales de la población de 15-19 años en relación con la de mayor edad: sobre todo que internet hace que las relaciones sean más complicadas (51,7% en 15-19 años, once puntos menos que en 25-29 años); también, aunque con diferencias menores, que en internet sientes que debes estar siempre disponible (en torno al 35% en todo el tramo 20-29 años).

Además, hay dos cuestiones respecto a las que muestran más acuerdo los y las jóvenes en el tramo 20-24 años: internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar (57,2%) y en internet es imposible proteger tu privacidad (47,8%, por 38,1% en el tramo 15-19 años, que son quienes menos acuerdo muestran) (gráfico 5.2).

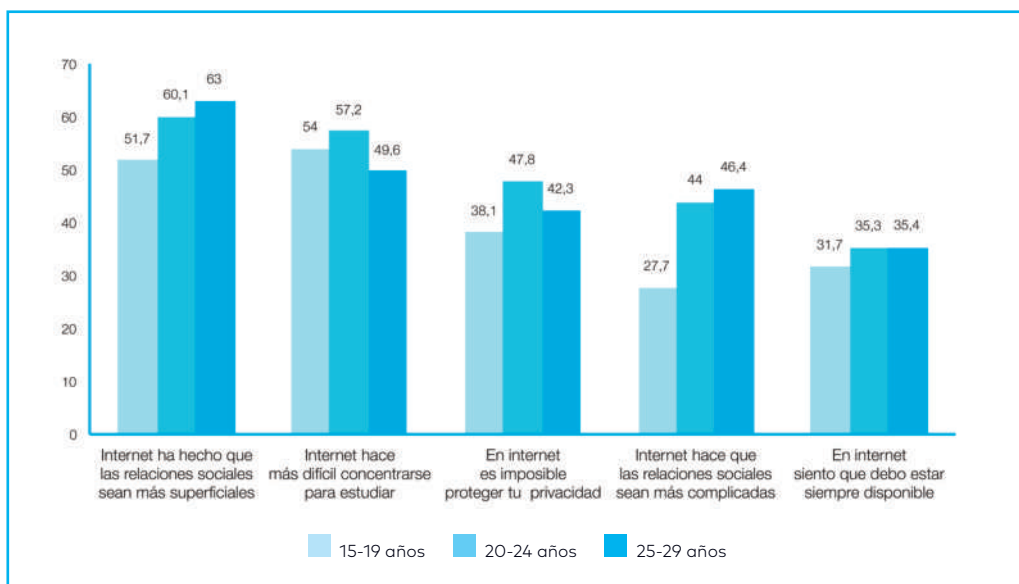
### GRÁFICO 5.1. ACUERDO RESPECTO A POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL USO DE INTERNET, SEGÚN GÉNERO (%). $P < .05$

BASE: PERSONAS QUE PUNTÚAN 7-10 EN LA ESCALA 0-10



### GRÁFICO 5.2. ACUERDO RESPECTO A POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS DEL USO DE INTERNET, SEGÚN EDAD (%). $P < .05$

BASE: PERSONAS QUE PUNTÚAN 7-10 EN LA ESCALA 0-10



En relación al resto de variables sociodemográficas se puede apuntar lo siguiente:

- Que internet provoque que las relaciones sean más superficiales es algo que consideran en mayor medida las personas con estudios superiores (62,2%, diez puntos más que quienes tienen estudios hasta Secundaria), las personas que viven en pareja con hijos/as (sobre todo en relación con quienes viven solos/as), quienes compaginan trabajo y estudios, y las personas de clase baja (62,8%, trece puntos más que en clase alta).
- Que internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar es algo que piensan más las personas de clase baja (57,5%, ocho puntos más que en clase alta). Entre las personas jóvenes con menor nivel de estudios y que sólo trabajan se presentan los menores niveles de acuerdo respecto a esta idea.
- Con el uso de internet te aíslas más: mayor acuerdo entre jóvenes en paro (56,4%), de clase baja (57,7%) y con estudios de Secundaria post-obligatoria (55,6%).
- Mayor acuerdo con que en internet es imposible proteger tu privacidad en jóvenes con estudios de Secundaria post-obligatoria (46,6%), que trabajan y estudian (46,7%), y de clase baja (45,6%, siete puntos más que en clase alta).
- Internet hace que las relaciones sociales sean más complicadas es algo con lo que están mucho más de acuerdo quienes viven en pareja y con hijos/as (51,1%). que sólo estudian (once puntos menos que los y las jóvenes que compaginan estudio y trabajo) y que se autoposicionan en clase alta (trece puntos menos que en clase baja). Lo piensan en menor medida quienes tienen menos estudios (diez puntos menos entre quienes tienen estudios hasta Secundaria respecto a quienes cuentan con estudios superiores).
- Que en internet sienten que deben estar siempre disponibles es algo que ocurre más entre jóvenes de clase alta (37,9%, seis puntos más que en clase baja), y menos entre jóvenes con menor nivel de estudios, en paro.

Los y las jóvenes de menor edad y que sólo estudian son quienes muestran menor acuerdo con algunos posibles efectos negativos del uso de internet, mientras que las mujeres y quienes conviven en pareja y con hijos/as muestran opiniones más críticas (sobre todo con la influencia de internet en las relaciones sociales)

**TABLA 5.2. ACUERDO CON POSIBLES EFECTOS NEGATIVOS  
DEL USO DE INTERNET,  
SEGÚN LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**  
POSICIONES 7-10 EN LA ESCALA 0-10 ("NADA DE ACUERDO" - "TOTALMENTE DE ACUERDO")  
DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS (P<.05)

	%
<b>Con el uso de internet te aíslas más</b>	
+ Mujeres	55,6%
- Hombres	49,4%
+ Estudios de Secundaria post-obligatoria	55,6%
- Estudios hasta Secundaria	49,3%
+ En paro	56,4%
- Sólo estudia	47,6%
- Clase alta	48,0%
+ Clase baja	57,7%
<b>Internet ha hecho que las relaciones sociales sean más superficiales</b>	
++ Mujeres	63,2%
- Hombres	53,6%
+ 25-29 años	63,0%
-- 15-19 años	51,7%
+ Estudios superiores	62,2%
-- Estudios hasta Secundaria	52,8%
+ Trabaja y estudia	63,8%
-- Sólo estudia	52,4%
++ Convive con pareja e hijos/as	71,3%
- Vive solo/a	53,5%
-- Clase alta	49,1%
+ Clase baja	62,8%
<b>Internet hace que las relaciones sociales sean más complicadas</b>	
++ Mujeres	45,3%
- Hombres	34,3%
+ 25-29 años	46,4%
--- 15-19 años	27,7%
+ Estudios superiores	43,3%
-- Estudios hasta Secundaria	35,8%
- Sólo estudia	35,7%
++ Vive con pareja e hijos/as	51,1%
- Vive con con padre/madre	37,2%
- Clase alta	36,1%
+ Clase baja	44,1%

<b>En internet es imposible proteger tu privacidad</b>	
+ 20-24 años	47,8%
- 15-19 años	38,1%
+ Estudios de Secundaria post-obligatoria	46,6%
- Estudios hasta Secundaria	38,6%
+ Trabaja y estudia	46,7%
- En paro	38,4%
- Clase alta	38,6%
+ Clase baja	45,6%
- Carencia material severa	40,0%
<b>Internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar</b>	
+ Mujeres	57,8%
- Hombres	48,9%
+ 20-24 años	57,2%
- 25-29 años	49,6%
- Estudios hasta Secundaria	49,8%
- Sólo trabaja	47,7%
- Clase alta	49,1%
+ Clase baja	57,5%
<b>En internet siento que debo estar siempre disponible</b>	
- 15-19 años	31,7%
-- Estudios hasta Secundaria	28,5%
-- En paro	29,2%
+ Clase alta	37,9%
- Clase baja	31,8%

Se podría hipotetizar que el hecho de tener los perfiles de redes sociales públicos o privados puede marcar alguna diferencia a la hora de considerar que en internet es imposible **proteger la privacidad** (pues esa consideración condicionará optar por una cosa u otra)<sup>1</sup>. Pero lo cierto es que no hay diferencias muy grandes: el 41,2% de quienes los tienen totalmente públicos está bastante o muy de acuerdo con que es imposible proteger la privacidad, por un 46% de quienes los tienen parcialmente públicos, y un 43,5% de quienes los tienen privados. Es decir, que **la decisión de optar por tener menores niveles de privacidad en redes sociales no necesariamente tiene que ver con que se considere que es imposible proteger la privacidad** en internet (al menos, no se puede asegurar con los datos de que

1. Cruce de las preguntas 46 y 52 ( $p < .05$ ).

disponemos); incluso quienes no protegen nada la privacidad de sus perfiles, son quienes menos consideran que es imposible protegerla, quizás por una mayor despreocupación al respecto. En cualquier caso, peso a que son porcentajes nada despreciables, representan acuerdos minoritarios en el conjunto, por lo que no parece que exista una gran preocupación por la privacidad en internet.

También parecía oportuno preguntarse si las personas que con alguna frecuencia **se han sentido mal por no participar en las redes sociales** que participan sus amigos/as, sienten en mayor medida que el resto que deben estar siempre disponibles (y por ello se sienten mal si no participan)<sup>2</sup>. En relación a este cruce, se puede señalar que el 50% de quienes con bastante o mucha frecuencia se han sentido mal por no participar en redes sociales, manifiestan sentir que deben estar siempre disponibles, mientras un 20,1% de ese mismo colectivo no considera que deban estar siempre disponible. Es decir, la mitad de quienes se sienten mal por no participar no lo viven por la presión de tener que estar disponibles, e incluso un porcentaje nada despreciables de quienes así se sienten ni siquiera perciben que deban estar siempre disponibles. Lo que lleva a preguntarse qué otros motivos procuran la necesidad de tener que estar en internet y redes sociales.

## 5.2. PERCEPCIONES SOBRE POSIBLES RIESGOS

De algunas circunstancias que implican riesgos en internet, la que consideran que se produce con mayor frecuencia es la "**circulación de mensajes de odio** (racistas, homófobos, antifeministas, etc.)": un 52,8% considera que se dan con "bastante o mucha frecuencia". El porcentaje es también cercano a la mitad de la muestra cuando consideran problemas como el "acoso entre compañeros/as a través de redes sociales y otros espacios *online* (WhatsApp, juegos *online*, foros...)" (47,2%) o el "envío de imágenes privadas y comprometidas (íntimas, de contenido sexual) sin consentimiento de la/s persona/s implicada/s" (45,7%) y algo menor para el "acoso de personas adultas a menores" (42,9%) (tabla 5.3).

En cualquier caso, es evidente lo preocupante de estas percepciones, no sólo por el alto porcentaje de quienes consideran que se producen con frecuencia, pues quienes creen que se producen "a veces" también representan porcentajes muy significativos, dada la gravedad de los problemas. Así, en torno a la cuarta parte de la muestra cree que "a veces" hay acoso de personas adultas a menores (25,6%), acoso entre compañeros/as (24,3%), envío de imágenes privadas y

---

2. Cruce de las preguntas 43 y 63 ( $p < .05$ ).

comprometidas sin consentimiento (22,7%) y circulación de mensajes de odio (21,1%). En definitiva, que en ningún caso llega a un tercio de la muestra la proporción de jóvenes que piensan que este tipo de problemas no se da "nunca o casi nunca", y en relación a la circulación de mensajes de odio no llega ni al 25%.

**TABLA 5.3. PERSONAS QUE CONSIDERAN QUE DETERMINADOS RIESGOS ASOCIADOS AL USO DE INTERNET SE DAN CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA (%)**

	N	MEDIA
La circulación de mensajes de odio (racistas, homófobos, antifeministas, etc.)	798	52,8
Acoso entre compañeros/as a través de redes sociales y otros espacios online (WhatsApp, juegos online, foros...)	713	47,2
Envío de imágenes privadas y comprometidas (íntimas, de contenido sexual) sin consentimiento de la/s persona/s implicada/s	690	45,7
Acoso de personas adultas a menores	648	42,9

**GRÁFICO 5.3. FRECUENCIA CON LA QUE CONSIDERAN QUE SE PRODUCE EL ACOSO ENTRE COMPAÑEROS/AS A TRAVES DE ESPACIOS OLINE (%)**

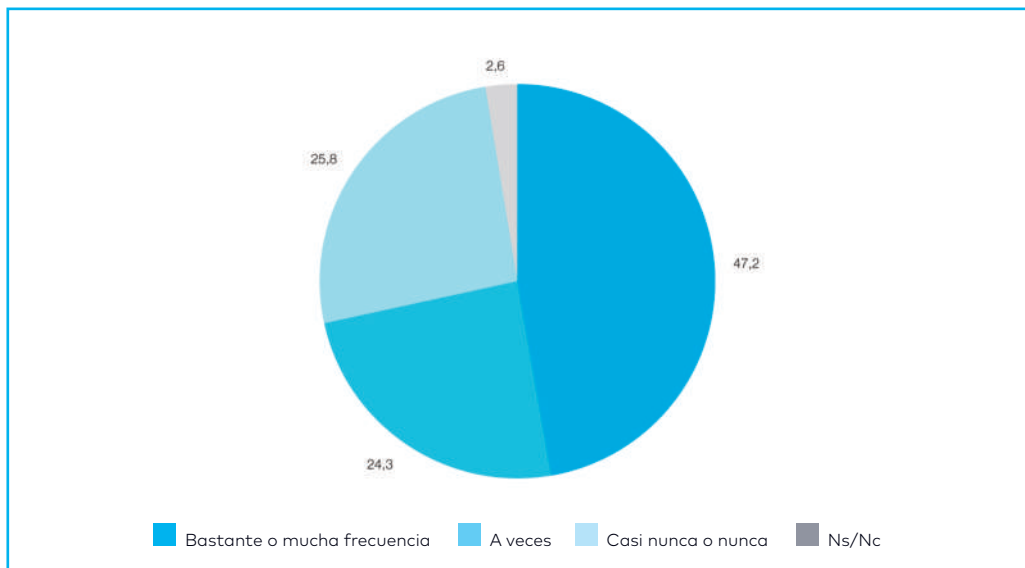




GRÁFICO 5.4. FRECUENCIA CON LA QUE CONSIDERAN QUE SE PRODUCE EL ACOSO DE PERSONAS ADULTAS A MENORES EN INTERNET (%)

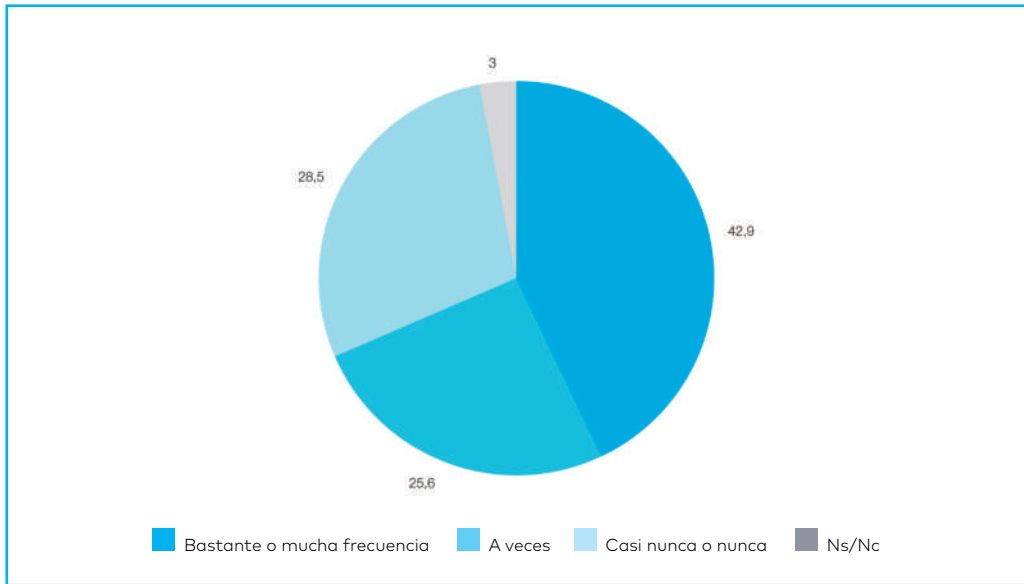
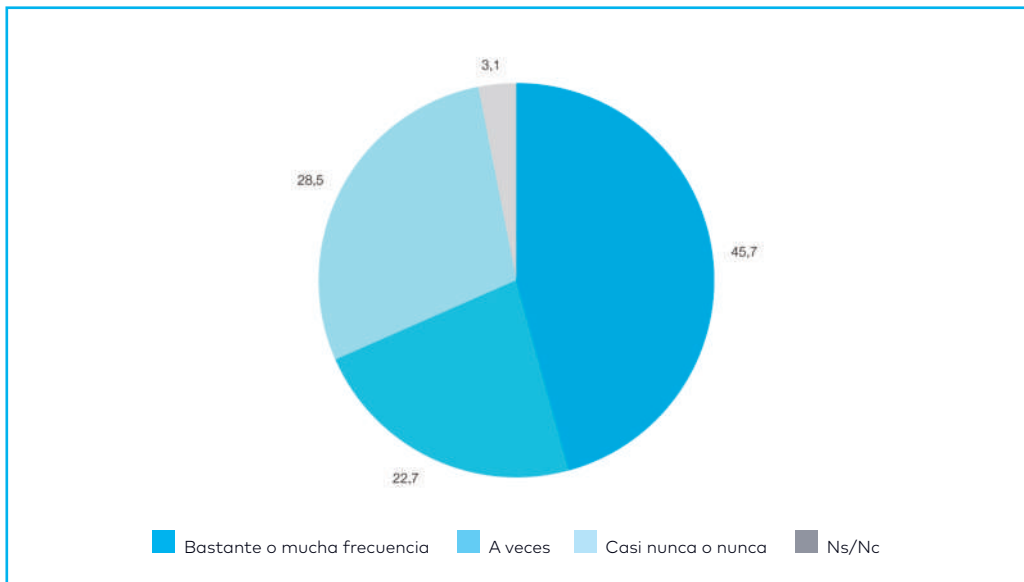
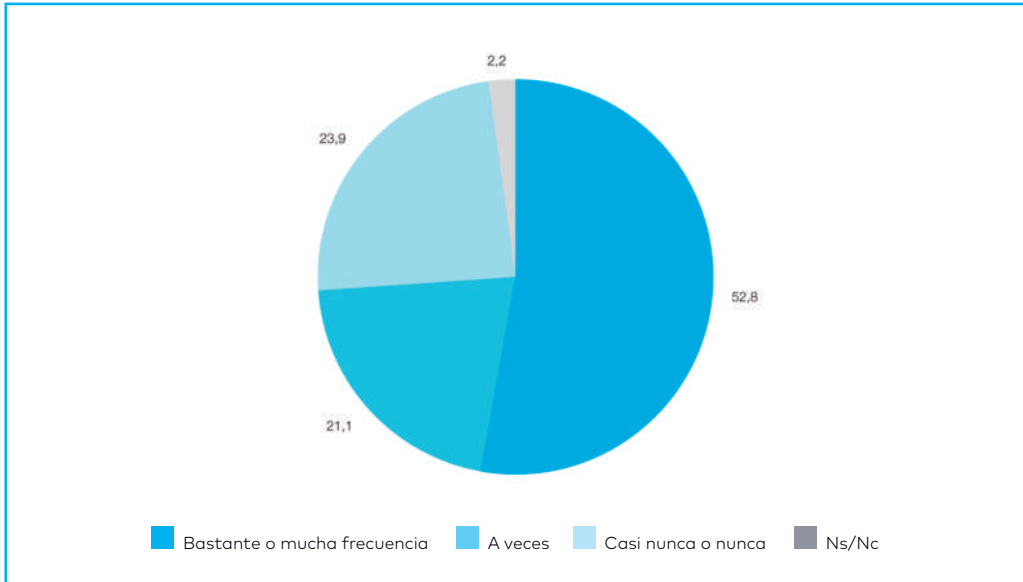


GRÁFICO 5.5. FRECUENCIA CON LA QUE CONSIDERAN QUE SE PRODUCE EL ENVÍO DE IMÁGENES PRIVADAS Y COMPROMETIDAS SIN CONSENTIMIENTO (%)



**GRÁFICO 5.6. FRECUENCIA CON LA QUE CONSIDERAN QUE SE PRODUCE LA CIRCULACIÓN DE MENSAJES DE ODIOS (%)**



Atendiendo a los cruces significativos ( $p < .05$ ) por las variables sociodemográficas, y en relación a quienes consideren que estos problemas se producen con bastante

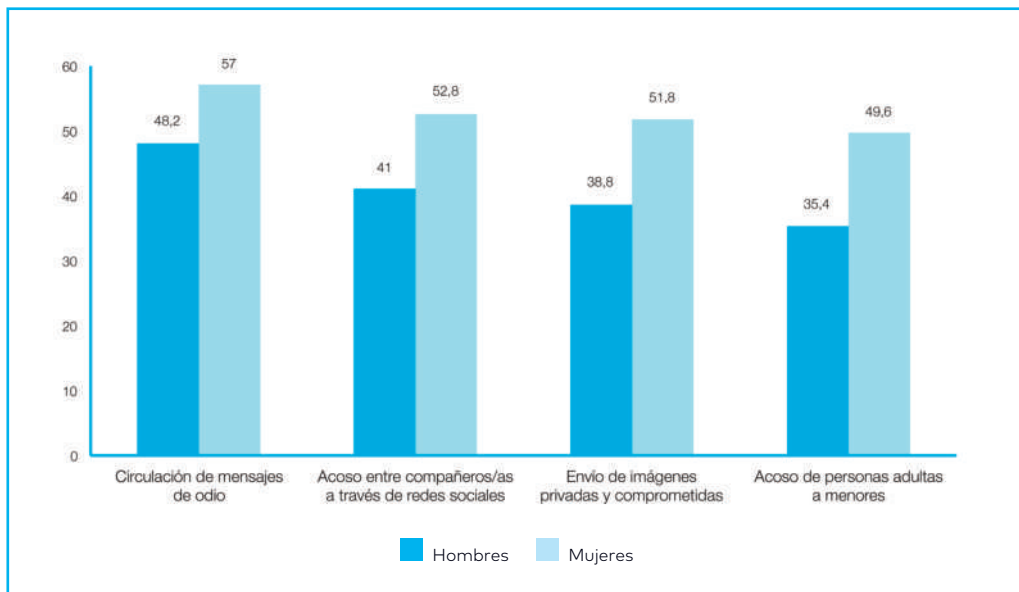
o mucha frecuencia, es destacable que **las mujeres tienen mucha mayor percepción de todos estos riesgos**, siendo especialmente reseñables las diferencias en relación al acoso de personas adultas a menores (49,6%, catorce puntos más que los hombres), el envío de imágenes privadas sin consentimiento (51,8%, trece puntos más) y el acoso entre

Las mujeres tienen mucha mayor percepción de todos estos riesgos, especialmente del acoso de personas adultas a menores, el envío de imágenes privadas sin consentimiento y el acoso entre compañeros/as.

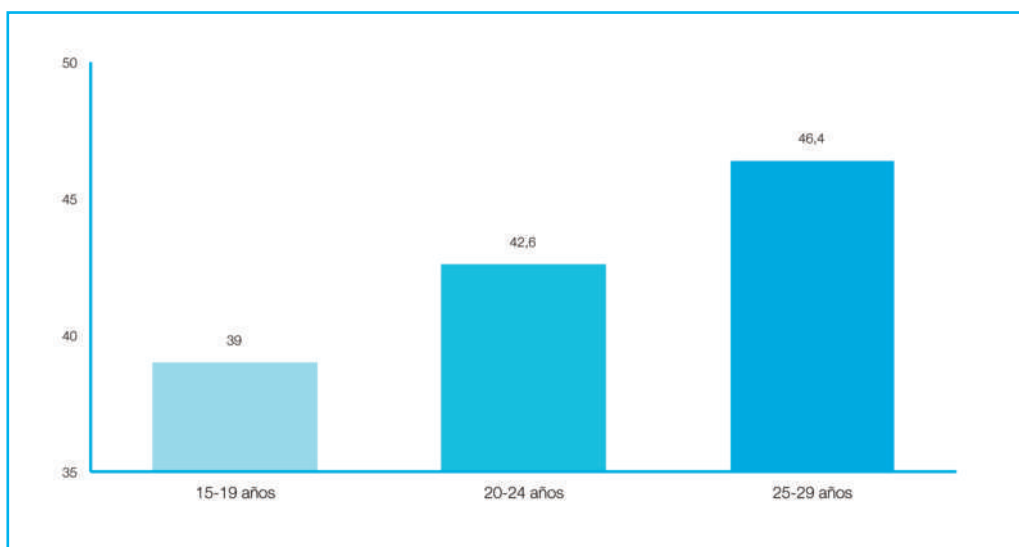
compañeros/as (52,8%, 41% ellos). Más de la mitad de las mujeres jóvenes considera que estas circunstancias se producen con bastante o mucha frecuencia, llegando al 57% en el caso de la circulación de mensajes de odio (gráfico 5.7).

El cruce con la **edad** sólo resulta significativo en el caso del acoso de personas adultas a menores, que es mayor a medida que aumenta la edad (46,4% entre 25 y 29 años, cuando es del 39% entre 15 y 19 años). Es decir, que **las teóricas víctimas del acoso son quienes menor percepción tienen de la existencia de tal acoso** (gráfico 5.8).

**GRÁFICO 5.7. PERSONAS QUE CONSIDERAN QUE DETERMINADOS RIESGOS ASOCIADOS AL USO DE INTERNET SE DAN CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.8. PERSONAS QUE CONSIDERAN QUE EL ACOSO DE PERSONAS ADULTAS A MENORES EN INTERNET SE DA CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



De resto de variables se puede mencionar lo siguiente:

- El acoso entre compañeros/as se percibe más entre jóvenes con estudios de Secundaria post-obligatoria (52,1%), en paro (54,6%; trece puntos más que quienes sólo estudian) y de clase baja (51,8%, catorce puntos más que en clase alta).
- La percepción sobre el acoso de personas adultas a menores es mayor entre jóvenes con estudios de Secundaria post-obligatoria (46,1%), en paro (49,7%, quince puntos más que quienes sólo estudian) y de clase baja (46,7%, doce puntos más que en clase alta).
- Considerar la frecuencia del envío de imágenes privadas sin consentimiento tiene lugar, en mayor medida, entre jóvenes con más estudios (49,1% entre quienes tienen estudios superiores), entre jóvenes en paro (50,6%, doce puntos por encima de quienes sólo estudian) y de clase social baja (49,7%, doce puntos más que en alta).
- La percepción sobre la circulación de mensajes de odio aumenta con el nivel de estudios (alcanza el 56,2% entre jóvenes con estudios superiores), y es mayor en personas de clase baja (57,9%, diecinueve puntos por encima de quienes se sitúan en clase alta).

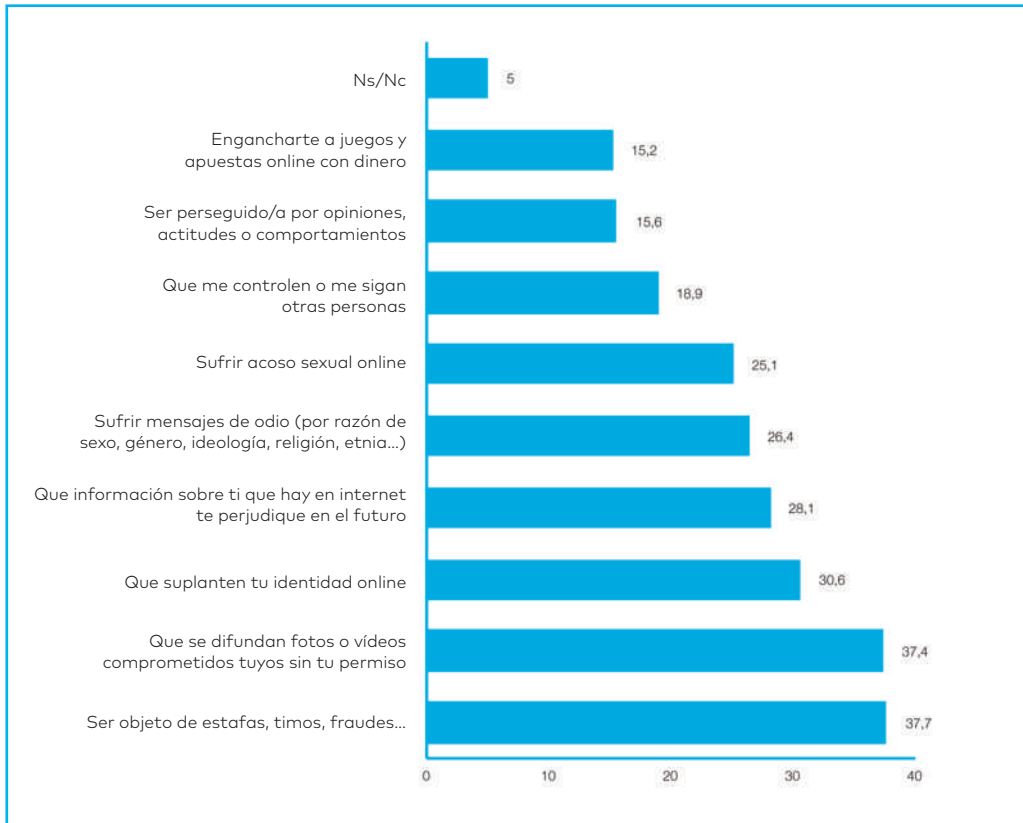
De las diversas circunstancias que pueden tener lugar en internet, y que implican **riesgos y problemas**, hay dos que preocupan por encima del resto: "ser objeto de estafas, timos, fraudes..." (37,7%) y "que se difundan fotos o vídeos comprometidos tuyos sin tu permiso" (37,4%).

En un segundo nivel de preocupación están "que suplanten tu identidad *online*" (30,6%), "que información sobre ti que hay en internet te perjudique en el futuro" (28,1%), "sufrir mensajes de odio (por razón de sexo, género, ideología, religión, etnia...)" (26,4%) y "sufrir acoso sexual *online*" (25,1%).

Las cuestiones que menos preocupan, aun así con menciones reseñables, son "que me controlen o me sigan otras personas" (18,9%), "ser perseguido/a por opiniones, actitudes o comportamientos" (15,6%) y "engancharte a juegos y apuestas *online* con dinero" (15,2%).

A los y las jóvenes les preocupan especialmente dos posibles situaciones que pueden sufrir en internet: ser objeto de estafas, timos o fraudes y que se que se difundan fotos o vídeos comprometidos suyos sin su permiso

## GRÁFICO 5.9. SITUACIONES QUE GENERAN MAYOR PREOCUPACIÓN EN INTERNET (%). RESPUESTA MÚLTIPLE

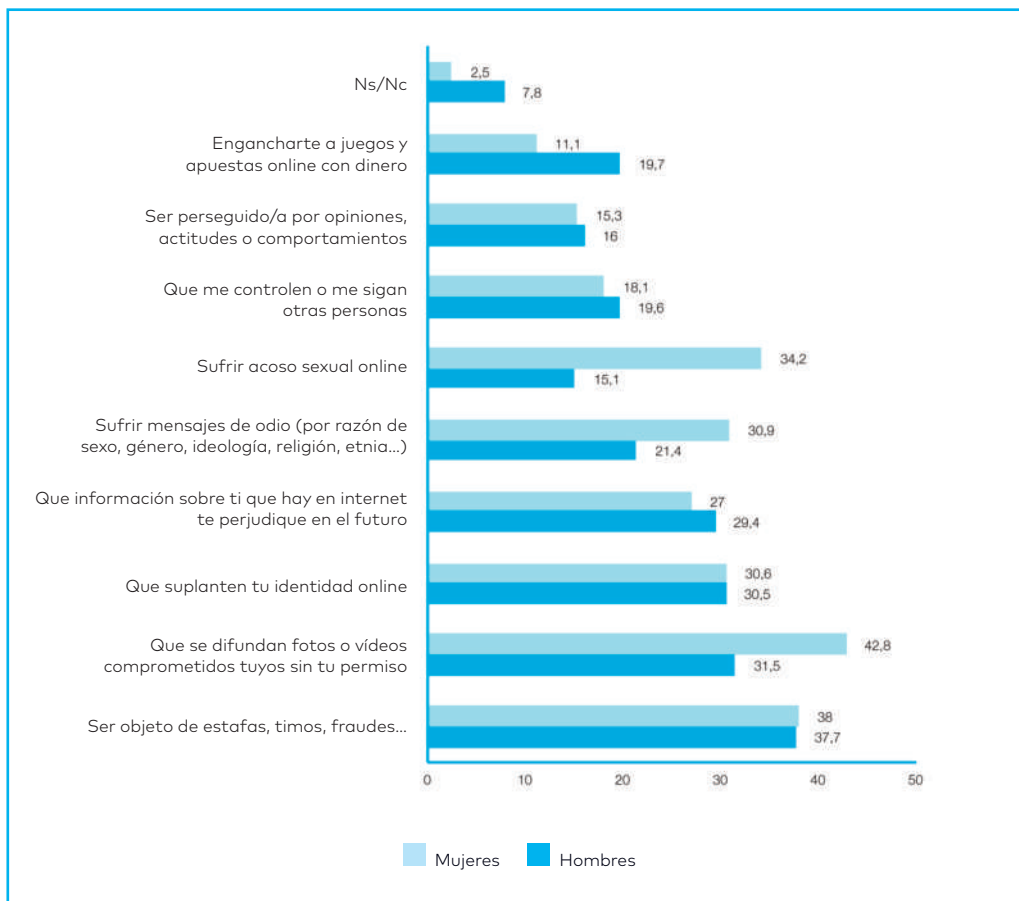


Según **género**, hay tres situaciones que claramente les resultan mucho más preocupantes a las mujeres: que se difundan fotos o vídeos comprometidos (42,8%, once puntos más que los hombres), sufrir acoso sexual *online* (34,2%, más del doble que los hombres), y sufrir mensajes de odio (30,9%, nueve puntos más que los hombres).

Se observan diferencias en función del género: a las mujeres les preocupa más que se que se difundan fotos o vídeos comprometidos, sufrir acoso sexual y recibir mensajes de odio

El resto de cuestiones presentan proporciones similares, con la excepción de engancharse a los juegos de azar y apuestas *online*, que preocupa al 19,7% de hombres, por un 11,1% de mujeres (gráfico 5.10).

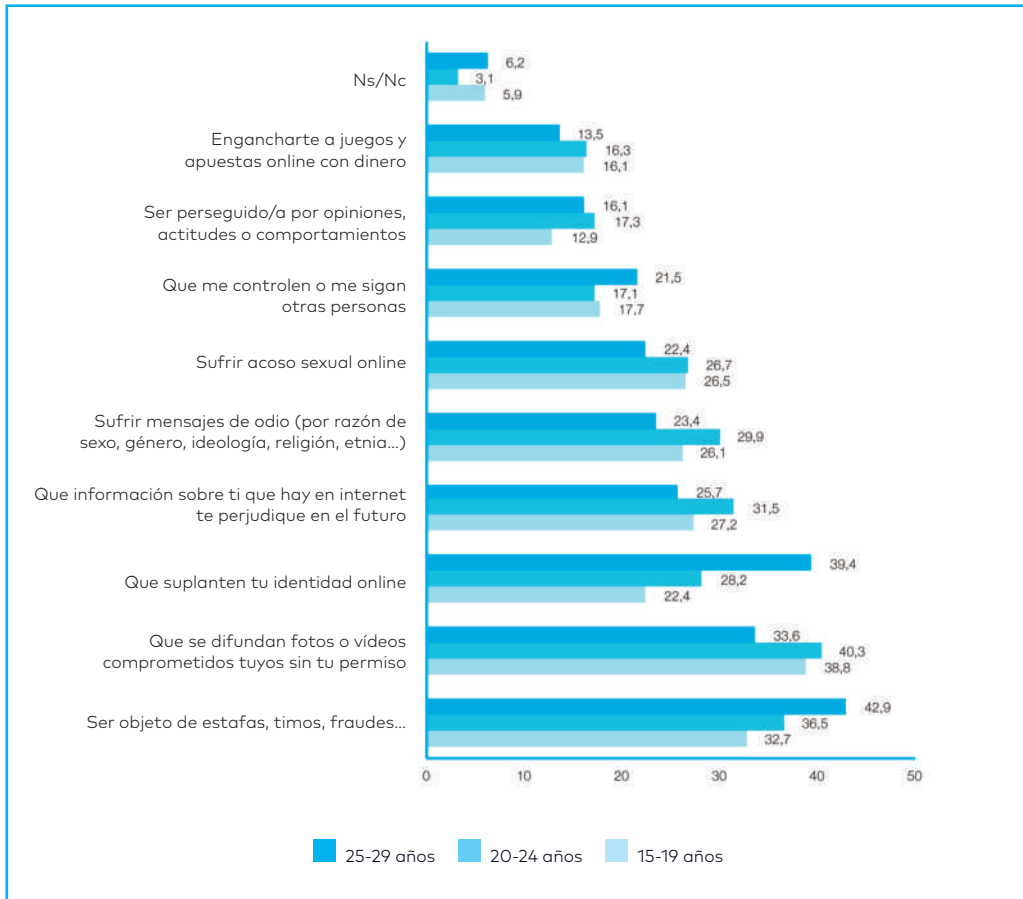
**GRÁFICO 5.10. SITUACIONES QUE GENERAN MAYOR PREOCUPACIÓN EN INTERNET, SEGÚN GÉNERO (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



En relación a la **edad** (gráfico 5.11), se constata que tanto el que suplanten tu identidad *online*, como ser objeto de estafas y timos, son dos cuestiones que preocupan progresivamente a medida que aumenta la edad (alcanzan un 39,4% y un 42,9%, respectivamente, en el tramo 25-29).

También hay más preocupación entre los y las jóvenes más mayores por ser controlados o seguidos por otras personas (21,5%), y menos por sufrir acoso sexual *online*, que difundan fotos o vídeos comprometedores sin permiso, sufrir mensajes de odio, que información circulante les perjudique en el futuro, o engancharse a los juegos y apuestas. En este sentido, es muy destacable que quienes están en el tramo 15-19 años son quienes menor preocupación muestran por todas las cuestiones.

**GRÁFICO 5.11. SITUACIONES QUE GENERAN MAYOR PREOCUPACIÓN EN INTERNET, SEGÚN EDAD (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



Del cruce con el resto de variables lo más destacado es:

- La preocupación por ser objeto de estafas aumenta con el nivel de estudios (41,2% entre quienes tienen estudios superiores), es mayor entre jóvenes de clase media y alta (rondando el 40%-41%, lo que supone unos 13-14 puntos más que en clase baja), y es menor entre las personas que viven solas (31,5%) y quienes sólo estudian (33,2%).
- Que difundan fotos o vídeos comprometidos preocupa más a personas en paro (46%), y preocupa menos en las clases bajas (39,9%) y entre quienes viven solos/as (26%).
- El acoso sexual *online* preocupa más a personas que compaginan trabajo y estudios (28,2%) y también a quienes están en paro (27,5%). La menor

preocupación se da entre quienes viven solos/as o con pareja y sin hijos (no llega al 19% en ambos casos).

- Que suplanten su identidad es una preocupación que aumenta con el nivel de estudios (34,1% entre quienes tienen estudios superiores). Es mayor también entre jóvenes que trabajan (34,8%), con carencias materiales severas (34,8%), quienes conviven con pareja e hijos (45,4%), y es menor en clases bajas (33,9%).
- Ser objeto de mensajes de odio preocupa más a quienes trabajan y estudian (30,3%). La preocupación es menor en clase alta (22%) y entre los y las jóvenes de mayor edad (23,4% a los 25-29 años).
- La posibilidad de engancharse a juegos *online* preocupa más entre quienes sólo tienen estudios de Secundaria (16,4%), personas que viven solas (20,5%), o con pareja y con hijos/as (19%).
- Ser controladas o seguidas por otras personas genera más preocupación a personas con estudios superiores (21,4%) y quienes vive solos/as (25,2%). En clase alta la preocupación es menor (13,7%).
- Ser perjudicados/as por información sobre ellos/as que circule en internet preocupa más a personas de clase media (32,1%) y que viven con la pareja, pero sin hijos (32,4%). La preocupación es menor entre quienes sólo trabajan (23,9%) y quienes sufren carencias materiales severas (21,9%).
- Las personas jóvenes que viven solas se preocupan más que el resto por la posibilidad de ser perseguidas por sus opiniones o actitudes (21,3%).

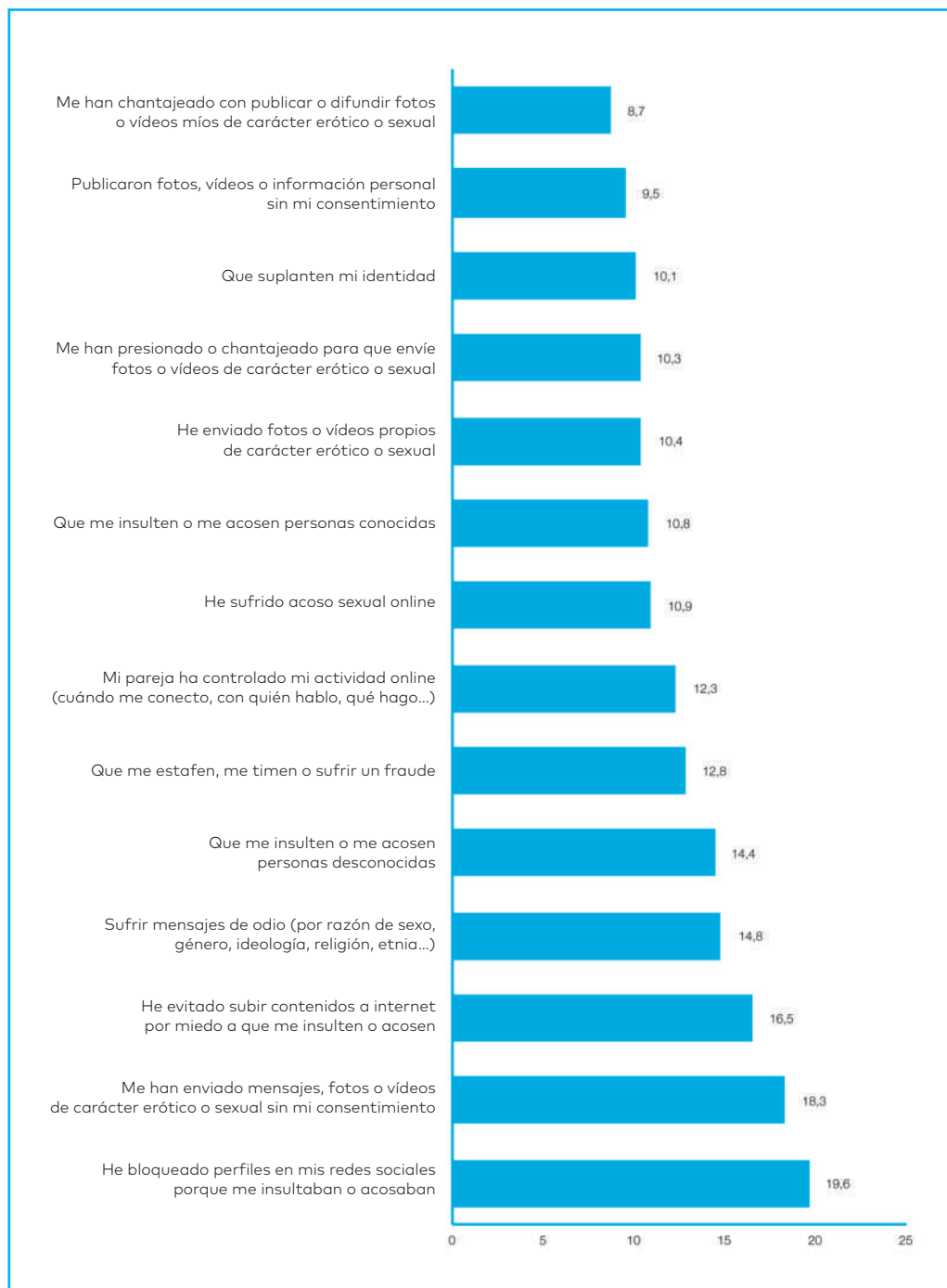
### 5.3. FRECUENCIA DE SITUACIONES QUE IMPLICAN RIESGOS

Más allá de las preocupaciones sobre lo que pueda ocurrir en el entorno *online*, hay cuestiones que sí que han ocurrido.

Atendiendo a aquellas circunstancias problemáticas que han tenido lugar "con bastante o mucha frecuencia" en el último año, las más mencionadas son bloquear perfiles en sus redes sociales porque les insultaban o acosaban (19,6%), recibir mensajes o vídeos de carácter sexual sin consentimiento (18,3%), haber evitado subir contenidos por miedo al acoso o insulto (16,5%), haber sido objeto de mensajes de odio (14,8%) y haber recibido insultos o acoso de personas desconocidas (14,4%). Porcentajes todos reseñables porque representan una frecuencia muy alta.



**GRÁFICO 5.12. SITUACIONES QUE SE HAN PRODUCIDO CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA EN INTERNET, REDES SOCIALES O DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS, EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**



Algo menos, pero también con porcentajes destacables por la gravedad de los hechos, están el ser estafado/a (12,8%), que su pareja controle su actividad *online* (12,3%), acoso sexual *online* (10,9%),

Los y las jóvenes mencionan haber vivido con bastante o mucha frecuencia situaciones como bloquear perfiles en sus redes sociales porque les insultaban o acosaban, recibir mensajes o vídeos de carácter sexual sin consentimiento, haber evitado subir contenidos por miedo al acoso o insulto...

insultos o acoso de personas conocidas (10,8%), haber enviado fotos o vídeos propios de carácter sexual (10,4%), haber sido presionado/a o chantajeado/a para enviar fotos o vídeos de carácter sexual (10,3%), haber sido objeto de suplantación de identidad *online* (10,1%), que hayan publicado fotos, vídeos o información sin consentimiento (9,5%) o haber sido chantajeado/a con difundir vídeos o fotos de carácter sexual

(8,7%). Recordemos de nuevo que todos estos porcentajes se refieren a cosas que han ocurrido "con bastante o mucha frecuencia", de ahí lo alarmante de las cifras<sup>3</sup>.

Por lo general, las cuestiones que ocurren con más frecuencia tienen que ver con el comportamiento o la reacción de terceras personas ante la actividad *online*.

También es necesario fijarse en frecuencias menores (que ocurra "a veces"), pues las circunstancias son tan reseñables que no es necesario que tenga lugar con mucha frecuencia para que marquen de manera definitiva a las personas que sufren tales situaciones. En este sentido, sumando en conjunto las frecuencias "mucho", "bastante" y "a veces", es muy reseñable que en todos los casos (con la única excepción de haber sido chantajeado/a con publicar contenido de carácter sexual, y por los pelos), **al menos un cuarto de la población joven ha sufrido en alguna ocasión alguna de estas circunstancias problemáticas**. Ronda el 30% para casos como haber sido objeto de fraude *online*, haber sufrido insultos o acoso de personas conocidas, haber sufrido insulto o acoso de personas desconocidas, haber sido objeto de mensajes de odio, que su pareja haya controlado su actividad *online*, o haber enviado contenido propio de carácter sexual.

---

3. Respecto a los datos de 2018 (Rodríguez y Megías, 2018: 102), no es posible realizar comparaciones directas, además de porque la muestra era de 14 a 24 años, porque la pregunta se realizaba en base a una respuesta "sí/no", y las categorías de respuesta no coinciden literalmente. Respecto a las categorías similares, se puede apuntar que entonces un 11,5% apunta que perdió dinero porque le engañaron en internet, un 11,4% que sufrió acoso por personas desconocidas y el 11,2% por personas conocidas, y que el 10,5% fue objeto de suplantación de identidad *online*. Dado que estas respuestas sólo indican que sucediera alguna vez, no parece muy osado aventurar que los porcentajes, en esas categorías, eran menores hace cinco años.

GRÁFICO 5.13. FRECUENCIA CON QUE SUPLANTARON SU IDENTIDAD ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

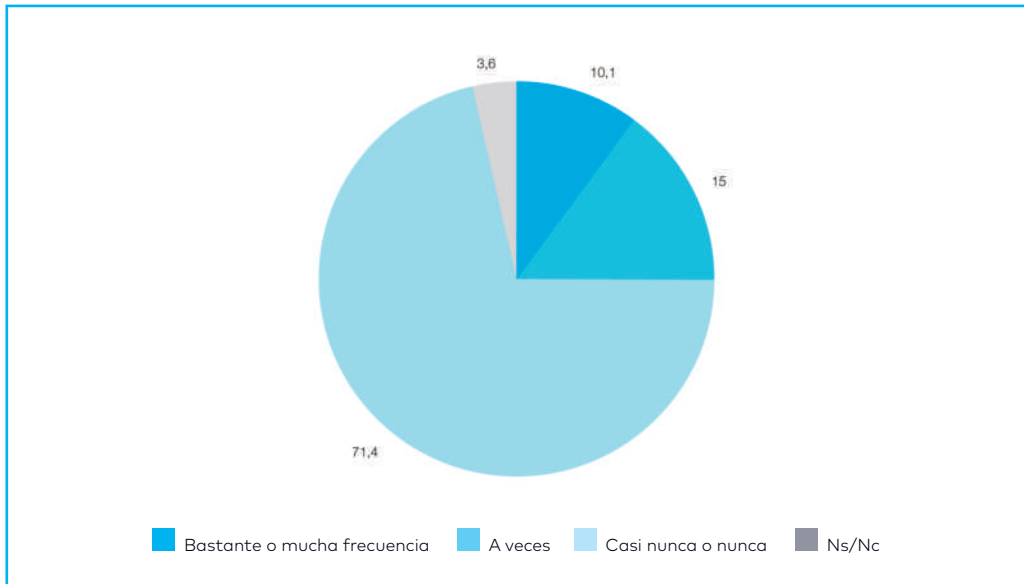


GRÁFICO 5.14. FRECUENCIA CON LA QUE SUFRIERON UNA ESTAFA O UN FRAUDE ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

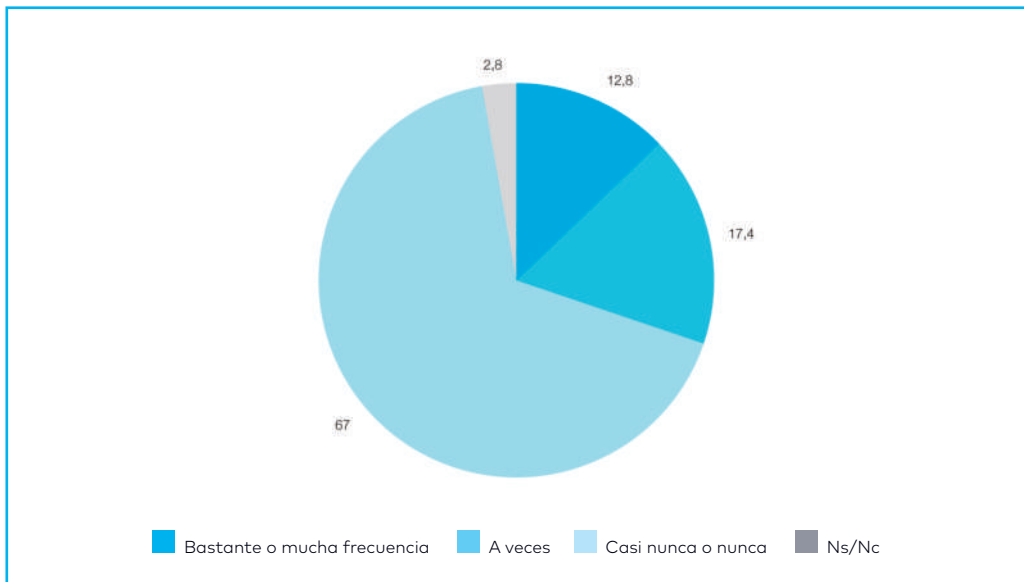


GRÁFICO 5.15. FRECUENCIA CON LA QUE SUFIERON INSULTOS O ACOSO DE PERSONAS CONOCIDAS EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

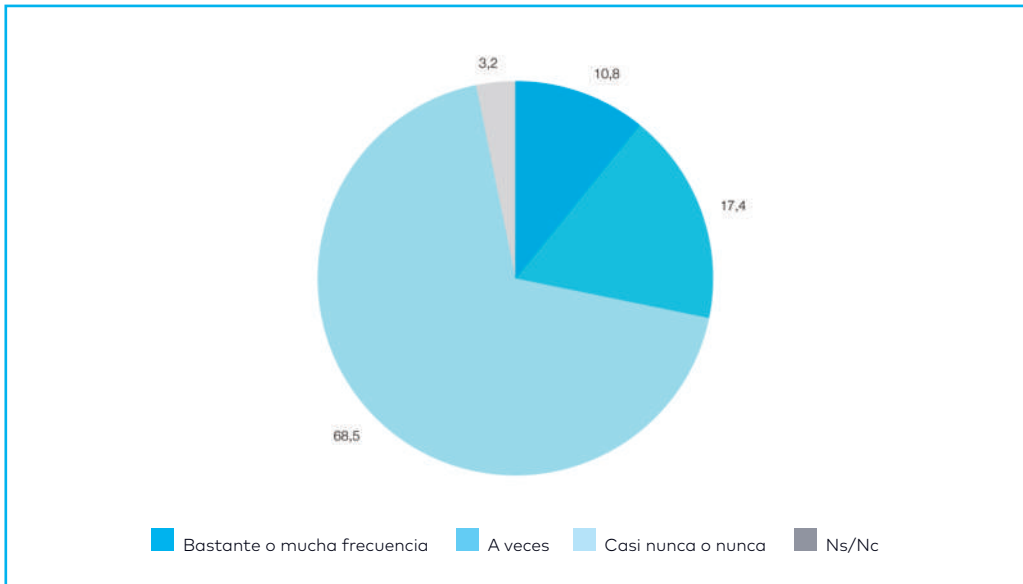


GRÁFICO 5.16. FRECUENCIA CON LA QUE SUFRIERON INSULTOS O ACOSO DE PERSONAS DESCONOCIDAS EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

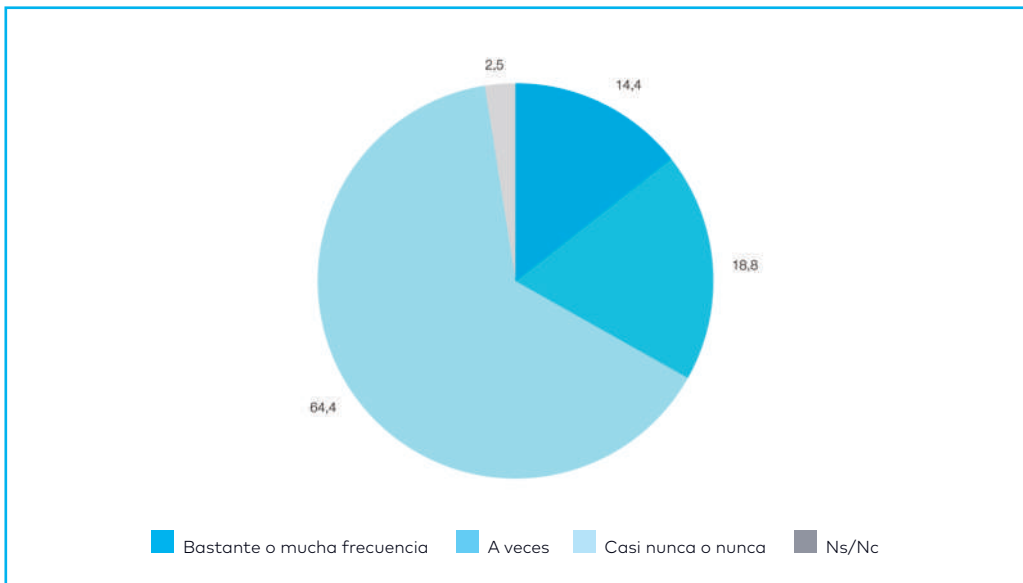


GRÁFICO 5.17. FRECUENCIA CON LA QUE ALGUIEN PUBLICÓ CONTENIDO PERSONAL SIN SU CONSENTIMIENTO EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

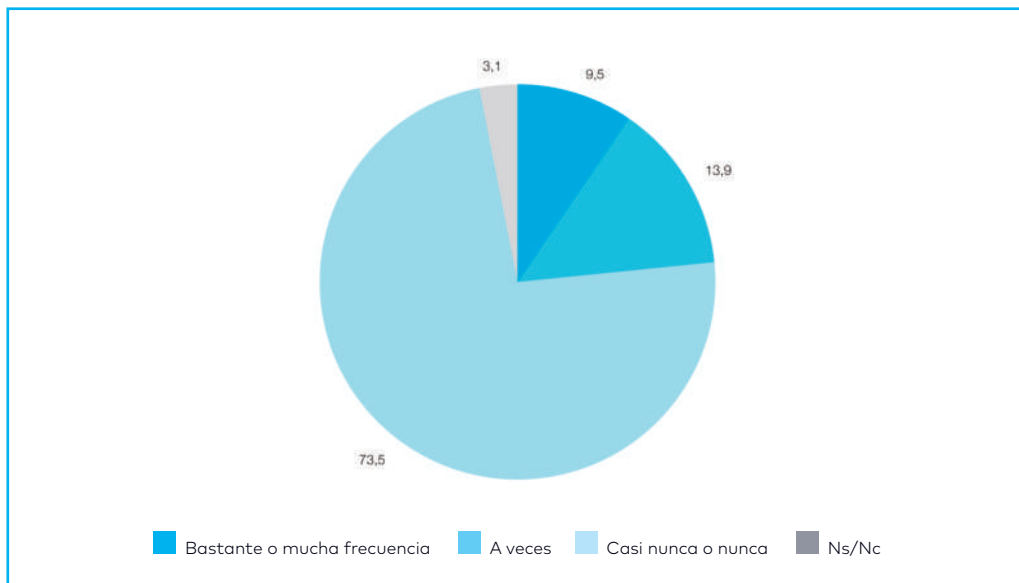
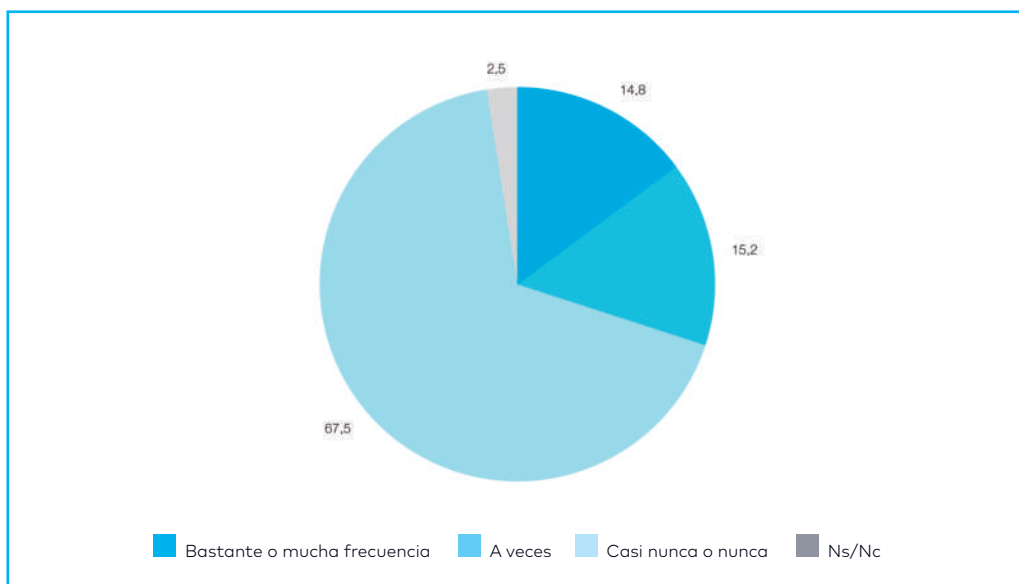
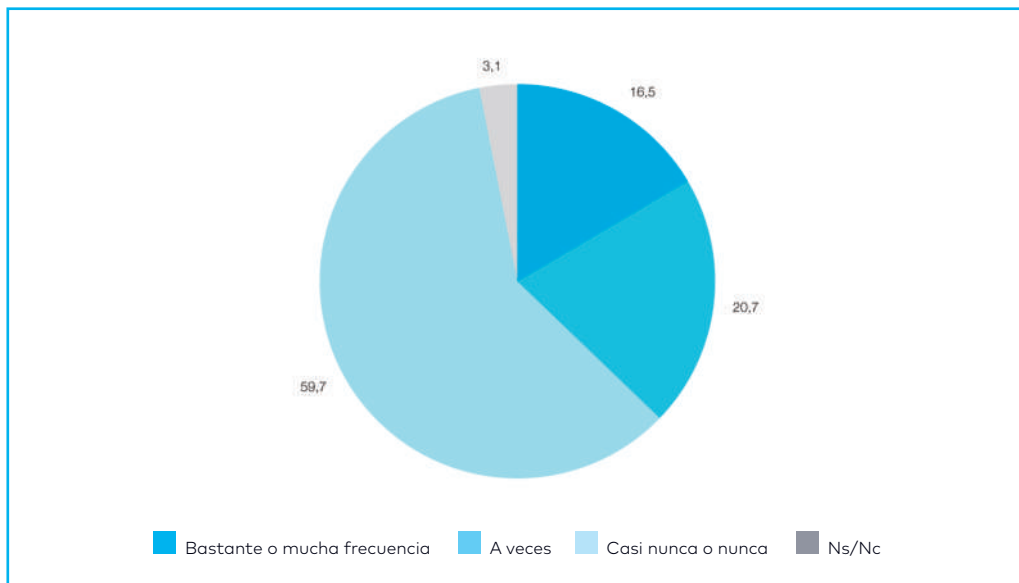


GRÁFICO 5.18. FRECUENCIA CON LA QUE SUFRIERON MENSAJES DE ODIOS EN EL ÚLTIMO AÑO (%)



**GRÁFICO 5.19. FRECUENCIA CON LA QUE SE EVITÓ SUBIR CONTENIDOS A INTERNET POR MIEDO AL INSULTO O EL ACOSO, EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**



**GRÁFICO 5.20. FRECUENCIA CON LA QUE BLOQUEARON PERFILES EN SUS REDES SOCIALES PORQUE LES INSULTABAN O ACOSABAN, EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**

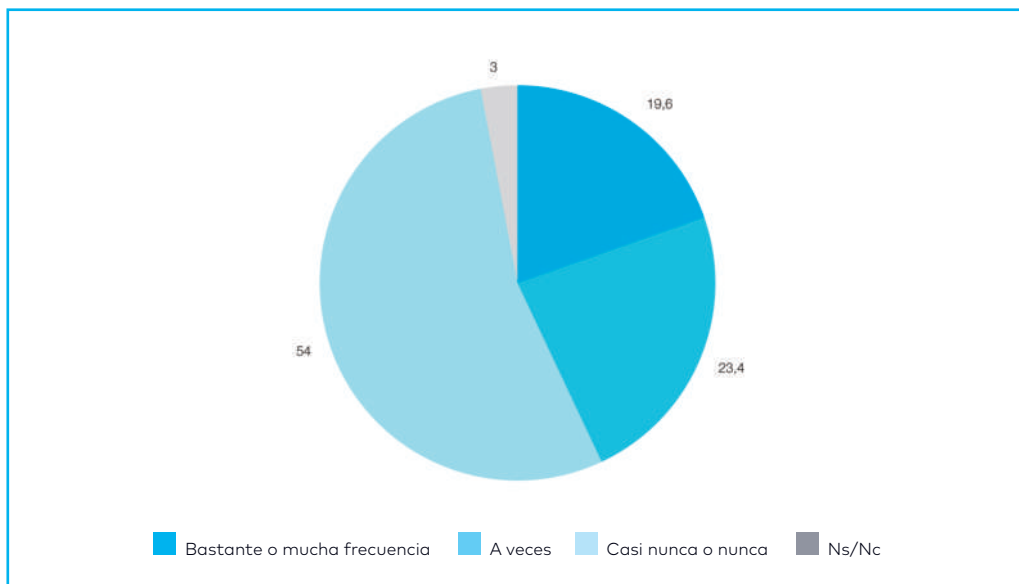


GRÁFICO 5.21. FRECUENCIA CON LA QUE SU PAREJA LES HA CONTROLADO LA ACTIVIDAD ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

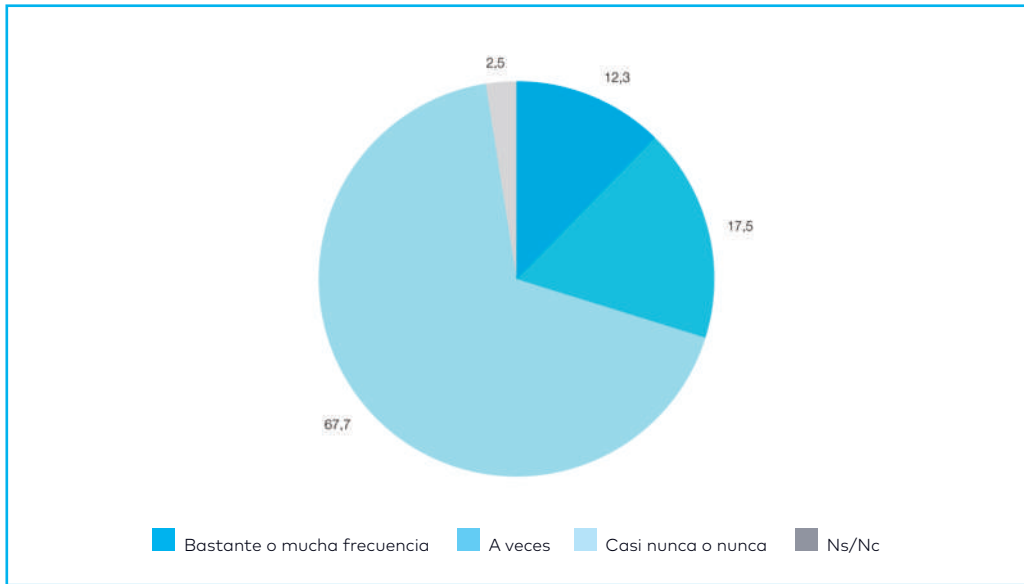
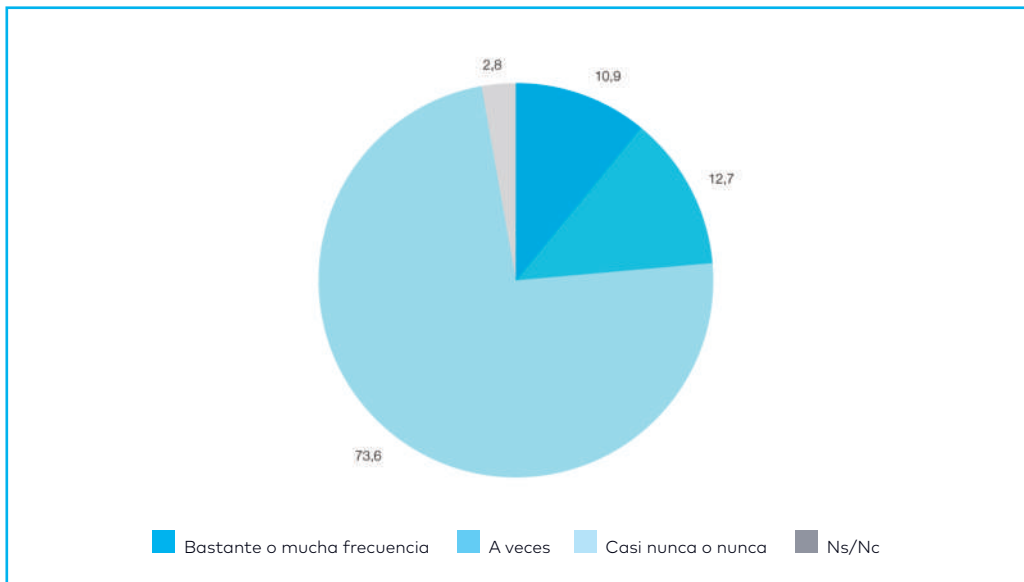
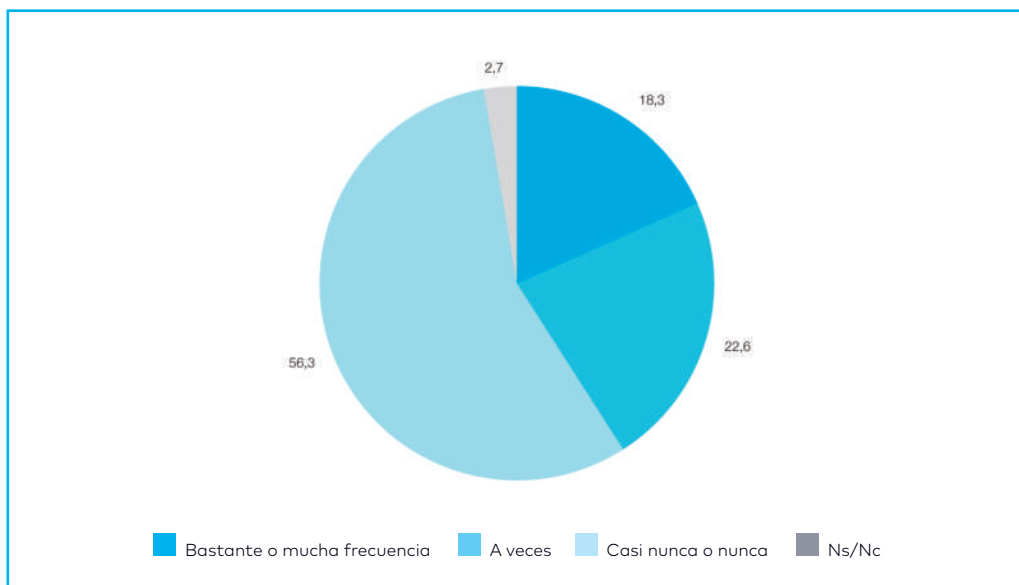


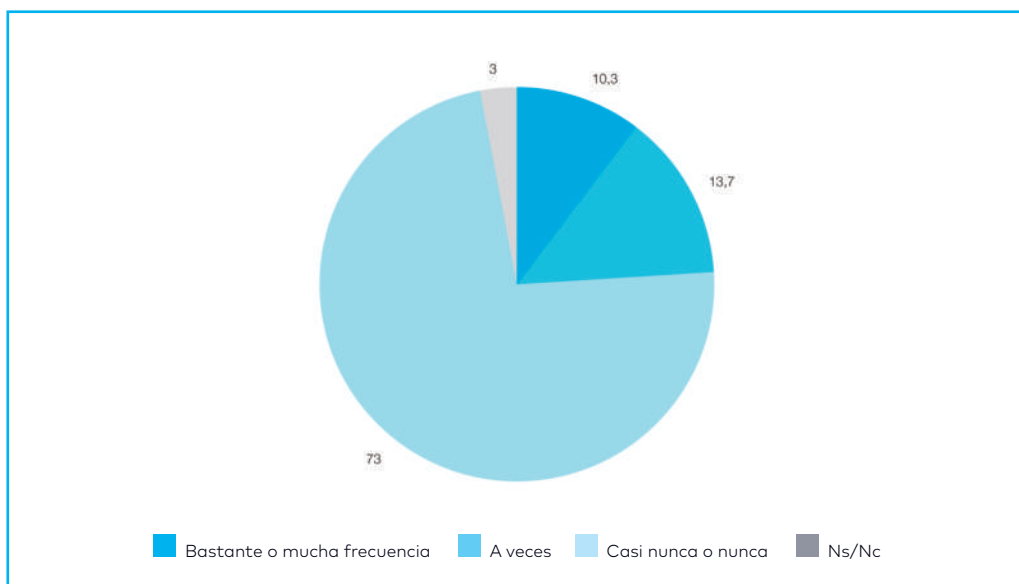
GRÁFICO 5.22. FRECUENCIA CON LA QUE SUFRIERON ACOSO SEXUAL ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO (%)



**GRÁFICO 5.23. FRECUENCIA CON LA QUE RECIBIERON CONTENIDO ERÓTICO O SEXUAL SIN SU CONSENTIMIENTO, EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**

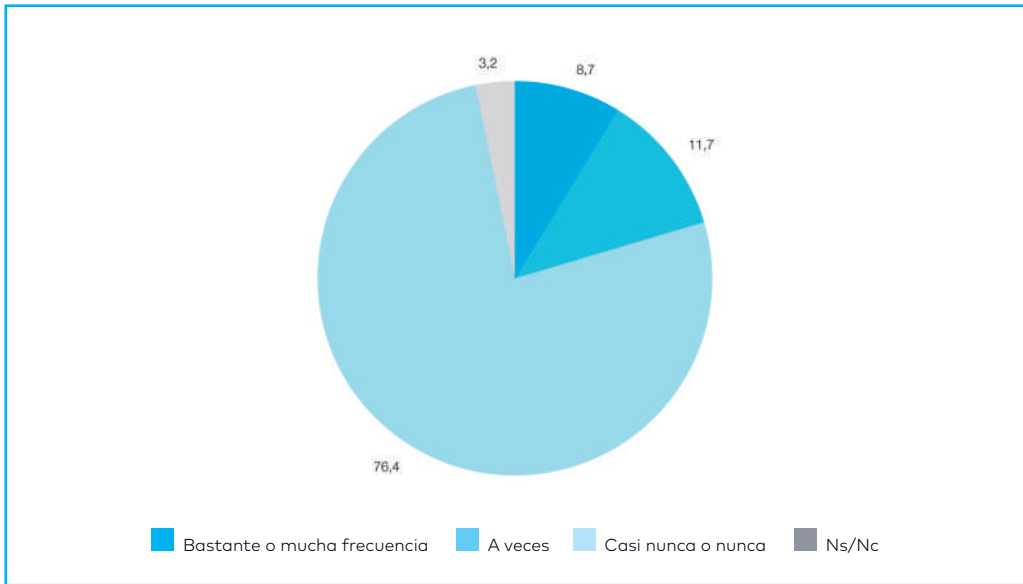


**GRÁFICO 5.24. FRECUENCIA CON LA QUE SUFRIERON CHANTAJE O PRESIÓN PARA QUE ENVIARAN CONTENIDO DE CARÁCTER ERÓTICO O SEXUAL, EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**

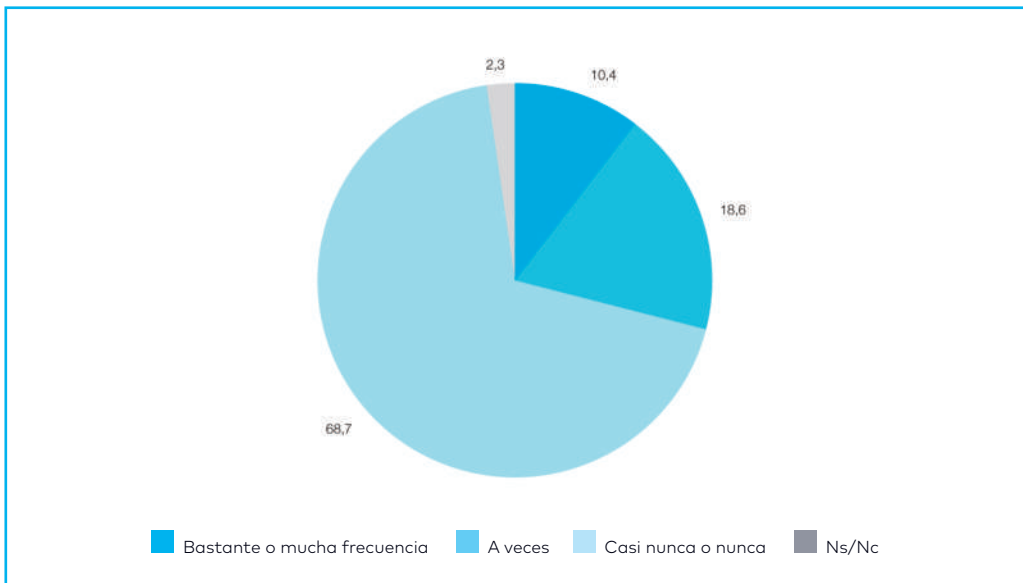




**GRÁFICO 5.25. FRECUENCIA CON LA QUE LES HAN CHANTAJEADO CON PUBLICAR CONTENIDO DE CARÁCTER ERÓTICO O SEXUAL, EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**



**GRÁFICO 5.26. FRECUENCIA CON LA QUE HAN ENVIADO CONTENIDO PROPIO DE CARÁCTER ERÓTICO O SEXUAL EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**



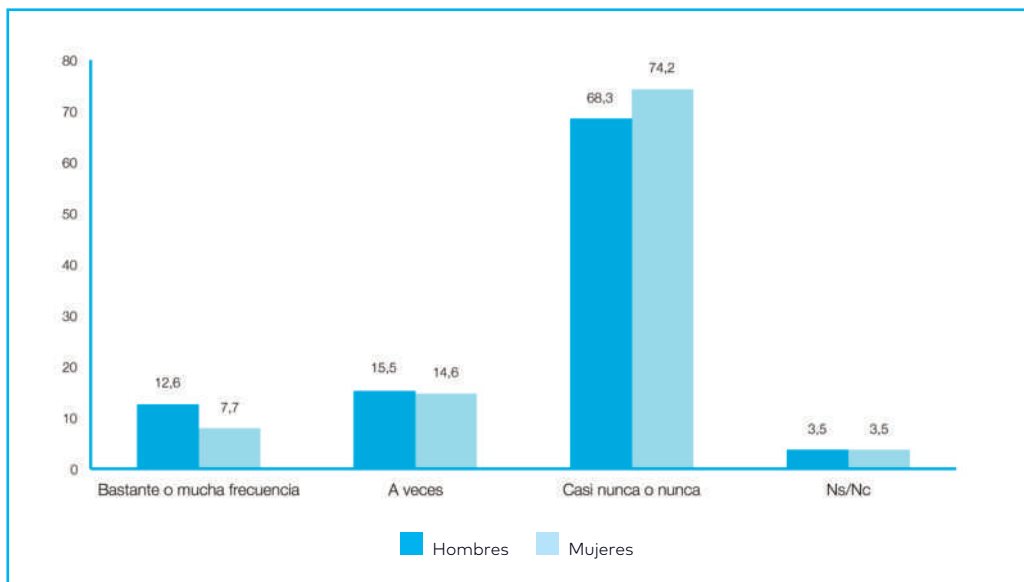
Más aún, hay circunstancias respecto a las que no llega al 60% (o ronda el 60%), la proporción de jóvenes que señalan que no las han sufrido "casi nunca o nunca". Es decir, que en torno al 40% las han sufrido con alguna frecuencia: haber evitado subir contenidos a internet por miedo al acoso o insulto, haber bloqueado perfiles por insultos o acoso, haber recibido contenido de carácter sexual sin consentimiento.

En relación al **género**, atendiendo a los cruces estadísticamente significativos ( $p < .05$ ), se aprecia que los hombres son objeto, en mayor medida y para cualquier frecuencia (que les haya ocurrido al menos alguna vez en el último año), de suplantaciones de su identidad *online* (28,1%, por 22,3% las mujeres) y de estafas o timos (32,4%; 25,5% ellas).

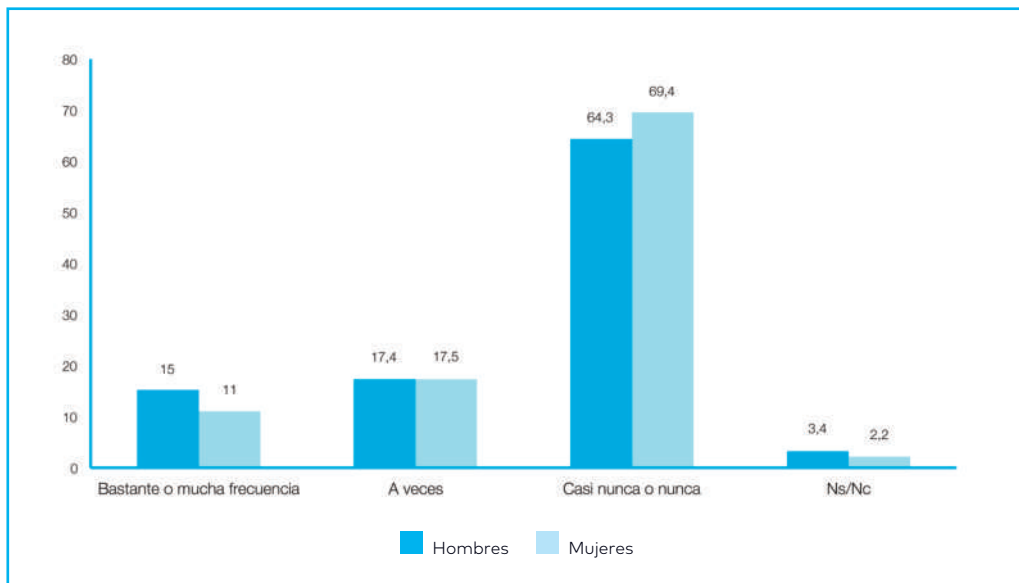
También señalan algo más que su pareja ha controlado lo que hacía en internet (31,4%, tres puntos más que las mujeres), y que han sido objeto de chantaje con difundir contenido suyo de carácter sexual (22,5%, frente a 18,6%).

Desde otro prisma, los hombres son quienes más contenido propio de carácter sexual envían (31,6%, por un 26,4% entre las mujeres).

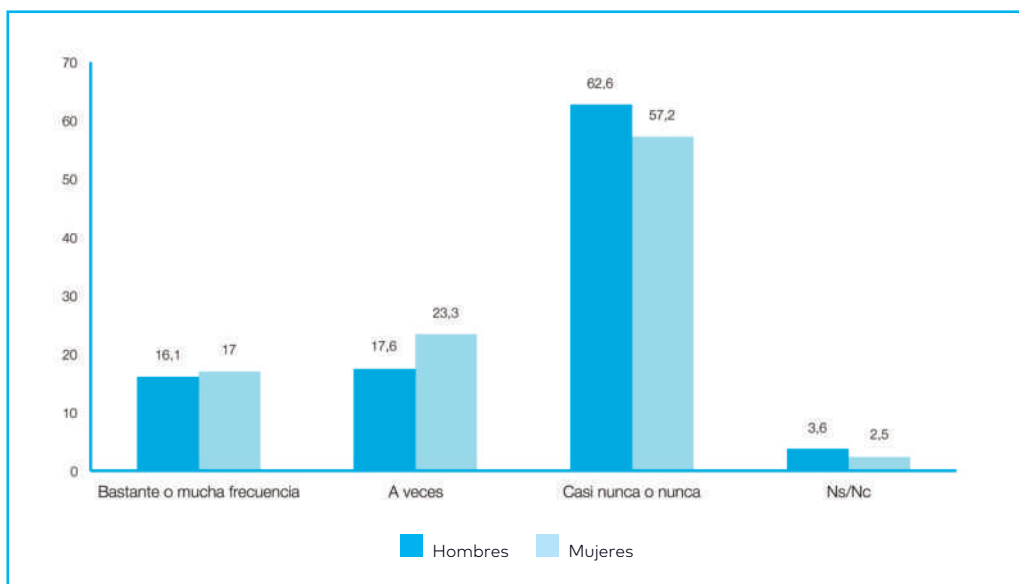
**GRÁFICO 5.27. FRECUENCIA CON LA QUE HAN SUPLANTADO SU IDENTIDAD ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



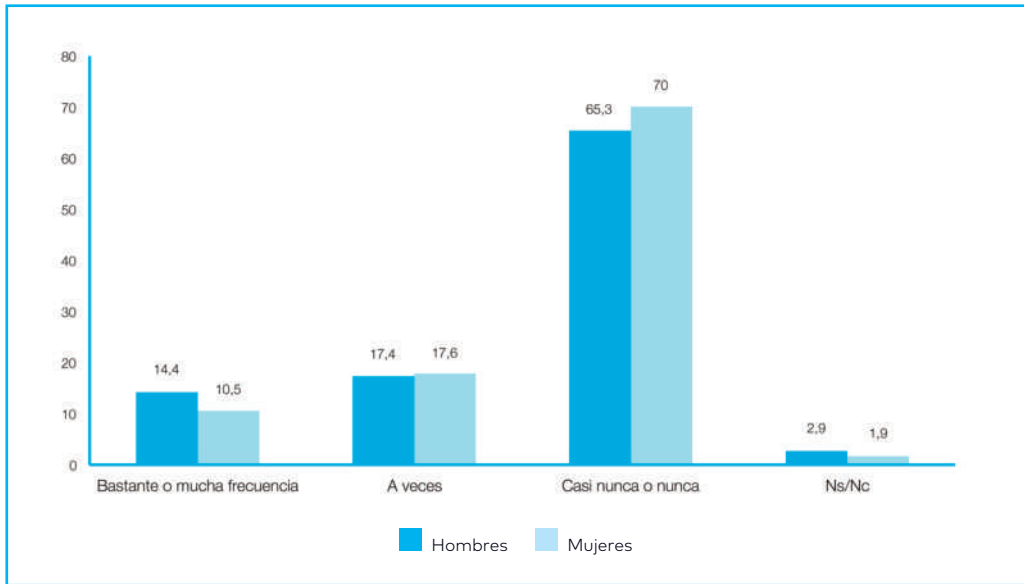
**GRÁFICO 5.28. FRECUENCIA CON LA QUE LES HAN ESTAFADO O TIMADO EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



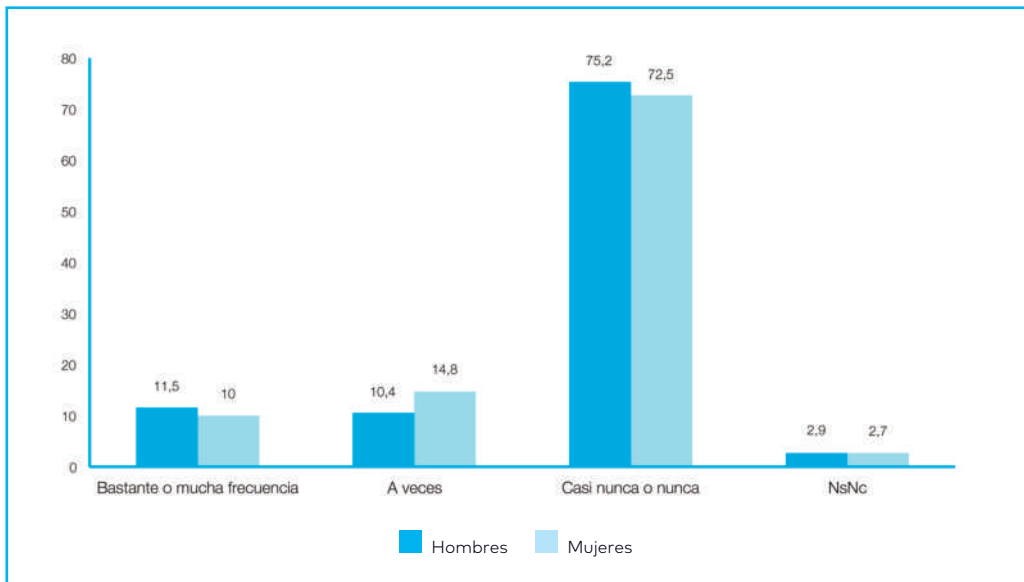
**GRÁFICO 5.29. FRECUENCIA CON LA QUE HAN EVITADO SUBIR CONTENIDOS A INTERNET POR MIEDO AL INSULTO O ACOSO, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



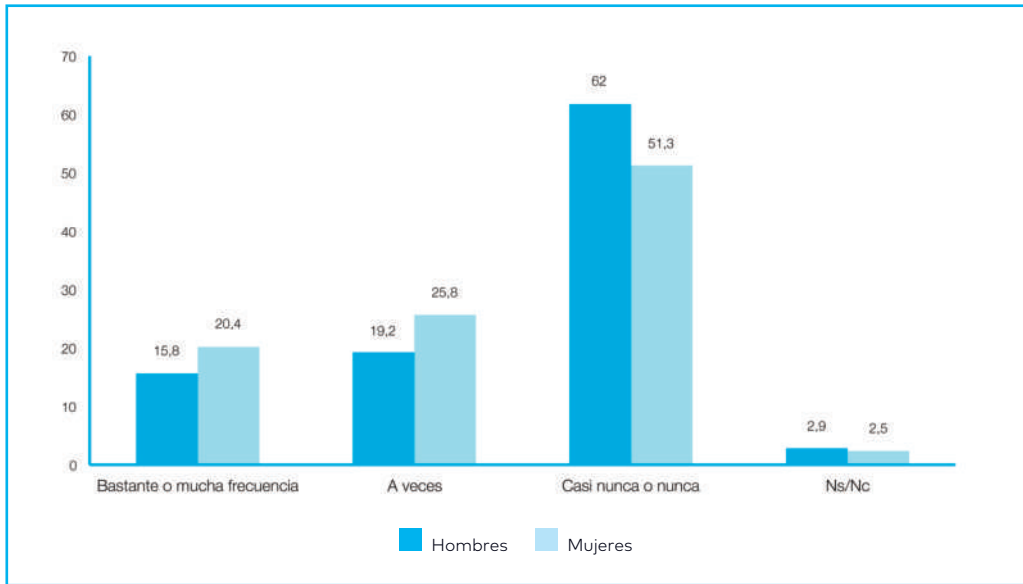
**GRÁFICO 5.30. FRECUENCIA CON LA QUE SU PAREJA HA CONTROLADO SU ACTIVIDAD ONLINE, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



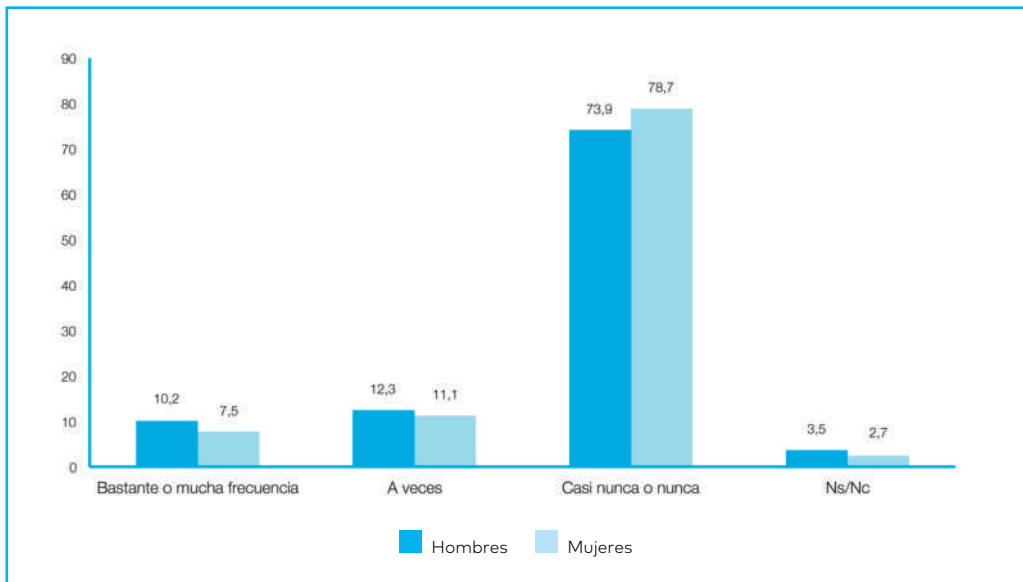
**GRÁFICO 5.31. FRECUENCIA CON LA QUE HAN SUFRIDO ACOSO SEXUAL ONLINE, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



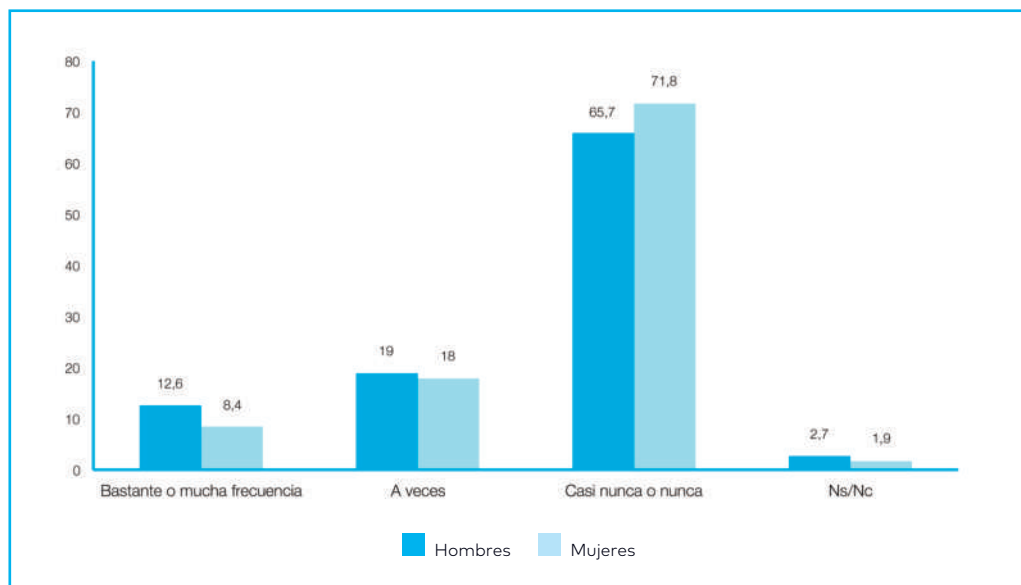
**GRÁFICO 5.32. FRECUENCIA CON LA QUE LES HAN ENVIADO CONTENIDO DE CARÁCTER SEXUAL SIN SU CONSENTIMIENTO, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.33. FRECUENCIA CON LA QUE LES HAN CHANTAJEADO CON DIFUNDIR CONTENIDO SUYO DE CARÁCTER SEXUAL, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.34. FRECUENCIA CON LA QUE HAN ENVIADO CONTENIDO PROPIO DE CARÁCTER SEXUAL, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



Por su parte, las mujeres sufren en mayor medida, y con diferencias más destacables, cuestiones como recibir contenido de carácter sexual sin consentimiento (46,2%, frente al 35% para los hombres), o el hecho de evitar subir

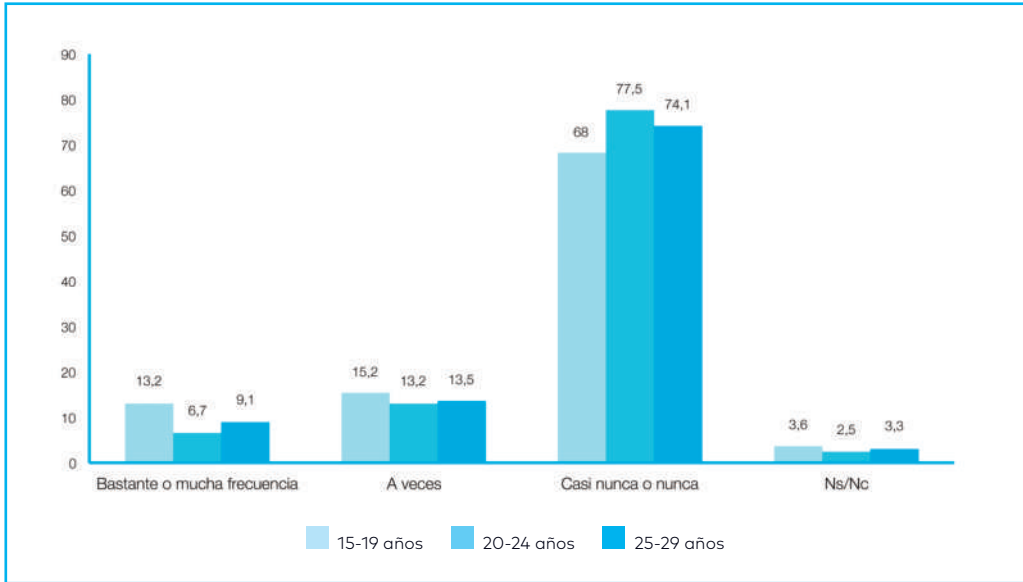
contenidos por miedo al insulto o el acoso (40,3%; 33,7% ellos). También algo tan grave como sufrir acoso sexual, en este caso con diferencias menores (24,8% por 21,9%).

La edad no es muy significativa a la hora de sufrir situaciones no deseables en internet. Tan sólo destaca que los más jóvenes han visto publicada información personal sin su consentimiento y que su pareja controle su actividad en las redes sociales

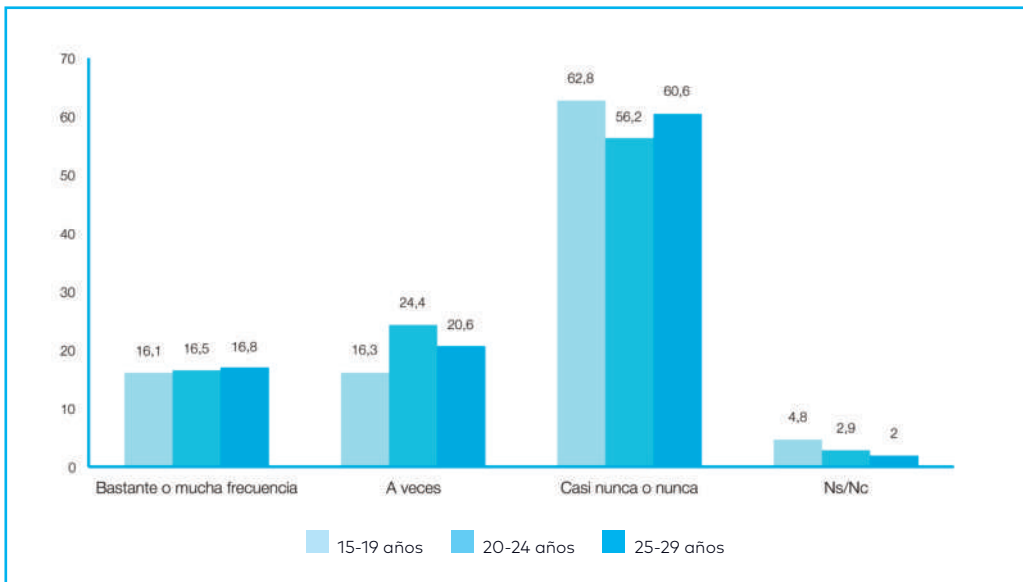
Por **edad** hay menos cruces que resulten significativos, y con diferencias no tan grandes. Sí parece claro que las personas más jóvenes han sufrido más el hecho de que hayan publicado

información o contenido personal sin consentimiento (28,4% entre los 15 y los 19 años, al menos alguna vez en el último año), y también algo más que la pareja controle su actividad *online* (31,3%) y haber sido chantajeados/as para que envíen contenido propio de carácter sexual (23,6%; además de que un 5,2% no responde a la pregunta). Más allá de estos datos, sólo cabe apuntar que en el tramo 20-24 años es en el que más se ha evitado subir contenidos por miedo al insulto o acoso (40,9%).

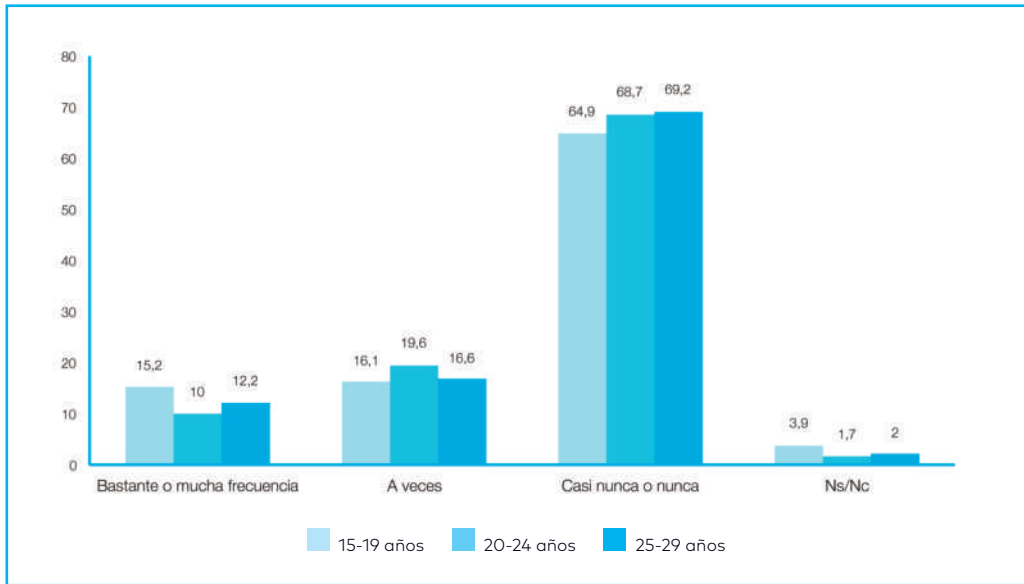
**GRÁFICO 5.35. FRECUENCIA CON LA QUE HAN PUBLICADO INFORMACIÓN PERSONAL, FOTOS O VÍDEOS SIN SU CONSENTIMIENTO EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



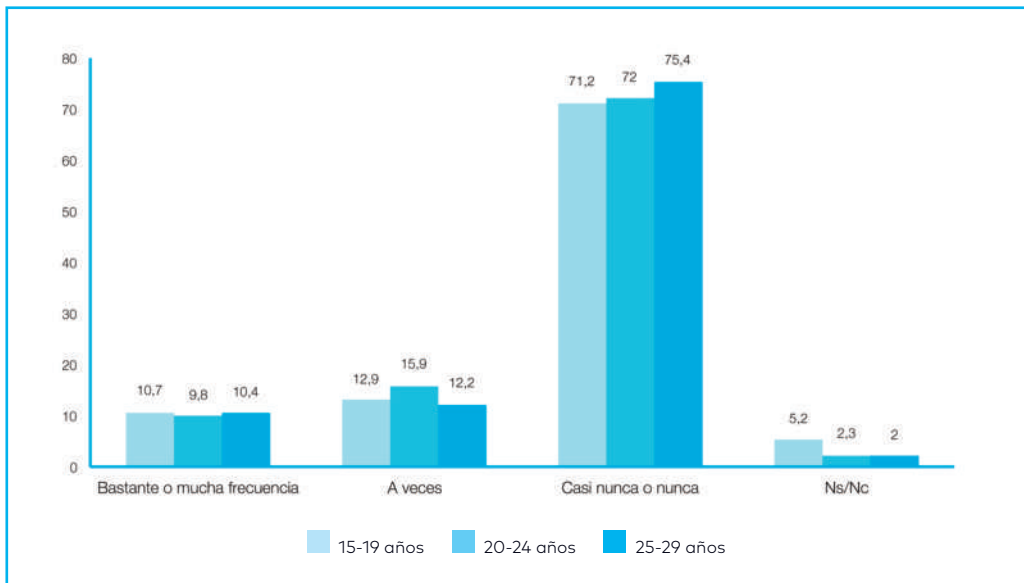
**GRÁFICO 5.36. FRECUENCIA CON LA QUE HAN EVITADO SUBIR CONTENIDOS A INTERNET POR MIEDO AL INSULTO O ACOSO, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.37. FRECUENCIA CON LA QUE SU PAREJA HA CONTROLADO SU ACTIVIDAD ONLINE, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.38. FRECUENCIA CON LA QUE LES HAN PRESIONADO O CHANTAJEADO PARA QUE ENVÍEN CONTENIDO DE CARÁCTER SEXUAL, EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**





En relación al resto de cruces se pueden apuntar algunas cosas, poniendo atención fundamentalmente en las frecuencias altas (pero no sólo):

- **Que suplanten mi identidad online:** ocurre con mucha más frecuencia entre personas que conviven con pareja e hijos/as (16,7%); también más entre personas de clase alta (11,6%, por un 8,8% en clase baja), y con carencias materiales leves (12%, algo más de tres puntos más que quienes no sufren carencias).
- **Que me estafen, me timen o sufrir un fraude:** bastante más entre quienes viven con pareja e hijos/as (20,7%) y entre quienes viven solos/as (20,5%), y algo más frecuente entre jóvenes de clase alta (18,8%), yestán en paro (15,9%) o sólo trabajan (15%), fundamentalmente en relación a quienes sólo estudian.
- **Que me insulten o me acosen personas conocidas:** mucho más frecuente en jóvenes de clase alta (18,4%, más del doble que en clase media), y también más frecuente entre quienes viven solos/as (16,5%) y personas con estudios hasta Secundaria (11,9%).
- **Que me insulten o me acosen personas desconocidas:** más entre quienes compaginan trabajo y estudios (17,6%) y están en paro (17,3%), y en clase alta (18,1%, por 13,2% en clase baja).
- **Publicaron fotos, vídeos o información personal sin mi consentimiento:** destaca la frecuencia entre los y las jóvenes con estudios hasta Secundaria (12,3%), personas que viven solas (15,7%) y jóvenes de clase alta (12,3%, 7,6% en clase baja).
- **Sufrir mensajes de odio (por razón de sexo, género, ideología, religión, etnia...):** bastante más frecuencia entre quienes viven solos/as (23,6%) y algo más también en jóvenes con estudios hasta Secundaria (16%, tres puntos más que quienes tienen estudios superiores), gente en paro (19,1%, frente a un 10,7% de quienes estudian) y de clase social alta (18,8%, casi seis puntos por encima de las personas de clase media).
- **He evitado subir contenidos a internet por miedo a que me insulten o acosen:** más frecuente entre jóvenes que viven en pareja, con o sin hijos/as (21,3 y 20,2%, respectivamente), de clase alta (19,1%, frente a un 15,8% de clase baja), que trabajan y estudian (18,3%) o están en paro (20,2%).
- **He bloqueado perfiles en mis redes sociales porque me insultaban o acosaban:** más frecuente entre quienes trabajan y estudian (20,9%) o están en paro (23,4%), jóvenes que viven solos/as (25,2%) o con pareja y sin hijos/as (25%), y de clase alta (22,7%, sobre todo respecto al 18,7% de clase media).

- **Mi pareja ha controlado mi actividad *online* (cuándo me conecto, con quién hablo, qué hago...):** es más frecuente que lo sufran jóvenes con estudios hasta Secundaria (15,6%, casi el doble de quienes tienen estudios superiores), personas en paro (14,5%) o que trabajan (13,8%), que viven solos/as (18,1%) o con pareja y con hijos/as (16,7%) y de clase alta (15,9%).
- **He sufrido acoso sexual *online*:** ocurre con mayor frecuencia a jóvenes de clase alta (13,4% para las mayores frecuencias, pero además muestran siete puntos por encima de la media en la frecuencia "a veces"), y con menor a quienes no tienen carencias materiales (además, porque quienes tienen carencias leves o severas puntúan diez puntos por debajo de quienes no las tienen en la manifestación de que "nunca o casi nunca" han sufrido acoso *online*).
- **Me han enviado mensajes, fotos o vídeos de carácter erótico o sexual sin mi consentimiento:** le ocurre con mayor frecuencia a jóvenes con estudios hasta Secundaria (20,2%, por 15,7% entre quienes tienen estudios superiores), de clase alta (24,9%; 15,1% en clase media), y quienes trabajan y estudian (21,1%) o están en paro (20,8%).
- **Me han presionado o chantajeado para que envíe fotos o vídeos de carácter erótico o sexual:** le sucede mucho más a quienes viven solos/as (19,7%), y también algo más a quienes tienen estudios hasta Secundaria (13,4%) y a jóvenes de clase alta (14,8%, presentando también mayor porcentaje que el resto para la frecuencia "a veces", lo que hace que estén diez puntos por debajo de la media entre quienes no lo han sufrido nunca o casi nunca). Las personas jóvenes sin carencias materiales sufren esta circunstancia menos que el resto (nueve puntos por encima de la media al manifestar que no lo sufren nunca, o casi nunca).
- **Me han chantajeado con publicar o difundir fotos o vídeos míos de carácter erótico o sexual:** bastante más en clase alta (14,1%) y entre quienes viven solos/as (15%). Menor frecuencia entre quienes no sufren carencias materiales.
- **He enviado fotos o vídeos propios de carácter erótico o sexual:** lo realizan con mayor frecuencia jóvenes que viven solos/as (20,5%, casi tres veces más que quienes viven con los padres/madres), hombres (12,6%; 8,4% las mujeres) y personas de clase alta (14,4%, 8,7% en clase media). La frecuencia es menor en jóvenes sin carencias materiales.

**TABLA 5.4. SITUACIONES QUE SE HAN PRODUCIDO CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA EN INTERNET, REDES SOCIALES O DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS, SEGÚN LAS VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS**

DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS ( $P < .05$ )

	%
<b>Que suplanten mi identidad</b>	
+ Hombres	12,6%
- Mujeres	7,7%
- Sólo estudia	7,8%
++ Vive con pareja e hijos/as	16,7%
+ Clase alta	11,6%
- Clase baja	8,8%
+ Carencias materiales leves	12,0%
- Ninguna carencia material	8,7%
<b>Que me estafen, me timen o sufrir un fraude</b>	
+ Hombres	15,0%
- Mujeres	11,0%
+ En paro	15,9%
+ Sólo trabaja	15,0%
- Sólo estudia	8,5%
++ Vive con pareja e hijos/as	20,7%
++ Vive sólo/a	20,5%
+ Clase alta	18,8%
<b>Que me insulten o me acosen personas conocidas</b>	
+ Estudios hasta Secundaria	11,9%
+ Vive solo/a	16,5%
- Otra convivencia	7,0%
- Vive con padre/madre	9,2%
++ Clase alta	18,4%
- Clase media	7,8%
<b>Que me insulten o me acosen personas desconocidas</b>	
+ Trabaja y estudia	17,6%
+ En paro	17,3%
+ Clase alta	18,1%
- Clase baja	13,2%
<b>Publicaron fotos, vídeos o información personal sin mi consentimiento</b>	
+ 15-19 años	13,2%
- 20-24 años	6,7%
+ Estudios hasta Secundaria	12,3%
+ Vive solo/a	15,7%
+ Clase alta	12,3%
- Clase baja	7,6%
- Ninguna carencia material	8,4%

<b>Sufrir mensajes de odio (por razón de sexo, género, ideología, religión, etnia...)</b>	
+ Estudios hasta Secundaria	16,0%
- Estudios superiores	13,1%
+ En paro	19,1%
- Sólo estudia	10,7%
++ Vive solo/a	23,6%
-- Otra forma de convivencia	7,5%
+ Clase alta	18,8%
- Clase media	13,0%
<b>He evitado subir contenidos a internet por miedo a que me insulten o acosen</b>	
+ Mujeres	17,0%
- Hombres	16,1%
+ 25-29 años	16,8%
- 15-19 años	16,1%
- Estudios de Secundaria post-obligatoria	15,6%
+ Trabaja y estudia	18,3%
+ En paro	20,2%
+ Vive con pareja e hijos/as	21,3%
+ Vive con pareja sin hijos/as	20,2%
+ Clase alta	19,1%
- Clase baja	15,8%
<b>He bloqueado perfiles en mis redes sociales porque me insultaban o acosaban</b>	
- Estudios de Secundaria post-obligatoria	18,6%
+ Trabaja y estudia	20,9%
+ En paro	23,4%
+ Vive solo/a	25,2%
+ Vive con pareja sin hijos/as	25,0%
+ Clase alta	22,7%
- Clase media	18,7%
<b>Mi pareja ha controlado mi actividad online (cuándo me conecto, con quién hablo, qué hago...)</b>	
+ Hombres	14,4%
- Mujeres	10,5%
+ 15-19 años	15,2%
- 20-24 años	10,0%
+ Estudios hasta Secundaria	15,6%
- Estudios superiores	8,1%
+ En paro	14,5%
+ Sólo trabaja	13,8%
+ Vive solo/a	18,1%
+ Vive con pareja con hijos/as	16,7%
+ Clase alta	15,9%
- Ninguna carencia material	10,2%
<b>He sufrido acoso sexual online</b>	
+ Hombres	11,5%
- Mujeres	10,0%
+ Clase alta	13,4%
- Ninguna carencia material	8,1%

<b>Me han enviado mensajes, fotos o vídeos de carácter erótico o sexual sin mi consentimiento</b>	
+ Mujeres	20,4%
- Hombres	15,8%
+ Estudios hasta Secundaria	20,2%
- Estudios superiores	15,7%
+ Trabaja y estudia	21,1%
+ En paro	20,8%
+ Clase alta	24,9%
- Clase media	15,1%
<b>Me han presionado o chantajeado para que envíe fotos o vídeos de carácter erótico o sexual</b>	
+ Estudios hasta Secundaria	13,4%
++ Vive solo/a	19,7%
- Otra forma de convivencia	5,0%
+ Clase alta	14,8%
- Ninguna carencia material	8,2%
<b>Me han chantajeado con publicar o difundir fotos o vídeos míos de carácter erótico o sexual</b>	
+ Hombres	10,2%
- Mujeres	7,5%
+ Estudios hasta Secundaria	10,7%
- Estudios superiores	6,7%
+ Vive solo/a	15,0%
++ Clase alta	14,1%
- Ninguna carencia material	7,1%
<b>He enviado fotos o vídeos propios de carácter erótico o sexual</b>	
+ Hombres	12,6%
- Mujeres	8,4%
++ Vive solo/a	20,5%
-- Otra forma de convivencia	7,0%
-- Vive con padre/madre	8,2%
+ Clase alta	14,4%
- Clase media	8,7%
- Ninguna carencia material	8,4%

En general, se pueden manifestar algunas circunstancias recurrentes en relación a los cruces con estas variables:

- Los y las jóvenes de clase alta manifiestan sufrir todas estas circunstancias más que el resto.
- En contraste con lo anterior, quienes no tienen ninguna carencia material sufren en menor medida buena parte de estas cuestiones (sobre todo

suplantación de identidad, publicación de contenido sin consentimiento, control por parte de la pareja, acoso sexual *online* y chantajes para enviar o por publicar contenido sexual). Es decir, que al mismo tiempo que las mayores frecuencias están en clase alta, también lo están entre quienes tienen algún tipo de carencia material.

- Quienes viven solos/as y en pareja (sobre todo con hijos/as), manifiestan sufrir casi todas estas cuestiones con mayor frecuencia.
- Entre quienes tienen menor nivel de estudios se suelen dar los mayores porcentajes en buena parte de los casos.
- Tanto quienes están en paro, como quienes trabajan y estudian, suelen manifestar que sufren con mayor frecuencia casi todas las cuestiones planteadas. Es decir, que los y las jóvenes que exclusivamente estudian tienden a estar por debajo de la media.

Además de haber sufrido en primera persona las cuestiones abordadas, adolescentes y jóvenes también interactúan con webs o sitios de internet que pueden suponer un riesgo en sí mismo, por el tipo de contenidos que abordan o la manera en que lo hacen.

**GRÁFICO 5.39. ¿HAS VISTO EN EL ÚLTIMO AÑO SITIOS ONLINE EN LOS QUE SE MUESTRAN MANERAS DE HACER DAÑO A OTRAS PERSONAS? (%)**

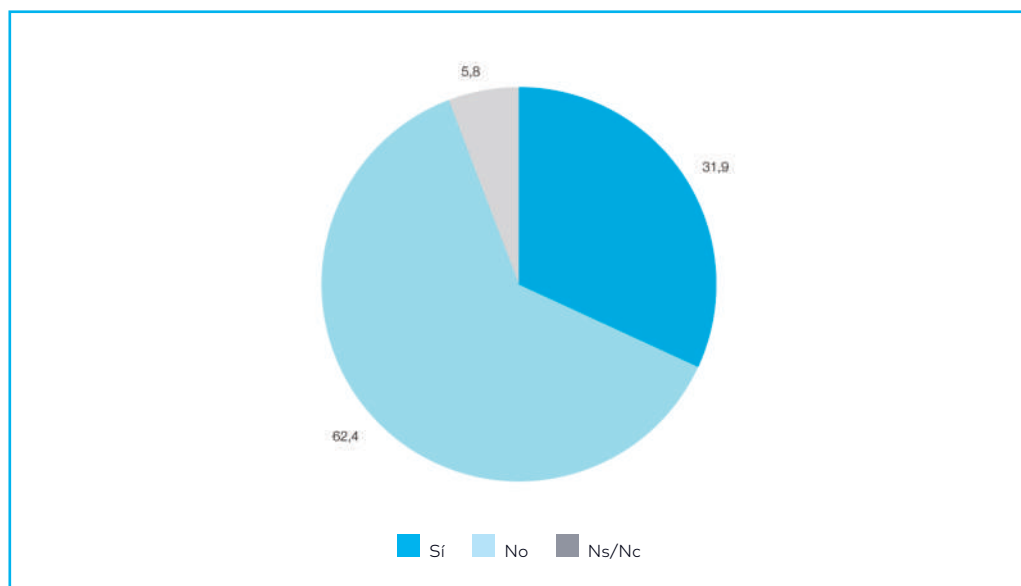


GRÁFICO 5.40. ¿HAS VISTO EN EL ÚLTIMO AÑO SITIOS ONLINE EN LOS QUE SE MUESTRAN MANERAS DE AUTOLESIONARSE O SUICIDARSE? (%)

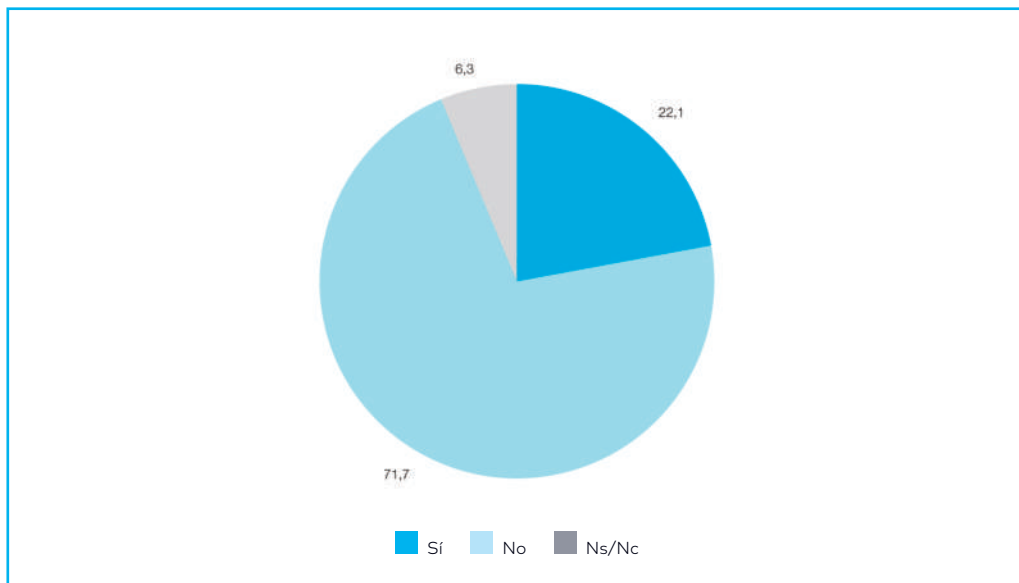


GRÁFICO 5.41. ¿HAS VISTO EN EL ÚLTIMO AÑO SITIOS ONLINE EN LOS QUE SE DAN RECOMENDACIONES PARA ESTAR EXTRAORDINARIAMENTE DELGADO/A? (%)

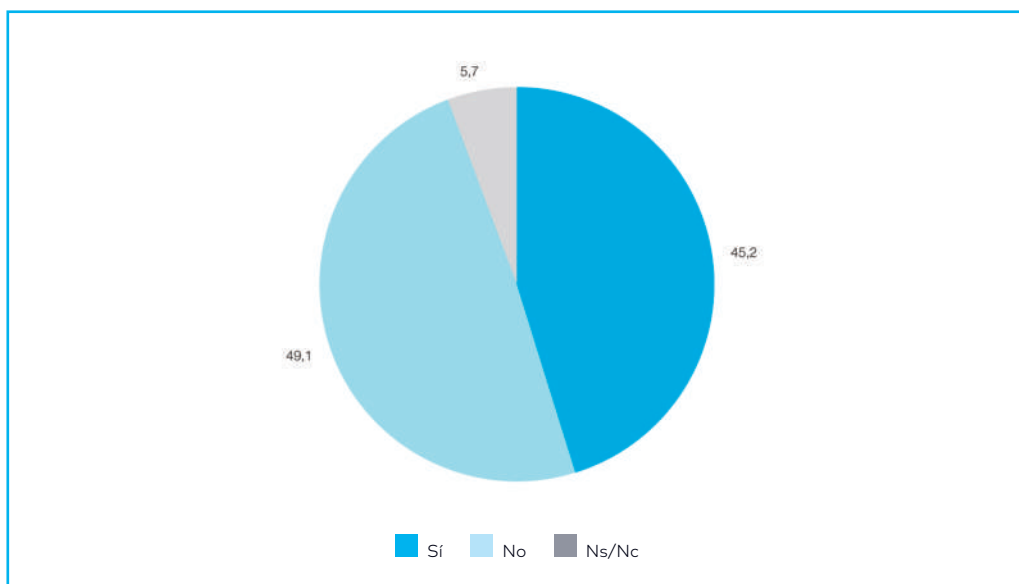
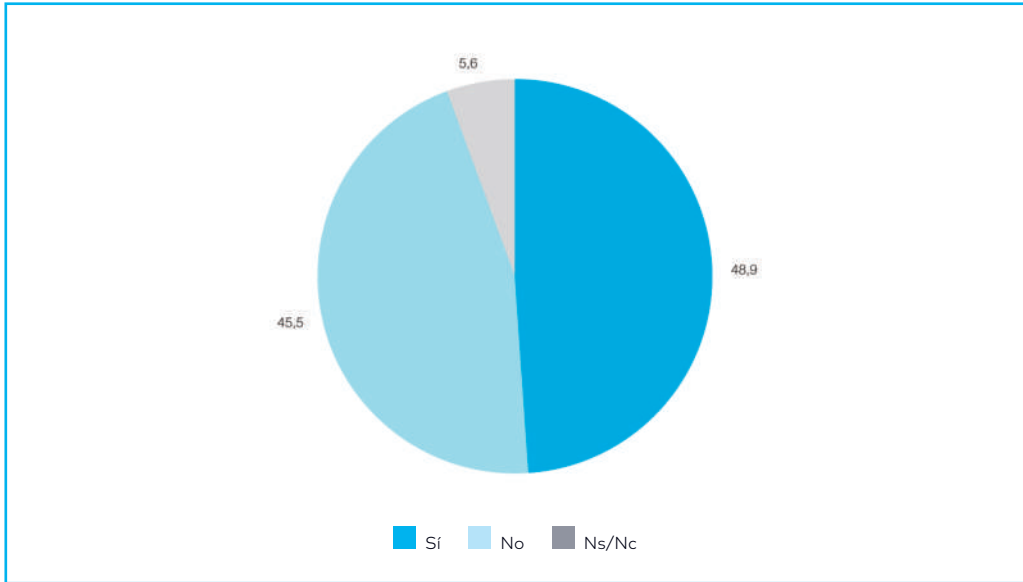


GRÁFICO 5.42. ¿HAS VISTO EN EL ÚLTIMO AÑO SITIOS ONLINE EN LOS QUE SE MUESTRAN MENSAJES DE ODIOS HACIA INDIVIDUOS O COLECTIVOS? (%)

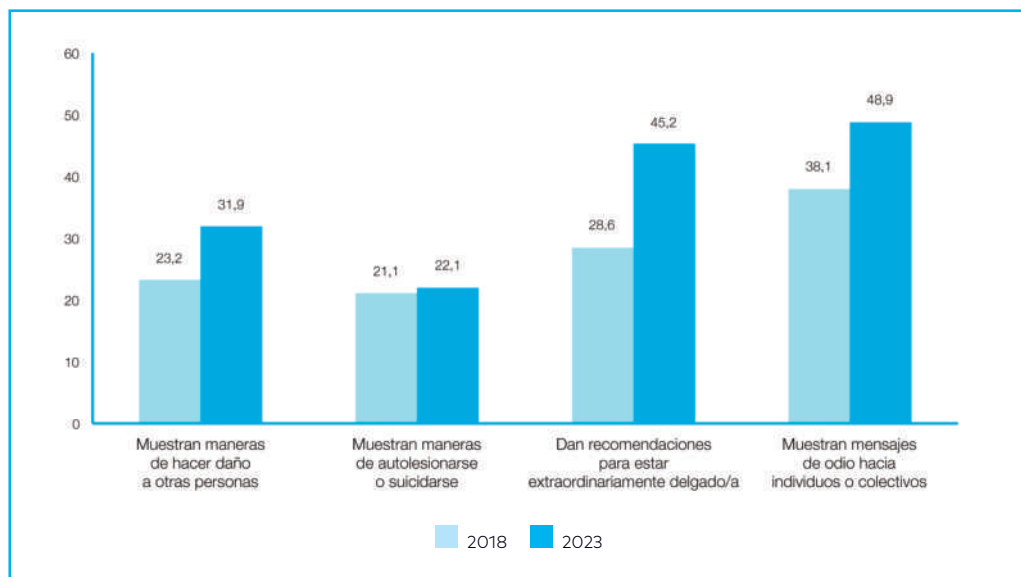


Así, casi la mitad de los y las jóvenes han visto en el último año lugares en internet en los que había mensajes de odio hacia individuos o colectivos (por raza, sexo o género, religión, ideología, etc.) (48,9%) y sitios web en los que se daban recomendaciones para estar extremadamente delgado/a (45,2%). En menor medida, pero con porcentajes reseñables, han visto sitios *online* en los que se muestran maneras de hacer daño a otras personas (31,9%) o maneras de autolesionarse o suicidarse (22,1%). También cabe decir que los porcentajes de personas que no contestan a estas personas son significativos, estando en los cuatro casos en torno al 6%. Es muy destacable que en los cuatro casos ha aumentado la proporción de jóvenes que han asistido a este tipo de circunstancias *online*, además con aumentos muy significativos en tres de ellos: los mensajes de odio pasan de 38,1% en 2018 a 48,9% en 2023, los lugares donde se muestran maneras de hacer daño a otras personas ascienden de 23,2% a 31,9%, y los lugares en los que se dan recomendaciones para estar extremadamente delgado/a pasan, ni más ni menos, del 28,6% al 45,2%. Ascensos muy importantes y peligrosos<sup>4</sup>.

4. De nuevo es necesario recordar que la muestra de 2018 (Megías y Rodríguez, 2018) corresponde a población de 14-24 años, lo que puede distorsionar la comparativa. En cualquier caso, observando por separado los resultados de 2023 para el tramo de edad 15-24 años, el sentido de los mismos no varía y las medias son prácticamente iguales, por lo que el incremento, sobre todo en los casos en los que se produce de manera más notable, parece cierta.



### GRÁFICO 5.43. PERSONAS QUE HAN VISTO SITIOS ONLINE EN LOS QUE SE MUESTRAN ALGUNAS COSAS PELIGROSAS, 2018-2023 (%)

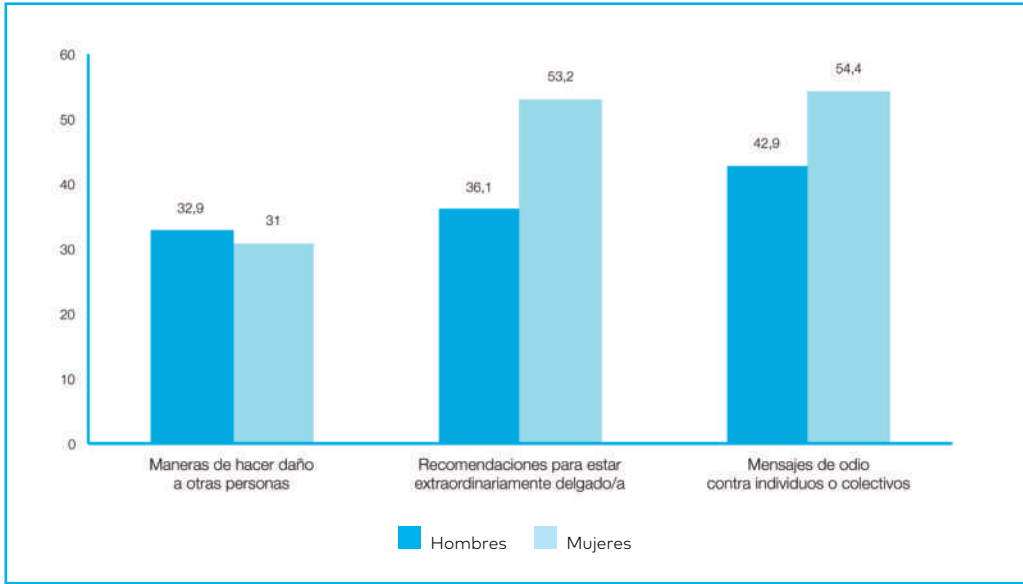


Datos 2018: Megías y Rodríguez, 2018. En esta investigación la muestra era de 14-24 años.  
 Datos 2023: presente estudio.

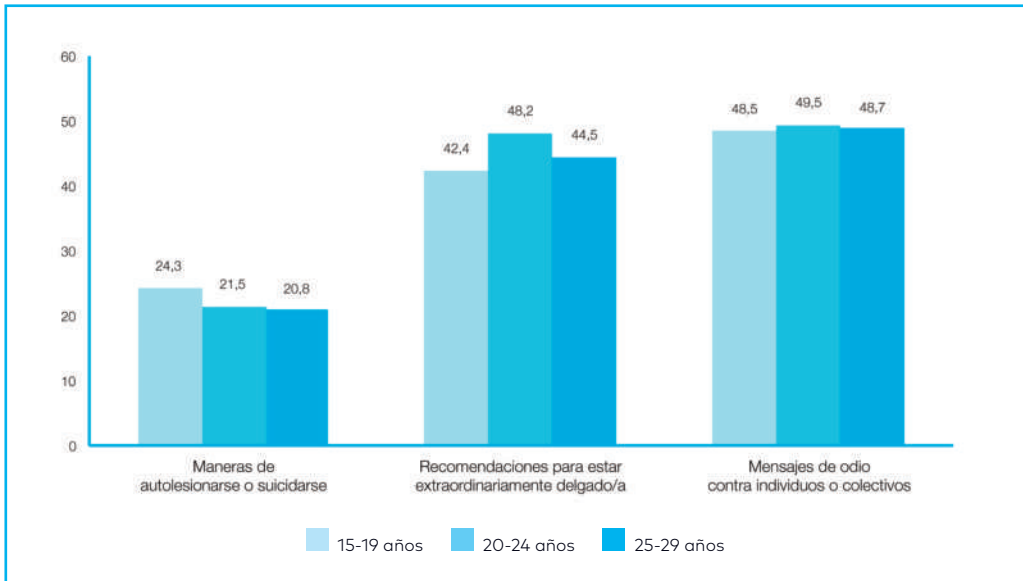
Las **mujeres** son testigo, en una medida muy superior, de lugares en los que se dan recomendaciones para estar extraordinariamente delgado/a (53,5%, por 36,1% de hombres), y de sitios en los que hay mensajes de odio (54,4%, frente a un 42,9% de hombres). Ellos ven algo más espacios en los que se habla de maneras de hacer daño a otras personas, pero las diferencias son muy pequeñas (32,9% frente a 31%).

Por **edad**, las diferencias significativas no son excesivamente reseñables. En el caso de los lugares en los que se transmiten mensajes de odio los resultados son prácticamente idénticos en los tres tramos de edad; pero es destacable que, a medida que ésta aumenta, decrece notablemente la proporción de personas que no contestan (8,6% entre los 15-19 años, por 3,3% en los 25-29 años). El visionado de espacios *online* en los que se habla de maneras de autolesionarse o suicidarse experimentan una ligera caída a medida que aumenta la edad (es del 24,3% en el tramo 15-19 años); pero también decrece con la edad la cantidad de personas que no responde a la pregunta, lo que provoca que se incrementen las diferencias en las respuestas del "no". Respecto a los sitios que ofrecen recomendaciones para estar extremadamente delgado/a, los resultados son más variables, dándose la mayor proporción entre los 20 y los 24 años (48,2%).

**GRÁFICO 5.44. PERSONAS QUE HAN VISTO EN EL ÚLTIMO AÑO SITIOS ONLINE DONDE SE DA LA INFORMACIÓN DESCRITA, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.45. PERSONAS QUE HAN VISTO EN EL ÚLTIMO AÑO EN INTERNET SITIOS DONDE SE DA LA INFORMACIÓN DESCRITA, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



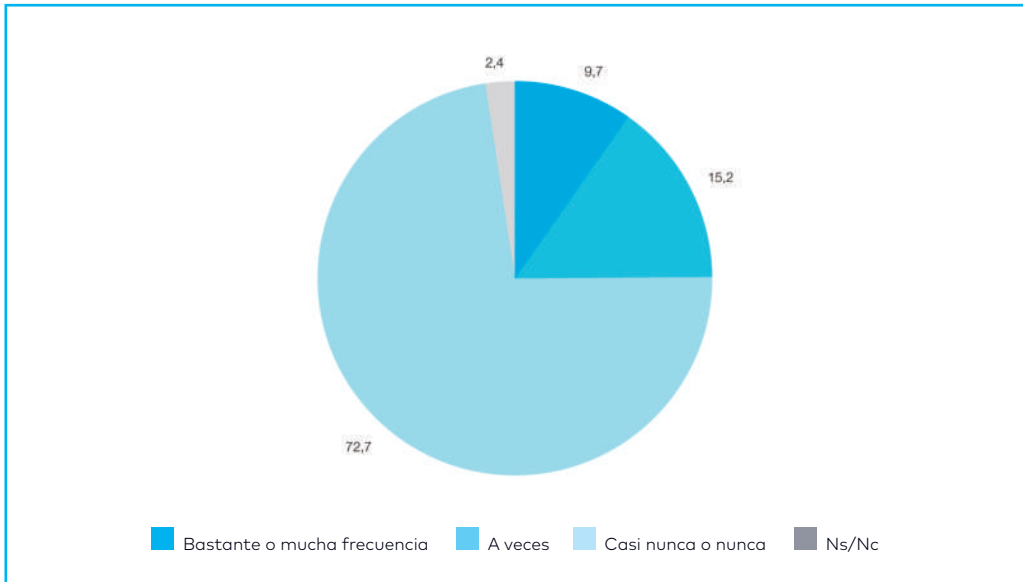
Atendiendo al resto de variables:

- El visionado de **lugares online en los que se muestran maneras de hacer daño a otras personas** es mayor entre quienes trabajan y estudian (38,5%, siete puntos por encima de la media). En relación al nivel de estudios, si bien en la manifestación del "sí" existen porcentajes muy similares, resulta destacable que un 10,1% de quienes cuentan con estudios hasta Secundaria no responden a la pregunta.
- La proporción de jóvenes que han visto en el último año sitios web donde se muestran **maneras de autolesionarse o suicidarse** decrece a medida que aumenta el nivel de estudios (24,1% entre quienes tienen estudios hasta Secundaria, seis puntos por encima de quienes tienen estudios superiores). Las proporciones son mayores entre jóvenes que compaginan trabajo y estudios (25,4%, siete puntos más que quienes sólo trabajan). En la clase media se puntúa ligeramente por debajo de media general (20,6%), mientras en clases altas y bajas existe un empate técnico.
- Los sitios web en los que se dan **recomendaciones para estar extremadamente delgado/a** son más vistos entre quienes trabajan y estudian (50,2%, diez puntos por encima de quienes sólo estudian), y entre quienes viven con pareja e hijos/as (52,9%, diez puntos más que quienes viven solos/as o con su padre/madre). Aumenta la proporción también a medida que se incrementa el nivel de estudios (49,3% en jóvenes con estudios superiores, lo cual supone un 10% más que quienes tienen estudios de Secundaria, colectivo que presenta un destacable 10,5% de "Ns/Nc").
- El visionado de **mensajes de odio** es mucho menor entre quienes tienen menos estudios (43,4% hasta Secundaria obligatoria, lo que supone 8-9 puntos menos que el resto) y mayor entre jóvenes que trabajan y estudian (55,2%) o están en paro (50,9%), sobre todo frente a quienes sólo estudian (42,3%). Menos proporción del "sí" en clases altas (52% en clase baja, diez puntos más que en altas), y entre jóvenes que viven solos/as o en pareja sin hijos/as (43/44%). Jóvenes con carencias materiales severas afirman ver un poco menos este tipo de web (46,7%), si bien tales resultados se compensan en relación a los resultados del "no" con un mayor porcentaje de "Ns/Nc" (10,5%, algo más del doble que el resto).

Las circunstancias que suponen riesgos o problemas en internet también tienen que ver con los comportamientos o contenidos generados por las propias personas protagonistas. En este sentido, el 9,7% reconoce que, con bastante o mucha frecuencia, en el último año ha "tratado mal a alguien de alguna manera (bromas, insultos, excluir de actividades, amenazas...)" en internet; porcentaje

que es del 15,2% en la frecuencia "a veces". Es decir, que un cuarto de la población joven afirma **haber tratado mal a alguien** en internet en el último año<sup>5</sup>.

**GRÁFICO 5.46. FRECUENCIA CON LA QUE SE TRATÓ MAL A ALGUIEN DE ALGUNA MANERA A TRAVÉS DE INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**

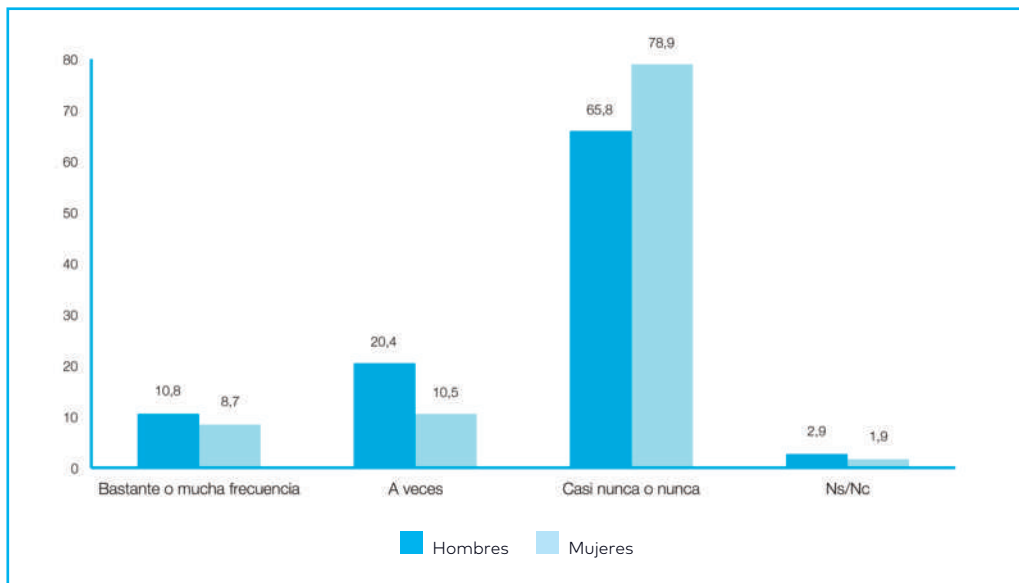


Los **hombres** reconocen tal cosa en mayor medida, tanto en la frecuencia alta como, sobre todo, en la ocasional: un 10,8% lo hizo con bastante o mucha frecuencia (8,7% de mujeres), y un destacado 20,4% a veces (10,5% ellas).

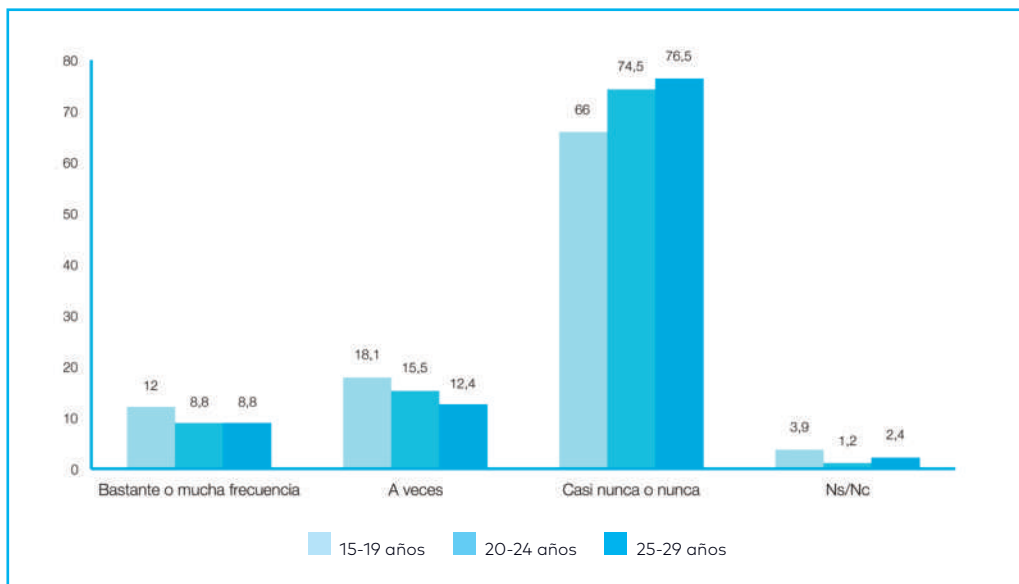
La gente de **menor edad** reconoce haber tratado mal a alguien en internet en mayor medida que los y las jóvenes con más años, de tal modo que en el tramo 15-19 años el 12% lo hizo con bastante o mucha frecuencia, y el 18,1% a veces (en ambos casos, tres puntos por encima de la media).

5. Estos resultados no tienen comparativa directa con los obtenidos en 2018, pues en este momento se cuenta con una información más detallada, pero cabe apuntar que entonces (2018: 98) el 34% afirmaba haber sufrido "maltrato por internet o redes sociales (bromas personales que no gustan, actos de exclusión, insultos, amenazas...)", mientras que el 9,2% reconocía haberlo ejercido. El porcentaje de maltrato ejercido equivaldría con la proporción actual de quienes afirman haberlo hecho habitualmente, pero deja fuera todas aquellas personas que lo hacen con menor frecuencia, pero lo hacen.

**GRÁFICO 5.47. FRECUENCIA CON LA QUE SE TRATÓ MAL A ALGUIEN EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



**GRÁFICO 5.48. FRECUENCIA CON LA QUE SE TRATÓ MAL A ALGUIEN EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



Los mayores porcentajes también se dan entre las personas con menos **estudios** (hasta Secundaria el 28,3% lo ha hecho con alguna frecuencia, además de que quienes tienen estudios superiores presentan los menores porcentajes para todas las frecuencias), y entre jóvenes de clase alta (17,7% con bastante o mucha frecuencia y 19,1% a veces, lo que suponen 11 y 7 puntos por encima de quienes están en clase baja, respectivamente), personas con carencias materiales leves (14% con bastante o mucha frecuencia, lo que es prácticamente el doble que lo que manifiestan quienes no sufren carencias; y 16,2% a veces), y jóvenes que viven solos/as (sólo el 63% afirma que nunca o casi nunca lo ha hecho), o con pareja e hijos/as (el 68,4% dice que casi nunca o nunca).

**Cabe preguntarse si ejercer este tipo de actitudes negativas online, puede tener alguna relación con haber sido objeto de cuestiones similares<sup>6</sup>.**

**TABLA 5.5. FRECUENCIA CON LA QUE SE HA TRATADO MAL A ALGUIEN EN INTERNET, SEGÚN LA FRECUENCIA CON LA QUE HAN SIDO ACOSADOS O INSULTADOS ONLINE POR PERSONAS CONOCIDAS (P<.05)**

FRECUENCIA CON LA QUE HAS TRATADO MAL A ALGUIEN EN INTERNET	FRECUENCIA CON LA QUE TE HAN INSULTADO O ACOSADO ONLINE PERSONAS CONOCIDAS EN EL ÚLTIMO AÑO				TOTAL
	BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA	A VECES	CASI NUNCA O NUNCA	NS/NC	
Bastante o mucha frecuencia	57 35,0%	43 16,3%	46 4,4%	1 2,0%	147 9,7%
A veces	35 21,5%	67 25,5%	120 11,6%	7 14,3%	229 15,2%
Casi nunca o nunca	70 42,9%	151 57,4%	853 82,4%	24 49,0%	1098 72,7%
Ns/Nc	1 0,6%	2 0,8%	16 1,5%	17 34,7%	36 2,4%
Total	163 100%	263 100%	1035 100%	49 100%	1510 100%

6. Resultados de cruzar las preguntas 71 y 72 con la 87.

**TABLA 5.6. FRECUENCIA CON LA QUE SE HA TRATADO MAL A ALGUIEN EN INTERNET, SEGÚN LA FRECUENCIA CON LA QUE HAN SIDO ACOSADOS O INSULTADOS ONLINE POR PERSONAS DESCONOCIDAS (P<.05)**

FRECUENCIA CON LA QUE HAS TRATADO MAL A ALGUIEN EN INTERNET	FRECUENCIA CON LA QUE TE HAN INSULTADO O ACOSADO ONLINE PERSONAS DESCONOCIDAS EN EL ÚLTIMO AÑO				TOTAL
	BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA	A VECES	CASI NUNCA O NUNCA	NS/NC	
Bastante o mucha frecuencia	62 28,6%	34 12,0%	50 5,1%	1 2,7%	147 9,7%
A veces	45 20,7%	68 23,9%	112 11,5%	4 10,8%	229 15,2%
Casi nunca o nunca	107 49,3%	178 62,7%	795 81,8%	18 48,6%	1098 72,7%
Ns/Nc	3 1,4%	4 1,4%	15 1,5%	14 37,8%	36 2,4%
Total	217 100%	284 100%	972 100%	37 100%	1510 100%

El 35% de quienes han sido insultados o acosados con bastante o mucha frecuencia por personas conocidas, y el 28,6% de quien lo han sido por personas desconocidas, a su vez reconocen que han tratado mal a alguien con bastante o mucha frecuencia (porcentajes que son del 21,5% y 20,7% respectivamente para la frecuencia "a veces"). Es decir, que la mayoría de las personas que han sido acosadas o insultadas, a su vez han ejercido actitudes similares.

La diferencia queda más patente cuando se observa que en torno al 82% de personas que no han sido insultadas ni acosadas no ejercen ese tipo de actitudes, porcentaje que se reduce al 57,4% y al 62,7% (por personas conocidas y desconocidas, respectivamente) para quienes han sido insultadas o acosadas a veces, y al 42,9% o al 49,3% para quienes lo han sufrido con frecuencia.

También se comprueba que quien ha sufrido insultos o acoso por personas conocidas, reproduce esos comportamientos en una proporción algo superior que quienes lo han sufrido de personas desconocidas.

## 5.4. SATURACIÓN Y DEPENDENCIA

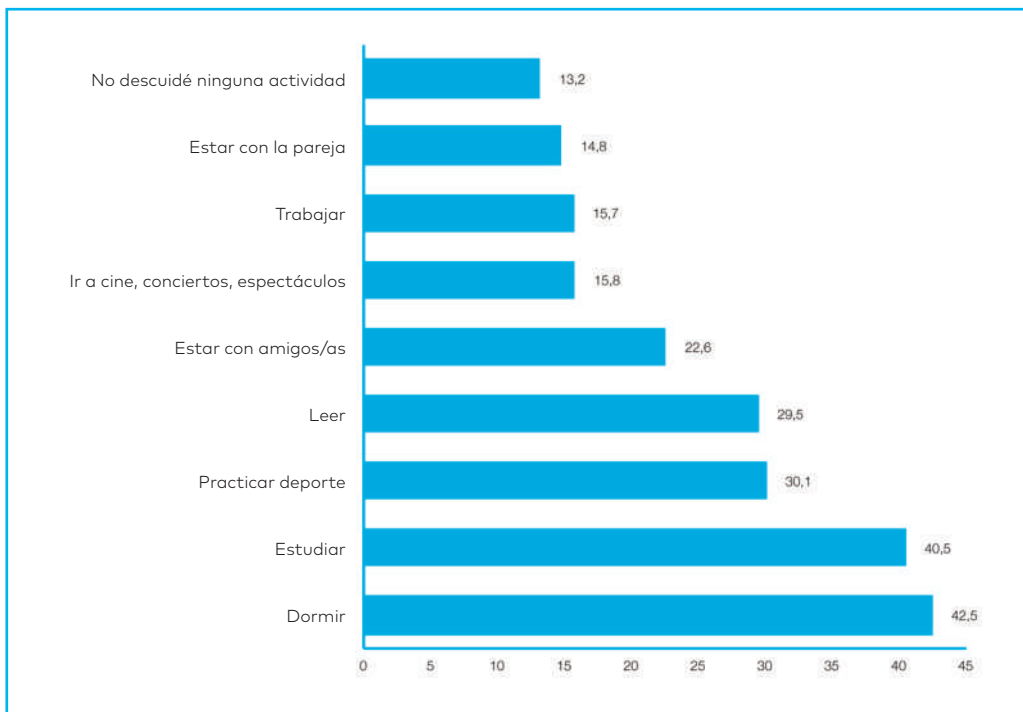
Por pasar tiempo en internet y redes sociales **en ocasiones se desatienden actividades importantes**, y ello puede implicar riesgos. Las dos que más se descuidan son **dormir** (42,5%) y **estudiar** (40,5%), en ambos casos destacables por las consecuencias para la salud y para el desempeño de responsabilidades.

También con porcentajes significativos se sitúan practicar deporte (30,1%), leer (29,5%) y estar con amigos/as (22,6%). En un tercer escalón se sitúan ir al cine, conciertos o espectáculos (15,8%), trabajar (15,7%) y estar con la pareja (14,8%).

En definitiva, las dos actividades cuya desatención implica consecuencias negativas más inmediatas son las que más perjudicadas se ven por el uso de internet y redes sociales.

Frente a ello, el 13,2% afirma que no descuida ninguna actividad.

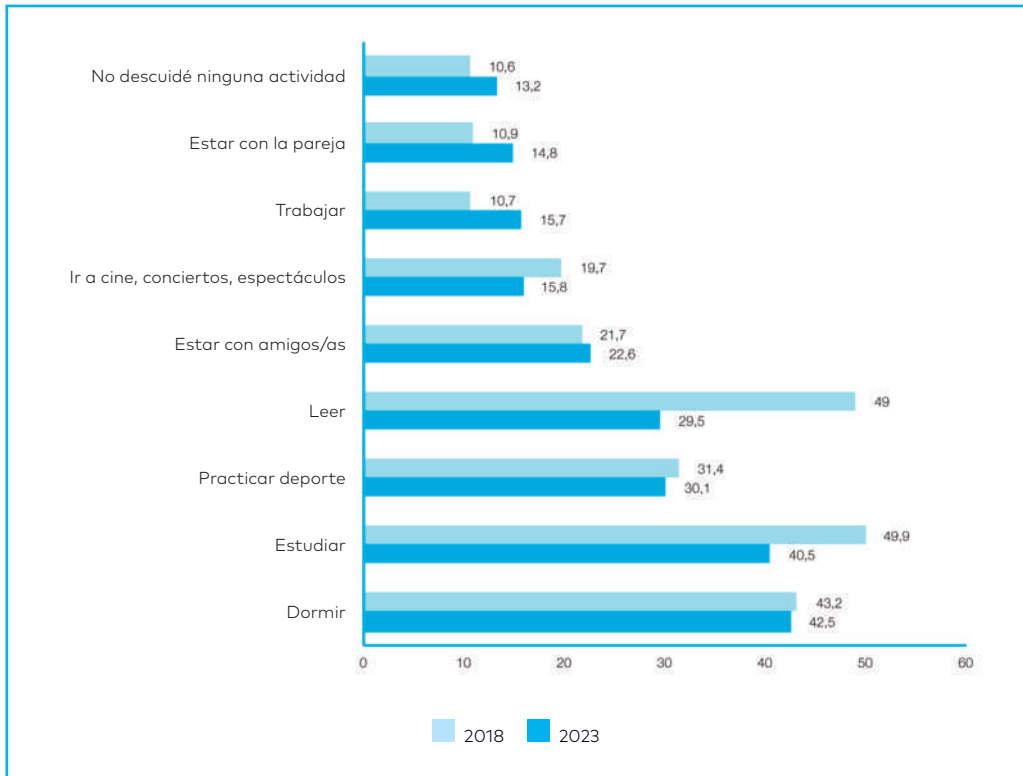
**GRÁFICO 5.49. ACTIVIDADES DESCUIDADAS POR ESTAR EN INTERNET O REDES SOCIALES (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**





Respecto a 2018<sup>7</sup> cabe señalar que aumenta el porcentaje de personas que, por estar en internet y redes sociales, dejan de trabajar (sube cinco puntos) y de estar con la pareja (cuatro puntos), si bien bajan de forma importante otros como leer (pasa de 49% a 29,5%) o estudiar (baja nueve puntos). Y aumenta ligeramente la proporción de jóvenes que afirman que no descuidaron ninguna actividad.

**GRÁFICO 5.50. ACTIVIDADES DESCUIDADAS POR USAR INTERNET O REDES SOCIALES, 2018-2023 (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



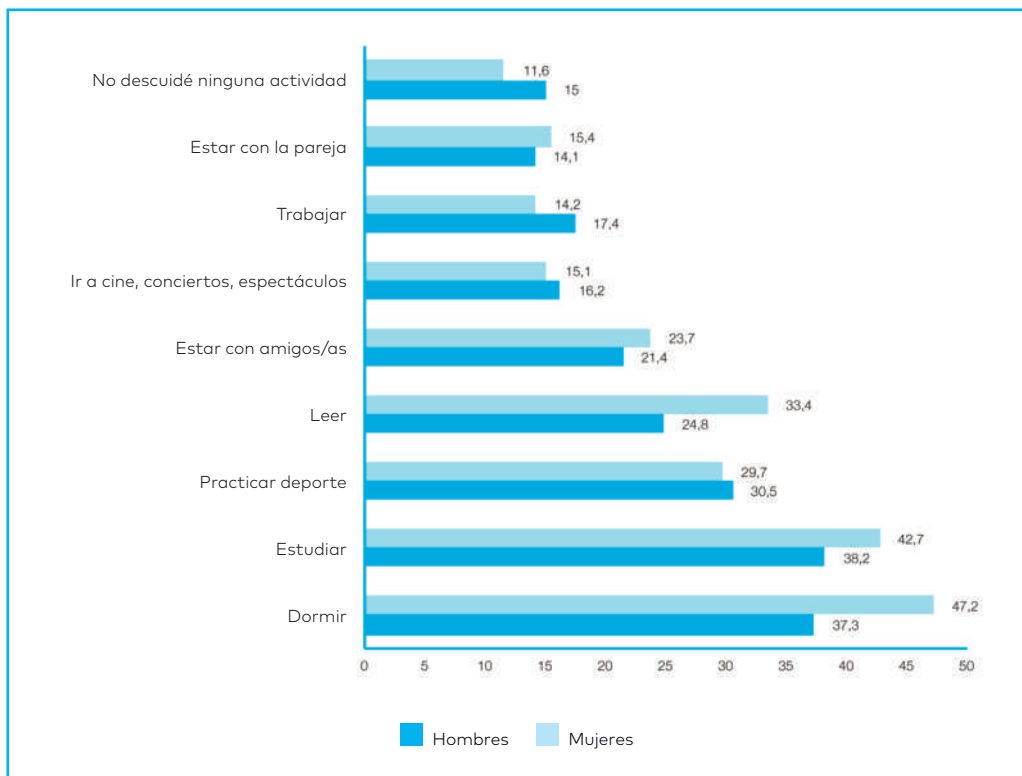
Datos 2018: Megías y Rodríguez, 2018. En esta investigación la muestra era de 14-24 años.  
 Datos 2023: presente estudio.

7. Megías y Rodríguez, 2018: 78-79. Entonces se preguntaba por las actividades que se dejaban de hacer por estar en redes sociales (no se mencionaba internet en general), y el tramo de edad considerado era 14-24 años. La comparativa con los resultados de 2015 (Ballesteros y Megías, 2015: 22) es aún más complicada, porque entonces el tramo considerado fueron 16-20 años. Pero valga la referencia del orden en el que se mencionaban esas actividades que se descuidan: estudiar (49,3%), leer (44,5%), ver televisión (44%), dormir (31,3%), practicar deporte (26,8%). Entonces el 20,5% de jóvenes afirmaba que no había descuidado ninguna actividad.

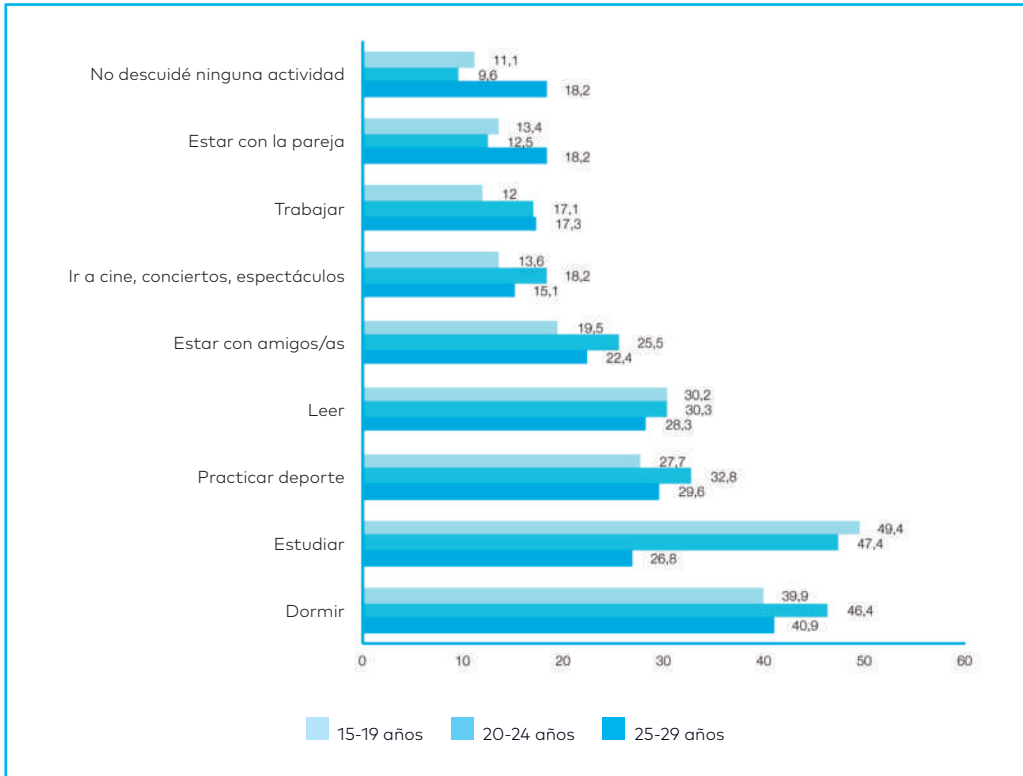
Las **mujeres** dejan más de lado actividades como dormir (47,2%, diez puntos más que los hombres), leer (33,4%, ocho puntos por encima de ellos) y estudiar (42,7%, por 38,2% los hombres). El resto de diferencias por género son pequeñas, y entre los **hombres** hay mayor porcentaje de personas que afirman no dejar de lado ninguna actividad (15%, por 11,6% de mujeres).

Por **edad**, los mayores porcentajes de jóvenes que afirman que no desatienden ninguna de esas actividades se dan en el tramo de edad 25-29 años (18,2%); precisamente en ese tramo la única actividad que se desatiende notablemente más que el resto es estar con la pareja (18,2%). Pero las mayores diferencias se producen respecto a estudiar, que es algo que desatiende en torno al 47-49% de las personas menores de 24 años, lo que supone casi el doble de lo que sucede entre los 25 y 29 años. En el tramo de 20-24 años se deja más de dormir (46,4%) y de ir al cine o a espectáculos (18,2%), mientras que el trabajo es algo más descuidado entre las personas mayores de 20 años (17%, cinco puntos más que en el tramo de 15 a 19 años).

**GRÁFICO 5.51. ACTIVIDADES DESCUIDADAS POR USAR INTERNET O REDES SOCIALES, SEGÚN GÉNERO (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**



**GRÁFICO 5.52. ACTIVIDADES DESCUIDADAS POR USAR INTERNET O REDES SOCIALES, SEGÚN EDAD (%). RESPUESTA MÚLTIPLE**

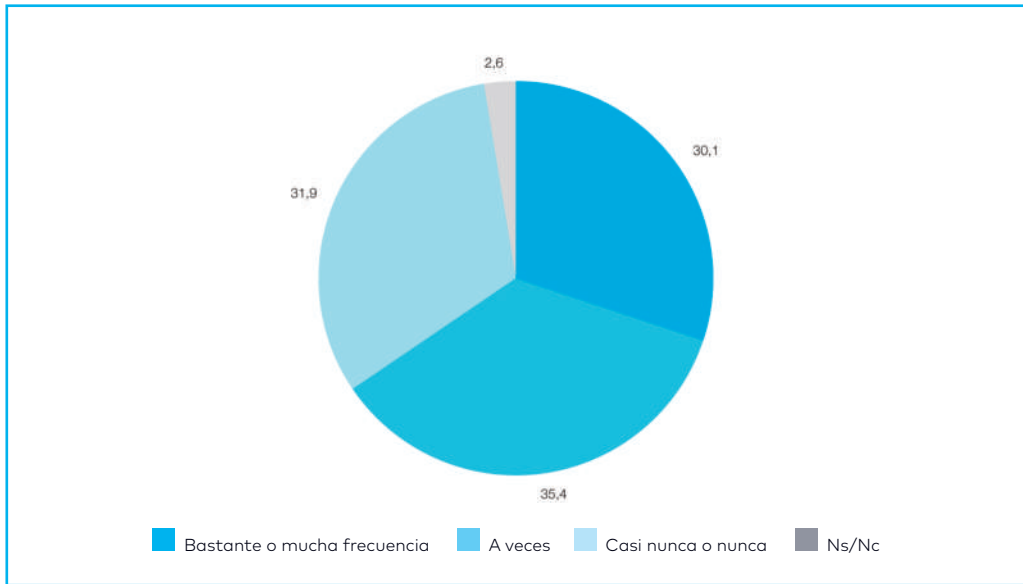


Del resto de variables cabe mencionar que los y las jóvenes con estudios de Secundaria post-obligatoria son quienes más dejan de dormir (46,2%), estudiar (45,7%), leer (34%) e ir al cine o a espectáculos (19%); y quienes están en clases medias y bajas dejan más de dormir (44-45%), estudiar (41,4% y 45,5%) y hacer deporte (31,7% y 33,5%, respectivamente).

La mayoría de las y los jóvenes entrevistados reconoce que, en el último año, ha sentido alguna vez saturación o hartazgo por el uso de internet o redes sociales hasta el punto de necesitar "desconectarse"

La mayoría de jóvenes reconoce que, en el último año, alguna vez ha sentido **saturación o hartazgo** por el uso de internet o redes sociales hasta el punto de necesitar "desconectarse": un 30,1% con bastante o mucha frecuencia y un 35,4% a veces. Prácticamente un tercio de la muestra no ha sentido tal cosa casi nunca o nunca.

**GRÁFICO 5.53. FRECUENCIA CON LA QUE HAN SENTIDO SATURACIÓN O HARTAZGO DE INTERNET Y REDES SOCIALES EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**



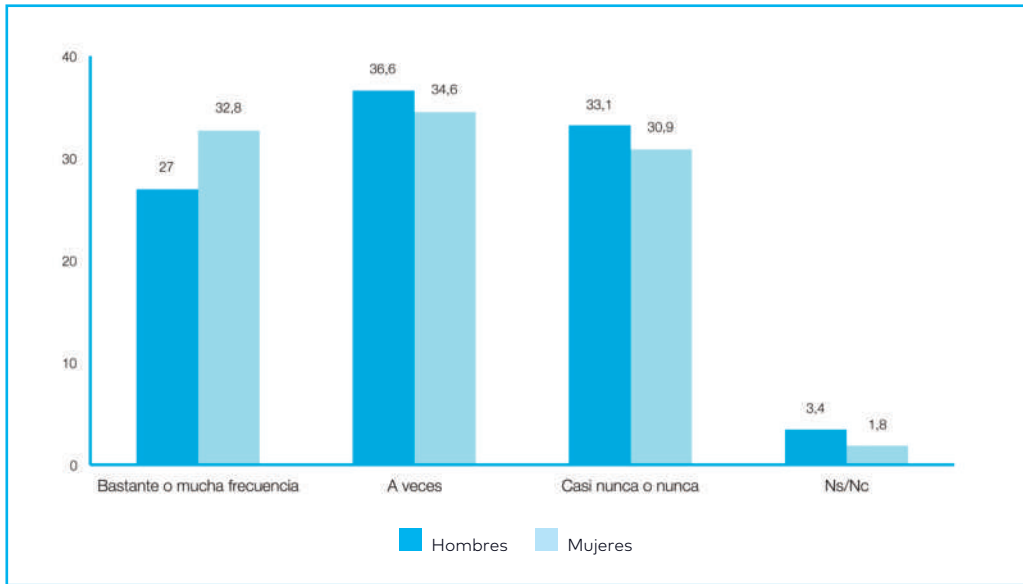
Entre las personas que sienten esta saturación destacan las **mujeres** para las frecuencias altas (un 32,8% con bastante o mucha frecuencia, lo que supone cinco puntos más que los hombres), personas con estudios superiores (33,2% con bastante o mucha frecuencia y 37,3% a veces, además de que quienes tienen estudios hasta Secundaria puntúan diez puntos por encima en "nunca"), quienes trabajan y estudian (36,9% con bastante o mucha frecuencia, diez puntos por encima que quienes sólo estudian o sólo trabajan), en clase alta (34,7% con bastante o mucha frecuencia), personas que viven solos/as (37,8%) o con pareja sin hijos (36,8%).

Las mujeres declaran más la necesidad de "desconectarse" de las redes sociales. Por edad destaca este hartazgo en el grupo de 20 a 24 años.

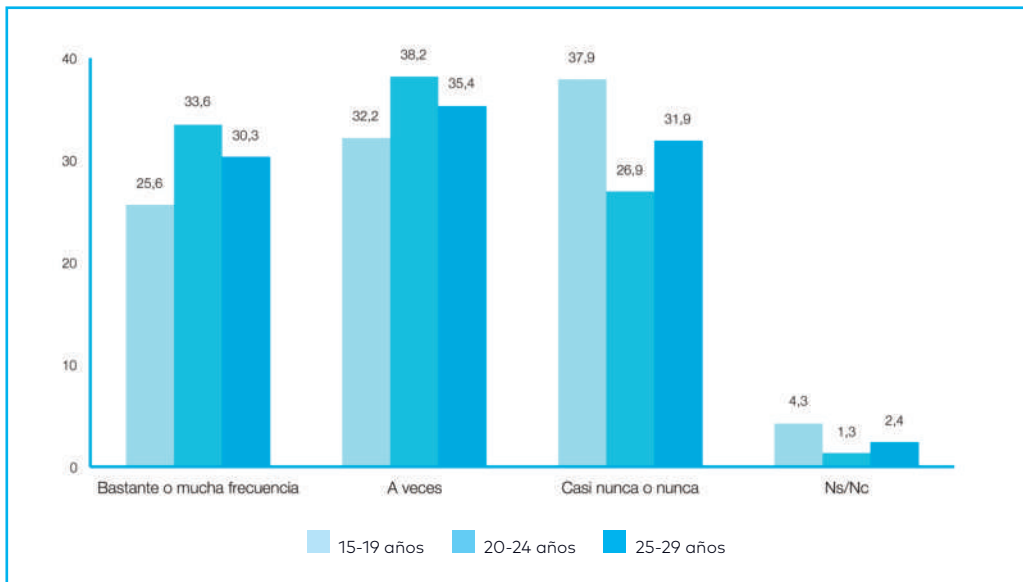
Por **edad**, la saturación es mayor en el tramo de 20 a 24 años, tanto en frecuencias altas (33,6%) como a veces (38,2%).

El 37,9% de las personas jóvenes de 15 a 19 años no ha sentido saturación nunca, lo que supone once puntos más que en el tramo de edad inmediatamente posterior.

**GRÁFICO 5.54. FRECUENCIA CON LA QUE HAN SENTIDO SATURACIÓN O HARTAZGO EN INTERNET Y REDES SOCIALES, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**

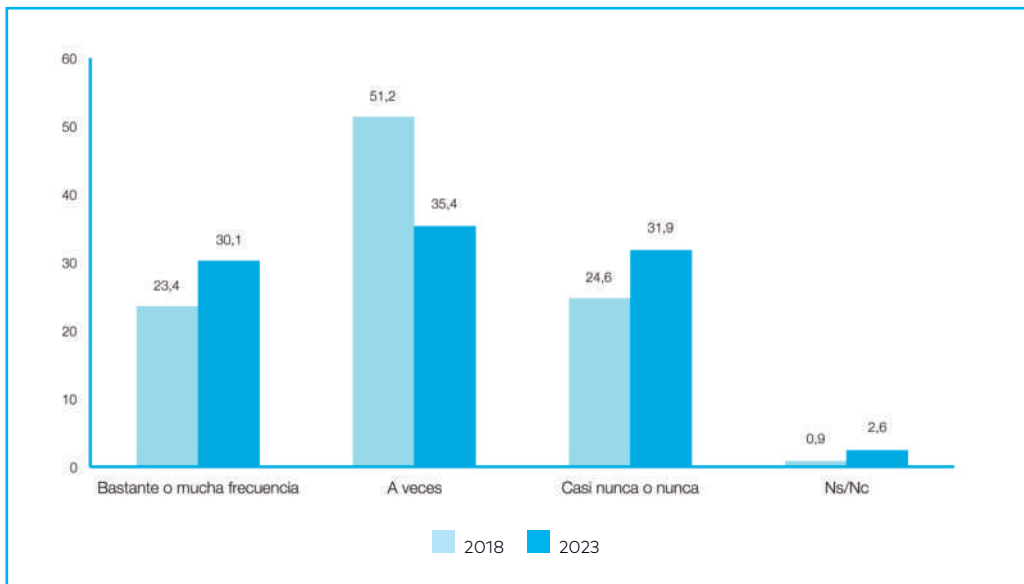


**GRÁFICO 5.55. FRECUENCIA CON LA QUE HAN SENTIDO SATURACIÓN O HARTAZGO EN INTERNET Y REDES SOCIALES, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



La comparativa de esta pregunta con los resultados de 2018 debe ser cautelosa, pues las categorías de respuesta no son exactamente iguales, si bien **parece que el nivel de saturación ha aumentado**, sobre todo en la frecuencia más alta, que pasaría de 23,4% al 30,1%; aunque también aumenta la proporción de personas que niegan haber sentido saturación<sup>8</sup>.

**GRÁFICO 5.56. FRECUENCIA CON LA QUE HAN SENTIDO HARTAZGO O SATURACIÓN DE INTERNET Y REDES SOCIALES EN EL ÚLTIMO AÑO, 2018-2023 (%)**



Datos 2018: Megías y Rodríguez, 2018. En esta investigación la muestra era de 14-24 años.  
 Datos 2023: presente estudio.

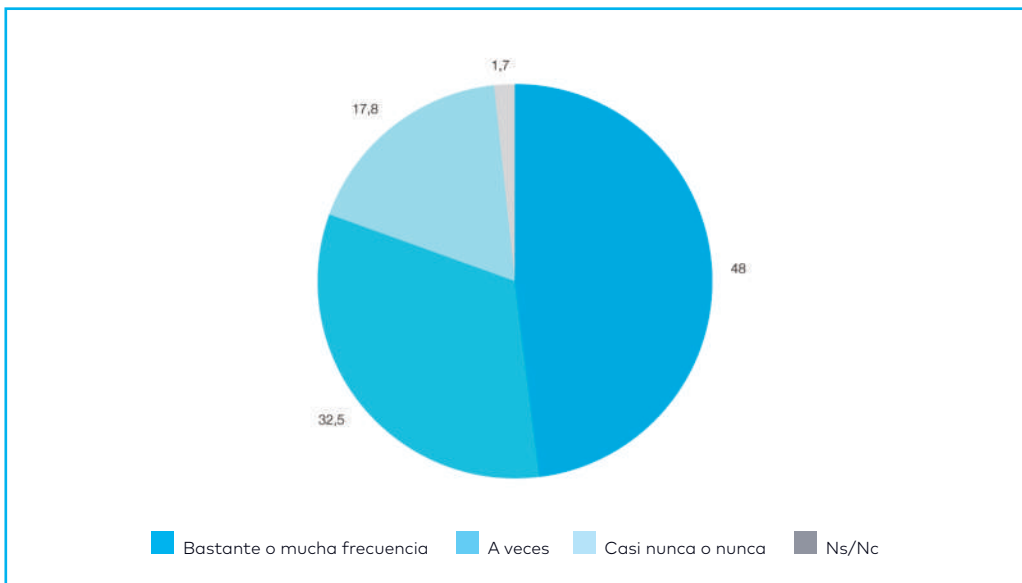
Los datos disponibles de 2015 (Ballesteros y Megías, 2015) corresponden sólo al tramo de edad 16-20 años, que podrían compararse con el actual tramo 15-19 años (que es el que menos saturación manifiesta). En este caso ocurre igual que respecto a 2018 (Megías y Rodríguez, 2018) , que aumenta la saturación en frecuencias altas y disminuye en bajas, de tal forma que lo destacable es que

8. Megías y Rodríguez, 2018: 83. Para la elaboración del gráfico, se han asimilado las categorías de respuesta de 2018 con las actuales, de la siguiente manera: en "bastante o mucha frecuencia" se incluye "sí, muchas veces"; en "a veces" se incluye la suma de "sí, algunas veces" y "pocas veces", y en "casi nunca o nunca" se incluye la suma de "casi nunca" y "nunca". Además, hay que tener en cuenta que en 2018 la muestra era de 14-24 años.

actualmente aumenta el porcentaje de jóvenes que no han sentido saturación casi nunca o nunca (pasa del 23,6% en 2015 para el tramo 16-20 años, al 37,9% actualmente para el tramo 15-19 años)<sup>9</sup>.

Por otro lado, casi la mitad de la muestra (48%) ha tenido la sensación de haber pasado **demasiado tiempo en internet** en el último año con bastante o mucha frecuencia, por un 32,5% que lo ha sentido a veces<sup>10</sup>.

**GRÁFICO 5.57. SENSACIÓN DE HABER PASADO DEMASIADO TIEMPO EN INTERNET EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**

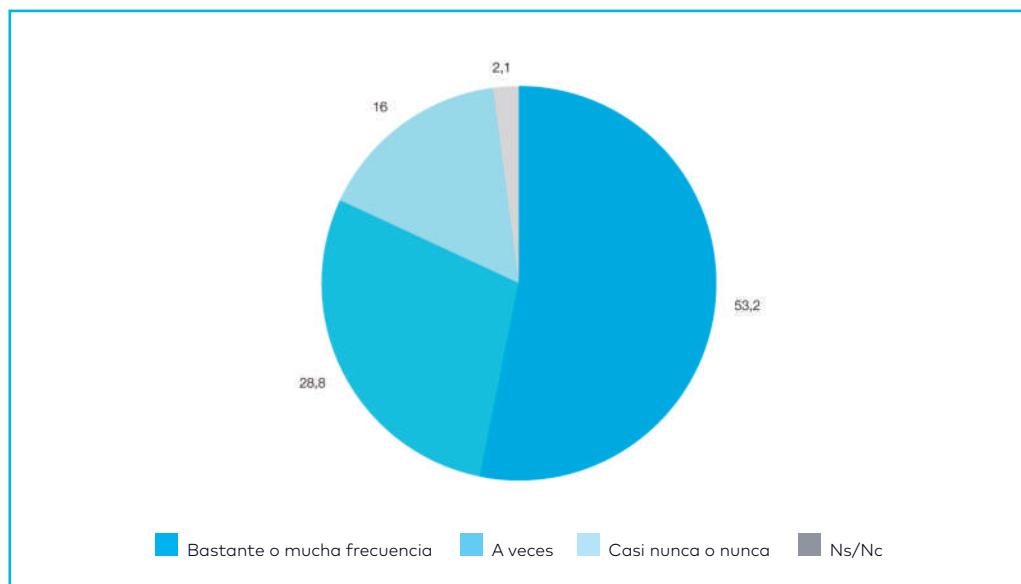


En relación al uso del teléfono la sensación es aún mayor para la frecuencia más alta: el 53,2% reconoce que ha tenido la **sensación de que usa demasiado el smartphone** con bastante o mucha frecuencia, y un 28,8% a veces.

9. 2015: 59. Con la misma agrupación de categorías mencionada en la nota al pie anterior, los resultados serían del 13,8% para la frecuencia alta, 61,5% para la media y 23,6% para "casi nunca" y "nunca".

10. En 2018 (Megías y Rodríguez, 2018:76) el 20,7% manifestaba que el tiempo que pasa en internet es "claramente excesivo", por un 49,6% que decía que era "algo excesivo". Resultados que no permiten una comparación directa, pero dan pistas sobre la idea de que quizás las sensaciones sobre el excesivo tiempo que se pasa en internet van en aumento.

GRÁFICO 5.58. SENSACIÓN DE HABER USADO DEMASIADO EL SMARTPHONE EN EL ÚLTIMO AÑO (%)



Con el uso de redes sociales los resultados son similares a los que se obtienen respecto al uso de internet en general: un 48,6% ha tenido la sensación de haber pasado **demasiado tiempo en redes sociales** con bastante o mucha frecuencia, y un 30,2% a veces<sup>11</sup> (grafico 5.59).

En definitiva, en torno a la mitad de los y las jóvenes tiene habitualmente la sensación de que pasa demasiado tiempo en internet, en redes sociales y usando el smartphone, y no llega al 20% la proporción de quienes no tienen ese tipo de sensaciones

Entre las personas jóvenes que **juegan a videojuegos** con alguna frecuencia, el 26,5% tiene la sensación de haber jugado demasiado con bastante o mucha frecuencia, por un 30,1% que ha tenido esa sensación a veces (gráfico 5.60).

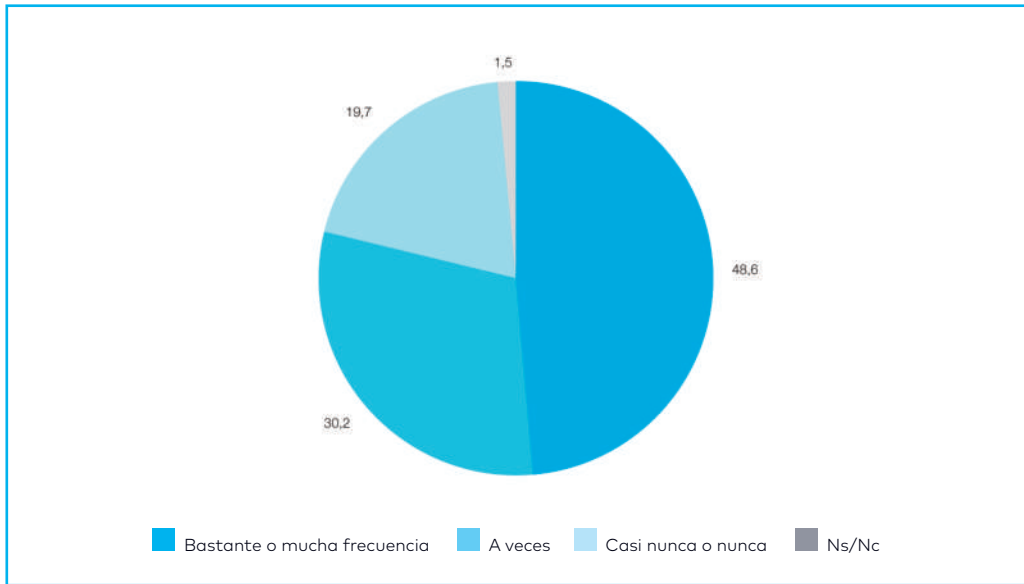
Respecto a los **juegos y apuestas de azar online** (grafico 5.61)., esas proporciones son aún menores, aunque reseñables: 22% con bastante o mucha frecuencia y 24,5% a veces.

11. En 2018 (Megías y Rodríguez, 2018:76) el 16,9% de las personas jóvenes de 14 a 24 años consideraba que el tiempo que pasa diariamente en internet es claramente excesivo, por un 34,6% que creía que era algo excesivo.



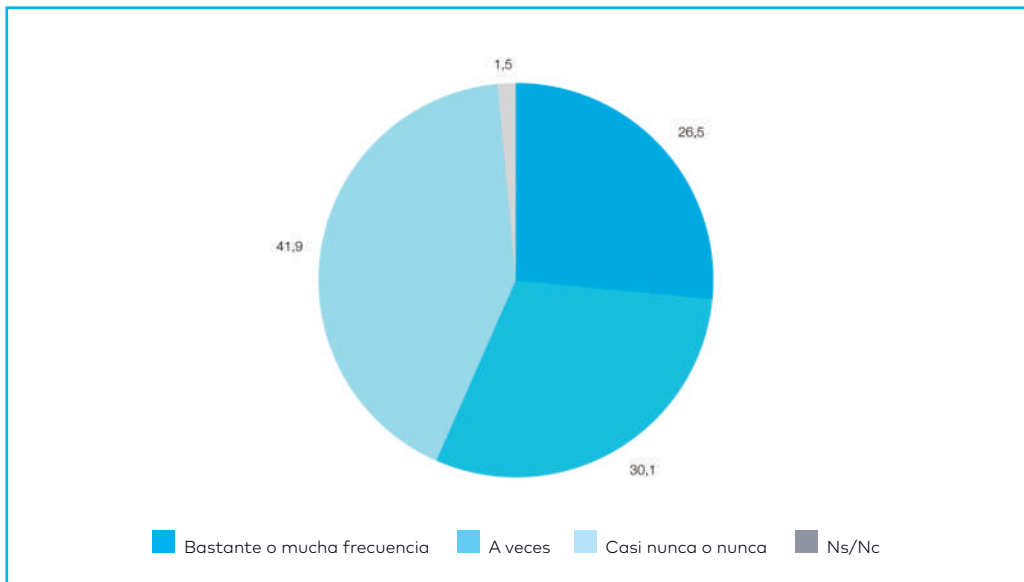
### GRÁFICO 5.59. SENSACIÓN DE HABER PASADO DEMASIADO TIEMPO EN REDES SOCIALES EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

BASE: USAN REDES SOCIALES CON ALGUNA FRECUENCIA (N=1.444)



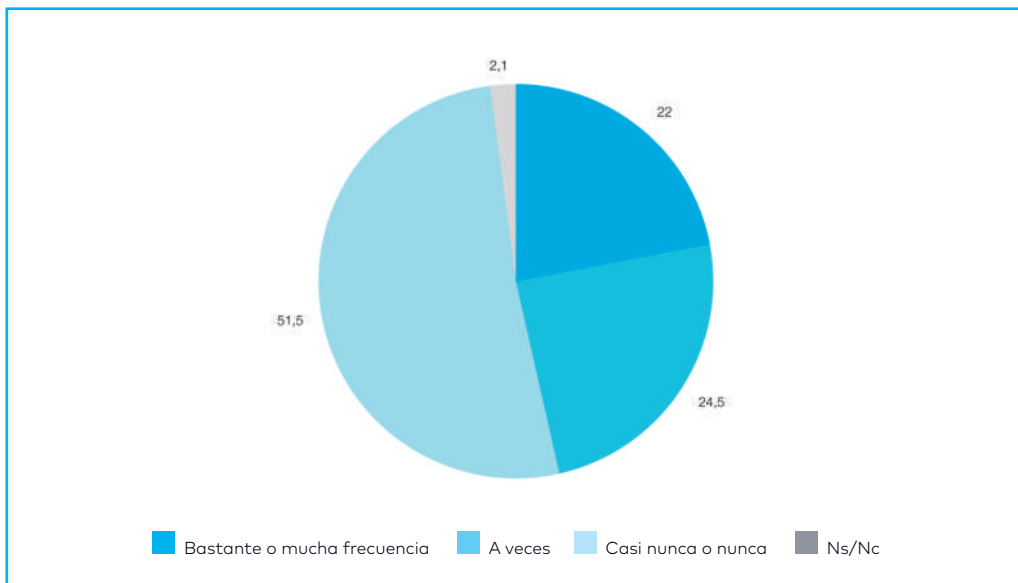
### GRÁFICO 5.60. SENSACIÓN DE HABER JUGADO DEMASIADO TIEMPO A VIDEOJUEGOS (%)

BASE: JUEGAN A VIDEOJUEGOS CON ALGUNA FRECUENCIA (N=1.357)



## GRÁFICO 5.61. SENSACIÓN DE HABER HECHO DEMASIADAS APUESTAS O JUEGOS DE AZAR ONLINE ONLINE EN EL ÚLTIMO AÑO (%)

BASE: HACEN APUESTAS O JUEGOS DE AZAR ONLINE CON ALGUNA FRECUENCIA (N=719)



Prácticamente la mitad de las personas jóvenes que hacen apuestas o juegan a juegos de azar online creen en alguna medida que juegan demasiado

En ambos casos, las mayores proporciones de jugadores y jugadoras no tiene casi nunca o nunca esa sensación de haber jugado demasiado: 41,9% en el caso de los videojuegos y 51,5% en el caso de los juegos de azar. En cualquier caso, no resulta nada despreciable que prácticamente la mitad de jóvenes que hacen apuestas o juegan a

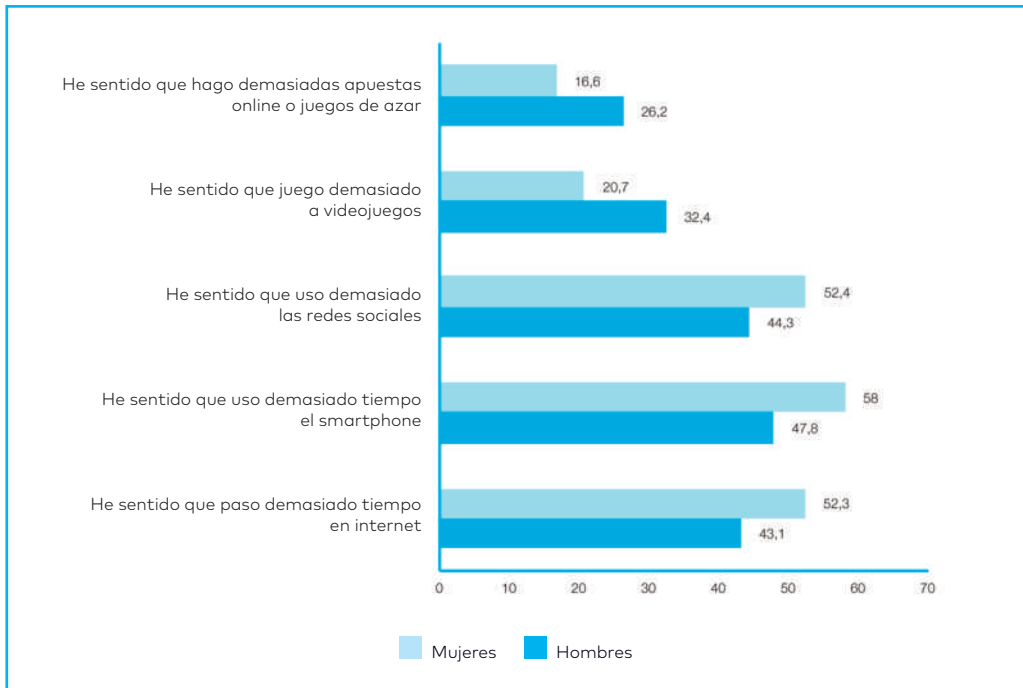
juegos de azar *online* creen en alguna medida que juegan demasiado.

Las **mujeres** tienen con mayor frecuencia la sensación de haber pasado demasiado tiempo en internet (52,3%, por 43,1% de hombres), con el smartphone (58%, diez puntos más que ellos) y en redes sociales (52,4%, 44,3% entre los hombres).

A los **hombres** les ocurre más en el caso de los videojuegos (32,4%, por un 20,7% de mujeres) y de los juegos de azar y apuestas (26,2%, casi diez puntos más que ellas) (gráfico 5.62).

Las mujeres tienen más a menudo la sensación de haber pasado demasiado tiempo en internet, con su smartphone o en redes sociales

**GRÁFICO 5.62. SENSACIÓN CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA DE HABER REALIZADO DEMASIADO ALGUNAS ACTIVIDADES ONLINE, SEGÚN SEXO (%).  $P < .05$**



En relación a la **edad** (gráfico 5.63) sólo se pueden apuntar resultados significativos en relación al tiempo que se pasa en internet y usando smartphones, y en ambos casos son los y las jóvenes de 20-24 años quienes tienen la sensación, con más frecuencia, de que es excesivo (53,2% y 56,2%, respectivamente).

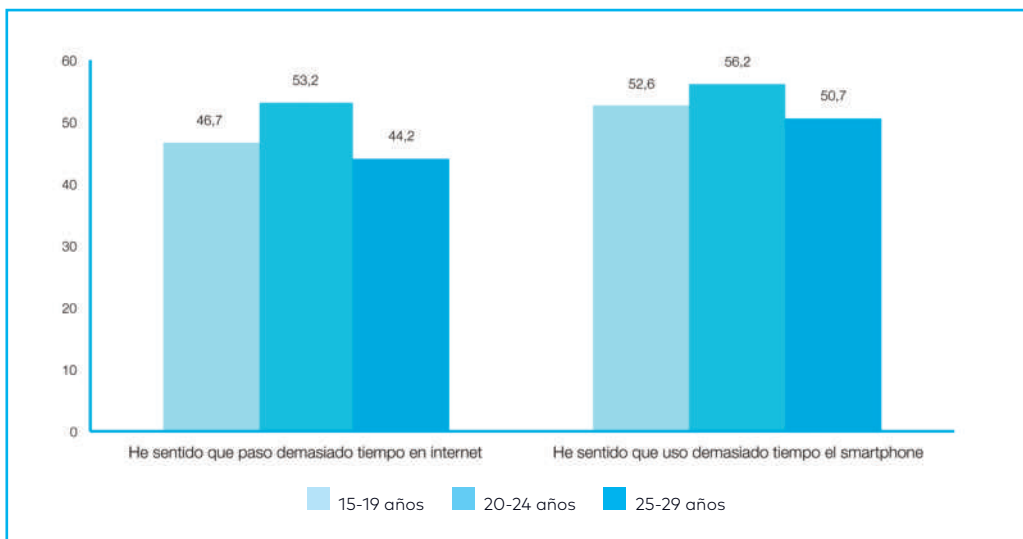
Considerando el resto de variables, los resultados significativos ( $p < .05$ ) de los cruces para la categoría "bastante o mucha frecuencia", son los siguientes:

- Sentir que se pasa demasiado tiempo en internet: más entre quienes tienen estudios de Secundaria post-obligatoria y superiores (50%), y jóvenes de clase baja (51,4%, en torno a cinco puntos por encima de la media. La sensación es mucho menor entre jóvenes que sólo trabajan (39,6%, cuando entre el resto ronda el 50%).
- Sentir que usan demasiado el smartphone: jóvenes con estudios de Secundaria post-obligatoria (57,9%, diez puntos más que quienes tienen hasta Secundaria), de clase baja (57,4%, cinco puntos más que en clase media y ocho más que en alta) y jóvenes que viven con los padres (56,3%),

mientras quienes viven en pareja y sin hijos son quienes menos tienen esa sensación (43,8%). Los y las jóvenes que sólo trabajan creen que usan demasiado el móvil en menor medida que el resto.

- Sentir que se usan demasiado las redes sociales: menos frecuente entre jóvenes que sólo trabajan (43,6%), frente al 52,8% de quienes trabajan y estudian; más en clase alta (51,1%, por 46,7% en clase media). Ocurre también bastante menos entre jóvenes con carencias materiales severas (38,3%, aunque están bastante por encima del resto en la frecuencia "a veces"), y también menos en jóvenes que viven en pareja sin hijos (41,7%, cuando el resto ronda el 50%).
- Sentir que se juega demasiado a videojuegos: más entre jóvenes con estudios hasta Secundaria (32,1%, por un 24,1% de quienes tienen Secundaria post-obligatoria, y un 22,9% de personas con estudios superiores); algo más en clase baja (28,5%, entre dos y cuatro puntos más), quienes viven solos (28,1%), con los padres/madres (27%), o con pareja y sin hijos/as (28,6%).
- Sentir que se juega demasiado a juegos de azar y apuestas online: el porcentaje decrece con el nivel de estudios (25,1% entre quienes tienen hasta Secundaria y 17,3% entre quienes tienen estudios superiores); es algo mayor en clase alta (25,5%, cuatro puntos más que la media), y bastante mayor entre jóvenes que viven solos/as (35,5%).

**GRÁFICO 5.63. SENSACIÓN CON BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA DE HABER REALIZADO DEMASIADO ALGUNAS ACTIVIDADES ONLINE, SEGÚN EDAD (%).  $P < .05$**



Ante la suposición de que la **sensación de pasar demasiado tiempo en internet** o con el móvil, puede generar **sensación de hartazgo hasta el punto de desconectarse**, se puede señalar que el 43,9% de quienes sienten con bastante o mucha frecuencia que pasan demasiado tiempo en internet, y el 41% de quienes piensan con bastante o mucha frecuencia que pasan demasiado tiempo con el smartphone, han sentido hartazgo en el último año (34,1% y 36,1% "a veces", respectivamente)<sup>12</sup>.

De igual forma, quienes han sentido "a veces" que pasan demasiado tiempo en internet y con el smartphone, destacan en sentir la saturación a veces, y quienes no sienten casi nunca o nunca que su tiempo de uso es excesivo, tampoco suelen sentir la saturación hasta el punto de tener que desconectarse. Es decir, parece lógico pensar que existe una relación entre la sensación de saturación, y su grado, y la percepción de que el uso propio es excesivo.

**TABLA 5.7. SATURACIÓN O HARTAZGO POR EL USO DE INTERNET O REDES SOCIALES, SEGÚN LA FRECUENCIA CON LA QUE SE HAYA SENTIDO QUE SE PASA DEMASIADO TIEMPO EN INTERNET (%)  $P < .05$**

SENSACIÓN DE HARTAZGO HASTA NECESITAR DESCONECTARSE	HE SENTIDO QUE PASO DEMASIADO TIEMPO EN INTERNET				TOTAL
	BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA	A VECES	CASI NUNCA O NUNCA	NS/NC	
Bastante o mucha frecuencia	318 43,9%	91 18,6%	42 15,6%	3 11,5%	454 30,1%
A veces	247 34,1%	218 44,5%	68 25,3%	2 7,7%	535 35,4%
Casi nunca o nunca	154 21,2%	175 35,7%	148 55,0%	5 19,2%	482 31,9%
Ns/Nc	6 0,8%	6 1,2%	11 4,1%	16 61,5%	39 2,6%
Total	725 100%	490 100%	269 100%	26 100%	1510 100%

12. Resultado de cruzar las preguntas 90 y 94 con la 89.

**TABLA 5.8. SATURACIÓN O HARTAZGO POR EL USO DE INTERNET O REDES SOCIALES, SEGÚN LA FRECUENCIA CON LA QUE SE HAYA SENTIDO QUE SE USA DEMASIADO TIEMPO EL SMARTPHONE (%) P<.05**

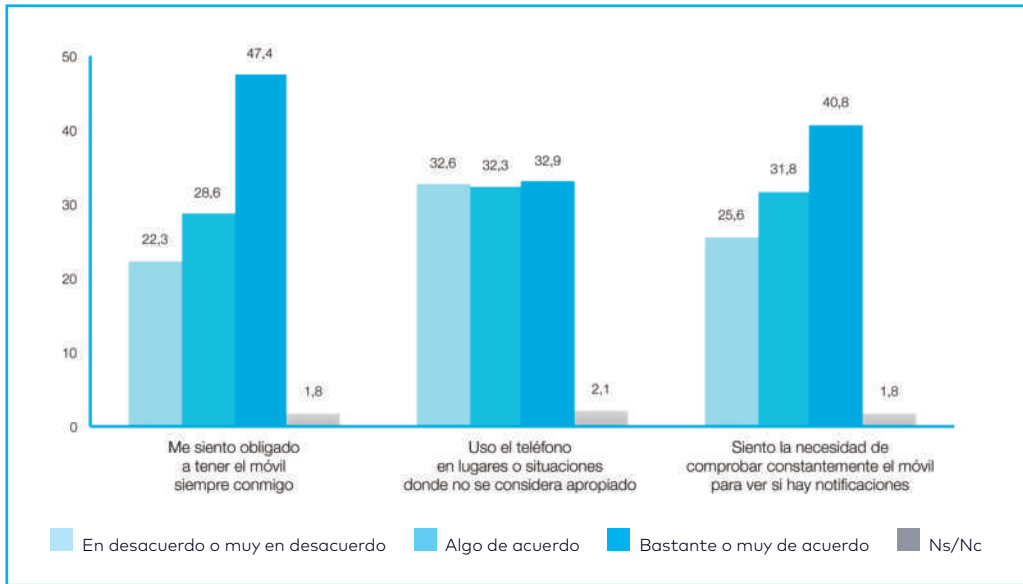
SENSACIÓN DE HARTAZGO HASTA NECESITAR DESCONECTARSE	HE SENTIDO QUE PASO DEMASIADO TIEMPO EL SMARTPHONE				TOTAL
	BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA	A VECES	CASI NUNCA O NUNCA	NS/NC	
Bastante o mucha frecuencia	329 41,0%	79 18,2%	42 17,4%	4 12,9%	454 30,1%
A veces	290 36,1%	186 42,8%	55 22,8%	4 12,9%	535 35,4%
Casi nunca o nunca	178 22,2%	163 37,5%	133 55,2%	8 25,8%	482 31,9%
Ns/Nc	6 0,7%	7 1,6%	11 4,6%	15 48,4%	39 2,6%
Total	803 100%	435 100%	241 100%	31 100%	1510 100%

Casi la mitad de los y las jóvenes reconoce que se siente obligado a llevar el móvil siempre encima

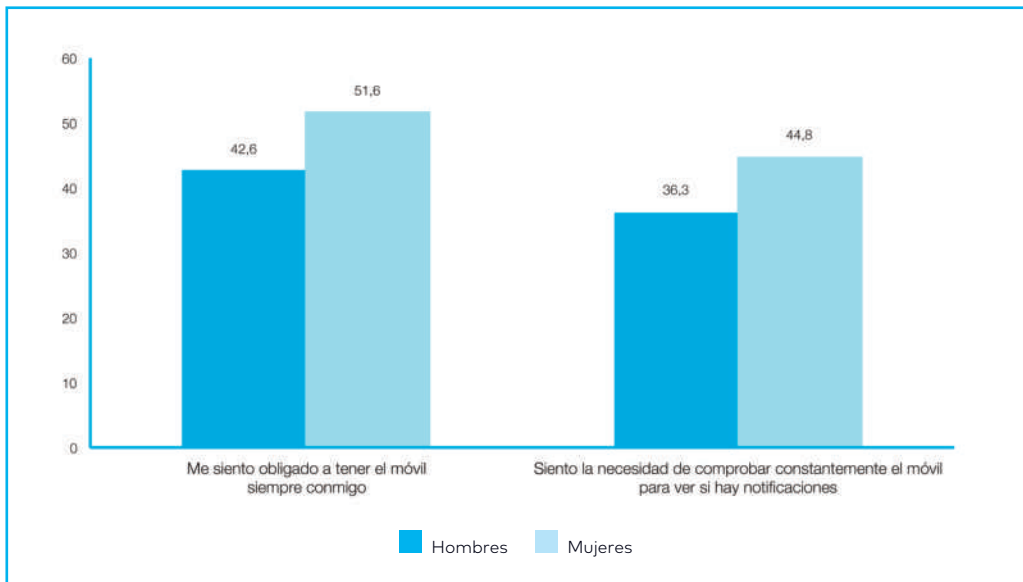
En relación a algunos **usos nocivos del móvil** (gráfico 5.64), casi la mitad de la muestra (47,4%) está bastante o muy de acuerdo con que se siente obligado a **llevar el móvil siempre encima**, por un 22% que no está de acuerdo con tal cosa. El acuerdo desciende al 40,8% cuando se sentir la **necesidad de comprobar constantemente el móvil** para ver si hay notificaciones (31,8% "a veces") y al 32,9% cuando se pregunta si **usa el teléfono en lugares o situaciones donde no es apropiado**. En este caso, las proporciones entre acuerdo y desacuerdo son casi idénticas, mientras respecto a la obligación de llevar siempre el móvil encima y la necesidad de comprobarlo constantemente, las proporciones de desacuerdo son bastante minoritarias (no superan la cuarta parte de la muestra).

Las **mujeres** reconocen en mayor medida que los hombres sentirse obligadas a tener el móvil siempre con ellas (51,6% por 42,61% de los hombres) y a comprobar constantemente el teléfono (44,8% frente a 36,3%) (gráfico 5.65). La **edad** no resulta significativa en ningún caso.

**GRÁFICO 5.64. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A ALGUNAS SITUACIONES QUE OCURREN EN RELACIÓN CON EL USO DEL MÓVIL EN EL ÚLTIMO AÑO (%)**



**GRÁFICO 5.65. ACUERDO RESPECTO A ALGUNAS SITUACIONES QUE OCURREN EN RELACIÓN CON EL USO DEL MÓVIL EN EL ÚLTIMO AÑO, SEGÚN GÉNERO (%).  $P < .05$**



Considerando los cruces significativos ( $p < .05$ ) del resto de variables por las categorías "bastante o muy de acuerdo", se puede decir lo siguiente:

- Sentir la obligación de llevar siempre el móvil es algo que le ocurre más a jóvenes que viven con pareja e hijos/as (52,9%, nueve puntos más que quienes viven en pareja pero sin hijos/as), o viven con otras personas (54,2%). También ocurre más en clase media y baja (48% y 51,2%, respectivamente), y menos entre quienes sólo estudian (44,8%, cuando el resto casi alcanzan el 50%).
- Usar el teléfono en situaciones o lugares donde no es apropiado es algo que hacen más quienes compaginan trabajo y estudios (36,2%, entre el resto ronda el 30-33%). Respecto a la clase social las proporciones de alto acuerdo son muy similares, pero en clase alta hay bastantes menos jóvenes que apuntan que "a veces", por lo que presentan un mayor grado de desacuerdo (28,6%, entre seis y ocho puntos más que el resto).
- Comprobar constantemente el móvil por si hay notificaciones es más característico entre quienes trabajan y estudian (48,4%, cuando el resto no llega al 40%, y quienes sólo trabajan están en el 35,6%), y menos entre quienes viven solos/as o con pareja y sin hijos/as (en ambos casos en torno al 35%, diez puntos menos que quienes viven en pareja y con hijos/as)<sup>13</sup>.

**TABLA 5.9. PERSONAS QUE ESTÁN "BASTANTE O MUY DE ACUERDO" RESPECTO A ALGUNOS HÁBITOS EN RELACIÓN CON EL SMARTPHONE, SEGÚN LA FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA QUE SE USA DEMASIADO EL MÓVIL (%).  $P < .05$**

	BASTANTE O MUCHA FRECUENCIA	A VECES	CASI NUNCA O NUNCA	NS/NC	TOTAL
Me siento obligado a tener el móvil siempre conmigo	59,2	35,4	32,4	25,8	47,4
Uso el teléfono en lugares o situaciones donde no se considera apropiado	39,4	24,4	29,5	12,9	32,9
Siento la necesidad de comprobar constantemente el móvil para ver si hay notificaciones	50,2	33,1	27,8	6,5	40,8

13. En 2018 (Megías y Rodríguez, 2018: 85) el 12,6% decía que "muy frecuentemente" usaba el móvil en lugares inapropiados, por un 21,9% "con bastante frecuencia", "alguna vez" un 31,3%, y "casi nunca o nunca" el 33,2%. Los resultados no son fácilmente comparables, aunque se intuyen proporciones muy similares para las frecuencias altas y grados de acuerdo altos.



Entre quienes sienten con bastante o mucha frecuencia que usan demasiado tiempo el smartphone se dan los mayores porcentajes tanto de quienes se sienten obligados/as a llevar siempre el teléfono (59,2%), quienes sienten la necesidad de comprobar constantemente el móvil (50,2%), como de quienes usan el teléfono en lugares o situaciones inapropiados (39,4%)<sup>14</sup>.

Las diferencias son especialmente reseñables en los casos de sentir la obligación de llevar siempre el móvil y sentir la necesidad de mirarlo constantemente, lo que encaja lógicamente con esa percepción de usar demasiado el móvil.

---

14. Cruce de la pregunta 94 con las preguntas 95, 96 y 97.

SEGUNDA PARTE  
CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

---

# PRINCIPALES RESULTADOS Y CONCLUSIONES

---

## USOS TECNOLÓGICOS

### *Actividades realizadas y su frecuencia*

- Las **actividades realizadas con más frecuencia** tienen que ver con la comunicación y el entretenimiento. Entre las que se realizan varias veces al día o todos o casi todos los días destacan chatear (82,9%, de los cuales 68,9% es varias veces al día), ver vídeos (77,6%), escuchar música (75,8%) y usar redes sociales (68,4%).
- El 23,4% ve **pornografía** y el 20,8% usa servicios de **juegos de azar y apuestas**, con una frecuencia semanal o quincenal; a lo que hay que sumar un 15,6% y un 11,6%, respectivamente, que lo hacen todos o casi todos los días, o incluso varias veces al día.
- Las **mujeres** realizan con mayor frecuencia las actividades que más se hacen en general (con frecuencia diaria), siendo especialmente relevantes las diferencias respecto a los hombres en relación a chatear (86,6%, por 79% los hombres) y ver redes sociales (72,9%, por 63,5%); fundamentalmente porque la brecha se concreta para las frecuencias más altas (varias veces al día). También hay importantes diferencias respecto a escuchar música y ver películas o series.
- Hay dos usos claramente protagonizados por los **hombres**: los videojuegos (51,4%, por 31,9% de mujeres) y la pornografía (25,4%, 6,7% ellas). Resulta destacable que uno de cada cuatro chicos ve pornografía con una frecuencia diaria, casi diaria, o incluso varias veces al día. También que prácticamente el 15% usa servicios de apuestas con esa misma frecuencia (8,5% entre las mujeres).
- Buena parte de las actividades relacionadas con **la información, el entretenimiento y la cultura**, se realizan más a medida que aumenta la edad y el nivel de estudios: escuchar podcast, ver televisión en internet, ver películas o series, seguir webs o blogs, seguir las noticias o la actualidad.

- Los y las jóvenes de **clase alta** hacen con más frecuencia por encima de la media **casi todas las actividades**, con excepción precisamente de las que se realizan en mayor medida (chatear, ver contenidos en vídeo y escuchar música). Esto da idea del uso transversal y popular de tales actividades.
- Las personas con **carencias materiales severas** usan con menos frecuencia buena parte de las actividades propuestas, especialmente las que tienen que ver con el ocio y entretenimiento (música, películas, vídeos, web) y con las relaciones sociales (chatear, usar redes sociales); también la compra y venta de productos.
- En definitiva, las condiciones económicas y sociales determinan diferencias importantes en los usos tecnológicos, que puede consolidar brechas en el ocio y el entretenimiento, así como en el acceso a la cultura y la información.

Las condiciones sociales y económicas determinan importantes diferencias en los usos tecnológicos de la juventud

### Destrezas en el manejo de las TIC

- La autopercepción juvenil sobre su **destreza digital** es alta: no llega a un cuarto de la muestra la proporción de quienes consideran que tienen un nivel bajo. La consideración más alta es para la búsqueda y gestión de información y datos, y para la comunicación y colaboración a través de tecnologías digitales, actividades respecto a las que la mitad de los y las jóvenes considera que tiene un nivel alto o muy alto (50,5% y 47%, respectivamente).

Las chicas consideran más que los chicos que su nivel de destreza para resolver problemas técnicos relacionados con las TIC es bajo

- La diferencia es importante por **género** para la identificación y resolución de problemas técnicos en entornos digitales (26,6% de ellas considera que tiene un nivel bajo, por 17,2% de ellos).
- Con la **edad** crece la destreza en la búsqueda y gestión de información y datos, y respecto a la seguridad en entornos digitales (un 17,5% y un 23,6% de las personas jóvenes de 15 a 19 años consideran que tienen un nivel bajo o muy bajo en esas dos capacidades, respectivamente).
- Considerando el resto de variables, resulta claro que las brechas en relación a las capacidades en el manejo de las TIC tienen que ver con tener mayor o menor formación (las destrezas son siempre mayores entre quienes tienen más estudios), con la necesidad de desenvolverse con las tecnologías a nivel

profesional (más destrezas entre quienes trabajan que entre quienes estudian o están en paro) y con las posibilidades económicas (mejores destrezas en clase alta, y menores entre quienes tienen carencias materiales). De nuevo, brechas tecnológicas como consecuencia de condiciones socioeconómicas.

Las diferencias en la destreza en el manejo de las TIC tienen que ver con la formación, con la utilización o no en el trabajo y con las posibilidades económicas

- De las cuestiones que impiden mejorar las destrezas en el manejo de TIC, la principal es la **falta de tiempo** (22,1%), seguida del propio **desconocimiento** de las habilidades que debería mejorar (18,9%) y del **coste de los dispositivos** y la **falta de equipamiento** (17,4%).
- El 41,9% de las mujeres señala desconocer el tipo de habilidades que deberían mejorar (31,8% de los hombres), y el 45,8% alega falta de tiempo (40,8% de los hombres). En el resto de cuestiones los resultados son muy similares.
- A mayor **edad** se señala en mayor medida la falta de tiempo y la dificultad de acceso a la formación, y en menor medida la falta de interés.
- Existe una **clara relación entre las condiciones materiales y el tipo de motivos que alegan para no poder mejorar sus destrezas digitales**: en clase baja la proporción de quienes señalan el coste de los dispositivos es el doble que en clase alta (41% por 20%), y quienes tienen carencias materiales severas tienen mucha más dificultad de acceso (30%, casi el doble que quienes no tienen carencias), y apuntan más también al coste de los dispositivos (42,4%).

## MEDIACIONES Y AYUDAS

- Un tercio de las personas jóvenes no habla con nadie de lo que hace en internet y el 40,3% no recibió recomendación de nadie de su entorno de cómo mejorar su seguridad o comportarse en internet.
- Quien más interés muestra por lo que hacen en internet es quien más recomendaciones ofrece al respecto: amistades (40,5% y 30,7%, respectivamente), seguido de los padres/madres (29,9% y 22,6%). Los profesores/as son las personas de quien se dice que mostraron menor interés por lo que hicieron en internet en el último año (13,4%), y también menores recomendaciones al respecto (17,5%). En este caso destaca que el segundo porcentaje es superior al primero (es decir, que ofrecen más recomendaciones que aparente interés); justo al contrario de lo que ocurre con amigos/as y padres/madres, casos en los que no todo el interés parece traducirse en recomendaciones.

- El 38% de las mujeres no ha percibido interés por parte de nadie en relación a lo que hace en internet (once puntos más que los hombres), y el 43,7% no ha recibido recomendación alguna sobre cómo mejorar su seguridad o comportarse en internet (siete puntos más que ellos). **Tanto los padres/madres como los profesores/as muestran interés por lo que hacen sus hijos en mayor proporción que por lo que hacen sus hijas**, de igual forma que ofrecen más consejos al respecto (las amistades también, pero las diferencias son menores).
- En todo el tramo de edad 15-24 años, las proporciones de quienes perciben interés, y de quienes reciben consejos al respecto, son muy similares en relación a sus padres/madres y a sus profesores/as, y siempre bastante superiores a las del tramo 25-29 años. Son los y las jóvenes de menor edad quienes menos hablan de todas estas cosas con sus amistades. En general, se puede decir que, **a medida que aumenta la edad y el nivel de estudios, aumenta la proporción de quienes hablan de estos temas con sus amistades, y descende la de quienes lo hacen con sus profesores/as**.
- Las circunstancias materiales también condicionan con quién se habla de lo que se hace en internet: quienes tienen carencias materiales severas y están en clase baja, son quienes, en mayor proporción, no perciben interés de nadie respecto a lo que hacen en internet (43,8% y 41%, respectivamente), ni reciben recomendaciones de nadie al respecto (48,6% y 50,3%). En clase alta se percibe más interés por parte de padres/madres (38,6%) y profesores/as (18,8%), de igual modo que se reciben más consejos al respecto por parte de todo el círculo considerado. En definitiva, **el entorno familiar y de amistad está mucho menos presente en clase baja y con carencias materiales**.
- Cuando se tienen problemas con internet o el uso de dispositivos tecnológicos, principalmente **se acude a las amistades** (27,5%), seguido a cierta distancia de la pareja (18,9%). Más atrás quedarían familiares y docentes. Un 18,9% **resuelve los problemas por su cuenta** y el 13,8% dice no haber experimentado los mismos.
- Tanto en clase baja como entre quienes sufren carencias materiales severas, se encuentran los mayores porcentajes de quienes no piden ayuda frente a este tipo de problemas: 24,3% y 21,2%, respectivamente. Es decir, que entre quienes tienen **peores condiciones socioeconómicas**, está la mayor proporción de quienes **ni perciben interés por parte del entorno** en relación a lo que hacen en internet, ni cuentan con una red de apoyo al respecto, ni piden ayuda cuando tienen problemas en ese sentido.

Un tercio de las personas jóvenes no habla con nadie de lo que hace en internet. Los padres/madres y el profesorado muestran más interés por ellos que por ellas

- A la hora de adquirir conocimientos sobre cuestiones tecnológicas, cuatro de cada diez jóvenes afirman que se apaña solo/a, mientras la mitad acude a navegadores (más mujeres que hombres, y en una proporción que desciende seis puntos respecto a 2021). El 34% acude a amigos/as o conocidos/as (también más mujeres que hombres), y el 20,1% busca fuentes *online*, en forma de *youtubers* o *influencers*.
- Existe una **relación entre quienes acuden a fuentes más especializadas y quienes tienen mayor formación**, y posiblemente más necesidad de formación aplicada: hacen más cursos, acuden más a publicaciones especializadas y a foros específicos, quienes trabajan y estudian (que también acuden más a navegadores) y quienes tienen más estudios. En el lado contrario, quienes tienen carencias materiales severas, y quienes están en el paro, afirman más que el resto que se apañan por su cuenta (en ambos casos, en torno al 43%). Datos que pueden arrojar pistas sobre la manera en que la educación/formación y el acceso a los recursos pueden retroalimentar las brechas formativas, en este caso en relación con la tecnología.

## REDES SOCIALES

### *Cúales usan y con qué frecuencia*

- Hay **tres plataformas de uso muy mayoritario: Instagram (82,9%), Youtube (73,5%) y Tik Tok (69,5%)**. En el cuarto lugar están los sistemas de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...) con un 49,7%, lo que puede indicar que algunas de las aplicaciones que en origen no parecían diseñadas para la comunicación instantánea son usadas para ello, en lugar de otras cuyo uso específico es ese.
- Hay aplicaciones y plataformas claramente más usadas por mujeres: Tik Tok, sistemas de mensajería instantánea, Facebook, Snapchat, sitios de imágenes e Instagram. Y otras claramente más usadas por hombres: Twitch, Discord, videojuegos *online* y Twitter. Es decir, que ellas suelen emplear en mayor medida las plataformas más usadas en general, y fundamentalmente centradas en la comunicación instantánea y en la imagen, y ellos en contenidos de comunicación algo más asincrónica y en el entorno de los juegos.

Instagram, Youtube y Tik Tok son las aplicaciones más utilizadas por la juventud en general, se observan claras diferencias entre hombres y mujeres

- Dos plataformas son claramente de jóvenes de más edad, pues el uso entre los 25 y 29 años triplica al uso entre los 15 y 19 años: Facebook y LinkedIn. Además, otras tantas aumentan claramente su uso a medida que aumenta la edad: los sistemas de mensajería instantánea, foros, Youtube, Tinder y similares, Instagram y Twitter. En la mayoría de las plataformas (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn, foros y Tinder), se cumple también que **los mayores usos se dan entre jóvenes con mayor nivel de estudios.**
- En el lado contrario, Be Real es una plataforma claramente de jóvenes de menor edad (el uso entre los 15 y 19 años es prácticamente cinco veces superior al que hay entre los 25 y 29), algo que también ocurre con Tik Tok (el 77,8% de jóvenes entre los 15 y 19 años usa esta aplicación habitualmente). Otras aplicaciones cuyo uso desciende con la edad son Twitch, Discord, los videojuegos *online* y Snapchat.
- Facebook, Twitter, Twitch, LinkedIn y Discord son aplicaciones que claramente usan más quienes trabajan (compaginen el trabajo con los estudios o no).
- Instagram, Twitter, Twitch, Be Real, y Snapchat son aplicaciones menos usadas por jóvenes con carencias materiales severas.

### *Sensaciones asociadas al uso*

- **Usar, gestionar y mantener las redes sociales, genera sensaciones generalmente positivas**, con la diversión (40,9%) y la alegría (32,2%) a la cabeza. También confianza (24%), ilusión (21%) y autoestima (16,5%). A partir de ahí se mencionan algunas cuestiones no positivas, como la indiferencia (18,4%); y las únicas sensaciones negativas que propician menciones reseñables son el agobio/estrés (13,1%) y la inseguridad (11,1%).
- Uno de cada cuatro jóvenes se ha sentido mal a veces por no participar en las redes sociales en las que participa su círculo de amistad, por un 16,3% que ha tenido esa sensación con bastante o mucha frecuencia.
- Las **condiciones materiales y socioestructurales tienen influencia en la manera de percibir la gestión de las redes sociales**, pues es apreciable que los y las jóvenes con carencias materiales severas nombran menos la diversión, la ilusión, la alegría y la confianza, y más la inseguridad (17,2%); también que quienes están en clase alta lo realizan en mayor medida desde la ilusión (uno/a de cada

Las redes sociales generan entre los y las jóvenes, por lo general sensaciones positivas: diversión, alegría, confianza, ilusión...



cuatro) y la confianza (uno/a de cada tres), y en menor medida desde la inseguridad y la indiferencia (en proporciones que son la mitad de las que presenta la clase baja). Además, las personas con estudios superiores nombran más la diversión (46%) y la autoestima (19,2%), y la inseguridad es más nombrada por jóvenes en paro (14,3%), mientras quienes trabajan mencionan más la alegría (39,1%) y la confianza (27,4%), y menos el agobio/estrés (9,8%).

## Gestión de las redes sociales

- **La mayoría tiene sus perfiles personales en redes sociales públicos** en alguna medida: un 18,6% totalmente y un 36,4% parcialmente.
- Seis de cada cuatro hombres tienen los perfiles públicos en alguna medida (el 21,2% de los cuales, totalmente), proporción que desciende al 50% entre las mujeres (16,2% totalmente públicos).
- Hay más perfiles de redes sociales privados entre los y las jóvenes de menor edad, si bien no llega a la mitad de la población de 15-19 años que los tengan totalmente privados (47,1%). Por ser la población menor de edad y más vulnerable, resulta relevante que, en el tramo 15-19 años, el 14,9% tenga los perfiles totalmente públicos y el 33,6% parcialmente. A partir de los 20 años la mayoría de jóvenes tiene los perfiles públicos en alguna medida, proporción que va creciendo a medida que aumenta la edad.
- **Cerca de la mitad de la población joven retoca con alguna frecuencia las fotos que sube a redes sociales:** 24,3% a veces y el 20,2% con bastante o mucha frecuencia. Esto es algo que se hace más a medida que aumenta la edad. También se hace más entre quienes tienen los perfiles públicos, lo que da idea de la importancia que tiene el saber que hay más gente observando para gestionar la imagen de una manera u otra.
- El contenido más compartido en redes sociales son fotos propias (58%), seguido que cosas que gustan, como música, libros, películas, etc. (44,8%).
- Un 9% no comparte contenido y usa las redes como observadores/as o para hablar por privado (porcentaje que asciende al 14,6% entre los 15 y los 19 años).
- Las **mujeres comparten bastante más todos los contenidos**, que también se comparten más a medida que aumenta la edad y el nivel de estudios.

La mayoría de los y las jóvenes tiene perfiles públicos en internet y retoca sus fotos para subirlas a redes sociales

- La gran mayoría de jóvenes reconoce que vive con cierto descontrol y dependencia el uso de redes sociales: el 70,8% está de acuerdo, en algún grado, con que **no es consciente del tiempo que pasa en redes sociales** (cuatro de cada diez están bastante o muy de acuerdo con esa idea); y el 64,3% con que quiere ver las redes sociales en todo momento (más proporción entre las mujeres que entre los hombres).
- Prácticamente el 30% de los y las jóvenes está bastante o muy de acuerdo con la importancia que se concede a la manera en que son observados/as en redes sociales, de dos modos: porque **obtener reacciones positivas en redes sociales es importante para su autoestima** y porque **preocupa obtener reacciones negativas por su aspecto físico** en redes sociales. Si al máximo acuerdo se añade la proporción de personas que lo asumen en algún grado, se puede decir que la mayoría de los jóvenes están de acuerdo con tales ideas, aunque en mayor grado con la incidencia de las reacciones positivas (64%) que con las negativas (56,2%). Es decir, que se concede más importancia al refuerzo positivo que a la crítica o censura. En relación a estas ideas, hay más acuerdo entre las mujeres que entre los hombres.
- Quienes conceden mayor importancia, tanto a los refuerzos positivos como negativos, retocan en mayor medida las fotos que suben a redes sociales.
- **Algo más de la mitad (54,4%) reconoce**, en algún grado, **aceptar solicitudes de amistad de gente que no conoce**. Quienes tienen sus perfiles totalmente públicos reconocen más que el resto aceptar solicitudes de gente que no conoce, lo que propicia situaciones de mayor exposición pública.

Más de la mitad de las personas jóvenes reconoce aceptar solicitudes de amistad de gente que no conoce

## DESINFORMACIÓN

- Prácticamente la mitad (48,9%) de los y las jóvenes cree que, con bastante o mucha frecuencia, ve **contenidos falsos o dudosos** en internet. Se perciben menos entre quienes tienen estudios hasta Secundaria obligatoria (42,8%). Pero hay menos gente que contrasta habitualmente los contenidos que considera dudosos (42,3%) que gente que cree que los contenidos son dudosos. Dos de cada diez personas nunca o casi nunca contrasta los contenidos que considera dudosos o falsos.
- Quienes más contrastan esos contenidos dudosos son las personas de mayor edad (46,9% entre 25 y 29 años) y quienes tienen estudios superiores (50%). En

el lado contrario, se comprueba de nuevo que **las personas más jóvenes y vulnerables adoptan las posturas de mayor exposición y riesgo**: una de cada cuatro personas de entre 15-19 años, y también una de cada cuatro de quienes tienen estudios hasta Secundaria obligatoria, no contrasta nunca o casi nunca los contenidos dudosos; quienes sufren carencias materiales severas también contrastan la información dudosa bastante menos que el resto.

- Los dos principales **motivos que se alegan para no contrastar la información dudosa o poco fiable son la confianza en la propia capacidad** para identificar qué contenidos son fiables y cuáles no (27,2%) y **la pereza** (25,6%), bastante por encima del reconocimiento de la incapacidad para hacerlo (14,4%). Las mujeres muestran en mayor medida su incapacidad para hacerlo que los hombres, mientras ellos muestran más confianza en sus capacidades. También se muestra más confianza a partir de los 20 años y entre quienes tienen estudios superiores, mientras los y las más jóvenes, y con menores estudios, no confían tanto en ello.

Prácticamente la mitad de la juventud ve contenidos falsos o dudosos en internet. Y no los contrasta por la confianza en su propia capacidad para identificarlos o por pereza

- En la práctica, **el 45,2% de las personas ha compartido o reenviado alguna noticia que luego ha sabido que era falsa**.
- La experiencia marca la percepción sobre los contenidos confiables, pero no tanto los comportamientos: mientras el 58,4% de quienes han compartido alguna vez una noticia falsa (sin saberlo), consideran que con bastante o mucha frecuencia los contenidos son poco confiables (por un 43,5% entre quienes no), no llega a la mitad de esa misma gente (49,6%) la proporción de quienes comprueban la veracidad de las noticias con bastante o mucha frecuencia (y el 14,7% no lo hace casi nunca o nunca).

## RIESGOS Y PROBLEMAS

### *Posibles efectos negativos del uso de internet*

- No se consideran demasiado los posibles efectos negativos, o más bien no se cree que sean demasiado peligrosos. El mayor acuerdo lo despierta la idea de que **"internet ha hecho que las relaciones sociales sean más superficiales"** (6,74), algo menos que "hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar" (6,41) y que "con el uso de internet te aíslas más" (6,34). Esta última opción crece en relación a 2018 (5,56 entonces).

- **Las mujeres y las personas jóvenes de mayor edad tienen una percepción bastante más alta de los posibles efectos negativos**, sobre todo en lo que tiene que ver con la influencia de internet y las redes sociales en las relaciones personales (ya sea complicándolas o haciéndolas más superficiales). Es destacable cómo el tramo de 15-19 años presenta una posición muy diferencial sobre los posibles efectos negativos de internet (los perciben en menor medida), en relación al bloque 20-29 años.
- Igualmente, quienes tienen hijos/as muestran mayor preocupación por esa posible influencia negativa sobre las relaciones personales, así como los y las jóvenes con estudios superiores.
- Además, quienes se autoposicionan en clase social baja muestran mayor acuerdo respecto a la realidad de todos estos riesgos, con la única excepción de la sensación de tener que estar siempre disponible, que es el único efecto negativo que valoran más entre jóvenes de clase alta.
- En general, cuando se consideran los posibles peligros de internet, se consideran menos los que dependen de la actitud propia y los que les interpelan personalmente, y más los que hablan de un clima general en relación con las TIC. **Tampoco despierta gran preocupación la imposibilidad de proteger la privacidad**, que ni se considera en exceso, ni parece condicionar la política propia en relación a que los perfiles sean públicos o privados, por ejemplo.

### Percepciones sobre posibles riesgos

- Resulta preocupante que consideren que, **con bastante o mucha frecuencia, se producen casos de circulación de mensajes de odio** (racistas, homófobos, antifeministas, etc.) (52,8%), acoso entre compañeros/as a través de redes sociales y otros espacios *online* (47,2%), envío de imágenes privadas y comprometidas sin consentimiento de la/s persona/s implicada/s (45,7%) y acoso de personas adultas a menores (42,9%). Pero a estos porcentajes hay que sumar en torno a la cuarta parte de la muestra que cree que estos mismos problemas se producen "a veces": acoso de personas adultas a menores (25,6%), acoso entre compañeros/as (24,3%), envío de imágenes privadas y comprometidas sin consentimiento (22,7%) y circulación de mensajes de odio (21,1%). Es decir, que **la gran mayoría cree que circunstancias que implican evidentes e importantes riesgos para las personas jóvenes** (como para muchas adultas), **se producen con frecuencia ante sus ojos**.
- Las mujeres tienen mucha mayor percepción de todos estos riesgos: más de la mitad de las mujeres jóvenes considera que estas circunstancias se producen

con bastante o mucha frecuencia, llegando al 57% en el caso de la circulación de mensajes de odio. También existe una mayor percepción sobre la frecuencia con la que se producen este tipo de problemas entre jóvenes con mayor nivel de estudios, y de clase social baja.

- Más allá de lo que consideran que tiene lugar, los riesgos que más les preocupan son ser objeto de estafas, timos o fraudes (37,7%) y que se difundan fotos o vídeos comprometidos suyos sin su permiso (37,4%).
- A las mujeres les preocupa más las cuestiones que tienen que ver con el acoso *online* en sentido amplio: que se difundan fotos o vídeos comprometidos (42,8%), sufrir acoso sexual *online* (34,2%) y sufrir mensajes de odio (30,9%). Por su parte, a los hombres les preocupan más las posibles consecuencias negativas de sus hábitos de juego (engancharse).
- Las personas **más jóvenes son las que menos se preocupan por todas las posibles situaciones de riesgos.**
- Personas con más edad y más estudios están más preocupadas por cuestiones que seguramente tienen que ver con hábitos tecnológicos diferenciales respecto a otras personas jóvenes: ser objeto de estafas, suplantación de identidad, ser controladas o seguidas por otras personas.
- A pesar de todo, algo más de la mitad (52,5%) está de acuerdo, en algún grado, con que **se exageran los riesgos que pueden suponer las redes sociales** (una de cada cuatro personas está bastante o muy de acuerdo con tal idea). Esta postura es más habitual entre los hombres (58,6%, frente al 47,4% de mujeres (47,4%), y los y las jóvenes de menor edad (59,1% entre los 15 y -19 años).

Se observan claras diferencias en función del género y la edad: las mujeres tienen mayor percepción de los riesgos y están más preocupadas por cuestiones como el acoso online. Los más jóvenes se preocupan menos por los riesgos de internet

### *Frecuencia de situaciones que implican riesgos*

- Al menos un **cuarto de la población joven ha sufrido en alguna ocasión en el último año alguna circunstancia problemática en internet y redes sociales.**
- En torno al 40% ha sufrido con alguna frecuencia: haber evitado subir contenidos a internet por miedo al acoso o insulto, haber bloqueado perfiles por insultos o acoso, haber recibido contenido de carácter sexual sin consentimiento; y ronda el 30% para casos como haber sido objeto de fraude

*online*, haber sufrido insultos o acoso de personas conocidas, haber sufrido insulto o acoso de personas desconocidas, haber sido objeto de mensajes de odio, que su pareja haya controlado su actividad *online* o haber enviado contenido propio de carácter sexual.

- Las circunstancias negativas sufridas con mayor frecuencia (con bastante o mucha frecuencia) son: bloquear perfiles en sus redes sociales porque les insultaban o acosaban (19,6%), recibir mensajes o vídeos de carácter sexual sin consentimiento (18,3%), haber evitado subir contenidos por miedo al acoso o insulto (16,5%), haber sido objeto de mensajes de odio (14,8%) y haber recibido insultos o acoso de personas desconocidas (14,4%).
- Los **hombres** sufren más suplantaciones de identidad *online* (28,1%), estafas o timos (32,4%); también son algo más controlados por su pareja (31,4%) y han sido objeto de chantaje con difundir contenido suyo de carácter sexual (22,5%); aunque reconocen en mayor medida enviar contenido propio de carácter sexual (31,6%). Los problemas de las **mujeres** están más específicamente centrados en el acoso de carácter sexual, y con claras diferencias respecto a los hombres: cosas como recibir contenido de carácter sexual sin consentimiento (46,2%), o directamente sufrir acoso sexual (24,8%); como derivada de ello, también se puede entender que mencionen en mayor medida el hecho de evitar subir contenidos por miedo al insulto o el acoso (40,3%). En este sentido, es evidente que las preocupaciones de las mujeres antes mencionadas en relación con posibles riesgos del uso de internet, están relacionadas con sus propias experiencias de uso, pues coinciden unas y otras.

Mensajes de odio, recomendaciones para estar extremadamente delgado/a, formas de autolesionarse o suicidarse, acoso, insultos, publicaciones sin consentimiento... son algunos de los peligros de internet mencionados por los y las jóvenes

- Las **personas más jóvenes** (15-19 años) **han sufrido en mayor medida que el resto el que hayan publicado**

**información o contenido personal sin su consentimiento** (28,4%), también algo más que la pareja controle su actividad *online* (31,3%) y haber sido chantajeados/as para que envíen contenido propio de carácter sexual (23,6%).

- **Casi la mitad de los adolescentes y jóvenes han visto en el último año lugares en internet en los que había mensajes de odio** hacia individuos o colectivos (48,9%) y sitios web en los que se daban recomendaciones para estar extremadamente delgado/a (45,2%). Algo menos, pero con porcentajes reseñables por la gravedad de los temas, han visto sitios *online* en los que se

muestran maneras de hacer daño a otras personas (31,9%) o maneras de autolesionarse o suicidarse (22,1%). En los cuatro casos, los porcentajes crecen desde 2018, especialmente los sitios que dan recomendaciones para estar extremadamente delgado/a y los lugares en los que hay mensajes de odio.

- Más de la mitad de las **mujeres** han sido testigo de lugares *online* en los que se daban **recomendaciones para estar extremadamente delgado/a** (53,2%) y en los que se emiten mensajes de odio (54,4%), en proporciones muy superiores a los hombres.
- El 48,2% de las personas de 20-24 años ha visto sitios en los que se dan recomendaciones para estar extremadamente delgado/a y prácticamente la cuarta parte de los y las jóvenes de 15-19 años (24,3%) ha sido testigo de lugares *online* en los que se habla de autolesionarse o suicidarse.
- Quienes compaginan trabajo y estudios asisten en bastante mayor medida que el resto a los **contenidos peligrosos**, lo que puede dar pistas sobre cómo el que se multipliquen los espacios y contextos de uso de las TIC (trabajo y ocio) puede diversificar el tipo de riesgos a lo que se exponen.
- Además, resulta muy destacable que **los y las jóvenes con más estudios** asisten más (al menos, lo reconocen más) a este tipo de contenidos, al mismo tiempo que quienes tienen menos estudios destacan por presentar los porcentajes más altos de personas que no responden a estas preguntas. La combinación de ambas circunstancias conduce sin duda a preguntarse si ello puede tener que ver con el hecho de que la persona sepa o no identificar cuándo se asiste a contenidos de este tipo. Es decir, situaciones por las que algunas personas asisten a mensajes de odio, a mensajes que pretenden herir a otras personas, o a recomendaciones perjudiciales para la salud, sin llegar a ser conscientes de la gravedad de tales cosas o, al menos, sin darle la importancia debida.
- **La cuarta parte de la población joven afirma haber tratado mal a alguien en internet en el último año** (bromas, insultos, excluir de actividades, amenazas...). Esto es algo que hacen **más los hombres que las mujeres** (31,2% por 19,2%) y la gente más joven respecto a la de más edad (30,1% entre los 15-19 años).
- Las personas que han sufrido insultos o acoso *online* son quienes más reproducen ese tipo de comportamientos: el 56,5% de quienes han sufrido con frecuencia acoso de personas desconocidas, y el 49,3% de quienes lo han sufrido por parte de personas conocidas, reconocen haber tratado mal a alguien en

Las personas que han sufrido insultos o acoso online, son las que más reproducen ese tipo de comportamientos

internet en el último año (lo que supone 40 y 33 puntos más, respectivamente, que quienes no han sufrido ese tipo de acosos). La reproducción de comportamientos es algo superior cuando se sufre los mismos de personas conocidas, que cuando es de desconocidas.

## Saturación y dependencia

- Las dos **actividades que más se descuidan por estar en internet y redes sociales** son **dormir** (42,5%) y **estudiar** (40,5%), seguidas de practicar deporte (30,1%), leer (29,5%) y estar con amigos/as (22,6%). Precisamente dormir y estudiar son dos actividades que dejan de hacer bastante más las mujeres que los hombres; también quienes tienen estudios hasta Secundaria post-obligatoria y quienes están en clases media y baja.
- La **mayoría ha sentido alguna vez en el último año saturación o hartazgo** por el uso de internet o redes sociales hasta el punto de necesitar "desconectarse": un 30,1% con bastante o mucha frecuencia y un 35,4% a veces. Un tercio de la muestra no ha sentido tal cosa casi nunca o nunca. La saturación es menor entre los y las jóvenes de 15 a 19 años (el 37,9% no la ha sentido casi nunca o nunca).
- Casi la mitad (48%) tiene la **sensación habitual de que pasa demasiado tiempo en internet**, también en redes sociales (48,6%), y el 53,2% que usa demasiado el smartphone. En ningún caso llega al 20% la proporción de jóvenes que no tuvieron estas sensaciones casi nunca o nunca.
- Entre quienes juegan habitualmente a videojuegos, en torno a la cuarta parte (26,5%) tiene la sensación frecuente de que lo hace demasiado (y el 30,1% a veces); y entre quien juega a juegos y apuestas *online*, el 22% cree con bastante o mucha frecuencia que lo hace en demasía (por un 24,5% que tiene esa sensación a veces). Sólo el 41,9% de quienes juegan a videojuegos, y alrededor de la mitad (51,5%) de personas que juegan a juegos de azar y apuestas, no han tenido alguna vez la sensación de que lo hacen en exceso.
- Las **mujeres reconocen más que los hombres pasar excesivo tiempo en internet, en redes sociales y con el smartphone**, mientras los hombres lo apuntan respecto a los videojuegos y los juegos de azar y apuestas.

Casi la mitad de los y las jóvenes tiene la sensación de que pasa demasiado tiempo en internet, descuida actividades como dormir y estudiar. Las mujeres lo reconocen más que los hombres



- Casi la mitad de la muestra (47,4%) está bastante o muy de acuerdo con que **se siente obligado a llevar el móvil siempre encima**. El acuerdo desciende al 40,8% cuando se trata de sentir la necesidad de comprobar constantemente el móvil para ver si hay notificaciones y al 32,9% cuando se pregunta si usa el teléfono en lugares o situaciones donde no es apropiado. En los dos primeros casos las mujeres lo reconocen en mayor medida que los hombres. También es más alta esa percepción entre quienes consideran que usan demasiado el móvil, lo cual parece lógico.
- **Estar constantemente pendiente del móvil** es algo que tiende a ocurrir más entre personas con hijos/as y que compaginan trabajo y estudios, sin duda en base a las responsabilidades diferenciales que otorgan tales circunstancias.

Siempre que se estudia la relación de adolescentes y jóvenes con las tecnologías no está de más recordar una obviedad que conviene tener presente: es una realidad llena de luces, que proyectan algunas sombras, que son las que preocupan. Siendo imprescindible poner atención en ese lado oscuro (al que se alude desde el título del estudio), no se puede perder la perspectiva y demonizar el conjunto de la relación de los y las jóvenes con las TIC, o de cualquier cosa que huela a riesgo asociado a un entorno tecnológico (un ejemplo claro sería el de los videojuegos, por lo general sometidos a una mirada social bastante crítica). Entre otras cosas, porque los propios estudios dejan claro que las percepciones y sensaciones predominantes entre las y los jóvenes en relación a las tecnologías son eminentemente y mayoritariamente muy positivas (en este mismo estudio hay datos al respecto). Más aún, su propia percepción de la existencia de riesgos, o más bien de la importancia que conceden a que existan esos riesgos, parece estar lejos de la alarma con la que se observa su relación con esos riesgos desde fuera. No partir de ahí sería un error a la hora de adoptar cualquier estrategia preventiva que pretenda alcanzar algún tipo de resultado entre la población joven. Pero sí: hay riesgos, no se pueden pasar por alto, y es necesario no despistar la actitud vigilante ni perder la pista de sus características y condicionantes.

Evidentemente, tras el acercamiento, siquiera transversal, a un despliegue de datos como el de esta investigación, lo primero que puede alarmar son las cifras y porcentajes referidos a las situaciones experimentadas en primera persona por un sector de la población con menos herramientas para combatirlas. Si ya las cifras de acoso (en muy diversas formas) y mensajes de odio resultarían inadmisibles para el conjunto de la población, cuando se habla de población adolescente y joven parece justificado redoblar la atención. Sobre todo, cuando se observa al mismo tiempo que hay porcentajes importantes de población juvenil (incluso menor de edad), que no atienden en exceso al cuidado de la privacidad de su exposición pública en redes sociales.

De igual forma, no parece descabellado que se encienda alguna alarma cuando se comprueban las cifras referidas a los usos y la frecuencia con que se acude a los juegos de azar y apuestas con dinero, pues se refieren a un sector de población

juvenil minoritario, pero nada desdeñable, expuesto a evidentes riesgos de adicción. O que interese acercarse a las cifras sobre el uso de pornografía, también reseñables, por lo que supone como elemento de "educación" sexual. Tampoco permite distraer la atención de ese lado oscuro la propia autopercepción de adolescentes y jóvenes en relación a que pasan demasiado tiempo "colgados" del teléfono, de las redes sociales o de determinados usos tecnológicos (aquí sí, parte importante de las personas que juegan a videojuegos admiten que quizás pasan demasiadas horas en ello).

Una vez que se pone el foco de atención sobre las sombras, encarar la asimilación global de una investigación con tantos datos y tan distintos como la presente, puede ser tarea compleja. Por ello, parece adecuado pensar que las estrategias preventivas harían bien en fijar la mirada sobre elementos específicos de una panorámica tan diversa y con tantas aristas. También por aquello de que quien mucho abarca poco aprieta. Porque las estrategias requieren de una visión global, sin ninguna duda; pero las intervenciones han de atender a los hábitos concretos, las percepciones y expectativas asociadas a esos hábitos concretos, los riesgos concretos (que serán de naturalezas muy diversas) y las especificidades que determinan las diversas circunstancias y variables que se ponen en juego. Más aún, probablemente, en relación a un asunto que presenta tantas dualidades y contradicciones como es el de la relación de adolescentes y jóvenes (de las personas en general, de hecho) con las tecnologías.

En relación a las variables que es necesario atender para estar en mejor disposición de abordar las estrategias preventivas, y a la luz de muchos de los datos desgranados a lo largo del informe, parece esencial hacer hincapié en la influencia clave de algunas de ellas.

La edad sitúa al grupo de 15 a 19 años en un lugar claramente diferencial respecto al resto, en lo que se refiere a cuestiones tan esenciales como la percepción de los riesgos y la preocupación por los mismos. Desde tales percepciones, la lectura de los porcentajes en relación a algunos hábitos, algunas maneras de encarar la protección de su privacidad y, por supuesto, las propias experiencias negativas en el contexto *online*, nos sitúa en un escenario distinto (aunque esos porcentajes puedan ser menores o iguales a los de personas de más edad). Porque estamos ante personas por lo general más vulnerables y expuestas, que seguramente requieran de una atención específica. Esto no es nuevo, pero no está de más recordarlo, aplicado en este caso a las especificidades del contexto tecnológico.

El género también propicia diferencias significativas que es necesario atender. En primer lugar, en relación a la percepción de los riesgos (mujeres más críticas y

vigilantes, hombres aparentemente más despreocupados y confiados), pero también a la propia autopercepción en el contexto tecnológico (ellas con más dudas sobre sus capacidades y mostrando más espacios de vulnerabilidad, y ellos más seguros). Dos maneras de encarar la relación con las TIC que ponen aún más el foco de atención y reflexión sobre el hecho de que las mujeres perciban algo menos la atención y el apoyo de su entorno ante los posibles problemas derivados de los usos tecnológicos (es decir, que se sienten menos seguras y más expuestas, pero parecen recibir menos atención, o eso perciben).

En segundo lugar, en base a la realidad de algunos usos diferenciados y los riesgos distintos que esos usos suponen, como diferenciadas son las situaciones problemáticas que viven en primera persona. Así, suele ocurrir que los problemas que ellas sufren tienen más que ver con la actitud de terceras personas ante su actividad y exposición pública (acoso en sentido amplio), y los de ellos están más relacionados con las consecuencias de sus usos más o menos descontrolados (jugando a videojuegos, apostando, etc.). Ante los datos sobre unos riesgos que han dejado de serlo para pasar a ser problemas reales, no extraña tampoco que los temores y las expectativas de las mujeres presenten matices diversos, sin duda basados en sus diferentes experiencias de uso.

Finalmente, resulta imprescindible hacer referencia al peso que tienen las condiciones socioeconómicas y educativas a la hora de afrontar la relación con las TIC y los posibles riesgos asociados. A lo largo del informe se observan datos que dejan bien claro las importantes diferencias que existen entre las personas que sufren carencias materiales severas y quienes no, por un lado, y las personas que pertenecen a clases sociales más acomodadas y el resto, por otro lado. Diferencias evidentes en relación a las posibilidades de acceso a las propias tecnologías y aplicaciones tecnológicas, a los hábitos, a las habilidades y capacitaciones, a la existencia o no de una red de apoyo y atención; y también en lo que respecta a las sensaciones y percepciones asociadas al propio desenvolvimiento con las tecnologías.

De forma paralela, se observan diferencias igualmente claras a partir de los distintos niveles educativos y formativos, que en muchos casos tendrán una obvia relación con esas circunstancias socioeconómicas; pero que una sociedad que aspire a garantizar la igualdad de oportunidades de sus jóvenes deberá trabajar por diferenciar lo máximo posible. Hay cosas bastante evidentes, como que la formación retroalimenta la formación, y que la falta de ella agranda la brecha y hace más identificables los nichos de marginación (porque las brechas tecnológicas procuran espacios de marginación social). Y otras sobre las que conviene hacer hincapié cuando se habla de riesgos y circunstancias peligrosas

asociadas a los usos tecnológicos; y es que esa misma falta de educación y formación puede propiciar que quienes estén al otro lado de la brecha, no sean capaces de identificar y reconocer los propios riesgos que les rodean, haciendo de ellas y ellos personas más vulnerables aún.

## BIBLIOGRAFÍA

---

Ballesteros, J.C.; Calderón, D.; Kuric, S.; Megías, I. y Sanmartín, A. (2020). *Barómetro Jóvenes y Expectativa Tecnológica 2020*. Madrid: CRS/FAD.

Ballesteros, J.C. y Megías, I. (2015). *Jóvenes en la red: un selfie*. Madrid: CRS/FAD.

Ballesteros, J.C. y Picazo, L. (2018). *Las TIC y su influencia en la socialización de adolescentes*. Madrid: CRS/FAD.

Calderón, D.; Kuric, S.; Sanmartín, A. y Megías, I. (2021). *Barómetro Jóvenes y Tecnología 2021: Trabajo, estudios y prácticas en la incertidumbre pandémica*. Madrid: CRS/FAD.

Gómez-Miguel, A. y Calderón-Gómez, D. (2022). *El ocio digital de la población adolescente*. Madrid: CRS/FAD.

Lasén, A. y Megías, I. (2021). *Tecnologías, incertidumbres y oportunidades en la integración online/offline. Una aproximación cualitativa a los y las jóvenes durante la pandemia*. Madrid: CRS/FAD.

Megías, I. (coord.); Amezaga, A.; García, M.C.; Kuric, S.; Morado, R. y Orgaz, C. (2020). *Romper cadenas de odio, tejer redes de apoyo: los y las jóvenes ante los discursos de odio en la red*. Madrid: CRS/FAD.

Megías, I. y Rodríguez, E. (2018). *Jóvenes en el mundo virtual: usos, prácticas y riesgos*. Madrid: CRS/FAD.

Rodríguez, E. y Ballesteros, J.C. (2019). *Jóvenes, ocio y TIC. Una mirada a la estructura vital de la juventud desde los referentes del tiempo libre y las tecnologías*. Madrid: CRS/FAD.

Sanmartín, A.; Ballesteros, J.C.; Calderón, D. y Kuric, S. (2020). *De puertas adentro y de pantallas afuera. Jóvenes en confinamiento*. Madrid: CRS/FAD.

Sanmartín, A. y Megías, I. (2020). *Jóvenes, futuro y expectativa tecnológica*. Madrid: CRS/FAD.





# ANEXO 1

## METODOLOGÍA Y MUESTRA

---

Se realizaron 1.510 entrevistas *online* a una muestra de edades comprendidas entre 15 y 29 años, mediante un cuestionario cerrado aplicado a una población inscrita en el panel de una empresa especializada en esta metodología, teniendo en cuenta la distribución proporcional ajustada a su representación en la población de cuotas de género (hombre, mujer y otro), edad (entre 15 y 29 años) y nivel de estudios, (agrupado en tres tramos: hasta Secundaria obligatoria, Secundaria post-obligatoria y enseñanzas superiores).

Para los datos globales, y suponiendo MAS (Muestreo Aleatorio Simple) y  $p=q=0.50$ , el error es de  $\pm 2,5\%$ .

Algunas variables sociodemográficas fueron recodificadas para el mejor tratamiento de la información lo que viene siendo una práctica habitual en los distintos barómetros:

- Edad: agrupación en tres tramos: 15-19; 20-24 y 25-29 años.
- Clase social: se agruparon en clase alta + media alta, clase media y clase media baja + baja.
- Estudios: se recodifica en hasta Secundaria obligatoria (Primarios, menos que Primarios y Secundaria obligatoria), Secundaria post-obligatoria (Bachillerato y FP Grado Medio) y Superiores (FP Superior + Superiores universitarios + Posgrado/Máster/Doctorados).
- Actividad: se agrupa en sólo trabaja, sólo estudia, trabaja y estudia, en paro (estén o no buscando trabajo) y otras situaciones de actividad.
- Carencia material: se ha incorporado desde hace poco tiempo como variable de segmentación y está agrupada en tres categorías; ninguna carencia (entre 0 y 1 mención en las distintas categorías de carencia), carencia leve (entre 2 y 4 menciones) y carencia severa (5 o más menciones). Esta variable de carencia y sus categorías han seguido las empleadas en las distintas oleadas del estudio del INE *Encuesta de condiciones de vida*.

Es necesario remarcar que la categoría "otro" en género no puede ser incluida en el análisis por contar sólo con seis casos.

### *Agrupaciones en preguntas*

**Preguntas 16-31. En primer lugar, se incluyen algunas actividades relacionadas con el ocio y el entretenimiento. ¿Podrías decirnos con qué frecuencia realizas cada una de ellas?**

Escala original: 1. Varias veces al día / 2. Todos o casi todos los días / 3. Al menos una vez a la semana / 4. Al menos una vez cada 15 días / 5. Con menos frecuencia / 6. Nunca / 99. Ns/Nc.

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

1 = Varias veces al día

2 = Todos o casi todos los días

3 = Al menos una vez a la semana + al menos una vez cada 15 días

4 = Con menos frecuencia + nunca

9 = Ns/Nc

**Preguntas 32-36. ¿Cómo describirías tu nivel de habilidades o destrezas en cada uno de los siguientes aspectos sobre manejo de tecnologías digitales?**

Escala original: 1. Muy alto / 2. Alto / 3. Intermedio / 4. Bajo / 5. Muy bajo / 99. Ns/Nc.

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

1 = Muy alto + alto

2 = Intermedio

3 = Bajo + muy bajo

9 = Ns/Nc

**Preguntas 48-53. ¿Podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes cuestiones sobre las redes sociales?**

Escala original: Usar una escala de 1 a 5, donde 1 es nada de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. 1. Muy en desacuerdo / 2. En desacuerdo / 3. Algo de acuerdo / 4. Bastante de acuerdo / 5. Muy de acuerdo / 99. Ns/Nc

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

1 = 1-2 En desacuerdo + muy en desacuerdo

2 = 3 Algo de acuerdo

3 = 4-5 Bastante o muy de acuerdo

9 = Ns/Nc

**Preguntas 58-63. A continuación, se muestra una lista de posibles efectos del uso de internet. ¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes cuestiones?**

Escala original: de 0 a 10, en la que 0 significa "nada de acuerdo" y 10 significa "totalmente de acuerdo" (99. Ns/Nc)

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

- 1 = 0-3 Totalmente o bastante en desacuerdo
- 2 = 4-6 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 3 = 7-10. Muy o totalmente de acuerdo

**Preguntas 64-67. Según tu experiencia, señala con qué frecuencia crees que se dan estas situaciones que se asocian a riesgos de internet.**

Escala original: 1. Mucha frecuencia / 2. Bastante frecuencia / 3. A veces / 4. Casi nunca / 5. Nunca / 99. Ns/Nc.

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

- 1 = Mucha frecuencia + Bastante frecuencia
- 2 = A veces
- 3 = Casi nunca + Nunca
- 9 = Ns/Nc

**Preguntas 69-82. Y en el último año, ¿te ha pasado alguna de las siguientes situaciones en internet, redes sociales o tus dispositivos tecnológicos?**

Escala original: 1. Mucha frecuencia / 2. Bastante frecuencia / 3. A veces / 4. Casi nunca / 5. Nunca / 99. Ns/Nc.

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

- 1 = Mucha frecuencia + Bastante frecuencia
- 2 = A veces
- 3 = Casi nunca + Nunca
- 9 = Ns/Nc

**Preguntas 90-94. En el último año, ¿has sentido que haces alguna de las siguientes actividades demasiado tiempo?**

Escala original: 1. Con mucha frecuencia / 2. Con bastante frecuencia / 3. A veces / 4. Casi nunca / 5. Nunca / 99. Ns/Nc.

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

- 1 = Mucha frecuencia + Bastante frecuencia
- 2 = A veces
- 3 = Casi nunca + Nunca
- 9 = Ns/Nc

## Preguntas 95-97. En el último año, ¿con qué frecuencia te han ocurrido las siguientes cosas?

Escala original: 1. Muy en desacuerdo / 2. En desacuerdo / 3. Algo de acuerdo / 4. Bastante de acuerdo / 5. Muy de acuerdo / 99. Ns/Nc.

Escala adoptada para los cruces y el análisis:

- 1 = En desacuerdo + muy en desacuerdo
- 2 = Algo de acuerdo
- 3 = Bastante de acuerdo + Muy de acuerdo
- 9 = Ns/Nc

El trabajo de campo se realizó en el mes de febrero de 2023. La descripción detallada de la muestra es la siguiente.

## COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA

### GÉNERO

	N	%
Hombre	714	47,3
Mujer	790	52,3
Otro	6	0,4
Total	1510	100,0

### EDAD

	N	%
15-19 años	441	29,2
20-24 años	521	34,5
25-29 años	548	36,3
Total	1510	100,0

## ESTUDIOS

	N	%
Hasta Secundaria obligatoria	544	36,0
Hasta Secundaria post-obligatoria	532	35,2
Superiores universitarios	434	28,7
Total	1510	100,0

## ACTIVIDAD

	N	%
Sólo trabaja	419	27,7
Sólo estudia	319	21,1
Trabaja y estudia	426	28,2
En paro, buscando o no trabajo	346	22,9
Total	1510	100,0

## CONVIVENCIA

	N	%
Vivo solo/a	127	8,4
Vivo con mi padre y/o madre	736	48,7
Vivo con mi pareja (sin hijo/a/s)	272	18,0
Vivo con mi pareja e hijo/a/s	174	11,5
Otra forma de convivencia (otro/s familiar/es, amigo/a/s, otra/s persona/s, etc.)	201	13,3
Total	1510	100,0

### CLASE SOCIAL

	N	%
Alta y media-alta	277	18,3
Media	669	44,3
Media-baja y baja	537	35,6
Ns/Nc	27	1,8
Total	1510	100,0

### CARENCIA MATERIAL

	N	%
Ninguna carencia	793	52,5
Carencia leve	507	33,6
Carencia severa	210	13,9
Total	1510	100,0

### TAMAÑO HÁBITAT

	N	%
Menos de 10.000 habitantes	297	19,7
De 10.000 a 99.999 habitantes	508	33,6
De 100.000 a 499.999 habitantes	336	22,3
De 500.000 a 1 millón de habitantes	125	8,3
Más de 1 millón de habitantes	166	11,0
Ns/Nc	78	5,2
Total	1510	100,0

# ANEXO 2

## CUESTIONARIO

---

### VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

#### 1. Tu edad es... (anotar edad exacta en años):

Años .....

#### 2. Eres...

- 1. Hombre .....
- 2. Mujer .....
- 3. Otro .....

#### 3. 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?

- 1. Primarios o menos que primarios .....
- 2. Secundarios obligatorios 1ª etapa (1º, 2º y 3º ESO) .....
- 3. Secundarios obligatorios 2ª etapa (4º ESO, PCPI, FP básica) .....
- 4. Secundarios post-obligatorios (Bachillerato) .....
- 5. FP grado medio .....
- 6. FP grado superior .....
- 7. Universitarios .....
- 8. Postgrado, Máster, Doctorado .....
- 9. Otro título oficial .....

#### 4. ¿Cuál es tu actividad actual?

DEFINICIÓN DE TRABAJO. Actividad realizada por cuenta propia o ajena, con o sin contrato, permanente, esporádica u ocasional, realizada a cambio de un sueldo, salario u otra forma de retribución conexas, en metálico o en especie. Las actividades realizadas

por BECARIOS (personal en formación en empresas o instituciones) y por PERSONAL INVESTIGADOR EN FORMACIÓN tienen la consideración de trabajo. No se considera trabajo actividades no remuneradas (por ejemplo: voluntariado, ayuda en casa, colaboración en empresa familiar no remunerada, etc.).

- 1. Sólo trabajo .....
- 2. Principalmente trabajo y además estudio .....
- 3. Principalmente estudio y hago algún trabajo .....
- 4. Sólo estudio .....
- 5. Estudio y además estoy buscando trabajo .....
- 6. Estoy en paro buscando trabajo exclusivamente .....
- 7. Estoy en paro sin buscar trabajo en este momento (ni estudiar) ....

**5. Aproximadamente, ¿cuál es el tamaño del pueblo/ciudad donde vives?**

- 1. Menos de 10.000 habitantes .....
- 2. De 10.000 a 99.999 habitantes .....
- 3. De 100.000 a 499.999 habitantes .....
- 4. De 500.000 a 1 millón de habitantes .....
- 5. Más de 1 millón de habitantes .....
- 99. Ns/Nc .....

**6. ¿Con quién convives en la actualidad?**

- 1. Vivo solo/a .....
- 2. Vivo con mi padre y/o madre .....
- 3. Vivo con mi pareja (sin hijo/a/s) .....
- 4. Vivo con mi pareja e hijo/a/s .....
- 5. Otra forma de convivencia (otro/s familiar/es, amigo/a/s, otra/s persona/s, etc.) .....

**7. Muchas personas se definen por su clase social, es decir, por su profesión, sus ingresos económicos, por los estudios que tienen, etc. En tu caso, y si piensas**



en tu profesión y estudios o en los de tus padres (si estás dependiendo de ellos),  
¿en qué clase social te incluirías?

- 1. Alta .....
- 2. Media-alta .....
- 3. Media .....
- 4. Media-baja .....
- 5. Baja .....
- 99. Ns/Nc .....

**Preguntas 8-15. Teniendo en cuenta los ingresos de tu unidad familiar o aquellas personas con las que planificas tus gastos, ¿puedes indicar si hay alguna de las siguientes acciones que no puedas o hayas podido realizar en el último año? (ROTAR)**

**8. Puedo permitirme ir de vacaciones al menos una semana al año**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**9. Puedo permitirme mantener la casa a una temperatura adecuada**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**10. Puedo afrontar gastos imprevistos en un mes**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**11. Puedo evitar retrasar el pago de recibos, préstamos, hipotecas, alquiler, etc.**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**12. Puedo ahorrar parte de mis ingresos mensuales (si tienes ingresos propios), o que en mi hogar se pueda ahorrar parte de los ingresos mensuales.**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**13. Puedo darme algún capricho al menos una vez al mes (ir de compras, renovar tecnología, cenar en un sitio caro, etc.)**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**14. Puedo disponer de ordenador (de cualquier tipo) en el hogar**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**15. Puedo participar regularmente en actividades de ocio tales como cenar fuera de casa, ir al cine, conciertos, teatro, salir de copas, etc.**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

## USO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES E INTERNET

A continuación, vamos a centrarnos en las actividades y usos que realizas de los dispositivos tecnológicos e internet.

Preguntas 16-31. En primer lugar, se incluyen algunas actividades relacionadas con el ocio y el entretenimiento. ¿Podrías decirnos con qué frecuencia realizas cada una de ellas? 1. Varias veces al día / 2. Todos o casi todos los días / 3. Al menos una vez a la semana / 4. Al menos una vez cada 15 días / 5. Con menos frecuencia / 6. Nunca / 99. Ns/Nc.

**16. Escucho la radio o podcasts (por internet, iVoox u otras aplicaciones)**

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

17. Escucho música en móvil, ordenador u otros dispositivos (descargada, a través de Spotify, YouTube...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

18. Veo la televisión (TDT, programas a través de internet...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

19. Veo películas o series en plataformas de suscripción (Netflix, Prime Video, HBO, Disney+...), descargadas o streaming online

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

20. Veo contenidos de vídeo en sitios online, apps... (YouTube, Twitch, Instagram, Tik-Tok...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

21. Sigo blogs, webs o foros sobre diversos temas

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

22. Juego a videojuegos

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

23. Chateo a través de aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

24. Uso redes sociales (tengo perfil/es, hablo, comento, subo fotos, vídeos o texto...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

25. Mantengo mi propia página web o blog

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

26. Uso páginas o aplicaciones de citas o para encontrar pareja

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

27. Uso servicios de apuestas deportivas o casino online

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

28. Leo libros, cómics o textos en formato electrónico (ebook, móvil, tablet, web...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

29. Veo pornografía o contenido erótico

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

30. Sigo las noticias (prensa online, redes sociales...)

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

31. Compro o vendo productos o servicios a través de internet

0	1	2	3	4	5	6	99
---	---	---	---	---	---	---	----

Preguntas 32-36. ¿Cómo describirías tu nivel de habilidades o destrezas en cada uno de los siguientes aspectos sobre manejo de tecnologías digitales? 1. Muy alto / 2. Alto / 3. Intermedio / 4. Bajo / 5. Muy bajo / 99. Ns/Nc. (ROTAR)

32. Búsqueda y gestión de información y datos. Almacenar, gestionar y organizar información y contenido digital.

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**33. Comunicación y colaboración. Interactuar, participar y colaborar a través de las tecnologías digitales.**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**34. Creación o edición de contenido digital**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**35. Seguridad en entornos digitales. Proteger los dispositivos, el contenido, los datos personales y la privacidad.**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**36. Identificación y resolución de problemas técnicos en entornos digitales**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**37. ¿Cuáles consideras que son las principales barreras que te impiden mejorar tu destreza en el manejo de tecnologías digitales? Respuesta múltiple. Elegir un máximo de TRES (3) respuestas. (RESPUESTA MÚLTIPLE; MÁX. 3) (ROTAR)**

- 1. Dificultades de acceso a la formación .....
- 2. Falta de tiempo .....
- 3. Coste de los dispositivos, falta de equipamiento .....
- 4. Falta de interés, motivación .....
- 5. Falta de confianza en mis destrezas digitales .....
- 6. Desconocimiento sobre las habilidades que debería mejorar .....
- 7. Otras (RESPUESTA ÚNICA) .....
- 8. No siento que debería mejorar mi destreza digital (RESPUESTA ÚNICA) .....
- 99. Ns/Nc (RESPUESTA ÚNICA) .....

## MEDIACIONES Y AYUDAS

**38. En los últimos 12 meses, ¿alguna persona de tu entorno cercano ha mostrado interés o ha hablado contigo sobre lo que haces en internet? Respuesta múltiple. Elegir todas las que correspondan. (RESPUESTA MÚLTIPLE)**

- 1. Mis padres .....
- 2. Mis profesores .....
- 3. Mis amistades .....
- 4. No hablo con nadie sobre lo que hago en internet (RESPUESTA ÚNICA) .....

**39. En los últimos 12 meses, ¿alguna persona de tu entorno cercano ha hablado contigo sobre cómo mejorar tu seguridad en internet o cómo comportarte online? Respuesta múltiple. Elegir todas las que correspondan. (RESPUESTA MÚLTIPLE)**

- 1. Mis padres .....
- 2. Mis profesores .....
- 3. Mis amistades .....
- 4. No hablo con nadie sobre seguridad en internet o sobre cómo comportarme online (RESPUESTA ÚNICA) .....

**40. En el último año, ¿pediste ayuda a alguien de tu entorno para solucionar situaciones o problemas relacionados con el uso de dispositivos tecnológicos o de internet? Respuesta múltiple. Seleccionar todas las opciones que correspondan. (RESPUESTA MÚLTIPLE) (ROTAR)**

- 1. A mi padre o madre .....
- 2. A mis hermanos/as .....
- 3. A otros familiares .....
- 4. A mi pareja .....
- 5. A mis amigos/as .....
- 6. A mis profesores .....
- 7. A otras personas .....
- 8. No pedí ayuda a nadie, lo resolví por mi cuenta (RESPUESTA ÚNICA) .....

9. Nunca he experimentado problemas relacionados con el uso de la tecnología e Internet (RESPUESTA ÚNICA) .....
99. Ns/Nc (RESPUESTA ÚNICA) .....

**41. A la hora de adquirir conocimientos y estar informado/a sobre cuestiones tecnológicas... Respuesta múltiple. Elegir un máximo de TRES (3) respuestas. (RESPUESTA MÚLTIPLE; MÁX. 3) (ROTAR)**

1. Consulto en navegadores (Google, Mozilla, Safari, Opera...), busco tutoriales, webs especializadas .....
2. Participo en foros específicos o comunidades online .....
3. Acudo a influencers, youtubers, o personas conocidas en la red ....
4. Pregunto a amigos o conocidos o me fijo en ellos/ellas .....
5. Pregunto en mi centro educativo, a profesores/as .....
6. Me forman suficientemente en mi centro educativo .....
7. Miro libros y documentación sobre el tema .....
8. Hago cursos (seminarios, webinars...) .....
9. Me apaño yo sólo/a, probando y aprendiendo de los errores .....
10. Otros (RESPUESTA ÚNICA) .....
99. Ns/Nc (RESPUESTA ÚNICA) .....

## REDES SOCIALES

**42. De la siguiente lista de redes sociales y plataformas online, ¿podrías decir cuáles usas habitualmente? Respuesta múltiple. Seleccionar todas las opciones que correspondan. (RESPUESTA MÚLTIPLE) (ROTAR)**

1. Instagram .....
2. Facebook .....
3. Twitter .....
4. Tik Tok .....
5. YouTube .....
6. Twitch .....
7. LinkedIn .....

- 8. BeReal .....
- 9. Snapchat .....
- 10. Mensajería instantánea (WhtasApp, Telegram, Line...) .....
- 11. Discord .....
- 12. Foros (Reddit, 4chan, Forocoches, Meristation...) .....
- 13. Videojuego online (Fornite, Roblox, Minecraft...) .....
- 14. Sitios de imágenes (Pinterest, Tumblr...) .....
- 15. Tinder (o similares: Meetic, Happn, Grindr...) .....
- 16. Otras (RESPUESTA ÚNICA) .....
- 17. No uso redes sociales ni ninguna de estas plataformas (RESPUESTA ÚNICA) .....

FILTRO. A QUIENES USAN REDES SOCIALES O COMUNIDADES ONLINE: P42 = 1-16

**43. ¿En alguna ocasión te has sentido mal por no participar en las redes sociales donde participan tus amigos/as?**

- 1. Mucha frecuencia .....
- 2. Bastante frecuencia .....
- 3. A veces .....
- 4. Casi nunca .....
- 5. Nunca .....
- 99. Ns/Nc .....

**44. Usar, gestionar y mantener tus redes sociales te genera... Respuesta múltiple. Seleccionar un máximo de TRES (3) respuestas, las más importantes. (RESPUESTA MÚLTIPLE; MÁX. 3) (ROTAR)**

- 1. Diversión .....
- 2. Agobio, estrés .....
- 3. Alegría .....
- 4. Angustia .....
- 5. Envidia .....



- 6. Frustración .....
- 7. Ilusión .....
- 8. Tristeza .....
- 9. Rabia .....
- 10. Indiferencia .....
- 11. Confianza .....
- 12. Autoestima .....
- 13. Inseguridad .....
- 99. Ns/Nc (RESPUESTA ÚNICA) .....

**45. Cuando compartes online fotos en las que sales tú, ¿con qué frecuencia las retocas para corregir imperfecciones físicas o mejorar tu aspecto?**

- 1. Mucha frecuencia .....
- 2. Bastante frecuencia .....
- 3. A veces .....
- 4. Casi nunca .....
- 5. Nunca .....
- 99. Ns/Nc .....

**46. En general, ¿cómo son tus perfiles en redes sociales?**

- 1. Totalmente públicos, los puede ver cualquiera .....
- 2. Parcialmente públicos, algunos perfiles o contenidos son abiertos y otros no .....
- 3. Privados, todos mis perfiles y contenidos están restringidos .....
- 99. Ns/Nc .....

**47. ¿Qué tipo de contenido subes o compartes en tus redes sociales? Respuesta múltiple. Seleccionar todas las opciones que correspondan. (RESPUESTA MÚLTIPLE) (ROTAR)**

- 1. Fotos propias .....
- 2. Vídeos propios .....

- 3. Textos e ideas propias .....
- 4. Cosas que me gustan (música, libros, películas, artículos...) .....
- 5. Comento o interactúo en publicaciones de otras personas .....
- 6. No subo ni comparto nada, sólo veo o hablo por privado (RESPUESTA ÚNICA) .....
- 99. Ns/Nc (RESPUESTA ÚNICA) .....

**Preguntas 48-53. ¿Podrías decir hasta qué punto estás de acuerdo con las siguientes cuestiones sobre las redes sociales? Usar una escala de 1 a 5, donde 1 es nada de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. 1. Muy en desacuerdo / 2. En desacuerdo / 3. Algo de acuerdo / 4. Bastante de acuerdo / 5. Muy de acuerdo / 99. Ns/Nc. (ROTAR)**

**48. Quiero ver las redes sociales en todo momento**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**49. No soy consciente del tiempo que paso con las redes sociales**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**50. Acepto solicitudes de amistad de gente que no conozco**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**51. Obtener reacciones positivas en redes sociales es importante para mi autoestima**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**52. Me preocupa obtener reacciones negativas por mi aspecto físico en redes sociales**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**53. Se exagera mucho sobre los riesgos que pueden suponer las redes sociales**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

FILTRO. A TODOS Y TODAS

## DESINFORMACIÓN

**54. Cuándo estás en internet o en redes sociales, ¿con que frecuencia ves información, noticias o contenidos que crees que son falsos o dudosos?**

- 1. Mucha frecuencia .....
- 2. Bastante frecuencia .....
- 3. A veces .....
- 4. Casi nunca .....
- 5. Nunca .....
- 99. Ns/Nc .....

**55. Cuando ves información, noticias o contenidos que crees que son falsos o dudosos en internet o redes sociales, ¿con qué frecuencia compruebas su veracidad (buscando en internet, preguntando a otras personas...)?**

- 1. Mucha frecuencia .....
- 2. Bastante frecuencia .....
- 3. A veces .....
- 4. Casi nunca .....
- 5. Nunca .....
- 99. Ns/Nc .....

**56. Cuando no contrastas la información que consideras falsa o dudosa, ¿cuál es la razón principal por la que no lo haces? (ROTAR)**

- 1. No sé o no tengo claro cómo hacerlo .....
- 2. No me preocupa que exista información falsa en internet .....
- 3. Me da pereza .....

4. Soy capaz de identificar contenidos fiables,  
no necesito contrastarlo .....
5. Siempre contrasto la información dudosa  
o que considero poco fiable .....
99. Ns/Nc .....

**57. En alguna ocasión, ¿has reenviado o compartido con alguna persona, conocida o no, una noticia que luego has sabido que era falsa?**

1. Sí .....
2. No .....
99. Ns/Nc .....

## RIESGOS Y PROBLEMAS

**Preguntas 58-63. A continuación, se muestra una lista de posibles efectos del uso de Internet. ¿En qué medida estás de acuerdo con las siguientes cuestiones? Utilizar una escala de 0 a 10, en la que 0 significa "nada de acuerdo" y 10 significa "totalmente de acuerdo" (99. NS/NC). (ROTAR)**

**58. Con el uso de internet te aíslas más**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

**59. Internet ha hecho que las relaciones sociales sean más superficiales**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

**60. Internet hace que las relaciones sociales sean más complicadas**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

**61. En internet es imposible proteger tu privacidad**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

**62. Internet hace más difícil concentrarse para estudiar o trabajar**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

**63. En internet siento que debo estar siempre disponible**

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

**Preguntas 64-67. Según tu experiencia, señala con qué frecuencia crees que se dan estas situaciones que se asocian a riesgos de internet. 1. Mucha frecuencia / 2. Bastante frecuencia / 3. A veces / 4. Casi nunca / 5. Nunca / 99. NS/NC. (ROTAR)**

**64. Acoso entre compañeros/as a través de redes sociales y otros espacios online (WhatsApp, juegos online, foros...)**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**65. Acoso de personas adultas a menores**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**66. Envío de imágenes privadas y comprometidas (íntimas, de contenido sexual) sin consentimiento de la/s persona/s implicada/s**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**67. La circulación de mensajes de odio (racistas, homófobos, antifeministas, etc.)**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**68. ¿Cuáles de las siguientes situaciones que pueden suceder en internet te generan más preocupación? Respuesta múltiple. Escoger las TRES (3) más importantes. (RESPUESTA MÚLTIPLE; MÁX. 3) (ROTAR)**

- 1. Que se difundan fotos o vídeos comprometidos tuyos sin tu permiso .....
- 2. Ser perseguido/a por opiniones, actitudes o comportamientos ....

- 3. Sufrir acoso sexual online .....
- 4. Que suplanten tu identidad online .....
- 5. Que información sobre ti que hay en internet te perjudique en el futuro .....
- 6. Sufrir mensajes de odio (por razón de sexo, género, ideología, religión, etnia...) .....
- 7. Engancharte a juegos y apuestas online con dinero .....
- 8. Ser objeto de estafas, timos, fraudes... .....
- 9. Que me controlen o me sigan otras personas .....
- 99. Ns/Nc (RESPUESTA ÚNICA) .....

**Preguntas 69-82. Y en el último año, ¿te ha pasado alguna de las siguientes situaciones en internet, redes sociales o tus dispositivos tecnológicos? 1. Mucha frecuencia / 2. Bastante frecuencia / 3. A veces / 4. Casi Nunca / 5. Nunca / 99. Ns/Nc. (ROTAR)**

**69. Que suplanten mi identidad**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**70. Que me estafen, me timen o sufrir un fraude**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**71. Que me insulten o me acosen personas conocidas**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**72. Que me insulten o me acosen personas desconocidas**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**73. Publicaron fotos, vídeos o información personal sin mi consentimiento**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

74. Sufrir mensajes de odio (por razón de sexo, género, ideología, religión, etnia...)

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

75. He evitado subir contenidos a internet por miedo a que me insulten o acosen

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

76. He bloqueado perfiles en mis redes sociales porque me insultaban o acosaban

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

77. Mi pareja ha controlado mi actividad online (cuándo me conecto, con quién hablo, qué hago...)

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

78. He sufrido acoso sexual online

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

79. Me han enviado mensajes, fotos o vídeos de carácter erótico o sexual sin mi consentimiento

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

80. Me han presionado o chantajeado para que envíe fotos o vídeos de carácter erótico o sexual

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

81. Me han chantajeado con publicar o difundir fotos o vídeos míos de carácter erótico o sexual

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**82. He enviado fotos o vídeos propios de carácter erótico o sexual**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**Preguntas 83-86. Durante el último año, ¿has visto sitios online donde haya información sobre alguno de los siguientes temas? (ROTAR)**

**83. Maneras de hacer daño a otras personas**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**84. Maneras de autolesionarse o suicidarse**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**85. Recomendaciones para estar extremadamente delgado/a**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**86. Mensajes de odio hacia ciertos individuos o colectivos (por raza, sexo o género, religión, ideología, etc.)**

- 1. Sí .....
- 2. No .....
- 99. Ns/Nc .....

**87. ¿En el último año, has tratado mal a alguien de alguna manera (bromas, insultos, excluir de actividades, amenazas...) a través de internet?**

- 1. Con mucha frecuencia .....
- 2. Con bastante frecuencia .....
- 3. A veces .....
- 4. Casi nunca .....
- 5. Nunca .....
- 99. Ns/Nc .....



**88. De las actividades que te presentamos a continuación, ¿has descuidado alguna de ellas por utilizar internet o redes sociales? Respuesta múltiple. Escoger tantas como proceda. (RESPUESTA MÚLTIPLE) (ROTAR)**

- 1. Dormir .....
- 2. Estar con amigos/as .....
- 3. Estar con la pareja .....
- 4. Ir al cine, conciertos, espectáculos .....
- 5. Leer .....
- 6. Estudiar .....
- 7. Trabajar .....
- 8. Practicar deporte .....
- 9. No he descuidado ninguna actividad (RESPUESTA ÚNICA) .....

**89. En el último año, ¿has sentido saturación o hartazgo por el uso de internet o redes sociales hasta el punto de necesitar “desconectarte”?**

- 1. Mucha frecuencia .....
- 2. Bastante frecuencia .....
- 3. A veces .....
- 4. Casi nunca .....
- 5. Nunca .....
- 99. Ns/Nc .....

**Preguntas 90-94. En el último año, ¿has sentido que haces alguna de las siguientes actividades demasiado tiempo? Utilizar una escala de 1 a 5 según la frecuencia con que los hayas sentido: 1. Con mucha frecuencia / 2. Con bastante frecuencia / 3. A veces / 4. Casi Nunca / 5. Nunca / 99. Ns/Nc. (ROTAR)**

**90. He sentido que paso demasiado tiempo en internet.**

FILTRO. A TODOS Y TODAS

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**91. He sentido que uso demasiado las redes sociales.**

FILTRO. A QUIENES USAN REDES SOCIALES: P24 = 1-5

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**92. He sentido que juego demasiado a videojuegos.**

FILTRO. A QUIENES JUEGAN A VIDEOJUEGOS: P22 = 1-5

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**93. He sentido que hago demasiadas apuestas online o juegos de azar.**

FILTRO. A QUIENES HACEN APUESTAS ONLINE: P27 = 1-5

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**94. He sentido que uso demasiado tiempo el smartphone.**

FILTRO. A TODOS Y TODAS

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

FILTRO. A TODOS Y TODAS

**Preguntas 95-97. En el último año, ¿con qué frecuencia te han ocurrido las siguientes cosas? Usar una escala de 1 a 5, donde 1 es nada de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo. 1. Muy en desacuerdo / 2. En desacuerdo / 3. Algo de acuerdo / 4. Bastante de acuerdo / 5. Muy de acuerdo / 99. Ns/Nc (ROTAR)**

**95. Me siento obligado a tener el móvil siempre conmigo**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**96. Uso el teléfono en lugares o situaciones donde no se considera apropiado (comiendo con gente, en clase, en el cine, etc.)**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

**97. Siento la necesidad de comprobar constantemente el móvil para ver si hay notificaciones**

0	1	2	3	4	5	99
---	---	---	---	---	---	----

# DESDE EL LADO OSCURO DE LOS HÁBITOS TECNOLÓGICOS

RIESGOS ASOCIADOS  
A LOS USOS JUVENILES DE LAS TIC

Centro  
Reina Sofía

fad  
Juventud

 Santander

 Telefónica

Financiado por

