LAS TIC Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIALIZACIÓN DE ADOLESCENTES



Google fad BBVA

LAS TIC Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIALIZACIÓN DE ADOLESCENTES

Juan Carlos Ballesteros Guerra

Laura Picazo Sánchez

Google fad BBVA

Cómo citar:

Ballesteros, J.C.; Picazo, L., (2019).
Las TIC y su influencia en la socialización de adolescentes.
Madrid: Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud,
Fad.
DOI: 10.5281/zenodo.3626905

© FAD, 2018

Edita:

Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud
Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD)
Avda. de Burgos, 1 y 3
28036 Madrid
Teléfono: 91 383 83 48
Fax: 91 302 69 79

Coordinación del estudio:

Anna Sanmartín Ortí (Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud)
María Sánchez Sanz (Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud)

Autores:

Juan Carlos Ballesteros Guerra
Laura Picazo Sánchez

Maquetación:

Ediciones Digitales 64

ISBN:

978-84-17027-13-1

Las interpretaciones y opiniones recogidas en el estudio son de exclusiva responsabilidad de quienes las emiten y no se corresponden, necesariamente, con la visión de la Fad.

PRESENTACIÓN

Fad, en su afán por estudiar y comprender la realidad de las y los jóvenes, tiene como una de sus líneas prioritarias los procesos de socialización a través de las tecnologías, que se han integrado de forma completa en nuestras vidas y que seguirán haciéndolo.

El presente estudio pone el foco en la población adolescente de 14 a 16 años a través de una encuesta representativa a adolescentes en centros escolares y una serie de grupos focales y entrevistas a estudiantes de la ESO participantes en clases extraescolares de Alfabetización Mediática y otros del mismo centro no participantes en dichas clases. Así se indaga, no sólo en los usos que se hacen de las TIC, cómo se relacionan a través de ellas y, en especial, a través de las redes sociales (elemento de una presencia muy mayoritaria entre las y los adolescentes), sino que avanza en el papel de los centros educativos en la formación en competencias digitales de estas generaciones, siempre desde su propia perspectiva.

De todo ello se extrae la necesidad de entrenar las habilidades de las y los adolescentes, no tanto en las herramientas digitales que perciben —y seguramente tienen— de un manejo amplio y facilidad de aprendizaje y reciclaje, sino en dotarles de competencias más blandas —si se quiere— que fomenten su espíritu crítico, su capacidad de análisis y reflexión, de cuestionarse los principios y normas que rigen el contexto en el que se desarrollan, ante un mundo vasto en informaciones y estímulos, no sólo en el ámbito digital sino también analógico, y de esta forma contribuir a formar a unas y unos ciudadanos informados, críticos y responsables.

Beatriz Martín Padura
Directora General de la Fad

ÍNDICE

Presentación 4

1. Introducción 6

1.1. Objetivos 8

1.2. Metodología y muestra 9

2. Panorámica general del uso de TIC 16

2.1. Las TIC: una presencia continua 16

2.2. Una funcionalidad versátil 21

2.3. Conectados… pero no de cualquier forma 27

2.4. Conectados, ¿para qué? 38

2.5. Lo que los números no explican 46

3. Estar en las redes 60

3.1. Redes: una mirada ambivalente… pero desde dentro 62

3.2. Lo que los números no explican 77

4. TIC, aprendizaje y enseñanza 91

4.1. Las TIC en la escuela 91

4.2. Enseñar a usar las TIC 97

4.3. La mediación en el aprendizaje de TIC 103

4.4. Las destrezas (y dónde se adquieren) 111

4.5. Lo que los números no explican 120

5. Conclusiones 129

6. Reflexiones (y propuestas) desde la Alfabetización Mediática 140

Bibliografía 147

Anexos 149

Anexo 1. Cuestionario 150

Anexo 2. Guión grupos focales y entrevistas 165

Anexo 3. Tablas de resultados 169

1. INTRODUCCIÓN

Los procesos de socialización tienen como objetivo que el individuo adquiera todos aquellos elementos y saberes que le permitirán interactuar en la sociedad en la que vive (Barahona *et al.,* 2002). En este sentido, las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) suponen transformaciones de los ritos y pautas de comunicación e interacción social, incorporando a estos procesos de socialización toda una serie de ventajas y posibilidades, pero también desafíos y riesgos.

En relación al manejo de las TIC, la población se enfrenta a una multitud de elementos que se han de aprender a integrar en su cotidianeidad vital: la gestión del yo *online,* la facilidad de comunicación, así como la aparición de nuevos códigos de las relaciones mediadas por la tecnología, la necesidad de conocer y aprender los requisitos formales de manejo de los dispositivos, que experimentan una constante renovación, o las relaciones entre el mundo *online* y *offline*. Siempre se ha planteado que los y las jóvenes "lo tienen más fácil", en relación a su adaptación a los cambios y a las nuevas destrezas tecnológicas e incluso se les ha colgado la etiqueta de "nativos digitales" para ejemplificar la facilidad aparente con la que asumen e incorporan a sus pautas vitales los nuevos retos tecnológicos. Facilidad que no niega la exigencia de aprendizaje o de mediaciones orientadoras.

Pero no solamente las y los jóvenes están experimentando los procesos constitutivos de un nuevo escenario —ya no tan nuevo, en realidad—. También otros actores de la socialización están experimentando las tensiones inherentes a cualquier transformación de gran calado, como lo es la actual revolución de las telecomunicaciones. El primero que está experimentando el cambio es el modelo educativo, es decir, docentes, centros de enseñanza y el propio sistema educativo en su conjunto, ya que la irrupción de las TIC en el mismo implica sustanciales transformaciones de las actividades y de la orientación de la enseñanza e, incluso, de las reglas de comportamiento que rigen la vida escolar. Para muestra, el actual debate existente sobre la prohibición o no de los teléfonos móviles en los centros escolares, con posturas bastante encontradas.

Las familias también están experimentando nuevas formas de interacción entre sus miembros como consecuencia de las TIC, cuya implantación da lugar a una cierta transformación de los roles, de las relaciones entre los miembros, de la

comunicación entre los mismos e incluso de la gestión y reparto de las actividades cotidianas. La realidad es que las "pantallas" están modificando los vínculos familiares en cuanto a su extensión, a su alcance y a su significado y es que hoy estas "pantallas" se constituyen como un participante más de las tramas vinculares de los hogares.

Las relaciones grupales, otro actor esencial en los procesos de socialización, también presentan cambios debidos a la intermediación tecnológica; han aparecido nuevos modelos de gestión de estas relaciones, se organizan los tiempos y actividades de manera muy diferente a antaño y se está más expuesto, por deseo propio, a la exposición social, lo que conlleva ciertos riesgos pero también multitud de ventajas, como la posibilidad de expandir el círculo relacional de forma cuasi ilimitada, o la de fragmentar el tipo y el nivel de comunicación que se quiera establecer con cada tipo de relación.

Conviene saber, entonces, cuál es la influencia del contexto y de los distintos actores sociales en los procesos de socialización y aprendizaje tecnológico de los y las jóvenes en España. Porque es necesario analizar el alcance de las transformaciones, como de hecho han puesto en práctica numerosos estudios, pero no menos importante estar atentos a las influencias y mediaciones que chicos y chicas reciben en este proceso, que pueden significar una socialización mediada por la tecnología más o menos eficaz o, si se quiere, de mayor o menor calidad y seguridad. Los retos son algo que hay que atender, pero sobre todo es preciso ocuparse de las estrategias que los y las adolescentes siguen en su aprendizaje, para tratar de encauzar de manera óptima los recursos disponibles.

Parece necesario, como consecuencia, conocer "de primera mano" cuáles son las percepciones de chicos y chicas en torno a su aprendizaje tecnológico, de qué "fuentes" provienen las enseñanzas que reciben sobre el tema o cuáles son las mejor o peor valoradas, la manera en que priorizan los aprendizajes, y cómo afrontan la calidad de las relaciones digitales; y esa parte, más oscura, de los riesgos potenciales para, sin desatenderlos, no situarlos en un plano exageradamente dominante.

Ésta es, en resumen, la finalidad última de esta investigación; disponer de datos sobre los canales de información sobre nuevas tecnologías y su influencia en los procesos de aprendizaje. El estudio se centrará en analizar los valores, las actitudes, las opiniones y las posturas de los y las jóvenes en relación a la tenencia de dispositivos, los usos tecnológicos, las actividades que realizan y la percepción sobre aprendizajes en los diferentes contextos del hogar y la escuela y sus percepciones sobre las competencias digitales.

1.1. OBJETIVOS

El objetivo fundamental de esta investigación es analizar el tipo de usos y el conjunto de significados y funciones que las y los adolescentes (de 14 a 16 años) en España otorgan a las TIC, en unas edades clave para entender el tipo de relaciones y aprendizajes digitales que la población adolescente está realizando en el entorno digital.

Más allá de los estudios conocidos sobre el tipo de dispositivos que se emplean, las horas que se invierten en internet o las redes sociales que más utilizan, esta investigación ha tenido por vocación desentrañar las percepciones y expectativas en torno a las TIC, las diferencias en su manejo y su repercusión en las formas de socialización (según los entornos personales de familia y amistad, en los centros educativos...), así como los imaginarios que se comparten sobre el espacio y las relaciones *online*.

El estudio ha empleado una metodología mixta, cuantitativa y cualitativa, respondiendo cada una a unos objetivos específicos.

En la parte **cuantitativa**, mediante el uso de una encuesta a adolescentes escolarizados, se definieron los siguientes **objetivos específicos**:

- Determinar el nivel de digitalización de los y las adolescentes: tenencia y empleo de los distintos dispositivos, tipos de uso y frecuencias y empleo en los distintos contextos.
- Analizar las mediaciones e influencias recibidas en el aprendizaje tecnológico (escuela, hogar, amigos). Relaciones y vínculos establecidos en la mediación tecnológica.
- Conocer la valoración, de los propios jóvenes, de los canales de aprendizaje, tanto formales como informales.
- Identificar las pautas de uso de internet y redes sociales, fórmulas de comunicación y actitudes ante las mismas.
- Analizar las destrezas y competencias en tecnología que declaran poseer.

Mientras que en la parte **cualitativa**, a través de grupos focales y entrevistas con adolescentes realizadas en el marco de un centro educativo y de la experiencia de clases extraescolares de Alfabetización Mediática, se definieron los siguientes **objetivos específicos**:

- Abordar en profundidad el uso personal que se hace de las TIC: intencionalidades, potencialidades y limitantes.
- Analizar sus relaciones en y con las diferentes plataformas y redes sociales, con especial atención a los contenidos.
- Reflexionar críticamente sobre todo ello.
- Definir las percepciones sobre el lugar que ocupan las TIC en la educación, según sus realidades y potencialidades, así como sus exigencias.

1.2. METODOLOGÍA Y MUESTRA

Se estimó que un abordaje metodológico mixto, cuantitativo (encuesta) y cualitativo (grupos focales y entrevistas), era la mejor opción para abordar los objetivos de investigación propuestos. Así, mientras que la encuesta permitía medir aspectos relacionados con las frecuencias, opiniones y percepciones sobre las TIC, los grupos focales y entrevistas profundizaban en el imaginario de las y los adolescentes en su relación con las tecnologías, así como en las implicaciones que éstas tienen en sus dinámicas de socialización.

La parte **cuantitativa** del estudio se realizó mediante la aplicación de un cuestionario cerrado, estructurado y auto-administrado a una muestra representativa de alumnos/as entre los 14 y los 16 años de edad, escolarizados en los distintos niveles de la Educación Secundaria Obligatoria, desde 2º hasta 4º de la ESO. Es necesario apuntar que, debido a la posibilidad de repetir curso y al condicionante de la fecha en la que se cumplen años, no existe una correspondencia exacta entre edad y el nivel de la ESO que se está cursando.

La aplicación del cuestionario (disponible en el Anexo 1) se llevó a cabo en las unidades escolares designadas en cada centro (aulas), previa autorización del centro. En cada aula se entrevistaba a todos los alumnos y alumnas, siempre que quisieran participar.

El reparto y selección de la unidad última de muestreo (aulas) se llevó a cabo mediante el siguiente **esquema inicial teórico**:

- Representación nacional, con presencia de distintas comunidades autónomas (CCAA).
- Selección de 45 poblaciones, inicialmente con arreglo al peso proporcional de cada comunidad autónoma.

- Selección de 45 colegios/institutos. Dentro de cada colegio/instituto se llevó a cabo la selección de aulas, con la siguiente distribución:
  - 20 colegios X 1 aula = 20 aulas.
  - 25 colegios X 2 aulas = 50 aulas.

Con esa distribución, el tamaño teórico de la muestra planteada constaba, por tanto, de 70 aulas, que a una media de 25 alumnos por aula daba la cifra de N=1.750 alumnos. Las entrevistas finales conseguidas fueron N=1.624. La diferencia entre la muestra teórica y la finalmente alcanzada se debe a dos factores. En primer lugar, a las negativas a contestar la encuesta por parte de algunos alumnos/as. La segunda, a las oscilaciones y variaciones en cuanto al número real de alumnos/as por aula.

Con el tamaño de muestra final (N=1.624) el error para los datos globales, suponiendo MAS (Muestreo Aleatorio Simple) y p=q=0,50, es de ± 2,43%.

Para realizar la encuesta, se empleó el sistema CAPI (Computer Assistant Personal Interview), aplicado mediante *tablet*. Cada alumno/a dispuso para cumplimentar el cuestionario de una *tablet* donde estaba programado. Este sistema de auto-administración de cuestionario mediante CAPI posee varias ventajas sobre la entrevista personal convencional en papel, entre las que destacan:

- Provee al alumno/a de un sistema que le permite contestar de forma anónima, sin mediación de un entrevistador.
- Permite entrevistar de forma simultánea a colectivos como el presente (clase), con el consiguiente ahorro de tiempo y la ganancia en agilidad en trabajos de campo extensivos.
- Se eliminan procesos como la grabación de datos, susceptible de generar errores.
- Permite controlar en tiempo real el progreso del trabajo de campo, control de cuotas, etc.

El trabajo de campo se llevó a cabo entre los meses de marzo y abril de 2018. Posteriormente, se sometió la base de datos resultante a las tareas de depuración y tabulación, mediante el programa de análisis SPSS/PC (v.23).

La muestra que compone el estudio se describe a través de las siguiente variables sociodemográficas:

EDAD

EDAD	N	%
14 años	411	25,3
15 años	667	41,1
16 años	546	33,6
Total	1.624	100,0

SEXO

SEXO	N	%
Chica	847	52,2
Chico	761	46,9
Otro	16	1,0
Total	1.624	100,0

ESTUDIOS EN CURSO

ESTUDIOS	N	%
2º ESO	273	16,8
3º ESO	550	33,9
4º ESO	801	49,3
Total	1.624	100,0

TITULARIDAD DEL CENTRO DE ESTUDIOS (AGRUPADA)

TIPO DE CENTRO (AGRUPADO)	N	%
Público	1.167	71,9
Privado (concertado y no concertado)	457	28,1
Total	1.624	100,0

NACIONALIDAD

NACIONALIDAD	N	%
Español/a de nacimiento	1.384	85,2
Nacionalidad española adquirida	104	6,4
Otra	128	7,9
No sabe/No contesta	8	0,5
Total	1.624	100,0

CLASE SOCIAL AUTOPERCIBIDA

CLASE SOCIAL (AGRUPADA)	N	%
Alta y media-alta	322	19,8
Media	978	60,2
Media-baja y baja	249	15,3
No sabe/No contesta	75	4,6
Total	1.624	100,0

TAMAÑO HÁBITAT DE RESIDENCIA

TAMAÑO HÁBITAT DE RESIDENCIA	N	%
Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos)	532	32,8
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes)	872	53,7
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más)	190	11,7
No sabe/No contesta	30	1,8
Total	1.624	100,0

El plan de análisis y explotación siguió las siguientes operaciones estadísticas:

- Descripción y análisis univariable (medias, tablas de frecuencia) de las diferentes variables.
- Análisis bivariable: cruce de todas las preguntas con las principales variables sociodemográficas, y con otras variables consideradas significativas.
- Análisis factorial de componentes principales, en las baterías sobre actividades que se realizan en internet, sobre el acuerdo respecto a consecuencias de uso de internet y redes sociales y sobre el nivel de destrezas que se enseñan en el colegio.
- Perfiles de los factores (cruces de medias factoriales con sociodemográficas).

La parte **cualitativa** fue ejecutada a través de 4 *focus group* distintos (compuestos por un mínimo de 3 personas y un máximo de 6) y de 8 entrevistas personales (guión disponible en el Anexo 2). Este trabajo de campo se realizó entre el 7 de mayo y el 6 de junio de 2018.

Todos los participantes, en esta parte cualitativa, pertenecían a un mismo centro educativo (concertado), ubicado en Madrid capital, de los cursos de 1º a 4º de ESO, con edades comprendidas entre los 13 y los 16 años.

Dentro de esta población, los criterios de selección fueron:

- La mitad de los adolescentes participantes debían estar cursando la asignatura extraescolar de Alfabetización Mediática (ver a continuación), impartida en la institución educativa bajo el nombre de *Creatividad Audiovisual;* y la otra mitad tenía que no participar en la misma.
- Participación voluntaria de las y los adolescentes.
- Autorización de madre, padre o tutor.

La mitad de las y los adolescentes que han participado en el estudio fueron alumnos/as, desde octubre de 2017, de una materia implementada en su centro de forma extraescolar, dada la creciente necesidad de formación en el uso de herramientas y dispositivos tecnológicos derivados de Internet 2.0. La asignatura, creada de forma experimental en la escuela de la que procede la muestra del estudio, se denominaba *Creatividad Audiovisual, Alfabetización Mediática, Usos, Peligros y Oportunidades de la Red;* como materia semanal no obligatoria destinada a la alfabetización mediática de estos alumnos. Esta actividad, que cursaron 12 de los participantes en el estudio, contó con un total de 83 horas lectivas (33 semanas de curso escolar, aproximadamente).

Los alumnos adquirían habilidades de interpretación de la imagen y los contenidos audiovisuales, capacidad crítica hacia la información y los contenidos que están a su alcance en internet, nociones técnicas para el manejo de herramientas de creación, edición y diseño de imágenes, textos, gráficos, animaciones y vídeos a través de dispositivos y herramientas a su alcance, mecanismos para desarrollar ideas creativas y asociar ámbitos de la creación y el conocimiento y una base identificativa de los peligros y oportunidades que conlleva el escenario mediático y de *hiperconexión* en que se desenvuelven, se relacionan, aprenden y crean, así como una capacidad reflexiva madura para observar, comprender y pensar las consecuencias de cada uno de los usos que llevan a cabo en la red, materializada en la confesión y expresión de los malos hábitos, experiencias y necesidades derivadas de su uso cotidiano de los contenidos y de las redes sociales.

Como se decía, esta base de alumnos y alumnas se complementó con la participación de otros y otras ajenos a la asignatura de referencia.

La composición de ambas técnicas cualitativas *(focus group* y entrevistas) procuró el equilibrio, por tanto, entre quienes asistieron a estas clases extraescolares y quienes no, por tramos de edad y curso, así como por género, como se expone en las siguientes tablas:

FOCUS GROUP	ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA	NO ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA
Focus group 1 (6 personas)	2º ESO (14 años) (1) 3º ESO (15 años) (2)	2º ESO (14 años) (1) 3º ESO (15 años) (2)
	Hombre (1) Mujer (2)	Hombre (1) Mujer (2)
Focus group 2 (5 personas)	1º ESO (13 años) (1) 2º ESO (13 y 14 años) (2)	2º ESO (13 y 14 años) (2)
	Hombre (3)	Hombre (2)
Focus group 3 (3 personas)	4º ESO (16 años) (1)	4º ESO (15 años) (2)
	Mujer (1)	Mujer (2)

ENTREVISTAS	ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA	NO ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA
Entrevista 1	4º ESO (15 años) / Mujer	
Entrevista 2		4º ESO (15 años) / Mujer
Entrevista 3		1º ESO (13 años) / Mujer
Entrevista 4	2º ESO (13 años) / Mujer	
Entrevista 5		4º ESO (15 años) / Hombre
Entrevista 6	4º ESO (15 años) / Mujer	
Entrevista 7	4º ESO (16 años) / Hombre	
Entrevista 8		4º ESO (15 años) / Hombre

Los *focus group* y entrevistas se grabaron para ser analizadas posteriormente.

Tras el análisis de las dos fases, cuantitativa y cualitativa, los resultados se plasman en el informe de tal modo que, distribuidos en tres grandes temáticas (panorámica general de los usos de las TIC, relaciones sociales y comunicación a través de las TIC, y aprendizaje y enseñanza de, y desde, las TIC), primero se presentan los datos recogidos mediante la encuesta y, en segundo lugar, la información extraída de los grupos y las entrevistas.

2. PANORÁMICA GENERAL DEL USO DE TIC

El objetivo esencial de este capítulo es presentar una panorámica que describa y analice los usos de los diferentes dispositivos en cuanto a su posesión y a las actividades y tareas que se realizan con los mismos, así como frecuencias y tipos de conexión a internet y redes sociales (RRSS).

2.1. LAS TIC: UNA PRESENCIA CONTINUA

La pregunta inicial plantea a los entrevistados/as una cuestión doble: qué dispositivos se poseen personalmente y desde cuándo se utilizan. La lista propuesta incluye los aparatos fundamentales en la panoplia tecnológica actual, tales como el ordenador (tanto portátil como de sobremesa), el teléfono móvil (diferenciando entre el *smartphone* y el convencional) y la *tablet*.

Destaca llamativamente entre los dispositivos el *smartphone,* con casi el 90% de los y las jóvenes que declaran poseerlo en la actualidad (89,8%). A corta distancia se sitúa el ordenador portátil, con el 75,7%. Y muy cerca de este último, la *tablet,* con casi el 70% de menciones (68,8%).

TABLA 2.1.1. DISPOSITIVOS QUE SE TIENEN Y USAN

DISPOSITIVO	TIENE DISPOSITIVO	NO TIENE DISPOSITIVO	NS/NC
Smartphone	89,8	7,2	3,1
Ordenador portátil	75,7	19,6	4,7
Tablet	68,8	25,7	5,5
Ordenador de sobremesa	52,6	40,6	6,8
Teléfono móvil (no smartphone)	46,0	44,8	9,2

Base total muestra. Datos en %.

Triada de *smartphone,* portátil y *tablet* que se completa, pero ya con una proporción mucho menor, con el ordenador de sobremesa, del que disfruta poco más de la mitad de los y las jóvenes, el 52,6%. Cierra esta clasificación el teléfono móvil no *smartphone* que, comparativamente con el resto, emplea una proporción reducida de chicos y chicas, el 46%.

En este sentido, los y las jóvenes de entre 14 y 16 años se diferencian de manera sustancial en el equipamiento en comparación con el conjunto de la ciudadanía de 15 y más años, según se desprende de los datos extraídos de ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información) (tabla 2.1.2).

TABLA 2.1.2. COMPARATIVA DISPOSITIVOS QUE SE TIENEN Y SE USAN EN EL ESTUDIO CON POBLACIÓN GENERAL

DISPOSITIVO	DATOS ESTUDIO (14 - 16 AÑOS)	POBLACIÓN GENERAL (15 AÑOS Y MÁS)*
Smartphone	89,8	76,3
Ordenador portátil	75,7	58,7
Tablet	68,8	41,7

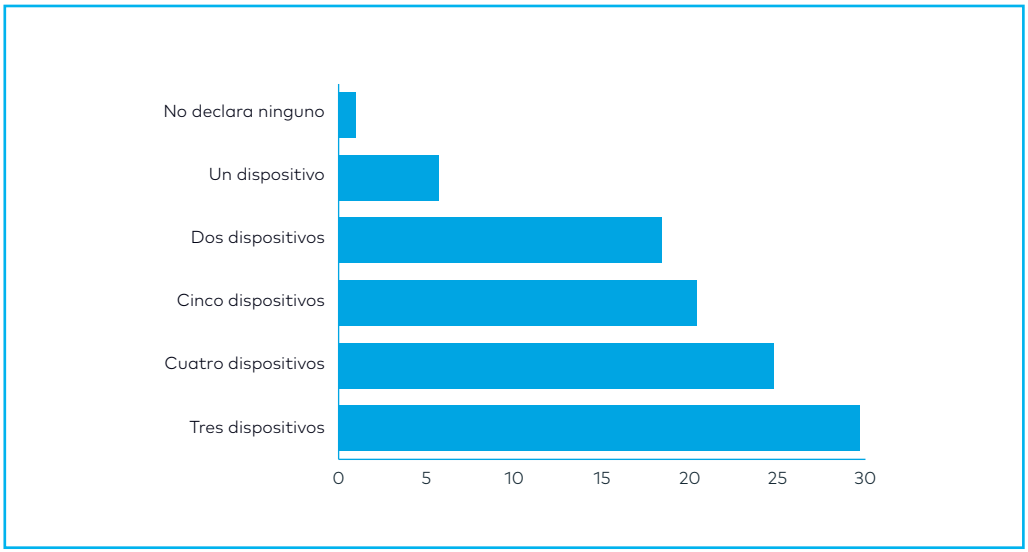
* Fuente: ONTSI (2018). *Las TIC en los hogares españoles. Informe oleada LVIII, octubre-diciembre 2017.*

La comparativa apunta claramente a que chicos y chicas declaran estar más equipados en cuanto a dispositivos que la población general (a partir de los 15 años), especialmente en lo referido a la *tablet* (la posee el 68,8% de los y las jóvenes frente al 41,7% de la población general). Diferencia importante para el ordenador portátil (que poseen el 75,7% de chicos y chicas y el 58,7% de la población) y también mayor posesión, pero algo más reducida que en los anteriores dispositivos, para el *smartphone* (casi el 90% *vs* el 76,3%).

Intensiva y también extensiva digitalización entre los y las jóvenes, ya que la media de dispositivos empleados alcanza 3,3 por entrevistado, siendo predominantes el uso de tres dispositivos (el 29,7%) y de cuatro (24,8%). No hay que descartar en este escenario, por su significativa presencia, a quien declara emplear los cinco

propuestos (20,4%). Bastante minoritarios, en comparación, los que declaran dos (18,4%) y proporcionalmente muy poco relevantes quienes emplean uno (5,7%) (gráfico 2.1.1).

GRÁFICO 2.1.1. NÚMERO DE DISPOSITIVOS QUE SE TIENEN Y SE USAN



Base total muestra. Datos en %.

No existen apenas diferencias en cuanto al número de aparatos que se disfrutan entre los diferentes perfiles[1] de chicos y chicas, apuntando a una potente transversalidad en cuanto al potencial de digitalización.

Tan sólo podemos mencionar la tendencia a mayor posesión de dispositivos cuanto mayor es la clase social, evidenciando la fuerte relación entre capacidad económica y número de aparatos que se emplean (tabla 2.1.3) (ver distribución en Anexo 3, tabla A3.1.1.1).

1. Cuando hablamos de los perfiles a lo que nos estamos refiriendo es, exclusivamente, a que en el perfil de referencia existe una sobrerrepresentación de la categoría de una variable frente al resto de las categorías de esa misma variable (teniendo además en cuenta que sólo se refieren aquéllas que muestran una tendencia estadísticamente significativa). Por ejemplo, si decimos que quienes se identifican de clase social baja y media-baja muestran una tendencia o asociación a la posesión de dos dispositivos, eso será frente a quienes se consideran de clase media y de clase alta y media-alta (si se refiere a un perfil de chicos, será frente al de chicas, o de 14 años será en relación al resto de las edades).

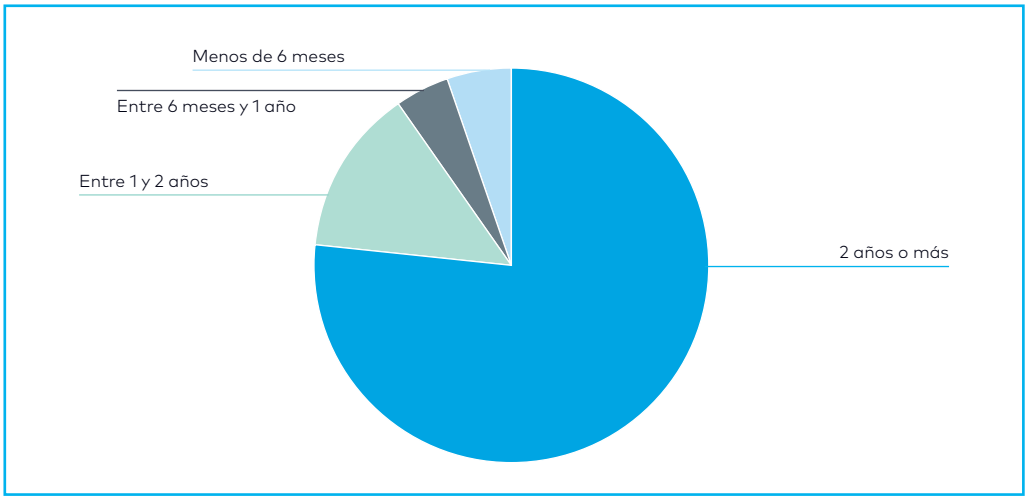
TABLA 2.1.3. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS POSESIÓN DE DISPOSITIVOS

DISPOSITIVO	CLASE SOCIAL
Un dispositivo	
Dos dispositivos	+ baja y media-baja
Tres dispositivos	
Cuatro dispositivos	+ alta y media-alta
Cinco dispositivos	+ alta y media-alta

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Tener varios dispositivos (multi-dispositivo), presente de forma abrumadora, se produce, además, de manera temprana; una mayoritaria proporción de los chicos y chicas (76,7%, promedio de todos los tipos de aparatos) manifiesta manejar los distintos dispositivos —como poco, uno de ellos— desde hace más de dos años, muy lejos del 13,6% que declara llevar empleándolos entre uno y dos años. Son muy pocos, en comparación, aquéllos que mencionan dispositivos más recientes, entre un año y seis meses, que representan el 4,4% del total, o los que declaran menos de seis meses de uso, que suponen el 5,2% del conjunto de jóvenes.

GRÁFICO 2.1.2. TIEMPO DE TENENCIA DE DISPOSITIVOS. PROMEDIO DE TODOS LOS DISPOSITIVOS



Base tienen dispositivo. Datos en %.

Es indudable, considerando el tiempo de posesión y el número de dispositivos, la potente "cultura digital" en la que los jóvenes se manejan, que impactará indudablemente en el uso de los aparatos y en las destrezas que se declaran sobre el manejo de los mismos, como veremos más adelante. Sin embargo, aun considerado el temprano uso general, éste varía sensiblemente en cuanto al dispositivo concreto (tabla 2.1.4).

- El inicio más precoz parece corresponder a los móviles, tanto el *smartphone* como el convencional, algo más este último (un 84% de los que los poseen declaran que hace más de dos años y un 8,6% desde hace al menos uno). El *smartphone* se sitúa a corta distancia (un 80,2% desde hace más de dos años y un 11,9% desde hace al menos uno). Sin duda, el principal actor de la digitalización de los y las jóvenes viene representado por este dispositivo.
- Prácticamente la misma antigüedad de su uso presenta el ordenador de sobremesa, con un porcentaje de usuarios que declaran emplearlo desde hace más de dos años que supera ligeramente el 80%, a los que se suma el 10,1% de los que declaran poseerlo al menos hace un año. Si pese a ello defendemos que es el móvil el principal recurso personal de inicio a la digitalización es porque sospechamos que una buena parte de los y las jóvenes han declarado como suyo el ordenador de sobremesa familiar.
- Menor antigüedad de posesión y uso para la *tablet* y, en especial, el portátil, aunque son muy importantes las proporciones de usuarios que declaran emplearlo hace más de dos años, algo más la *tablet* (un 70,8%) que el portátil (67,7%), siendo este último el de uso o adquisición más reciente.

TABLA 2.1.4. DISPOSITIVOS QUE SE TIENEN Y UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN

DISPOSITIVO	HACE MÁS DE 2 AÑOS	DE 1 A 2 AÑOS	DE 6 MESES A 1 AÑO	MENOS DE 6 MESES
Ordenador de sobremesa	80,2	10,1	4,7	5,0
Ordenador portátil	67,7	19,3	5,4	7,6
Teléfono móvil (no smartphone)	84,5	8,6	2,5	4,4
Smartphone	80,2	11,9	3,6	4,3
Tablet	70,8	18,2	6,2	4,8

Base tienen dispositivo. Datos en %. Excluidos Ns/Nc.

En relación con el tiempo que se llevan empleando los distintos aparatos, se presentan ciertos matices en los perfiles (tabla 2.1.5) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.1.2 - A3. 1.1.11):

- Por un lado, lo obvio: la edad y el nivel de estudios, correlacionados entre sí, introducen la lógica de variación sobre la antigüedad de tenencia (esto es, 16 años y quienes cursan 4º de ESO).
- Más significativo es que los que se posicionan en la clase social alta y media-alta están sobrerrepresentados entre quienes declaran emplear desde hace más tiempo el ordenador de sobremesa, igual que los españoles de origen; ambos datos apuntan a esa cierta brecha por razones socioculturales de las que con frecuencia se habla.

TABLA 2.1.5. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN CUANTO AL TIEMPO DE TENENCIA DE DISPOSITIVOS

DISPOSITIVO	EDAD	CLASE SOCIAL	NACIONALIDAD	ESTUDIOS EN CURSO
Ordenador de sobremesa		+ alta y media-alta	+ española	
Ordenador portátil	+ 16 años			+ 4º ESO
Teléfono móvil (no smartphone)	+ 16 años		+ española	+ 4º ESO
Smartphone	+ 16 años		+ española	+ 4º ESO
Tablet				

P<0.05. Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

2.2. UNA FUNCIONALIDAD VERSÁTIL

Las actividades que se realizan empleando los diversos dispositivos para el acceso a internet son el objeto de la siguiente pregunta planteada. La batería propuesta cuenta con actividades de múltiples sentidos: las dirigidas al ocio, las de intencionalidad de formación o educativa, las actividades relacionales o sociales; y otras de corte más proactivo en cuanto al uso de internet.

Entre estas actividades, prima de manera destacada por su alta intensidad de realización la de "buscar, descargar o escuchar música", 3 de cada 4 jóvenes

(75,6%) declaran realizarlo de manera habitual y cotidiana, representado en el punto de la escala por el ítem "con frecuencia" (tabla 2.2.1). No cabe duda del impacto que tiene en el ocio joven la escucha de música en *streaming* (como por ejemplo, YouTube, Spotify, Amazon Music o Apple Music) que ha incrementado significativamente el número de sus usuarios.

Superando la lista de actividades propuestas en el cuestionario, los y las adolescentes añaden otras y refuerzan la funcionalidad de las TIC: crear contenidos para las redes sociales, ver series en streaming y videoclips, seguir a influencers, gameplays y sus ídolos...

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

Lejos de tan alta frecuencia, un segundo escalón en cuanto a intensidad de realización lo constituyen tres actividades, realizadas "con frecuencia" por un número muy significativo de jóvenes, entre el 40% y el 50%; entre éstas "miro páginas para divertirme" (48,3%), "mantengo el contacto con personas que no puedo ver de manera frecuente" (45,8%) y "busco información y documentación por estudios" (41,6%). Un dato que se enfatiza con la significativa proporción de chicos y chicas que declaran realizar "a veces", estas actividades (30,9%, 28,4% y 43,8%, respectivamente).

Tendiendo a ser actividades que se realizan de manera más espaciada, dado que se reparten de forma algo más simétrica entre las distintas frecuencias, se encuentran "juego *online*" (un 37,6% lo realizan "con frecuencia", un 21,9% "a veces" y un 22,2% "rara vez"), "mirar información de otras personas" (con un 31,2% de alta frecuencia y un 29,2% de "a veces" y 29,1% para "rara vez") e "intercambio información y opiniones con otros" (30,1%, 33,5% y 21,4%, respectivamente)

Más espaciadas todavía se encuentran el "subir fotos, vídeos", algo que realizan con mucha frecuencia tan sólo 1 de cada 4 jóvenes (26,2%), "seguir blogs o webs" (26,1%) y "buscar información sobre eventos y *hobbies*" (aquí la mayoría lo hace "a veces", 43%).

Cierran la clasificación de frecuencia aquéllas que una mayoría de entrevistados declaran realizarlas de forma escasa o, directamente, nunca. Aquí se encuentra el empleo del "internet de las cosas" (casi un 40% no lo ha hecho "nunca" y casi un 20% "rara vez"), "compartir información de otros" (el 28,6% lo ha hecho "rara vez" y el 34,4% "nunca"), "participar en páginas para compartir archivos, música" (un 47,4% de "nunca"), "mantengo mi propia web" (casi el 70%) , "participar en foros" (58,9%) y, finalmente, "apostar *online*", actividad que una abrumadora mayoría (83,4%) declara no realizar nunca. Sin embargo, en el caso de esta última

actividad, los porcentajes de quienes lo realizan de manera más o menos frecuente ("con frecuencia" + "a veces") es del 8,1%[2].

TABLA 2.2.1. FRECUENCIA CON LA QUE SE REALIZAN ACTIVIDADES EN INTERNET

	CON FRECUENCIA	A VECES	RARA VEZ	NUNCA	NS/NC
Busco, escucho y/o descargo música	75,6	16,6	4,4	2,3	1,0
Miro páginas para divertirme	48,3	30,9	15,7	4,1	1,0
Mantengo contacto con personas que no puedo ver de manera frecuente	45,8	28,4	16,3	8,7	0,9
Busco información y documentación...	41,6	43,8	12,5	2,0	0,1
Juego online (videojuegos y similares)	37,6	21,9	22,2	17,4	1,0
Miro información de otras personas	31,2	29,2	29,1	9,8	0,7
Intercambio información y opiniones CON otros	30,1	33,5	21,4	13,7	1,4
Subo fotos, vídeos, etc.	26,2	34,5	27,2	11,5	0,6
Sigo blogs, webs...	26,1	23,2	24,4	24,8	1,5
Busco información sobre ocio, eventos, hobbies...	23,2	43,0	26,4	6,7	0,7
Empleo el internet de las cosas	13,8	16,3	19,5	38,2	12,3
Comparto/reenvío información y novedades DE otros	13,3	21,6	28,6	34,4	2,2
Participo en páginas para compartir archivos (música...)	13,3	14,2	22,2	47,4	2,8
Mantengo mi propia web, blog	9,9	7,0	8,3	69,9	4,9
Participo activamente en foros	5,7	9,2	21,1	58,9	5,0
Apuesto online	4,7	3,4	5,2	83,4	3,3

Base total muestra. Datos en %.

2. Proporciones muy en línea con los últimos datos disponibles sobre juego *online* entre adolescentes. Según la última *Encuesta sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias en España* (MSSSI, 2017) a los 14 años el 5,3% de los adolescentes ha apostado dinero en el juego *online*. A los 15, el porcentaje se eleva hasta el 6,7% y a los 18, a un 8,6%.

Interesa, a efectos comprensivos, hacer sobre las actividades que se realizan de forma más o menos frecuente en internet un análisis que permita encontrar agrupaciones de las mismas en cuanto a su sentido, así como identificar a los perfiles de jóvenes más propensos a realizarlas. La técnica más apropiada para ello es la del análisis factorial, que agrupa las distintas actividades en variables nuevas (denominadas factores). Los resultados de este análisis se muestran en la tabla siguiente (tabla 2.2.2).

Al factor 1 se le ha denominado ***Actividades de comunicación***. Agrupa usos de internet centrados en la relación y comunicación social como "mirar información de otras personas", "compartir/reenviar información de otros", "intercambiar información con otros", "mantener el contacto con personas que no se ven frecuentemente" y, finalmente, "buscar, descargar o escuchar música". También aparece incorporado, pero con menor peso en el factor, el ocio recreativo por medio de la música. Algunos de estos elementos, especialmente este último, han sido clasificados por los y las jóvenes en los primeros lugares en cuanto a frecuencia de realización, es decir, se realizan con mayor habitualidad que el resto.

Las redes sociales no son sólo una vía para relacionarse con sus contactos, también lo utilizan como fuente de información, para aprender, evadirse o inspirarse para la generación de sus propios contenidos para compartir en internet.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

En el factor 2, ***Actividades de creación y participación activa***, convergen acciones como "sigo blogs, webs", "mantengo mi propia web, blog" y "participo activamente en foros", que parecen expresar una posición más proactiva en el uso de la red en lo referido a creación o intercambio de contenidos. Las dos últimas se realizan con menor frecuencia o nunca o casi nunca por una mayoría de jóvenes, constituyendo uno de los conjuntos más minoritario de actividades que se declaran realizar.

El factor 3, ***Actividades de conexión, intercambio y apuestas online***, agrupa a una mixtura de actividades variadas, pero aparece muy centrado en los usos como plataforma para la participación en apuestas *online*. De menor peso en el factor son el "intercambio de archivos" o incluso el "internet de las cosas". Hay que recordar que todas ellas son actividades muy poco realizadas según declaran chicos y chicas.

El factor 4, ***Actividades lúdicas***, se construye desde acciones que proyectan un uso de internet principalmente lúdico o de evasión, por las dos actividades que lo componen: "jugar *online*" y "mirar páginas para divertirme".

TABLA 2.2.2. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET

	FACTOR 1 Actividades de comunicación	FACTOR 2 Actividades de creación y participación activa	FACTOR 3 Actividades de conexión, intercambio y apuestas online	FACTOR 4 Actividades lúdicas	FACTOR 5 Actividades funcionales
Miro información de otras personas	,741				
Comparto/reenvío información y novedades DE otros	,656				
Intercambio información y opiniones CON otros	,635				
Mantengo contacto con personas que no puedo ver de manera frecuente	,621				
Subo fotos, vídeos, etc.	,616				
Busco, escucho y/o descargo música	,425				
Mantengo mi propia web, blog		,778			
Sigo blogs, webs...		,681			
Participo activamente en foros		,615			
Apuesto online			,770		
Participo en páginas para compartir archivos (música...)			,558		
Empleo el internet de las cosas...			,526		
Juego online (videojuegos y similares)				,738	
Miro páginas para divertirme				,688	
Busco información y documentación...					,744
Busco información sobre ocio, eventos, hobbies...					,713

Varianza explicada: 51,98%.
KMO: 0.776. Rotación varimax. Método de extracción: componentes principales.

Quedan por agregar a esta agrupación las dos actividades de tipo más funcional o utilitarista en internet, como son las "búsquedas y rastreos de información o documentación" o la "búsqueda de información sobre ocio, eventos, hobbies, etc", que se reúnen en el factor 5 (denominado ***Actividades funcionales***).

En cuanto a los perfiles de chicos y chicas más o menos presentes en cada uno de los factores existen algunas diferencias (tabla 2.2.3) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.2.1 - A3.1.2.7):

TABLA 2.2.3. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LOS FACTORES DE ACTIVIDADES EN INTERNET

	SEXO	EDAD	CLASE SOCIAL	TIPO DE CENTRO	TAMAÑO RESIDENCIA	NACIONALIDAD	ESTUDIOS EN CURSO
Factor 1. Actividades de comunicación	+ hombres	+ 14 años		+ públicos			+ 2º ESO
Factor 2. Actividades de creación y participación activa	+ hombres						+ 4º ESO
Factor 3. Actividades de conexión, intercambio y apuestas online			+ baja y media-baja	+ privados	+ pueblos o ciudades medias	+ española	
Factor 4. Actividades lúdicas					+ pueblos o ciudades pequeñas		
Factor 5. Actividades funcionales	+ hombres						+ 3º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

- En el factor 1, *Actividades de comunicación,* aparecen de manera más notoria los hombres, los que tienen 14 años de edad, los que están cursando, generalmente, 2º de ESO y son de centros públicos.
- En el factor 2, *Actividades de creación y participación activa,* sólo se distinguen por encima del resto los hombres y aquéllos que cursan 4º de ESO.

- El factor 3, *Actividades de conexión, intercambio y apuestas,* es el que presenta un perfil más definido en comparación con el resto; no se distingue una pauta clara de sexo o edad, pero destaca la presencia de aquéllos que se autoposicionan en las clases media-baja y baja, quienes estudian en colegios privados (concertados o no concertados), y aquéllos que residen principalmente en entidades poblacionales de tamaño medio y, finalmente, los que son de nacionalidad española.
- En el factor 4, *Actividades lúdicas,* sólo aparece destacada la variable de territorio (pueblos o ciudades de pequeño tamaño).
- El factor 5, *Actividades funcionales,* presenta a más hombres y a estudiantes de 3º de ESO.

2.3. CONECTADOS... PERO NO DE CUALQUIER FORMA

Complementario a la panorámica de actividades, interesa conocer el modo o modos de conexión a la red de chicos y chicas. En el hogar, la mayor parte —poco más del 97%— declara acceder a internet por medio de wifi, algo absolutamente esperable (tabla 2.3.1). En comparación, según datos del INE, en 2017 la proporción de hogares españoles con acceso a internet era algo inferior, del 83,4%[3]. Dada la presencia casi universal de internet en los hogares y del uso declarado de las redes wifi en los mismos, es lógico que no existan diferencias remarcables por las variables sociodemográficas.

TABLA 2.3.1. TIPO DE CONEXIÓN A INTERNET EN EL HOGAR

TIPO CONEXIÓN HOGAR	N	%
Wifi	1.578	97,2
Datos	43	2,6
No sabe/No contesta	3	0,2
Total	1.624	100

Base total muestra.

3. INE (2017). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.*

En cuanto a la conexión fuera del hogar existen algunas tendencias (tabla 2.3.2), pero no un comportamiento tan absolutamente uniforme como el anterior, en coherencia con las posibilidades y limitaciones que se encuentran fuera del domicilio familiar.

- Un comportamiento muy extendido —exactamente el 37%— se orienta a compatibilizar el uso de wifi y datos fuera del hogar ("indistintamente wifi o con datos"). De forma bastante pragmática, se intenta aprovechar cualquier oportunidad de "ahorrar datos" mediante el uso de las redes wifi públicas o privadas, pero no se renuncia a conectarse aun cuando suponga emplear datos propios.
- Un tipo distinto de conducta, bastante más minoritario en comparación, lo representan aquellos dispuestos a conectarse sólo si encuentran redes wifi, es decir, que parecen más dispuestos que los anteriores a renunciar a la conexión si tienen que emplear datos propios. En este comportamiento se agrupan tanto "sólo me conecto cuando encuentro wifi" como "principalmente si encuentro wifi, tenga o no datos", que suman el 17,1% de los chicos y chicas.
- Los que, por el contrario, son más dados a emplear datos propios (ya sea de forma exclusiva "sólo cuando tengo datos" o primordial "principalmente cuando tengo datos") son bastantes más, concretamente 44,4%, siendo con diferencia el comportamiento más extendido.

TABLA 2.3.2. TIPOS DE CONEXIÓN A INTERNET FUERA DEL HOGAR

TIPO CONEXIÓN FUERA DEL HOGAR	N	%
Sólo me conecto si encuentro wifi	142	8,7
Principalmente si encuentro wifi, tenga o no datos	137	8,4
Sólo cuando tengo datos	273	16,8
Principalmente cuando tengo datos	448	27,6
Indistintamente con wifi o con datos	601	37,0
No sé/No contesto	23	1,4
Total	1.624	100,0

Base total muestra.

Esta preponderancia del empleo principalmente de datos puede sonar extraña inicialmente, pero podría explicarse por medio de algunas claves; la primera alude a las restricciones de acceso a redes wifi en los centros escolares, ya que una buena parte de los y las jóvenes, como comprobaremos posteriormente, aseguran no poder emplear plenamente las redes inalámbricas de sus centros por unos motivos u otros. También entrarían en juego, posiblemente, aspectos como la potencial percepción de inseguridad asociada a las redes públicas de acceso (peligro de exposición de datos personales, etc.), de la que alertan de forma periódica tanto organismos oficiales como medios de comunicación y expertos en seguridad.

Con respecto a las variaciones sociodemográficas entre los diferentes hábitos de conexión, poco se puede aportar al análisis. Tan sólo quienes son españoles de origen muestran una mayor tendencia a emplear en exclusiva los datos y que aquéllos que están en 2º de ESO son más favorables al uso de las redes wifi (tabla 2.3.3) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.3.1 - A3.1.3.2).

TABLA 2.3.3. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LA CONEXIÓN A INTERNET FUERA DEL HOGAR

TIPO CONEXIÓN FUERA DEL HOGAR	NACIONALIDAD	ESTUDIOS EN CURSO
Sólo wifi o principalmente wifi		+ 2º ESO
Sólo datos o principalmente datos	+ españoles	
Indistinto wifi o datos		

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Independientemente del tipo de conexión que se emplee, tanto en casa como fuera de la misma, queda por analizar los dispositivos preferentes para acceder a internet y, asimismo, el lugar. Cabe resaltar que existe una gran distancia en cuanto a intensidad de uso para acceder a la red entre el móvil y el resto de aparatos, lo que ya se anunciaba cuando se analizaban los tipos de dispositivos que se poseen.

Los resultados se presentan agrupados en cuatro categorías, en función de su frecuencia: constantemente + muchas veces al día (intensidad alta), algunas veces al día + todos o casi todos los días (intensidad media), por lo menos todas las semanas (intensidad baja) y el no uso ("nunca o casi nunca") (tabla 2.3.4).

TABLA 2.3.4. FRECUENCIA Y LOCALIZACIÓN DE USO DE DISPOSITIVOS PARA ACCESO A INTERNET (ESCALA AGRUPADA)

DISPOSITIVO Y LOCALIZACIÓN	INTENSIDAD ALTA	INTENSIDAD MEDIA	INTENSIDAD BAJA	NUNCA O CASI NUNCA
Móvil propio, en casa	83,6	12,6	1,5	2,3
Móvil propio, en movilidad (transporte, lugares públicos...)	56,0	27,0	5,9	11,1
Ordenador propio, en casa	32,0	28,8	18,5	20,7
Ordenador común en casa	16,1	21,9	21,5	40,6
Centro estudios, en ordenador del centro	10,2	12,9	23,2	53,7
Biblioteca, ordenador público	4,9	4,8	4,1	86,2
Punto acceso público	11,7	8,2	7,7	72,3

Intensidad alta = constantemente + muchas veces al día.

Intensidad media = algunas veces al día + todos o casi todos los días.

Intensidad alta = por lo menos todas las semanas.

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en %.

- **El móvil propio** es el que se emplea con mayor frecuencia, mucho más cuando se está en el domicilio (un 83,6% afirma que lo hace con intensidad alta en el hogar y un 12,6% con una intensidad algo menor) que fuera de casa, donde el porcentaje de jóvenes que declaran la misma alta intensidad desciende hasta el 56%, siendo muy significativos en este caso los y las chicas que declaran intensidad media (27%) y muy escasos los que afirman emplearlo más ocasionalmente fuera de casa, el 5,9% (por lo menos todas las semanas). Llama la atención el 11,1% de chicos y chicas que declaran no emplearlo nunca o casi nunca fuera del hogar.
- **El ordenador propio** (sea portátil o de sobremesa) es empleado con menor frecuencia: un 32% declara aprovecharlo de forma sistemática (intensidad alta), un 28,8% lo hace con intensidad media y un 18,5% lo emplean con menor frecuencia.

- **El ordenador común del hogar** es poco empleado: un 40% no lo hace "nunca o casi nunca", sólo un 16,1% lo hace con alta intensidad, predominando en este dispositivo los usos de intensidad media y baja (algunas veces al día y todos o casi todos los días + alguna vez todas las semanas), que suman un 43%.
- **El acceso sin dispositivo propio** es empleado de forma más excepcional. Al menos la mitad declara no utilizarlos nunca o casi nunca (con el 53,7% de las respuestas en el caso de un ordenador en el centro de estudios, hasta el 86,2% de un ordenador público de biblioteca). Se emplea algo más el ordenador del centro de estudios (lo emplean con intensidad media o baja el 36,1%), los puntos de acceso público (15,9% suma de intensidad media y baja) y el que menos, el ordenador de la biblioteca.

Nuevamente, existen ciertas discrepancias entre los distintos perfiles de los chicos y chicas en el uso y lugar, mucho más acusadas en algunos dispositivos que en otros, si se consideran las altas frecuencias de uso (constantemente + muchas veces al día) (tabla 2.3.5) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.3.3 - A3.1.3.18).

- El acceso a internet empleando el **móvil en el hogar** apenas presenta matices, dada la extensión de su uso. Ligeramente lo emplean más aquellos con 16 años de edad (respecto a los de 14 y 15 años).
- El uso del **móvil como herramienta de acceso a internet fuera de casa** muestra algunas variaciones interesantes; lo emplean más las chicas que los chicos, los que se posicionan en la clase alta y media-alta y los que tienen 16 años.
- El **ordenador personal** (sea portátil o de sobremesa) es empleado más por los hombres y por aquéllos con nacionalidad española adquirida; **el ordenador compartido** en el hogar también se asocia más a los chicos que a las chicas.
- El perfil de aquéllos que emplean de forma más frecuente los **ordenadores de los centros escolares** muestra muchos matices: son generalmente hombres, de 15 años, más aquéllos que estudian en centros privados que los de centros públicos, los que se declaran de clase alta y media-alta y los de nacionalidad española adquirida.
- El acceso **sin dispositivo propio** como los ordenadores de biblioteca o puntos públicos de acceso no presenta muchos contrastes; este último lo emplean más los chicos, quienes tienen nacionalidad española adquirida y el primero también los españoles de adopción y quienes estudian 3º y 4º de ESO.

TABLA 2.3.5. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS DE FRECUENCIAS DE USO ALTAS EN EL ACCESO A INTERNET

	SEXO	EDAD	TIPO DE CENTRO	CLASE SOCIAL	NACIONALIDAD	ESTUDIOS EN CURSO
Móvil propio, en casa		+16 años				
Móvil propio, en movilidad	+ mujeres	+ 16 años		+ media-alta y alta		
Ordenador propio, en casa	+ hombres				+ española adquirida	
Ordenador común en casa	+ hombres					
Centro estudios, en un ordenador del centro	+ hombres	+ 15 años	+ centros privados	+ media-alta y alta	+ española adquirida	
Biblioteca, ordenador público					+ española adquirida	+ 3º y 4º ESO
Punto de acceso público	+ hombres				+ española adquirida	

Frecuencias de uso altas = constantemente + muchas veces al día.

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Ya se decía en anteriores apartados que el móvil se presenta como dispositivo protagonista de la vida digital de los y las jóvenes (es el aparato del que mayor posesión y frecuencia de uso se declara), que encarna la casi ilimitada capacidad de conexión con el entorno social y familiar.

Para explorar las pautas de comportamiento ante este dispositivo, se planteó una batería de afirmaciones que expresan, en diversas situaciones, actitudes ante el uso del mismo, para las que los y las jóvenes debían manifestar su grado de acuerdo o desacuerdo mediante una escala que va de 0 ("nada de acuerdo") a 10 ("totalmente de acuerdo"). A los resultados, ofrecidos en formato de puntuación media, se suma la proporción de chicos y chicas que han declarado altos niveles de acuerdo con cada uno de los ítems (puntuaciones de la escala de 7 a 10) (tabla 2.3.6).

TABLA 2.3.6. GRADO DE ACUERDO CON DIVERSAS ACTITUDES HACIA EL USO DEL MÓVIL

ACTITUDES ANTE EL MÓVIL	MEDIA	DES. TÍPICA	% ALTOS ACUERDOS (7 - 10)
Miro el móvil constantemente	7,27	2,360	72,4%
Sólo estoy pendiente del móvil cuando espero un mensaje o una llamada	5,69	3,141	46,2%
Aunque esté con gente (hablando, pasando el rato) sigo pendiente del móvil	3,31	2,798	16,2%
Incluso en clase estoy pendiente del móvil	2,37	3,085	14,6%

Escala de 0 "nada de acuerdo" a 10 "totalmente de acuerdo".
Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en medias y %.

Los datos apuntan a una autopercepción dual. Por una parte, existe un gran acuerdo en cuanto a las constantes consultas de móvil (media de 7,27 sobre 10 posible para "miro el móvil constantemente"), con un 72,4% de jóvenes que manifiestan altos acuerdos con la misma. Esta rotundidad indicaría, inicialmente, la persistente y constante presencia del dispositivo, tomando protagonismo e irrumpiendo incluso en interacciones sociales o en las tareas cotidianas. Sin embargo, esta posición mayoritaria está sujeta a matices:

El uso de las "pantallas" no implica que se trate de una actividad en solitario, que no permita la interacción con otras personas.
(Ver apartado "Lo que los números no explican")

- El grado de acuerdo con "sólo estoy pendiente del móvil cuando espero un mensaje o una llamada" es del 5,69 de media, bastante inferior a la anterior. Menos de la mitad de los y las jóvenes (46,2%) manifiesta altos acuerdos con la proposición. Aunque no mayoritaria, esta posición ayuda a una buena parte de jóvenes a ajustar, declarativamente al menos, su relación con el móvil, condicionando su uso a determinadas situaciones.
- Desacuerdos muy terminantes para las dos restantes: "aunque esté con gente (hablando, pasando el rato) sigo pendiente del móvil" sólo alcanza un 3,3 de media y un 16,2% de jóvenes en alto acuerdo con la misma e "incluso en clase estoy pendiente del móvil", con un 2,37 de media y tan sólo 14,6% que manifiesta altos acuerdos con la misma. Las posturas que reflejan de forma rotunda una alta dependencia del dispositivo son claramente rechazadas por una mayoría de chicos y chicas.

Atención constante y protagonismo del dispositivo en la vida cotidiana pero no dependencia total, parece querer argumentarse de forma general, algo que resulta entendible por cuanto estas últimas son opciones que muestran circunstancias menos aceptadas y, posiblemente, socialmente menos justificables (mientras las otras parecen totalmente "normalizadas"), al afectar a entornos de responsabilidad, como los estudios, o al deber ser de las relaciones personales, a partir del cual los malos usos tecnológicos tendrían que ver con la irrupción (no complementación) de lo *online* en lo *offline* (Megías y Rodríguez, 2014; Gordo y Megías, 2006).

Tomando en cuenta los diferentes perfiles sociodemográficos (tabla 2.3.7), las mujeres manifiestan todavía un mayor acuerdo con "miro el móvil constantemente" (ver distribución en Anexo 3, tablas A.1.3.19 - A.1.3.25):

- Los que estudian en centros públicos se manifiestan en mayor medida de acuerdo con la proposición "sólo estoy pendiente del móvil cuando espero un mensaje o llamada".
- Muy relevante el perfil de los que manifiestan mayores grados de acuerdo con "incluso en clase estoy pendiente del móvil": de 16 años, aquéllos que estudian en centros públicos y los que residen en grandes ciudades.
- Las mujeres y los residentes en pequeñas poblaciones también se muestran más de acuerdo con "aunque esté con gente (hablando, pasando el rato) sigo mirando el móvil".

TABLA 2.3.7. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS RESPECTO AL GRADO DE ACUERDO CON DIVERSAS ACTITUDES HACIA EL USO DEL MÓVIL

ACTITUDES ANTE EL MÓVIL	SEXO	EDAD	TIPO DE CENTRO	TAMAÑO RESIDENCIA
Miro el móvil constantemente	+ mujeres			
Sólo estoy pendiente del móvil cuando espero un un mensaje o llamada			+ públicos	
Incluso en clase estoy pendiente del móvil		+ 16 años	+ públicos	+ grandes ciudades
Aunque esté con gente (hablando, pasando el rato) sigo pendiente del móvil	+ mujeres			+ pueblos o ciudades pequeñas

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Interesa conocer en este punto de análisis la lógica de contactos con los amigos y familia y los canales empleados para ello, centrados en la mensajería instantánea (WhatsApp, Line, Telegram, etc. o SMS) y las redes sociales, especificando en el cuestionario varios de los mismos, como Facebook, Instagram, Twitter, Wattpad, Snapchat, You Tube, etc. Al igual que en análisis anteriores, los resultados se presentan agrupados en cuatro categorías, en función de su frecuencia: "constantemente + muchas veces al día" (intensidad alta), "algunas veces al día + todos o casi todos los días" (intensidad media), "por lo menos todos los días" (intensidad baja) y el no uso ("nunca o casi nunca") (tabla 2.3.8).

TABLA 2.3.8. USO DE CANALES POR TIPO DE CONTACTO (ESCALA AGRUPADA)

CANAL Y LUGAR	INTENSIDAD ALTA	INTENSIDAD MEDIA	INTENSIDAD BAJA	NUNCA O CASI NUNCA
Con la familia (mens. instantánea)	52,7	32,8	8,4	6,1
Con la familia (RRSS)	26,0	17,0	10,6	46,3
Con amigos (mens. instantánea)	76,7	17,1	2,9	3,2
Con amigos (RRSS)	64,2	19,9	5,2	10,7
Con personas conocidas online (mens. instantánea)	17,6	21,0	9,3	52,1
Con personas conocidas online (RRSS)	15,9	18,8	10,2	55,1

Intensidad alta = constantemente + muchas veces al día.
Intensidad media = algunas veces al día + todos o casi todos los días.
Intensidad alta = por lo menos todas las semanas.
Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en %.

En cuanto al **canal empleado**, la lógica de uso sigue un patrón muy claro. El medio preferido, por su alta frecuencia de uso, para comunicarse son los **sistemas de mensajería instantánea** (registrando unos

WhatsApp es la principal herramienta para los y las adolescentes para estar en contacto con la familia y amistades.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

porcentajes superiores de alta intensidad, en todos los supuestos, frente a las redes sociales), pero con notables diferencias en función de con quién se comunique:

- Es el canal más empleado con las **amistades,** ya que el 76,7% lo emplea en alta intensidad y un 20% con frecuencias menores (media y baja intensidad). Apenas existen jóvenes que no lo utilicen en sus contactos de amistad (3,2%).
- Es empleado con menor intensidad con la **familia,** aunque también ocupa un papel relevante: un 52,7% lo usa intensamente en este sentido, por el 41,2% que lo emplea con menor frecuencia (suma de los usos medios o bajos). Incluso un 6,1% no se comunica por este medio nunca con su familia.
- La menor frecuencia de empleo es con **personas conocidas *online***. El 52,1% no lo emplea nunca en este sentido, aunque un apreciable 30,3% sí lo hace en alguna frecuencia (media o baja) y un 17,6% sí lo hace habitualmente.

Las **redes sociales** ocupan otro lugar, de relativa menor importancia en cuanto a la intensidad de su uso en los contactos con el círculo social y familiar, aunque también forman parte esencial de la base comunicativa y relacional:

- Si se trata de comunicarse con las **amistades,** sigue ocupando el primer lugar, el 64,2% lo emplea en alta intensidad y un 25,1% con frecuencias menores (media y baja intensidad). Llama la atención que casi el 11% de los y las jóvenes declara no emplearlas nunca en este sentido.
- Menor uso con la **familia**: un 46,3% afirma no emplear nunca este canal en sus contactos familiares y sólo un 26% lo realiza con alta intensidad. Los usos medios y bajos acaparan al 27,6% restante.
- Escaso papel, también, en los contactos con **personas conocidas *online*** empleando las RRSS. Un 55,1% no se comunica nunca, casi un 16% lo utiliza constantemente y un 29% con media o baja frecuencia.

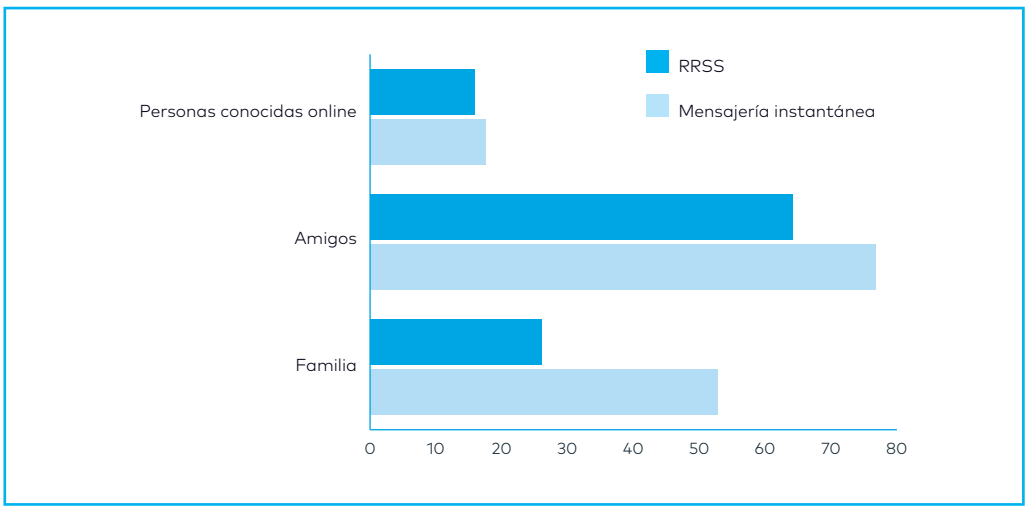
Las preferencias de comunicación según el canal y destinatario quedan más evidentes en el gráfico siguiente (gráfico 2.3.1), que compara los usos de ambas en las altas frecuencias (constantemente + muchas veces al día).

La mensajería instantánea es el canal preferido en todas las comunicaciones, pero si se trata de contactar con personas conocidas *online* se posiciona en prácticamente el mismo uso que las RRSS (17,6% *vs* 15,9%).

Con las amistades ocupa un papel principal, pero no muy alejado de las RRSS (76,7% *vs* 64,2%).

Donde existen mayores diferencias es en el uso con la familia, donde la mensajería es, de manera evidente, la opción principal de comunicación frecuente (52,7% *vs* el 26% de las RRSS).

GRÁFICO 2.3.1. COMPARATIVA EN FRECUENCIAS DE USO ALTAS DE RRSS Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA POR TIPO DE CONTACTO



Frecuencias de uso altas = constantemente + muchas veces al día.
Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en %.

Si introducimos en el análisis los diferentes perfiles sociodemográficos (tabla 2.3.9) encontramos varias diferencias que merece la pena comentar (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.3.26 - A3.1.3.41).

- La **mensajería instantánea** con la familia es algo más empleada, comparativamente hablando, entre las clases media-alta y alta y por aquéllos que declaran otra nacionalidad diferente a la española. También con amigos entre las mujeres, los que tienen 16 años y son españoles de nacimiento. Asimismo, los hombres, quienes se autoposicionan en las clases alta y media-alta y los de nacionalidad española y adquirida y otras nacionalidades la emplean más intensamente con sus contactos con personas conocidas *online* que el resto.
- Las **RRSS** son más empleadas con la familia si el o la joven reside en grandes ciudades. También más con amigos si se es mujer y se estudia en centros privados. Y con personas conocidas *online* tiene mayor frecuencia de uso entre los hombres, los de 15 y 16 años, los de clase media-alta y alta y de nacionalidad española adquirida y otras.

TABLA 2.3.9. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN FRECUENCIAS DE USO ALTAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA Y RRSS

	SEXO	EDAD	TIPO DE CENTRO	CLASE SOCIAL	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Con la familia (mens. instantánea)				+ alta y media-alta	+ otras		
Con la familia (RRSS)						+ grandes ciudades	
Con amigos (mens. instantánea)	+ mujeres	+ 16 años			+ española nacimiento		+ 4º ESO
Con amigos (RRSS)	+ mujeres		+ privados				
Con personas conocidas online (mens. instantánea)	+ hombres			+ alta y media-alta	+ española adquirida y otras		
Con personas conocidas online (RRSS)	+ hombres	+ 15 y 16 años		+ alta y media-alta	+ española adquirida y otras		

Frecuencias de uso altas = constantemente + muchas veces al día.

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

2.4. CONECTADOS, ¿PARA QUÉ?

Parece claro el predominio de la mensajería instantánea en el panorama relacional de los y las jóvenes, sin descartar en absoluto la potencia de las RRSS.

Los usos que concentran la actividad en la mensajería instantánea, consignados en la tabla siguiente (2.4.1), son los referidos a la comunicación con los amigos, sea para "hablar/charlar" (casi el 91% de los y las jóvenes) o para "organizar actividades" con ellos, con un porcentaje del 82,6%, lo que es absolutamente coherente con los datos anteriores sobre intensidad de uso según el grupo destinatario.

Algo más secundariamente en la panoplia de usos de la mensajería instantánea, pero con menciones relevantes porcentualmente, quedan otros empleos, destacando entre ellos "hablar con la familia" (61,8%), "dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as" (47,2%) y usos de tipo más funcional relacionados con la actividad escolar, como "cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)" (42,5%).

Bastante menos impacto de la mensajería instantánea en cuanto a la "planificación de actividades con los familiares" (32,6%), "solicitudes de información o realización de gestiones personales" (18,3%) y muy poco relevante para "comprar o vender", que apenas supera el 5%.

TABLA 2.4.1. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

USO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA	N	% SOBRE MENCIONES	% SOBRE ENTREVISTADOS
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)	1.476	23,1%	90,9%
Planificar actividades con amigos/as	1.342	21,0%	82,6%
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)	1.003	15,7%	61,8%
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as	766	12,0%	47,2%
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores...)	690	10,8%	42,5%
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)	530	8,3%	32,6%
Solicitar información, realizar gestiones personales	298	4,7%	18,3%
Comprar o vender (quedar con vendedores/as o clientes...)	84	1,3%	5,2%
Ns/Nc	32	0,50%	2,0%
Total	6.397	100,0%	393,9%

Base total muestra. Respuesta múltiple (4 máximo).

No existen excesivas diferencias en los usos de la mensajería instantánea por los perfiles de los y las jóvenes (tabla 2.4.2) salvo en uno de los usos, "dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos o conocidos", que implica más a mujeres, aquéllos con 16 años y a las clases media-baja y baja (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.4.1 - A3.1.4.4).

- El tamaño de población influye para que los que viven en entornos urbanos grandes lo empleen en mayor medida que el resto para "hablar con la familia" y los residentes en pueblos o ciudades de pequeño tamaño lo empleen más para cuestiones académicas, "cuestiones relacionadas con los estudios".
- La clase social también incorpora algún matiz a los resultados globales: las clases alta y media-alta lo emplean en mayor medida para "planificar actividades familiares".

TABLA 2.4.2. PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LOS USOS DIARIOS DE LA MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

USOS MENSAJERÍA INSTANTÁNEA	SEXO	EDAD	CLASE SOCIAL	TAMAÑO RESIDENCIA
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)				+ grandes ciudades
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as	+ mujeres	+ 16 años	+ baja y media-baja	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)				+ pueblos o ciudades pequeñas
Planificar actividades familiares			+ alta y media-alta	

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

En cuanto a las RRSS, la estructura de usos es bastante similar a la mensajería instantánea en cuanto a las enormes diferencias entre unos pocos usos y el resto de actividades (tabla 2.4.3).

TABLA 2.4.3. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE RRSS

USOS RRSS	N	% SOBRE MENCIONES	% SOBRE ENTREVISTADOS
Mirar información de amigos, familiares o personas cercanas	1.162	18,7%	71,6%
Buscar información de cosas que me gustan o me interesan	1.137	18,3%	70,0%
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)	1.078	17,3%	66,4%
Planificar actividades con amigos/as	639	10,3%	39,3%
Mirar información de personas que no conozco mucho o desconocidas	570	9,2%	35,1%
Contar mis cosas, mis gustos, mis intereses...	365	5,9%	22,5%
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)	252	4,1%	15,5%
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as	199	3,20%	12,3%
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)	181	2,9%	11,1%
Solicitar información, realizar gestiones personales	120	1,9%	7,4%
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)	112	1,8%	6,9%
Comprar o vender (buscar productos, quedar con vendedores/as o clientes...)	84	1,4%	5,2%
Ns/Nc	93	1,5%	5,7%
Total	6.219	100,0%	382,9%

Base total muestra. Respuesta múltiple (4 máximo).

La mayoría (71,6%) emplea las RRSS para informarse de amigos y familiares, para las "búsquedas de información" sobre temas variados (70%) y para "hablar con amigos/ charlar con ellos sin un objetivo específico" (66,4%).

Las redes no son sólo un espacio de comunicación: se utilizan como espacio de expresión donde las y los adolescentes exponen sus propias inquietudes y su creatividad.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

Muy lejos de los anteriores, pero mencionados de manera significativa ya que convocan a más de un tercio de jóvenes, quedan otros empleos frecuentes de las RRSS, como "planificar actividades con amigos/as" (39,3%) y "mirar información de personas que no conozco mucho o desconocidas" (35,1%).

Las y los adolescentes valoran la comunicación estable y continuada, pero desvalorizan el comportamiento de aportar a las redes sociales contenidos sin medida.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

Bastante menos utilización de las RRSS en aspectos como "contar mis cosas, mis gustos, mis intereses" (22,5%), "hablar con la familia" (15,5%), "dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as" (12,3%) o "cuestiones relacionadas con los estudios" (11,1%). Prácticamente residuales en los hábitos de uso de las mismas son las cuestiones relacionadas con "peticiones de información o gestiones personales" (7,4%), "planificar actividades con familia" (6,9%) o "comprar o vender" (5,2%).

Al igual que con la mensajería instantánea, tampoco aquí se aprecian fuertes diferencias en los usos de las RRSS por los diferentes perfiles sociodemográficos.

TABLA 2.4.4. PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LOS USOS DIARIOS DE LAS REDES SOCIALES

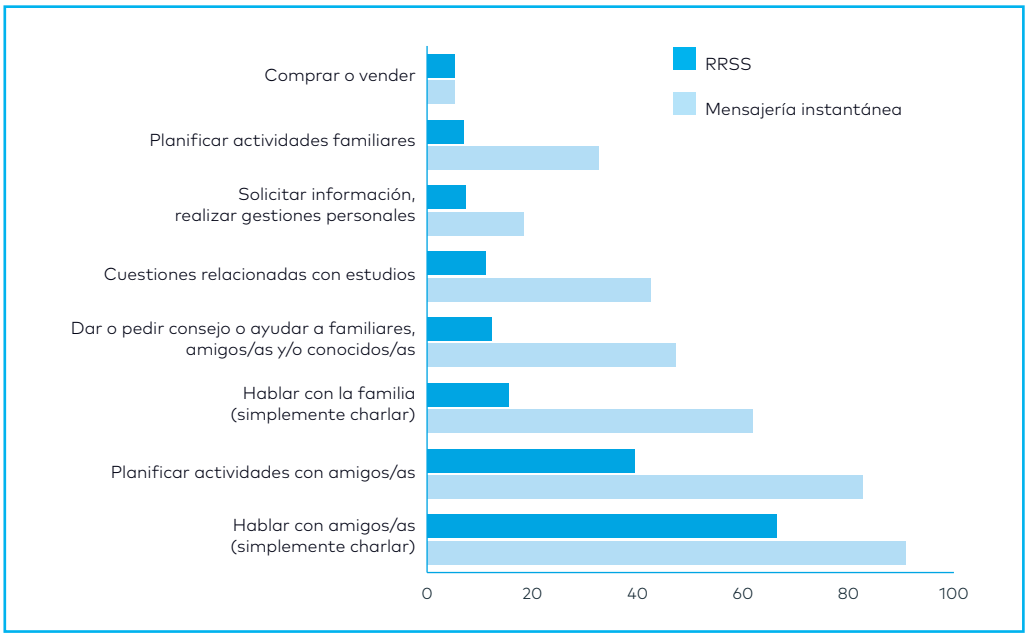
USOS RRSS	SEXO	EDAD	NACIONALIDAD
Mirar información de amigos, familiares o personas cercanas	+ mujeres		+ española de nacimiento
Buscar información de cosas que me gustan o interesan	+ mujeres	+ 16 años	
Hablar con amigos/as (sin un objetivo específico)			+ española de nacimiento
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)			

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Las mujeres declaran más uso para cuestiones relacionadas con la búsqueda de información, tanto de amigos y personas cercanas, como sobre cosas que gustan o interesan. Los españoles de nacimiento para "mirar información sobre personas" o "hablar con amigos". Aquéllos con 16 años de edad muestran más intensidad en el uso de las RRSS para "buscar información sobre cosas que me gustan o interesan" (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.4.5 - A3.1.4.7).

Sometidos ambos canales a una comparativa sobre las actividades realizadas de forma más habitual, puede comprobarse la predominancia para casi todos los usos de la mensajería instantánea sobre las RRSS (gráfico 2.4.1), lo que corresponde a la lógica de uso del canal analizado anteriormente.

GRÁFICO 2.4.1. COMPARATIVA USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE RRSS Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA



Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en %.

Las diferencias más agudas se dan para los usos relacionados con los estudios (el 42,5% usa la mensajería *vs* el 11,1% que usa las RRSS), "peticiones de consejo o ayuda a familiares, amigos/as y/o conocidos/as" (47,2% *vs* 12,3%), "hablar con la familia" (61,8% *vs* 15,5%) o para "planificar actividades con la familia" (32,6% *vs* 6,9% de las RRSS). Evidentemente, los sistemas de mensajería ofrecen mayor inmediatez en la comunicación, se está permanentemente conectado y absolutamente disponible todo el tiempo, mientras que los usos de las RRSS aparecen vinculados a un tipo de comunicación y relación algo menos frecuente

pero, a la vez, más intenso en cuanto al sentido comunicacional final de los mismos, como mirar información sobre las amistades, charlas y conversaciones, etc.

Menores diferencias, pero también relevantes, para las conversaciones con amigos/as (el 90,9% usa diariamente la mensajería instantánea frente al 66,4% de las RRSS) o las solicitudes de información o gestiones personales, uso con poca relevancia global pero más dado a realizarse también mediante mensajería (18,3%) que con las RRSS. Ambos canales sólo muestran igual potencial de uso para "comprar y vender", un residual 5,2%.

No podemos concluir el capítulo sobre los usos de internet que realizan los y las jóvenes sin detenernos en estudiar su percepción sobre algunas de las funcionalidades de la red que rebasan el ámbito relacional o comunicativo más convencional y personal y abordan usos que tienen como fin servir de canal para la participación, información o denuncia acerca de cuestiones sociales de todo orden, como la política, las movilizaciones sociales, el apoyo ante situaciones de injusticia, etc. No cabe duda de que, especialmente en los últimos tiempos, internet ha permitido que amplios sectores sociales hayan encontrado un espacio de participación colectiva y de transmisión de ideas y opiniones acerca de estos temas.

La batería propuesta indaga la utilidad que los y las jóvenes perciben de internet como canal participativo en este tipo de cuestiones, mediante la pregunta "Pensando en el uso que tú haces de internet y redes sociales, ¿en qué medida te resulta útil para las siguientes cosas?", medición que se realiza mediante una batería de 0 ("nada útil") a 10 ("totalmente útil") (tabla 2.4.5).

TABLA 2.4.5. UTILIDAD PERCIBIDA DE INTERNET PARA CUESTIONES SOCIALES Y POLÍTICAS

UTILIDAD PARA...	MEDIA	DES. TÍPICA
Cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia	4,47	3,596
Votar y participar en decisiones colectivas	3,89	3,211
Apoyar y secundar causa y movilizaciones	3,84	3,422
Generar y difundir contenidos sociales y/o políticos	3,48	3,337
Tener influencia sobre las opiniones y decisiones de otras personas	3,44	3,292
Participar en cuestiones sociales y/o políticas	3,20	3,230

Escala de 0 "nada útil" a 10 "totalmente útil". Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

La utilidad percibida para este conjunto de cuestiones no parece ser excepcionalmente alta, a tenor de las medias obtenidas.

Ninguna de las acciones propuestas despierta excesivo interés y, en todo caso, la que se percibe como de mayor utilidad en comparación a las demás, es la de "cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia" (un 4,47 de media).

Todas las demás obtienen medias bajas en la escala de utilidad: "votar y participar en cuestiones políticas" (3,89) tiene una valoración muy parecida a la que obtiene "apoyar y secundar causas y movilizaciones" (3,84). Poco menos reciben "generar y difundir contenidos sociales y políticos" (3,48) o "tener influencia sobre las opiniones y decisiones de otras personas" (3,44). Cierra la escala de utilidad "participar en cuestiones sociales y políticas", que apenas rebasa el 3 de media.

En absoluto estos resultados pueden ser considerados como inhabituales, dada la relación entre jóvenes y política, como algunos estudios ya han demostrado (Ballesteros *et al.,* 2015), salvo ciertos sectores de jóvenes, una importante mayoría se muestra bastante abúlica a la hora de la participación colectiva, mucho más si la causa es de tipo político o ideológico.

En todo caso, existen algunos jóvenes que sí muestran mayor interés por algunas de las cuestiones valoradas (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.1.4.8 - A3.1.4.11):

- Las mujeres tienden a mostrarse más activas, al menos en las acciones de tipo reivindicativo y social, como "cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia" y "apoyar y secundar causas y movilizaciones".
- La edad introduce un sesgo bastante importante, pues claramente se incrementa el interés por algunas cuestiones reivindicativas entre los de más edad (16 años) como "cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia" y "apoyar y secundar causas y movilizaciones" e incluso aquellas que se acercan al contenido ideológico ("votar y participar en decisiones colectivas").
- En correspondencia con el incremento del interés a medida que crece la edad, los que estudian niveles de 4º de ESO son más proclives a percibir la utilidad de todas las acciones testadas.
- Los españoles de nacimiento parecen más vinculados a los asuntos de participación colectiva y ciudadana como "cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia", "apoyar y secundar causas y movilizaciones" y "votar y participar en decisiones colectivas".

TABLA 2.4.6. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS UTILIDAD PERCIBIDA DE INTERNET PARA CUESTIONES SOCIALES Y POLÍTICAS

UTILIDAD PARA...	SEXO	EDAD	NACIONALIDAD	ESTUDIOS EN CURSO
Cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia	+ mujeres	+ 16 años	+ española de nacimiento	+ 4º ESO
Votar y participar en decisiones colectivas		+ 16 años	+ española de nacimiento	+ 4º ESO
Apoyar y secundar causas y movilizaciones	+ mujeres	+ 16 años	+ española de nacimiento	+ 4º ESO
Generar y difundir contenidos sociales y/o políticos				+ 4º ESO
Tener influencia sobre opiniones y decisiones de otras personas				+ 4º ESO
Participar en cuestiones sociales y/o políticas				+ 4º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

2.5. LO QUE LOS NÚMEROS NO EXPLICAN

2.5.1. Consumir versus crear

Más allá de lo recogido mediante la encuesta, desde los *focus group* y las entrevistas realizadas con adolescentes se deprenden múltiples intencionalidades en el uso de las tecnologías, que ponen de relieve cómo éstas forman parte de los procesos socializadores de los y las adolescentes en la construcción de sus propias identidades y en sus procesos de participación e integración social. Aunque depende en gran medida de esta intencionalidad de uso de las tecnologías, las posiciones de meros y meras consumidores, cada vez se entremezclan más con la posición de productores y productoras de contenido. Es decir, internet, las redes sociales..., las TIC en definitiva, ofrecen un espacio interactivo en el que los y las adolescentes encuentran una vía tanto de exploración y construcción como de auto-presentación de sus propias identidades. La oportunidad que les ofrecen estos medios de relacionarse con el mundo

diluye sus posiciones de receptores/as y emisores/as actuando de ambos modos, característica fundamental desde Internet 2.0.

Desde la posición de **"consumidores/as"** se desprenden unas inquietudes variadas entre los y las adolescentes en su uso de las tecnologías, desde la búsqueda de información de carácter variado y mediante diversos canales (desde aficiones como la literatura, al fenómeno *fan),* el propio aprendizaje (atención específica en el capítulo 4) o el ocio y el entretenimiento (destacando los videojuegos o las series en *streaming),* sin obviar las relaciones y comunicación, tanto con su entorno de contactos inmediato como la posibilidad de encontrar nuevas relaciones (como se verá de forma más detallada en el capítulo 3).

No obstante, estas intencionalidades al relacionarse en el medio digital desafían las categorías analíticas. Utilizar las redes sociales, por ejemplo, no es sólo una vía para relacionarse con sus contactos, sino también de encontrar información, aprender, evadirse y entretenerse o inspirarse para la generación de sus propios contenidos para compartir en internet (o desarrollar actividades *offline).*

Así, los y las adolescentes también se comportan como **"creadores/as"** de contenido (entendidos éstos como todo texto, imagen, vídeo, gráfico, animación, etc. que sea empleado como objeto de comunicación o expresión en internet) que se aportan o publican en las redes en las que se tiene cuenta o perfil u otras plataformas digitales. Aunque publicar y compartir contenidos en el entorno virtual está marcado por las propias plataformas (usos y contenidos específicos según la red social o plataforma concreta, como veremos más adelante), se desprende un interés por socializar aquellos elementos que son propios de su identidad esperando lograr una aceptación por parte del resto de sus contactos o usuarios/as (se prestará atención en el capítulo 3 a las pautas específicas de cómo se relacionan a través de los medios digitales).

Según los testimonios recogidos, las y los adolescentes privilegian contenidos propios relacionados con sus aficiones, gustos e intereses. Incluso creando contenidos propios, entre los que destaca en algunos casos el uso de sus cuentas en redes sociales para cristalizar una inquietud creativa que desean compartir con otras y otros usuarios, convirtiéndose esa interactividad en un estímulo para las y los adolescentes. Así, las redes se perfilan como un espacio de expresión donde las y los adolescentes ven un lugar de exposición de sus propias inquietudes y creatividad.

> *"En Instagram sí suelo publicar fotos aunque casi nunca fotos mías, más de cosas que hago, un libro que estoy leyendo, alguna frase que me gusta, le tomo una foto."*

"[Subo] dibujos, cómics, animación corta, stop motion, fan arts..."

"[...] tengo una [cuenta] con una compañera que es de cosas creadas por nosotras."

De afirmación o expresión de estas aficiones e intereses (música, literatura, videojuegos...) desde contenidos ajenos, al compartirlos a su vez con otros contactos, o mostrar su agrado *(retuits, likes...)*.

"Y en Twitter, retuitear cosas sobre series, películas y tuitear cosas varias [...] anime o grupos, cantantes, kpop, sobre todo."

Sin obviar el compartir "experiencias vitales", contenidos personales asociados al joven o a sus círculos privados, publicaciones de aspectos de la vida privada que, sin embargo, como se desprende de sus propios relatos, tienen un carácter más bien esporádico marcado por circunstancias ocasionales o extraordinarias que justifiquen su exposición.

"En Instagram publico fotos y vídeos, pero no publico mucho de la vida personal, pero sí a lo mejor algo que hago que sale de mi ámbito normal, con los amigos en un parque..."

"Subo fotos solo o de algún evento especial, no subo del día a día..."

Sobre este último aspecto, al observar las respuestas de las y los adolescentes en el ámbito de la publicación de contenidos, se desprende una respuesta que puede ser calificada como defensiva, acorde al discurso de prevención que abandera, por lo general, la educación mediática preventiva (charlas de la Policía de Participación Ciudadana y Sensibilización Cyberbullying que se imparten en los centros educativos).

"Nunca nada sobre familia, o que puedan averiguar mi edad, dónde vivo..."

"Nada extraño como salir medio desnuda".

"[...] pero siempre les pido permiso si saco a mis amigas, si no me echan la bronca."

En cuanto al exceso de exposición en redes, las y los adolescentes valoran la comunicación estable y continuada, pero desvalorizan el comportamiento que atribuyen a muchos de sus contactos (corporativos, pero también personas cercanas) de apoyar o aportar contenidos sin medida. En forma de queja, hacen referencia a mensajes y, sobre todo, a contenidos, imágenes, publicaciones o

información que consideran inservibles. Estas conductas impulsivas que, sin embargo, no se atribuyen a sí mismos, revelan una carencia en el conocimiento del efecto real que la *hiperexposición* tiene para el círculo en el que impacta y para la imagen que proyecta en estos contactos. Es más, sus relatos y opiniones se sitúan en el lugar contrario, como receptores de información sin valor y una manifiesta actitud de molestia.

> *"Hay algunos que son muy pesados y no paran de subir y te notifican y están todo el rato con mensajes y podrían calmarse un poco."*

> *"Establecería un porcentaje de 30% de material útil y 70% de material inútil en la red."*

> *"Lo bueno y lo malo es el contenido que se publica. Por un lado, sí que hay vídeos y fotos que son graciosas, o algún tutorial y sirven para algo, pero luego están siempre los típicos comentarios de fotos que no sirven para nada y lo único que hacen es molestar."*

De los *focus group* y entrevistas, buena parte de las y los adolescentes aluden al **fenómeno *fan***, considerándolo una de las pautas que mejor ejemplifican esta **relación de receptores-emisores**. El fenómeno *fan* es el seguimiento de ídolos a través de cuentas oficiales y cuentas *fan,* que abarca lo más tradicional (grupos musicales o equipos deportivos), hasta los llamados i*nfluencers, instagramers, gamers* o *youtubers,* pero también de productos como películas y series de las nuevas plataformas de contenido audiovisual (HBO, Netflix…). Desde ahí, reconocen que han establecido nuevos contactos y relaciones con personas a las que no conocen físicamente (pero a las que les une una afición común), les ha animado a aprender un nuevo idioma (por ejemplo, se alude a aprender coreano desde el seguimiento del movimiento del *k-pop),* o generan a su vez contenidos relacionados con su seguimiento *fan* que comparten a través de internet.

Desde luego, con la extensión de internet y las posibilidades que ofrece la presencia de contenidos culturales generados por los *fans* permite una mayor difusión y una presencia continua de la cultura *fan* en la red. Como señala Jenkins, lo que se ha producido en los últimos años con la extensión de las redes sociales es una mayor visibilidad de su cultura. "La red proporciona un nuevo y poderoso canal de distribución para la producción cultural aficionada" (Jenkins, 2008 citado por Busquet, 2012: 20). Esto ha implicado un acercamiento a un escenario de la propia o propio *fan* como protagonista y creador, más que como un mero consumidor pasivo.

El contenido que visualizan en las redes sociales, además de servir de fuente de información o entretenimiento, se convierte así en un repositorio de ideas y modos

de hacer, hallando "inspiración" para elaborar y publicar contenidos propios, para poner en marcha actividades nuevas o consultar y recibir sugerencias. Así, las redes sociales y la red se convierten en un infinito repositorio de información en constante actualización, que reconocen que les despierta interés hacia los más variados ámbitos (desde temáticas políticas, arte abstracto o críticas literarias hasta ficción).

Por lo que podría entenderse como imitación, algunas y algunos de estos adolescentes afirman ver vídeos o seguir contenidos que les sugieren realizar la actividad que exponen.

> *"Yo he visto vídeos de comida que los sigo y a veces me pongo yo a hacer cosas, si me gustan, si no, no."*

Igualmente, revelan comportamientos e inquietudes influidos por acciones promocionales.

> *"Alguna vez he visto alguna publicación y si es alguna actividad, a veces te dan ganas de hacerla, o si te gusta el vestido de la chica, o el lugar donde se lo ha hecho, pues buscas el sitio, o dónde se ha comprado el vestido, o si es una actividad, a lo mejor vas un día con tus amigos y lo haces."*

Las y los adolescentes aseguran encontrar en la red ámbitos desconocidos y, de forma natural, alimentan el interés que les han generado buscando más contenidos similares, relacionados o indagando a otro nivel acerca del aspecto en cuestión.

> *"Maneras de hacer música, beat box, freestylers que se dedican a improvisar, también djs con máquinas para hacer música y muchas cosas."*

> *"Programas de ordenador, juegos de astronomía que he descubierto en YouTube, son juegos para ordenador de astronomía, que me llama mucho la atención a mí."*

O incluso, para un contenido con una vocación claramente creativa. A este respecto, se identifica aquí una diferencia entre el estímulo generado hacia la creación y publicación de obras originales del adolescente y el estímulo hacia la publicación de contenido en el perfil de su red social instigado por el hecho de publicar.

"En Instagram, con las cuentas que sigo cuido más la foto, si le pongo este filtro o si hago la foto así va a quedar más bonita..., pero no para ser influencer ni nada..."

"Yo, como veo mucho de los fan arts y me encanta dibujar, cojo ideas de dibujos de la misma chica, o de distintas, y creo mi monstruito [...] Me sirve de inspiración."

"Yo tengo uno de fotografía, pero lo que he hecho es que, en lugar de crear uno nuevo he cambiado el mío totalmente para hacerlo de eso."

2.5.2. No todo sirve para todo

Como se ha identificado en estudios anteriores, la forma en que se diseñan las redes sociales y plataformas de comunicación determinan un conjunto de posibilidades que, a su vez, implican determinados usos con intencionalidades específicas, así como particulares apropiaciones por parte de las y los usuarios. De lo expresado en los grupos focales, esto queda patente y demanda una atención específica a las principales redes y plataformas que utilizan. Las y los adolescentes privilegian dos, WhatsApp e Instagram.

WhatsApp es la herramienta utilizada como medio de comunicación interpersonal directa para relacionarse con sus amistades y, principalmente, con su familia, mediante mensajes escritos y, en menor medida, el envío de fotografías y vídeos. Es decir, responde a un estímulo de los hábitos y círculos de relación más cercanos a las y los adolescentes, convirtiéndose en la principal herramienta de conexión y de estar en contacto con la familia y amistades.

"Publico fotos por el grupo de familia, las fotos que me pide mi familia, de momentos especiales, comuniones, etc."

Esta plataforma no es considerada una red social más[4]. Aunque se reconoce el uso de la función de *Estados*[5], como actualización controlada dirigida al grupo más cercano de contactos personales que habilita unas posibilidades similares a

4. Al igual que "ellos y ellas", en este estudio se ha definido WhatsApp como aplicación de mensajería instantánea en contraposición con las redes sociales.

5. La herramienta *Estados* de WhatsApp puede equipararse a la herramienta *Stories* de Instagram o Snatchap Stories, que permiten compartir contenidos centrados (posibilitando la edición inmediata de fotos o vídeos), y se caracterizan por la caducidad (por su exposición limitada en el tiempo, tras el cual se eliminan).

las redes sociales, pero no equiparan la publicación de contenidos en la misma con el valor e implicaciones (ni exposición) que supone para ellos, por ejemplo, publicar en Instagram[6].

> *"En WhatsApp, en los Estados, cosas que me han pasado en el día a día, que la gente que puede ver mis Estados y me puede responder."*

Instagram es la otra plataforma más extendida, donde las mujeres adolescentes se muestran más activas que sus pares masculinos (sobre todo respecto a los de menor edad). La interacción en esta red engloba informarse, comentar y compartir contenido ajeno, pero también publicar contenido propio mediante publicaciones y *sharing* de ocasiones especiales.

> *"[...] normalmente utilizo Instagram para subir fotos o vídeos de algún evento que me haya gustado y quiero recordarlo, de alguna gracia que se me ocurre."*

En tanto contenido ajeno destaca la publicación y seguimiento vinculado al ya mencionado fenómeno *fan,* que hace referencia a seguidores incondicionales o a admiradores de determinadas figuras públicas que se convierten en populares, desde equipos deportivos, grupos musicales, hasta los llamados *influencers*.

En Instagram, las y los adolescentes declaran preferir el consumo, principalmente, pero también la publicación de contenidos. Entre las funcionalidades que ofrece esta red, declaran una preferencia por la herramienta *Instagram Stories*[7], identificándose, en ocasiones, como un tipo de exposición más recurrente que las publicaciones realizadas en el perfil o muro de la o el adolescente. Y por la herramienta de *Search* o *Explorar*[8], lo que les permite seleccionar lo que prefieren

---

6. Derivado del hecho de que la suma de un contacto por WhatsApp implica conocer el número de teléfono de esa persona, da a las y los adolescentes una falsa sensación de red "personal" o privada.

7. Ofrece una funcionalidad similar a la mencionada de *Estados* de WhatsApp, aunque de mayor popularidad: ofrece la posibilidad de compartir imágenes o vídeos que, una vez publicados, desaparecen automáticamente a las 24 horas. Se añade la posibilidad de editar (aplicar filtros, fondos y otras herramientas de imagen) y también, como la funcionalidad mencionada de WhatsApp, permite al usuario/a hacer un seguimiento y control de las visualizaciones por parte de los contactos, e incluso, la posibilidad de "ocultarla" a contactos concretos. Además, añade una opción (utilizada por este grupo de adolescentes) de avisar si el contacto hace una captura de imagen de ese contenido que fue compartido para ser efímero.

8. Funcionalidad que goza de popularidad que permite interactuar con los contenidos de Instagram al clasificarlos según las etiquetas de los/as usuarios/as para ofrecer unos resultados más personalizados. La preferencia por esta herramienta, en particular por las y los adolescentes, se podría vincular de forma absoluta con la sobreestimulación del mensaje multipropuesta que determina el diseño de estas redes de bolsillo, donde el bombardeo de múltiples mensajes genera una suerte de atracción constante y estimulación infinita de (además) contenidos relacionados con los intereses propios, en función de lo revelado por el algoritmo asociativo de los contenidos y perfiles de Instagram.

ver, detenerse en ello y volver de nuevo a la lupa en un ejercicio cíclico, a diferencia de la otra opción (desde el perfil o muro) que exigiría que pasen por todas las publicaciones que realizan todos los contactos que se tienen. El tipo de consumo de contenidos que implica este hábito de seguimiento o visualización resulta interesante, ya que podría evidenciar la inevitable conducta guiada por una tendencia de consumo ansioso de contenidos. Por un lado, el consumo del muro propio es, en ocasiones, un consumo autómata, no reflexivo, no reposado en cada uno de los contenidos y su significado y, por otra parte, el consumo de los contenidos sugeridos podría entenderse como absurdo (en tanto que ya hemos elegido, mediante la incorporación voluntaria de contactos, los contenidos que nos interesan); la lupa provee de gran cantidad de nuevos contenidos, relacionados directa o indirectamente con los perfiles que seguimos y resultado de los algoritmos de relación aplicados por la red social, pero no son los contenidos de los contactos que hemos elegido adherir a nuestra cuenta.

La diversidad, novedad, frescura o imprevisibilidad, podría ser la razón de que esta modalidad expositiva (distinta en forma y contenido) sea la preferida de cientos de estos usuarios de Instagram. También podría, ciertamente, relacionarse con la sobreestimulación que la oferta de contenidos múltiple, simultánea e interminable de contenidos tiene para el usuario, cuyo visionado se alimenta de forma constante por la aparición y necesidad inconsciente de contenido y más contenido, independientemente de que consiga (o desee) interiorizar, asimilar o —siquiera— interpretar o entender dichas imágenes.

> *"Veo Stories, siempre busco alguna interesante."*
>
> *"El muro tampoco lo veo mucho, veo el buscador."*
>
> *"Sigo a tres mil personas o así..., gente que conozco de cerca, pero sobre todo páginas de moda, modelos en Instagram. Páginas de libros he seguido alguna, de las que publican frases..., pero suelen perderse entre las nuevas fotos o no interesarme, aunque en Instagram lo que más suelo utilizar es la lupa, el buscador, porque aparecen cosas recomendadas y pierdo menos tiempo viendo cosas que no me interesan."*

Twitter, aunque mencionada, no se define como una red imprescindible para los adolescentes (disponen en su mayoría de cuenta, pero declaran no utilizarla de forma habitual), aunque parece perfilarse como un espacio de consumo concreto: el consumo *fan*. Es decir, en general, las y los adolescentes que poseen perfil en Twitter lo emplean para el seguimiento de sus ídolos. En esta plataforma, el

usuario puede clasificarse como espectador dedicado, exclusivamente, a la observación y consumo receptor audiovisual de los contenidos de la red. Más allá del consumo *fan*, la función dominante es el *retuit*, con la excepción de comentarios aislados a determinadas publicaciones.

> *"Y en Twitter no suelo publicar cosas mías, suelo retuitear [...]. Tengo Twitter pero sólo hago retuit."*

> *"Twitter [...] para ver cosas de interés que a mí me gustan, enterarme de algunos eventos o cosas."*

Facebook, por su parte, parece tener un uso entre las y los adolescentes más residual, como plataforma para juegos o referenciada, fundamentalmente, como medio de comunicación para entornos sociales lejanos, a los círculos a los que ciertos adolescentes pertenecen por circunstancias personales, pero ajenas al entorno escolar y a su entorno social más cercano. Similar fenómeno sucede con Snapchat, se dispone en algunos casos de cuenta, pero declaran no utilizarla.

> *"Facebook tengo, pero solamente lo utilizan mis amigos de Colombia, así que no la suelo utilizar, ya hace varios años que no la utilizo."*

El ejemplo de estas últimas redes sociales sirve para entender que la proliferación de éstas, con sus determinados diseños y posibilidades de interacción, no dejan de ser elementos que ganan y pierden popularidad. Así como pasó con MySpace o Tuenti, parece suceder ahora con Facebook frente a Instagram, al menos entre la población más joven.

YouTube se sitúa como la plataforma por excelencia para el consumo de contenidos audiovisuales, en la que, sin embargo, la posesión de perfil no llega a ser mayoritaria. Cuando se dispone de éste, se emplea para comentar vídeos o suscribirse a canales, y en algunos casos llega a ser otro espacio de expresión para la creación de contenido por parte de las y los adolescentes.

Lo más destacable, dentro de este consumo expresado por el grupo de las y los adolescentes en YouTube refiere a contenidos virales y musicales, así como el fenómeno *fan,* pudiendo distinguir preferencias diferenciadas según el género. Entre ellos destaca una preferencia por los *gameplays*[9], siguiendo diversas cuentas de forma reflexiva; expresan una preferencia por determinados *gamers* según el videojuego particular.

9. Se trataría de vídeos-tutoriales en los que *gamers* (jugadores/as de videojuegos) comentan, aconsejan o se graban jugando a videojuegos.

"A Willy Rex solamente para el Fortnite, pero luego me lo quito. Es bueno en el Fortnite y por eso me gusta verle, pero cuando empieza con el Minecraft..."

Mientras que ellas utilizan YouTube especialmente por el contenido musical, capitaneado por el videoclip, el vídeo de seguimiento del *fan* musical, así como el *fan* de actores, series, programas, filmes o géneros, sin obviar un consumo más generalizado alimentado por las corrientes virales, los *sharing* a través de redes sociales o las sugerencias a la cuenta personal de YouTube.

"Virales... Perros... Música o vídeos de nuestros cantantes favoritos, K-pop. Suben un vídeo a YouTube, de momentos graciosos de ídolos, y los veo."

De forma común, también tienen su espacio los *youtubers* ("El Rubius, y otros más de comedia, tipo Wismichu") a quienes hacen un seguimiento periódico de sus publicaciones ("Sigo a Ro en la red... Visito sus canales una vez a la semana, que es cuando suben"), con una finalidad de entretenimiento.

Entre toda esta variedad de contenidos consumidos en esta plataforma por las y los adolescentes, se sitúan otros de carácter más cultural, político y tutoriales temáticos.

"Veo vídeos de política. De todo. Hay un canal que se llama Visual Politics. Lo veo en inglés y en otros idiomas. Hay comentaristas, políticos... de todo."

La posibilidad de creación de "tutoriales" (por ser esta una de las principales plataformas utilizadas para este tipo de contenido) es bien conocida en estas edades, aunque el grupo de adolescentes participantes en el estudio se mostraban prudentes. No obstante, se manifestó haber tenido en alguna ocasión la intención de realizarlos (sin llegar a llevarse a cabo), se muestran reticentes si no se considera que pueden aportar conocimiento.

"[...] Si se me diera muy bien hablar francés sí colgaría algún tutorial [...] Pero no se me ocurre hacer un vídeo de eso porque sé que alguien lo puede hacer mucho mejor que yo."

Finalmente, dentro de los usos recreativos, se sitúan los **videojuegos** que, desde el relato de las y los adolescentes se desprende una heterogeneidad de géneros y preferencias a la hora de elegirlos (juegos en línea, de rol, simuladores, casuales, independiente, etc.), así como en los soportes (ordenador, videoconsolas o *smartphones)*.

"Yo tengo un montón de juegos en el móvil, [...] y, luego, los típicos de ordenador [...]"

La tensión y el entretenimiento se perfilan como las sensaciones clave en la experiencia que la o el adolescente vive al jugar a videojuegos.

"Siento estrés. Quiero seguir jugando, pero, cuando me matan, me estreso y vuelvo a jugar, y me sigo estresando, y así hasta que me cabreo. Puedo estar jugando 15 minutos."

"Cuando estoy jugando, siento adrenalina porque me pongo nervioso. Puedo estar jugando 10 minutos; si fallo, me estreso."

Así como la diversión y la fantasía en que sumerge el juego al joven constituyendo otro factor importante a la hora de dedicar a los videojuegos el tiempo de ocio, y la posibilidad de interactuar con otros jugadores/as.

"Me sumergen en la historia. Hay videojuegos que tienen una historia seria que hace que el protagonista sea en primera persona y tú te sientes el protagonista. Siempre te preguntas ¿qué cara tendré?"

"Juego a Calll of Duty. Me gusta hacer equipo y ganar batallas. [...] El FIFA me gusta porque lo tienes online y puedes jugar contra otra gente por partidos y me gusta meter goles y el fútbol me encanta."

En relación con los videojuegos se desprenden ciertas tendencias diferenciadas por género: las adolescentes manifiestan una aplicación social y de presencia física en sus preferencias (mencionando, por ejemplo, *Just Dance* o *Sing Start*, juegos de videoconsolas), mientras que ellos suelen decantarse por el modo *online* como forma de interacción.

También se identifican ciertas diferencias en cuanto a la intensidad del consumo, al tiempo dedicado.

Ellas se muestran más despegadas a este tipo de ocio ("Me entretengo, por eso juego. Pero puedo pasarme meses sin jugar"), mientras que ellos reconocen, en general, un comportamiento de consumo más entregado y prolongado (también en lo que se refiere al visionado de *gamers* o *gameplays*, antes citado).

"Puedo estar jugando mucho tiempo... creo que una noche estuve una noche entera."

"Últimamente no le dedico nada de tiempo, pero normalmente, todos los fines de semana estoy jugando, desde que termino de comer hasta las 12 de la noche, parando para comer."

Los videojuegos, cuyo consumo cada vez está más extendido convirtiéndose en un fenómeno de masas, no se alejan de los estereotipos de género, más allá de unas preferencias por determinados géneros de juego o jugabilidad entre las chicas y los chicos. En la recogida de información de esta investigación se ejemplificó esta presencia de pervivencia de estereotipos, en el que ellas se calificaban como "malas jugadoras" ("Lo confirmo, a mí también me matan enseguida", "Yo me pongo a jugar al Fortnite y me matan al primer segundo") frente a la ausencia total de esa autodenominación por parte de los chicos de su edad, o discutían entre las propias adolescentes[10] sobre si los videojuegos son cosa de chicos.

"Hay muchas chicas de nuestro curso que les gusta jugar al Minecraft o al Fortnite y yo no lo veo mal, pero yo creo que a las chicas a lo mejor nos gusta más ver tiendas o ver qué color se lleva en esta temporada y es verdad que hay muchísimos chicos más que juegan a gameplays."

"Es un estereotipo que en el mundo de los videojuegos no entran mujeres, y se está viendo actualmente que no, que hay chicas que superan a chicos. Simplemente a mí no me ha dado por jugar a gamers pero podría haberme dado por ahí [...]. Es cierto que, a lo mejor, sí que tenemos metida la idea de que esto no nos tiene que ir, por ser de chicos, pero estamos rompiendo el estereotipo, diciendo: mira, si a mí me gusta, juego y punto."

2.5.3. ¿Un lado oscuro?

Más allá de lo que se tratará en el tercer capítulo sobre la relación y comunicación en el medio virtual, las y los adolescentes son conscientes de que las tecnologías están integradas plenamente en sus vidas, aunque eso no implica que no identifiquen situaciones poco agradables que emergen de una comunicación constante e inmediata o de la sujeción cotidiana a los dispositivos. El conjunto de participantes en los grupos focales manifiesta haber experimentado ansiedad alguna vez causada por los dispositivos.

10. La primera de las citas corresponde a una adolescente que no participó de las clases de Alfabetización Mediática, mientras que la segunda corresponde a otra adolescente que sí fue alumna de estas clases extraescolares.

"Yo lo intento dejar. A veces, te pasas la tarde con el móvil y en vez de salir, estás todo el rato con el móvil, entonces eso me da ansiedad."

"Por ejemplo, cuando se te acaba la batería del móvil y estabas hablando con alguien y te queda ansiedad porque piensas: ¿qué me habrá dicho?"

"Me pasó una vez que, en cuestión de un segundo, recibí mil mensajes de WhatsApp y empezaron a salir y a salir y a salir y me dio mucha ansiedad porque pensaba que había pasado algo y al final fue una tontería."

"Desde el año pasado, no sé por qué..., no sé si era el impulso a tener el móvil..., no era necesario tenerlo en la mano, pero tú lo dejabas en la mesa y decías: 'Concéntrate en otra cosa'. Y se me hizo imposible, incluso me llegaba a decir, 'Para ya, por favor', sabía que no había llegado ninguna notificación ni nada, pero no sé si era la inercia de abrir el móvil y apagarlo, y así constantemente."

Por otro lado, atendiendo al desempeño del tiempo de ocio que el adolescente decide llevar a cabo, enfrentado a la disyuntiva entre un plan de entretenimiento social y presencial con iguales y otro en solitario, acompañado de pantallas *(gameplays,* Wattpad, redes sociales o videojuegos), parece desprenderse una posición mayoritaria a preferir lo primero.

"Yo, por ejemplo, si me pillan jugando a la Play y me llaman por el telefonillo, me bajo de cabeza."

"Si tengo que elegir entre quedarme en casa o salir, preferiría salir, porque soy de las personas que, por ejemplo, en vacaciones, como mis padres trabajan y me tengo que quedar en casa, estoy todo el día aburrida y ya me cansa estar en casa, necesito hacer cosas."

"Es más entretenido salir, pero depende del plan. Si me quedara en casa estaría en YouTube, viendo tutoriales..."

No obstante, contraponen el hecho de que el uso de "las pantallas" no implica que se trate de una actividad en solitario, que no permita la interacción con otras personas.

"Yo elijo jugar con videojuegos, y si es online puedo hablar también con ellos y de paso quedar con ellos para luego."

Por otro lado, entre quienes afirman decantarse por "las pantallas" aluden a argumentos como el estado anímico y la pereza (vinculado al acceso fácil del dispositivo), las aficiones más individuales o creativas o a un comportamiento propio de sus personalidades (de ser "personas solitarias").

> *"Depende del estado de ánimo en el que esté. Si me da pereza, me quedo jugando, si no, pues me voy. La mayoría de las veces me quedo en mi casa, normalmente los videojuegos ganan. Quedo poco."*

> *"Yo siempre he sido muy solitaria, no quedo mucho con los amigos, así que yo diría leer o escribir en Wattpad, añadiendo también videojuegos. Deviantart también es un sitio que me gusta mucho."*

3. ESTAR EN LAS REDES

Ha sido sobradamente conocido y analizado el protagonismo del componente relacional en el uso y empleo de las TIC por parte de los y las jóvenes, sin que eso implique que otras ventajas funcionales (información, planificación de tareas, etc.) sean percibidas como menores. Dentro de las TIC, las redes sociales se constituyen como un canal básico de conexión con el entorno social.

Coherentemente con lo anterior, más del 90% de los chicos y chicas (92,4%) declaran poseer perfil propio en las redes (tabla 3.1). Tal es la penetración de las RRSS que apenas quedan jóvenes que no dispongan de perfil en alguna de las mismas, tan sólo un 5,8%.

TABLA 3.1. PERFIL PROPIO EN RRSS

PERFIL PROPIO EN RRSS	N	%
Sí	1.500	92,4
No	95	5,8
Ns/Nc	29	1,8
Total	1.624	100,0

Base total muestra.

En Instagram las y los adolescentes consumen y visualizan, pero es la principal red social en la que dicen publicar contenidos.

YouTube se sitúa como la plataforma por excelencia para el consumo de contenidos audiovisuales, aunque poseer un perfil no es mayoritario.

Twitter no se define como una red imprescindible para los adolescentes, pero se perfila como un espacio de consumo concreto: el consumo *fan*.

Facebook, poco extendida entre las y los adolescentes, se usa como plataforma para juegos o como medio de comunicación para círculos sociales lejanos entre ciertos adolescentes.

Ver apartado "Lo que los números no explican"

Salvo las escasas excepciones comentadas se da una casi universal adopción de las RRSS, pero con notables diferencias en cuanto a intensidad.

Entre aquellos que tienen perfil propio, poco más del 60% declara tener más de uno, frente al 38,5% que declara sólo tener uno.

TABLA 3.2. NÚMERO DE PERFILES PROPIOS EN RRSS

NÚMERO DE PERFILES	N	%
Uno	578	38,5
Más de uno	904	60,3
Ns/Nc	18	1,2
Total	1.500	100,0

Base total muestra, excluidos declaran no tener perfil propio.

Concurren ciertas variaciones por las características personales de los y las jóvenes en cuanto a la mayor o menor tenencia de perfiles en alguna red social (tabla 3.3) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.2.1.1 - A3.2.1.3).

- Los hombres tienen mayor tendencia que las mujeres a declarar sólo uno.
- Las mujeres declaran tener más perfiles que los hombres, así como los nacionalizados españoles, los que conservan su nacionalidad de origen y aquellos que residen en grandes ciudades.

TABLA 3.3. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN NÚMERO DE PERFILES EN RRSS

NÚMERO DE PERFILES	SEXO	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA
Uno	+ hombres		
Más de uno	+ mujeres	+ española adquirida y otras	+ grandes ciudades

P<0.05.Base tienen perfil en RRSS. Excluidos Ns/Nc.

3.1. REDES: UNA MIRADA AMBIVALENTE... PERO DESDE DENTRO

Algunos estudios (Gross y Acquisti, 2005; Barnes, 2006; Akcora, Carminati y Ferrari, 2012) señalan la ambivalencia con la que los y las jóvenes afrontan los temas referidos a la privacidad y seguridad en las redes sociales o las percepciones sobre las características específicas de las relaciones en la red, y el papel que estas relaciones mediadas por las TIC cumplen en su vida (Utz y Krämer, 2009).

No hay que aclarar que las posturas de las y los adolescentes forman parte de su representación social sobre las redes. Aunque, sin duda, se montan sobre una experiencia de realidad (lo que las redes son para ellos y ellas, los elementos que sienten que las definen), no es menos la evidencia de que esa representación se monta sobre posturas colectivas, sobre el clima comunicacional, sobre fantasías, expectativas y deseos. Lo que las personas encuestadas cuentan no es tanto "cómo son las redes", que también, cuanto "cómo son percibidas".

Las y los adolescentes utilizan las redes sociales como auto-presentación que responde a una intencionalidad clara: que los demás vean, y que vean como ellas y ellos quieren ser vistos. Este "que los demás vean" está íntimamente relacionado con "que los demás respondan" que, a su vez, deriva en "que los demás aprueben".

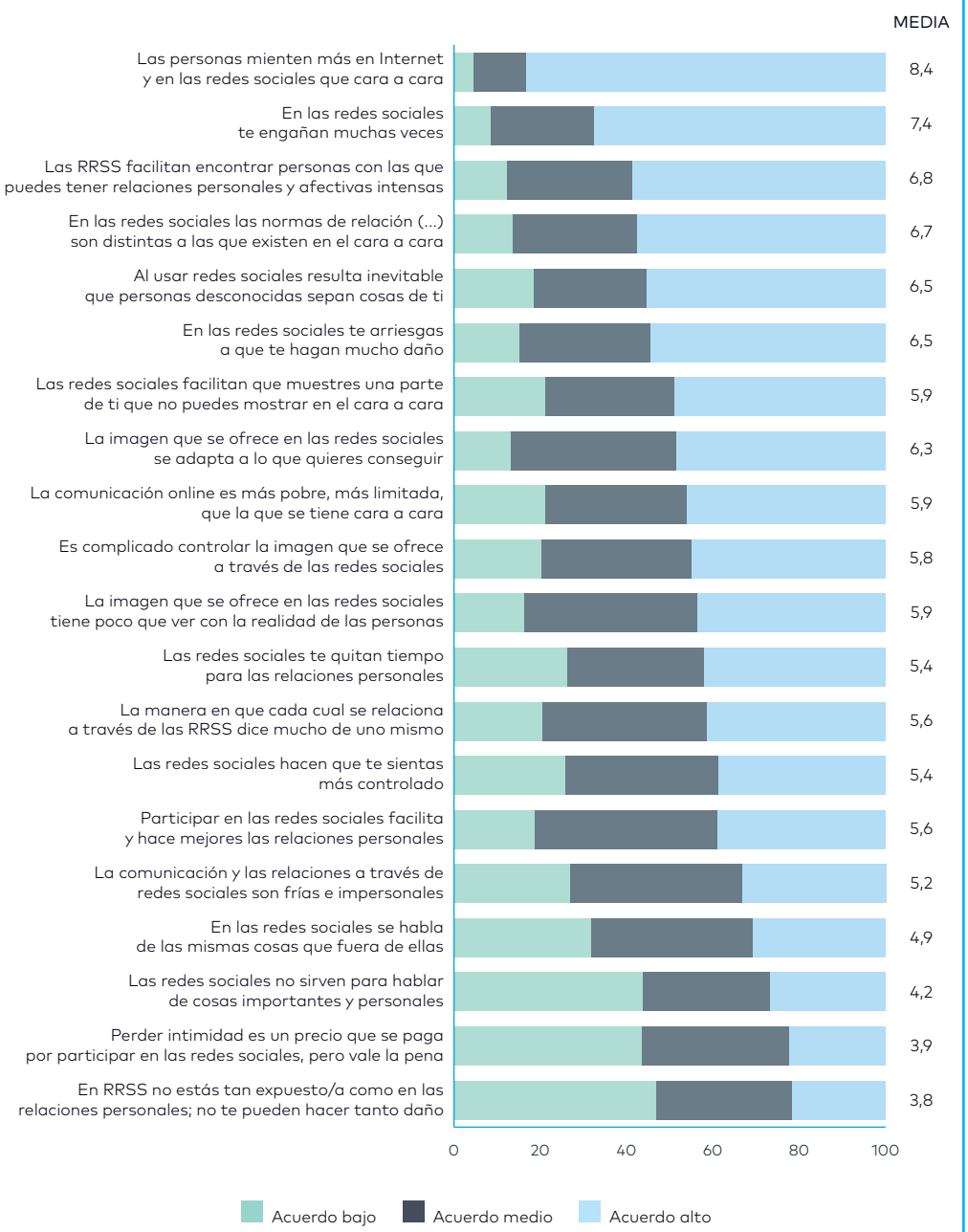
Ver apartado "Lo que los números no explican"

Dentro de la batería de preguntas sobre las RRSS planteadas en este estudio a los y las jóvenes, se incluyeron varias relacionadas con la seguridad, la privacidad, los beneficios y los inconvenientes de las mismas. El objetivo es rastrear posicionamientos y nivel de intensidad de los mismos, para lo cual los ítems propuestos están sujetos a valoración respecto al grado de acuerdo.

Las proposiciones sujetas a valoración están agrupadas en tres dimensiones: la percepción de riesgo, el comportamiento en estos entornos y las potencialidades o desventajas que ofrece a los y las jóvenes en sus relaciones sociales.

Los datos se presentan en la escala 0-10 de acuerdo, agrupada en función de posiciones de acuerdo bajo (de 0 a 3), acuerdo medio (de 4 a 7) y acuerdo alto (posiciones de 7 a 10) (gráfico 3.1.1).

GRÁFICO 3.1.1. POSICIONES ANTE AFIRMACIONES SOBRE LAS REDES SOCIALES (ESCALA AGRUPADA)



Escala de 0 "totalmente en desacuerdo" a 10 "totalmente de acuerdo". Resultados agrupados: 0-3 (acuerdo bajo), 4-6 (acuerdo medio) y 7-10 (acuerdo alto) Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en % y medias.

Dos proposiciones destacan especialmente por encima del resto, por el gran porcentaje de jóvenes que manifiestan un alto grado de acuerdo; ambas conllevan interpretaciones con más carga negativa acerca de las RRSS "las personas mienten más en internet y en las RRSS que cara a cara" (83,5% de jóvenes que manifiestan alto acuerdo, con un 8,43 de media sobre 10 posibles) y "en las RRSS te engañan muchas veces" (67,4% de chicos y chicas que manifiestan alto acuerdo, con media de 7,4). Datos que señalan lo absolutamente incuestionable que es para chicos y chicas esta característica de las RRSS.

Por debajo de las anteriores, en cuanto a los grados de acuerdo, se colocan un número significativo de proposiciones que son mayoritariamente aceptadas (superan con mucho o rozan el 50% de alto acuerdo y se sitúan en torno al 6-7 de media), aunque no convocan tal grado de acuerdo como las anteriores, por cuanto existen porcentajes significativos de jóvenes que manifiestan acuerdos más tenues: "las RRSS facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas" (58,8% alto acuerdo y 6,8 de media); "en las RRSS las normas de relación son distintas a las que existen cara a cara" (57,7% y 6,7 de media), "al usar RRSS es inevitable que personas desconocidas sepan algo de ti" (55,5% y 6,5 de media), "en las RRSS te arriesgas a que te hagan mucho daño" (54,4% y 6,5); "la imagen que se ofrece en RRSS tiene poco que ver con la realidad de las personas" (48,7% y 6,3 de media); "las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar cara a cara" (49,1% y 5,9) y "la comunicación *online* es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara" (46% y 5,9) y "es complicado controlar la imagen que se ofrece en las RRSS", con casi un 45% de jóvenes que manifiestan altos acuerdos con la misma. Mixtura de aspectos en los que se muestran cargas significativas negativas y positivas y que algunas veces incluso son contradictorias; se afirma casi con el mismo grado de rotundidad que se pueden tener relaciones personales y afectivas intensas mediante las RRSS al mismo tiempo que se supone que en las redes no se muestra la auténtica realidad de las personas.

Los y las adolescentes ven en las redes sociales una forma de encontrar a otras personas con quienes compartir aficiones comunes.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

A partir de este punto, los grados de alto acuerdo van disminuyendo y crecen paulatinamente los porcentajes de chicos y chicas con posturas más dispersas, es decir el grado de acuerdo con las mismas resulta más "tibio" que las anteriores. Pasa con "la imagen en las RRSS se adapta a lo que quieres conseguir" (43,8% de alto acuerdo y 40% en acuerdo medio), que habla del uso de las RRSS como

escaparate, algunas veces falso, exagerado o desvirtuado, de la imagen propia. O "la manera en que cada cual se relaciona en RRSS dice mucho de uno mismo" (41,4% alto acuerdo y 38,1% acuerdo medio) y "participar en las RRSS mejora y hace más fáciles las relaciones personales" (38,9% de alto acuerdo y 42,5% de acuerdo medio).

Las proposiciones que generan mayor debate por el contraste de los porcentajes en los diferentes puntos de la escala son, mayoritariamente, descriptivas de características fuertemente negativas de las mismas como "las RRSS te quitan tiempo para las relaciones personales" (un 26,1% de los chicos y chicas están poco de acuerdo y un 31,9% declara un acuerdo de grado medio, mientras el restante 42% declara altos grados de acuerdo), "las RRSS hacen que te sientas más controlado" (25,8% bajo grado de acuerdo y 35,3% en acuerdos medios, aunque un 38,9% está muy de acuerdo), "la comunicación y las relaciones a través de RRSS son más frías e impersonales" (26,8% bajo acuerdo, 40% acuerdos medios y 33,3% alto nivel de acuerdo). La única proposición de este bloque con carga significativa positiva o, cuando menos, neutra, en un principio es "en las RRSS se habla de las mismas cosas que fuera de ellas", para la que un 31,7% declara un alto desacuerdo y un 37,4% un acuerdo medio.

Por último, aquellas frente a las cuales los entrevistados señalan elevados niveles de bajo acuerdo: "las RRSS no sirven para hablar de cosas importantes y personales" (43,8% bajo acuerdo), "perder intimidad es un precio que se paga por participar en RRSS, pero merece la pena" (43,5% de chicos y chicas que manifiestan bajo acuerdo) y "en las RRSS no estás tan expuesto como en las relaciones personales, no te pueden hacer tanto daño", algo con lo que se muestran en bajo grado de acuerdo un mayoritario 46,7% de jóvenes.

Si atendemos a los perfiles de los y las jóvenes, las proposiciones sobre las RRSS que generan más diferencia son tres (tabla 3.1.1), todas ellas con una acentuada carga negativa (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.2.1.4 - A3.2.1.10):

- "Las personas mienten más en internet y en las RRSS que cara a cara", es más aceptada por los que se posicionan en la clase media, quienes residen en pueblos o ciudades de pequeño tamaño y los que cursan 4º de ESO.
- "Las RRSS te quitan tiempo para las relaciones personales" parece convocar más acuerdo entre las mujeres, quienes se autoubican en las clases medias y entre los residentes en tamaños medios poblacionales.
- Los que estudian en centros públicos parecen manifestarse más a favor con la proposición "la comunicación y las relaciones a través de RRSS son más frías e impersonales".

TABLA 3.1.1. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN ACUERDOS ALTOS CON AFIRMACIONES SOBRE LAS REDES SOCIALES

	SEXO	TIPO DE CENTRO	CLASE SOCIAL	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Las personas mienten más en internet y en las redes sociales que cara a cara			+ clase media	+ pueblos y ciudades pequeñas	+ 4º ESO
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales	+ mujeres		+ clase media	+ ciudades medianas y grandes	
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales		+ públicos			

Acuerdo alto = puntuación en la escala 7-10. P<0.05. Base total muestra, excluidos Ns/Nc.

Las agrupaciones de las proposiciones en función de sus significados y de quienes son los y las jóvenes que más se acercan a unas u otras pueden ser analizadas por medio de la técnica de análisis factorial, que nos ofrecerá una perspectiva más comprensiva de los datos (tabla 3.1.2).

- Las proposiciones que aluden a la cara más supuestamente arriesgada de las RRSS aparecen representadas en el factor 1, denominado ***Riesgos en las redes sociales***, que agrupa a los ítems que mencionan los potenciales peligros de su uso, como "al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti", "en las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño", "en las redes sociales te engañan muchas veces". También se incorporan a este factor elementos que aluden al control personal que supone estar en las mismas, bien sea por la propia imagen ("es complicado controlar la imagen que se ofrece a través de las redes sociales") o por el control de terceros ("las redes sociales hacen que te sientas más controlado").
- El factor 2, ***Límites en la comunicación con redes sociales***, alude a características que se atribuyen a las redes, pero en su traslación negativa en comparación con las relaciones presenciales. Por ejemplo, "la comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e

TABLA 3.1.2. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES

	FACTOR 1 Riesgos en RRSS	FACTOR 2 Límites en la comunicación con RRSS	FACTOR 3 Beneficios de las RRSS	FACTOR 4 Exposición en RRSS	FACTOR 5 Mixto
Al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti	,736				
En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño	,727				
En las redes sociales te engañan muchas veces	,671				
Es complicado controlar la imagen que se ofrece a través de las redes sociales	,633				
Las redes sociales hacen que te sientas más controlado	,295				
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales		,717			
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales		,557			
La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas		,560			
Las personas mienten más en internet y en las redes sociales que cara a cara		,503			
Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales		,432			
En las redes sociales las normas de relación (...) son distintas a las que existen en el cara a cara		,376			

TABLA 3.1.2. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES (CONTINUACIÓN)

	FACTOR 1 Riesgos en RRSS	FACTOR 2 Límites en la comunicación con RRSS	FACTOR 3 Beneficios de las RRSS	FACTOR 4 Exposición en RRSS	FACTOR 5 Mixto
Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales			,639		
Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas			,636		
Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara			,612		
La manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo			,455		
En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño				,751	
Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena				,659	
En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas					,683
La comunicación online es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara					,578
La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir					,435

Varianza explicada: 46,93%. KMO: 0.828. Rotación varimax. Método de extracción: componentes principales.

impersonales", "las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales", "la imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas", "las personas mienten más en internet y en las redes sociales que cara a cara" y "las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales". También se refiere a la diferencia en cuanto a pautas de comportamiento con el mundo *offline:* "en las redes sociales las normas de relación (cómo decir las cosas, qué tipo de comentarios poner, cómo evitar malentendidos, etc.) son distintas a las que existen en el cara a cara".

- El factor 3, ***Beneficios de las redes sociales***, supone todo lo contrario al anterior; resulta, en suma, la versión amable de las redes, puesto que se hace hincapié en los beneficios emocionales: "participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales", "las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas", "las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara" y "la manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo".

  La presión social enfocada en la estética, los cánones de belleza..., se convierte en una limitación para mostrarse sin complejos en redes: esa aceptación en la masa virtual es conceptual y borrosa, no obedece a reglas, sino a modelos, *influencers,* ídolos a los que, si te pareces, puedes tomarte como aceptado.
  (Ver apartado "Lo que los números no explican")

- Otro lado del beneficio de las redes sociales presenta la agrupación que propone el factor 4, denominado ***Exposición en redes sociales***; por una parte, se presupone que la intermediación digital en las relaciones humanas es un factor de protección personal; no se juegan tanto como en el "cara a cara" porque lo emocional no parece estar tan presente: "en las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño". Al mismo tiempo, la consciencia de perder intimidad es compensada por los supuestos beneficios: "perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena".
- Por último, el factor 5 es una **mixtura** de ventajas o desventajas del uso de redes sociales: "en las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas", "la comunicación *online* es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara" o "la imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir".

En cuanto a los perfiles de chicos y chicas más o menos presentes en cada uno de los factores existen algunas diferencias, pero escasas, lo que habla de una fuerte transversalidad de las posturas (tabla 3.1.3) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.2.1.11 - A3.2.1.16).

- En el factor 1, ***Riesgos en redes sociales***, se distinguen exclusivamente más a las mujeres y a aquellos que cursan 4º de ESO.
- En el factor 2, ***Límites en la comunicación con redes sociales***, sólo se distinguen por encima del resto los que estudian en centros públicos y quienes se declaran de clase media.
- En el factor 3, ***Beneficios de las redes sociales***, aparecen representados con más fuerza los residentes en entornos poblacionales de tamaño medio.
- El factor 4, ***Exposición en redes sociales***, es el más definido, en comparación con el resto; hombres, aquellos jóvenes de nacionalidad diferente a la española y los que residen en entornos urbanos de gran tamaño. Esta última característica también aparece como única variable diferencial en el factor 5 *(**Mixto**)*.

TABLA 3.1.3. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LOS FACTORES DE POSICIONES ANTE LAS RRSS

	SEXO	TIPO DE CENTRO	CLASE SOCIAL	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Factor 1. Riesgos en RRSS	+ mujeres					+ 4º ESO
Factor 2. Límites en la comunicación con RRSS		+ público	+ clase media			
Factor 3. Beneficios de las RRSS					+ tamaño medio	
Factor 4. Exposición en RRSS	+ hombres			+ otra	+ gran ciudad	
Factor 5. Mixto					+ gran ciudad	

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Hemos visto que la mayoritaria aceptación de las RRSS como vehículo de comunicación entre los y las jóvenes no esconde un potente debate sobre sus ventajas e inconvenientes, manifestado en los distintos grados de acuerdo o desacuerdo con las proposiciones anteriores. Otra cosa es el análisis sobre los beneficios de tipo más funcional que su empleo procura, objeto de la siguiente batería de afirmaciones que se plantea. En ellas, se intenta medir la percepción sobre diferentes beneficios (mejor conexión con amigos y familiares, ayuda para realizar tareas y mejorar la organización de los asuntos cotidianos, etc.), y también aludir a algunos supuestos inconvenientes, como el de la disponibilidad permanente ("desde que tengo mi móvil siento que debo estar siempre disponible para mi familia y amigos").

Todas las afirmaciones que plantean beneficios funcionales, es decir, que aluden a la facilidad que procura el uso de las RRSS (o de los dispositivos para la conexión a redes, como el móvil) obtienen altos acuerdos (tabla 3.1.4).

- Muy apreciadas son las funcionalidades de la red referidas a la facilidad que procura para tareas escolares, "gracias a internet y las RRSS es más fácil hacer mis tareas y trabajos de escuela" (media de 7,7 sobre 10 posible y 75,7% de chicos y chicas que manifiestan altos acuerdos) y algo menos para la organización de las actividades diarias, "desde que tengo móvil es más fácil organizar mis actividades cotidianas" (7 de media y 62,3% de altos acuerdos).
- Dentro del conjunto de altas valoraciones también se incorpora un beneficio de tipo más emocional, "gracias a internet y las RRSS me siento más conectado/a mis amigos" (7,5 de media y 72,1% de altos acuerdos). No extraña en absoluto, pues lo relacional es el sentido último de las RRSS.
- Menos acuerdo se muestra si se propone una versión negativa del ítem anterior: "desde que tengo móvil siento que debo estar siempre disponible para mi familia y amigos". No es un rechazo absoluto, tal y como indica la media (5,2) y la proporción de jóvenes que muestra altos niveles de acuerdo (39,1%), pero genera posiciones más encontradas ya que se puede aceptar o rechazar el sentido de saturación ("siempre disponible") y el control familiar que implica.
- La versión positivizada de la conexión enfocada en la familia "gracias a internet me siento más conectado a mi familia" es la que menos adeptos tiene, pues obtiene la puntuación media más baja (5) y un 36,5% de altos acuerdos. No es de extrañar, pues ya analizábamos anteriormente que las pautas de comunicación con la familia son más espaciadas que con el círculo de amigos y dado que, por su edad, los y las adolescentes generalmente conviven con su familia más cercana.

TABLA 3.1.4. GRADO DE ACUERDO PERCIBIDO CON DETERMINADOS ASPECTOS SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES

	MEDIA	DES. TÍPICA	% ALTOS ACUERDOS (7 - 10)
Gracias a internet y las RRSS es más fácil hacer mis tareas y trabajos de la escuela	7,7	2,728	75,7%
Gracias a internet y las RRSS me siento más conectado/a a mis amigos	7,5	2,680	72,1%
Desde que tengo mi móvil es más fácil organizar mis actividades cotidianas	7,0	3,004	62,3%
Desde que tengo mi móvil siento que debo estar siempre disponible para mi familia y amigos	5,2	3,338	39,1%
Gracias a internet y las RRSS me siento más conectado/a a mi familia	5,0	3,323	36,5%

Escala 0 "Nada de acuerdo" a 10 "Totalmente de acuerdo". Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Tampoco en este caso existen importantes contrastes entre los diferentes perfiles de los y las jóvenes, lo que habla de la más que mayoritaria concentración de las posturas ante estas funcionalidades de las RRSS según las diferentes características sociodemográficas que se analizan (tabla 3.1.5) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.2.1.17. - A3.2.1.20).

Cuando el usuario adolescente publica un contenido en el que se manifiesta, puede recibir comentarios asociados al mismo: para la mayor parte, la posibilidad de recibir comentarios potencialmente negativos es lo peor de las redes.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

- Para la proposición "gracias a internet y las RRSS es más fácil hacer mis tareas y trabajos de la escuela" se muestran más favorables aquéllos que estudian 4º de ESO.
- Los hombres declaran en mayor medida que las mujeres altos acuerdos con "desde que tengo móvil es más fácil organizar mis actividades cotidianas".

- Los que estudian en centros privados manifiestan más que el resto estar en alto grado de acuerdo con "desde que tengo móvil siento que debo estar siempre disponible para mi familia y amigos".
- Los residentes en pueblos o ciudades de pequeño tamaño están más de acuerdo con "gracias a internet y las RRSS me siento más conectado a mi familia".

TABLA 3.1.5. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN ACUERDOS ALTOS CON ASPECTOS SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES

	SEXO	TIPO DE CENTRO	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Gracias a internet y las RRSS es más fácil hacer mis tareas y trabajos de la escuela				+ 4º ESO
Desde que tengo mi móvil es más fácil organizar mis actividades cotidianas	+ hombres			
Desde que tengo mi móvil siento que debo estar siempre disponible para mi familia y amigos		+ privados		
Gracias a internet y las redes sociales me sientomás conectado/a a mi familia			+ pueblos o ciudades pequeñas	

Puntuación de la escala 7-10. P<0.05.Base total muestra, Excluidos Ns/Nc.

En este capítulo que habla de las TIC y de su influencia en las relaciones personales no puede faltar el análisis de su papel en el contexto familiar, donde son capaces de fomentar nuevas formas de relación entre sus miembros, influir en la definición (o redefinición) de roles, en las relaciones de poder y, cómo no, en la configuración (o reconfiguración) de los espacios y dinámicas destinadas al contacto entre sus miembros, etc. (Ayuso, 2015).

En el estudio se ha valorado la percepción de la influencia de las TIC en distintos elementos de los procesos de comunicación intrafamiliares y en las relaciones con

la familia de referencia, mediante el análisis de su variación, es decir, si gracias a las TIC éstas han aumentado, disminuido o permanecen igual. El que las TIC hayan pasado a constituirse como un elemento central en la relación y comunicación entre las personas (sean amigos o familia), podría tener consecuencias en esas relaciones.

Los resultados muestran que, salvo para algunas de las proposiciones, no existen posiciones absolutamente claras, pues existen porcentajes ciertamente relevantes en casi todas las categorías (tabla 3.1.6).

- Si se considera al grupo familiar, apenas existe convencimiento de que la tecnología haya provocado cambios sustanciales en las relaciones entre sus miembros para una buena parte de chicos y chicas: la proporción más numerosa considera que permanecen igual "las peleas y los malos entendidos" (46,2%), "la comunicación entre padres e hijos" (40,8%), "la relación con los hermanos/as" (45,3%) y "el hacer cosas juntos" (39,7%).

- Pero tampoco es que todo haya permanecido inalterable para otra buena parte de jóvenes: destaca el 35,9% que considera ha disminuido "la comunicación entre padres e hijos/as", como si la introducción de las TIC para estos chicos y chicas fuera un factor más disruptivo que generador, reforzador o transformador de vínculos.

  El 31,8% considera que han aumentado "las peleas y los malos entendidos", algo que podría estar en consonancia con las pérdidas de comunicación que señalaban una buena parte de chicos y chicas.

  O el 32% que considera que ha disminuido "el hacer cosas juntos", quizás como efecto de todo lo anterior.

- Sólo cuando se considera a la familia que no reside en el hogar de referencia —"la relación con otros familiares"— las TIC han supuesto una clara ganancia: un 44,4% proclama que las relaciones con estos familiares han aumentado.

  Ocurre lo contrario, la sensación de pérdida, si se centran en "la protección de la intimidad", donde un mayoritario 48,5% declara que ha disminuido.

En definitiva, desde el punto de vista de chicos y chicas, las TIC han introducido ciertos cambios en el seno del hogar que no dejan de ser destacables, tanto en el terreno de las pérdidas y las ganancias, pero que quizás son menos llamativos que lo esperado, atendiendo al imaginario colectivo en torno a las TIC como herramientas que redefinen agudamente la manera en que nos relacionamos.

TABLA 3.1.6. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES

	HA AUMENTADO	PERMANECE IGUAL	HA DISMINUIDO	NS/NC
La comunicación entre padres e hijos/as	18,8	40,8	35,9	4,5
Las peleas y los malos entendidos en la familia	31,8	46,2	12,5	9,5
Las relaciones con los hermanos/as	23	45,3	18,7	13,1
Las relaciones con otros familiares	44,4	35,9	14,0	5,7
La protección de la intimidad	15,7	27,6	48,5	8,3
El hacer cosas juntos	21,6	39,7	32,4	6,3

Base total muestra. Datos en %.

Las diferencias, bastante numerosas, en los perfiles de chicos y chicas (tabla 3.1.7) también nos hablan de que las posiciones sobre la influencia están bastante repartidas (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.2.1.21 - A3.2.1.41).

- En cuanto a la "comunicación entre padres e hijos" las mujeres tienden a declarar en mayor medida que ésta ha disminuido, mostrándose contrariamente a esta cuestión los hombres, que apuestan por su aumento. También piensan que se ha incrementado los que residen en entornos poblacionales pequeños y los que estudian 4º de ESO.

- Con "las peleas y los malos entendidos" ocurre que las mujeres parecen más inclinadas a creer que han aumentado, lo mismo que opinan los que estudian 4º de ESO y los residentes en grandes ciudades. Lo contrario, que han descendido, lo creen en mayor medida aquéllos que se autoposicionan en las clases alta y media-alta. Sólo los miembros de la clase baja y media-baja apuestan a que permanece igual.

- "Las relaciones con los hermanos/as" es el tipo de vínculo que más transformaciones presenta en sentido positivo según el perfil de chicos y chicas. Ha

aumentado para los hombres, los que tienen 16 años, aquéllos que estudian en centros privados, los que se posicionan en las clases alta y media-alta, los que estudian 4º de ESO y aquéllos que residen en entornos poblacionales pequeños.

- "Las relaciones con otros familiares" presenta pocas variaciones según perfiles. Hombres y mujeres disienten en la valoración, ya que mientras ellos piensan que han aumentado, las mujeres apuestan en mayor medida a que siguen igual. También los que residen en pueblos o ciudades pequeñas muestran una tendencia a señalar su aumento.

TABLA 3.1.7. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LA PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES

	SEXO	EDAD	TIPO DE CENTRO	CLASE SOCIAL	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
La comunicación entre padres e hijos/as	+ hombres **+ mujeres**					+ pueblos o ciudades pequeñas y grandes	+ 4º ESO
Las peleas y los malos entendidos en la familia	+ mujeres			**+ alta y media-alta** + baja y media-baja		+ grandes ciudades	+ 4º ESO
Las relaciones con los hermanos/as	+ hombres	+ 16 años	+ privados	+ alta y media-alta		+ pueblos o ciudades pequeñas	+ 4º ESO
Las relaciones con otros familiares	+ hombres + mujeres					+ pueblos o ciudades pequeñas	
La protección de la intimidad		**+ 14 años**				**+ grandes ciudades**	**+ 4º ESO**
El hacer cosas juntos	+ hombres				+ españoles	**+ grandes ciudades**	

En azul: ha aumentado; **en negro:** ha disminuido; en gris: permanece igual.

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

- Quienes apuestan en mayor medida por la disminución de "la protección de la intimidad", que veíamos que es el elemento que más ha sufrido transformaciones en este sentido, son los de 14 años, los residentes en entornos urbanos de gran tamaño y los estudiantes de 4º de ESO.

- Para terminar, el "hacer cosas juntos" ha aumentado para los hombres, pero ha disminuido para los residentes en grandes ciudades y creen que permanece igual los españoles de origen.

3.2. LO QUE LOS NÚMEROS NO EXPLICAN

3.2.1. Lo online y lo offline: una realidad global

La valoración que las y los adolescentes hacen de las relaciones personales, con la presencia de unos dispositivos que forman parte imprescindible de las mismas, experimenta una evolución en los significados, connotaciones y atribuciones de cada interacción, así como el medio y el contenido empleado para la misma por parte de la o el usuario (como se expuso en el capítulo 2).

Pero no sólo cambia la forma en que la relación se valora a partir del dispositivo, sino que también cambia la percepción que un individuo tiene de otro por llevar a cabo parte de su relación a través de la tecnología. La integración en el grupo, la búsqueda de aceptación y aprobación, el rechazo y el odio... son múltiples aristas de esta forma en la que la tecnología es entendida como pieza clave en la socialización de las y los adolescentes.

En términos generales, el adolescente se decanta por reconocer que las tecnologías hacen iguales o mejores sus relaciones.

> *"Son mejores, la verdad, estamos más comunicados, se puede aprender."*
>
> *"Yo creo que es igual. Si tienes una buena relación con alguien, la vas a seguir teniendo tengas tecnología o no, y si no tienes una buena relación con alguien, la vas a seguir teniendo igual, o sea, no cambia nada."*
>
> *"Siempre es mejor ir a visitarles, pero [la tecnología] ayuda bastante."*

Se desprende del estudio que las y los adolescentes están integrados en las dinámicas de comunicación constante, con unos hábitos adquiridos que les hace complicado despegarse de los dispositivos a través de los cuales se puede llevar

a cabo. Sin embargo, son cuidadosos al manifestar una consciencia de la interrelación entre los espacios de comunicación *online* y *offline*, así como de los costes que la *hiperconexión* tiene sobre las interacciones sociales presenciales.

> *"Depende, porque, por ejemplo, muchas veces te puedes enganchar y no salir. Y por otro lado, también es más fácil hablar con la gente."*

> *"Uno tiene que saber relacionarse y no depender sólo de la tecnología. Si alguna vez sucediera algo y nos quedáramos sin tecnología, creo que mucha gente no sabría reaccionar a ello, porque dicen que su vida es el teléfono. Yo puedo pasar una semana sin teléfono, sé que lo tengo ahí y ya está, pero me da igual. Prefiero pasar tiempo con mi familia y con las personas que tengo al lado antes que estar pegada a un teléfono donde no tienes vida social."*

> *"Yo no tengo ningún problema porque mis padres son igual que yo y no suelen usar las redes sociales ni nada. Creo que es malo porque te aleja, depende de cómo lo usas [...] Al estar en contacto (aunque sea virtual) no le echas tanto de menos, le echas de menos porque quieres estar con él o estar en persona, pero al estar en contacto con él, no es igual."*

> *"A lo mejor sí que hay personas que abusan del móvil y dejan totalmente de lado las relaciones en persona, pero luego hay gente que sí se relaciona más en persona y además se ayuda de WhatsApp y de otras plataformas de redes sociales. Con un correcto uso beneficia la relación [...] Aunque tengas redes, no es lo mismo que estar con alguien al lado, la gente puede tardar en responderte y esas cosas."*

Desde luego, la capacidad de las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea para permitir la comunicación, además, comunicación inmediata, con el círculo más cercano de la o el adolescente es uno de los aspectos más valorados por ellos.

> [¿Qué es lo que más te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"Que puedas hablar con tus amigos, enseñarles lo que has hecho, lo que estás haciendo, las cosas que te gustan."*
>
> *"Lo que más me gusta es poder comunicarme con mi familia, porque hay mucha familia que está a distancia y a través de las redes sociales he podido tener contacto con mi hermana, y eso es una parte que me gusta mucho."*

Más allá del círculo más cercano, cobran relevancia para ellos las posibilidades que abren estas formas de comunicación para mantener lazos con personas que no están cerca de forma física, e incluso, reconocen, para reducir la sensación de añoranza.

> *"Yo vengo de Bolivia y estoy viviendo con mis abuelos y no tengo a mis padres aquí y con mis padres y con todos mis amigos ha sido mucho más fácil ahora que hay WhatsApp, que se puede llamar en dos segundos, que podemos hacer Facetime [...]"*

> *"Echo de menos, menos, esto yo lo he experimentado de primera mano, por ejemplo, en mi viaje a Noruega yo tenía el teléfono móvil y me comunicaba con mis padres, les echaba de menos, pero no mucho. Y luego en un campamento teníamos absolutamente prohibidos los móviles, no podíamos llevar nada de tecnología y claro, duró el mismo tiempo que el viaje a Noruega y aun así en el campamento sí que estaba incómodo porque pensaba: Si pasa algo no me voy a enterar hasta que vuelva."*

Las posibilidades que abren las tecnologías para conectar e interactuar con otras personas, sin una relación previa "presencial" son enormes. Las y los adolescentes valoran esta posibilidad de conocer a nuevas personas con quienes pueden compartir aficiones o intereses. Son diferentes las formas en las que se pueden establecer estas interacciones: limitarse a seguir un perfil de una persona a la que no se conoce, ser parte de una comunidad, compartir información y contenidos, etc.

En este aspecto, y según los relatos de las y los adolescentes, se identifican dos elementos: *los amigos de mis amigos* (amigos *online* que son amigos de las amistades *offline*-presenciales) y *los amigos virtuales* (conocidos directamente en el medio *online)*.

Por lo general, las y los adolescentes añaden en sus redes de forma automática a compañeros de clase y del colegio, así como a amigos ajenos al entorno educativo, todos usuarios a los que conocen de forma real. A partir de esta fase de contactos reales, algunos adolescentes incorporan a amigos de sus amigos, los conozcan en la vida real o no, reconociendo, en su mayoría, que entre sus contactos existen usuarios/as que no conocen en persona.

> *"Claro, a los amigos de mis amigos. Sé que son sus amigos porque salen sus fotos, están etiquetados y todo eso, y me entra la curiosidad y les sigo."*

Otro elemento, aunque no se haya recogido de forma mayoritaria en las experiencias de las y los adolescentes participantes en los grupos focales, pero que sí cobra fuerza como medio de socialización entre esta adolescencia *tecnologizada,* es el fenómeno de la amistad virtual, que se diferencia de la anterior en que no existe un vínculo previo de persona común conocida fuera del mundo virtual.

Lejos de considerarse una relación espontánea, carácter que adopta en algunos casos, se identifican situaciones en las que se inician relaciones casuales a través de redes sociales con otras y otros usuarios con los que se comparten aficiones. Así destaca de nuevo la influencia del fenómeno *fan* extendido entre las y los adolescentes, en el que se comienza este tipo de amistad, que suele limitarse a compartir contenidos e información derivados de ese ídolo o interés común.

> *"Yo una vez sí que hablé con una chica porque estábamos en el momento en que La Voz era genial y lo veíamos las dos, y la conocí por Instagram, por una cuenta de fans que ella tenía, entonces yo la seguía y hablábamos sobre qué había pasado esos días en La Voz... nunca he llegado a contar cosas de mi intimidad."*

Sin embargo, también se identifican otras experiencias que aluden a un paso más en el establecimiento de relaciones según *círculos de intimidad* que favorecen relaciones más estrechas y, según su perspectiva, más "auténticas" que, en ocasiones, experimentan un traspaso al mundo presencial.

> *"[...] hasta marzo de este año no la había visto nunca y, aun así, es de mis mejores amigas. [...] Al vernos la sensación ganó mucho."*

> *"Con internet es mejor porque puedes hablar con las personas aunque estén muy lejos, yo tengo un montón de amigos que viven en Chile [...] y sí, es más fácil porque así puedes hablar con ellos. [...] Les he conocido por internet, por Twitter y por otras redes sociales. Yo a lo mejor llevo con mi mejor amiga, que es de Chile, 6 años."*

Pese a esta relativa naturalidad de entablar nuevas relaciones en el mundo virtual, no dejan por ello de manifestar ciertas cautelas cuando salen de ese entorno o sobre la veracidad ("autenticidad", según sus palabras) de esas relaciones (quién se encuentra realmente al otro lado).

> *"Que lo hagan para conocer a gente... puede ser, puede ser que sí. En algún momento se conocerán, también suele pasar eso, que se conocen mucho en internet y luego después de mucho tiempo ya se ven en persona, entonces... puede durar."*

Estos modelos de amistad o relación virtual no están exentos de riesgo, pues reside en los intervinientes el límite marcado en la relación que pretenden establecer con el otro y en la confianza que son capaces de ceder o, yendo más allá, enmascarar usos perversos o con intención de abuso derivando en situaciones muy peligrosas.

> *"Pero sé de gente que le sucede. No creo que se puedan cambiar una relación personal por una virtual [...] Sí, que se empiezan a seguir, les gustan las mismas cosas, empiezan a hablar [...] Y se hacen amigos y no se han visto en la vida [...] Yo lo veo mal, aunque te guste lo mismo puede estar fingiendo o lo que sea y en realidad ser una mala persona o lo que sea y querer... yo qué sé... Y si le estás diciendo cosas personales pues se puede presentar en tu casa o lo que sea... No lo sé, a mí me parece mal. No lo has visto en tu vida, no sabes cómo puede ser esa persona."*

El uso de las plataformas y redes sociales para la comunicación conlleva nuevas claves y prácticas, tanto positivas como negativas, en estas interacciones para las que los y las adolescentes implementan ciertas "argucias" para lidiar con ellas (mediante el uso herramientas habilitadas en estas tecnologías, como bloquear a contactos, como veremos más adelante).

La comunicación no verbal presencial puede generar situaciones de incomprensión, tensión e incomodidad. Es común que las y los adolescentes afirmen haber tenido malentendidos, confusiones o discusiones causadas por un incorrecto uso del lenguaje o las imágenes en herramientas de mensajería instantánea y redes sociales (especialmente WhatsApp y el chat privado de Instagram).

> *"Me dicen siempre que parezco borde."*

> *"Cuando mandas un mensaje, la otra persona lo puede leer con otra intención o entonación y lo puede interpretar mal."*

> *"A veces puedes conocer a alguien y que hayas tenido un problema con esa persona, que hayas tenido una conversación y te sientas incómodo o incómoda, tipo... con ganas de matarle. La conversación se vuelve incómoda."*

Conscientes de ello, y con una actitud propositiva, aluden a los complementos audiovisuales para mejorar la comunicación.

> *"Un audio puede ayudar a que se entienda mejor el lenguaje."*

> *"Y por ejemplo a mí me ayudan mucho, y seguro que a más gente, los emoticonos, como que suavizan un poco más las cosas."*

Al igual que resaltaban lo positivo y las potencialidades de las tecnologías en las relaciones personales y sus repercusiones fuera de la vida *online,* también identifican que estas situaciones de malentendidos o de conflictos originados en la red traspasan la pantalla y cristalizan en una circunstancia de enfrentamiento, provocación o acoso físico. Es decir, lo íntimamente relacionados que están los contextos *online* y *offline,* tanto para lo positivo como para lo negativo, y lo conscientes que son las y los adolescentes de que una circunstancia, situación o, incluso, el carácter de una determinada persona, puede tener su expresión en ambos espacios.

> *"[...] las críticas, que a lo mejor no te lo ponen en el mismo Instagram pero luego las escuchas."*
>
> *"He visto insultos que pasan en la red, pero también fuera."*
>
> *"Una vez hubo una cosa que pasó en el cole, un niño que nos empezó a mandar fotos de que nos iba a hacer [...] Este chico tenía 14 años, iba a nuestro curso. Esto pasó porque él hizo una cosa mal en clase y uno se chivó y él se puso a amenazar al resto [...] sí que nos generó miedo y el enfrentamiento llegó a las manos [...] Le denunciaron y le expulsaron del colegio [...]"*
>
> *"Sí, en vez de decirlo, lo habría hecho. No le habría parado no poder emitir mensajes por la red."*

3.2.2. Qué se espera de las redes

Como se viene insistiendo, las y los adolescentes encuentran en internet, y particularmente en las redes sociales, una forma de expresarse y presentarse a los demás que no finaliza ahí, sino que esperan que ese reflejo implique un *feedback* (positivo): una integración en el grupo, hallar afinidades con otras personas.

Este proceso de exposición personal, identitaria, engloba gran parte de lo que ellas y ellos mismos definieron como lo que más y lo que menos les gustaba de publicar contenidos en redes sociales.

> [¿Qué es lo que más te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"Lo que más me gusta es que puedes encontrar gente con tus mismos gustos al instante, puedes estar en contacto con ellos..."*
>
> *"Que otra gente pueda verlo y poder conocer así gente afín."*

La mejor parte de ser usuario de la red (y en buena parte, también lo peor) para las y los adolescentes se estratifica en varias acciones y reacciones claramente especificadas, pero atienden, todas ellas, al esquema que vertebra el proceso de integración en el grupo en el escenario virtual: presentarse ante los demás usuarios para ser reconocidos.

La auto-presentación que hacen las y los adolescentes en redes sociales, particularmente responde, según sus relatos, a una intencionalidad clara: **que los demás vean**. La exposición de contenidos en el perfil propio está prevista para serle provechosa o favorable a uno mismo, para mostrarse.

> [¿Qué es lo que más te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"[...] y luego también poder mostrar a las demás personas cuáles son mis gustos y lo que se me da bien. Lo que enseño siempre es la fotografía, que es lo que me gusta, y mucha gente me ha dicho que eso es lo que se me da bien, y eso es lo que me gusta."*
>
> *"Que pueden ver lo que estás haciendo."*
>
> *"No publico por postureo, ni por tener más seguidores, publico tanto si tengo un seguidor como si tengo 10.000, no me importa si tengo muchas visitas ni muchos likes."*

Y **"que los demás vean" como ellas y ellos quieren** al compartir los contenidos, por supuesto, según las habilitaciones que dispone cada una de las herramientas: el *check* de mensaje recibido y leído, el conteo de seguidores y visualizaciones, el número de *likes,* etc. son parte esencial de estas formas de comunicación, una forma de controlar y monitorizar estos procesos que las y los adolescentes utilizan y valoran. Por ejemplo, la importancia que llegan a otorgar al control de los contenidos que comparten, como a la finita exposición de un contenido a sus propios contactos. ¿Por qué tendría interés un adolescente en que el acceso a un contenido enviado por él sea limitado en el tiempo, si él mismo ha decidido compartirlo con otra persona a través de un *chat* privado?:

> *"Para mí, lo mejor de Instagram es que cuando hablas en privado, en el chat, le puedes mandar una foto y puedes elegir si la puede ver más veces o que sea un momento, es decir, que la vea una vez y que ya no pueda verla más. Si hace un pantallazo se queda con la imagen, pero Instagram te avisa de que se ha hecho."*

Este "que los demás vean", está íntimamente relacionado (expresado más bien de forma implícita) con **que los demás respondan**. La reacción generalizada

(aprobando y desaprobando) puede interpretarse como un termómetro que da al joven pistas de lo que su círculo virtual admite y de lo que no y, en cualquier caso, cuanto más numerosa sea dicha respuesta —por más que heterogénea—, mayor es la percepción de popularidad que el usuario tiene de sí mismo.

Inevitablemente, la actitud de las y los adolescentes hacia las redes revela que éstas son entendidas como complementos del individuo, hacia sí mismos y hacia los demás. Es decir, las redes sociales, y la imagen que el conjunto de interacciones, contenidos y significados compone del adolescente, no sólo complementan su autodefinición (ellos se consideran, en parte, la imagen que proyectan, o que creen proyectar, de sí mismos en la red), sino que, además, los otros —su entorno— completan la imagen que tienen de ese individuo siguiendo esa misma lógica.

> [¿Qué es lo que más te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"Compartir tus gustos con la gente, con tus amigos, e interactuar con ellos cuando comentan..., puedes ver lo que les gusta o lo que opinan sobre... yo qué sé... sobre la foto misma."*
>
> *"Que te comenten y eso."*
>
> *"Los comentarios. Si la gente dice qué bonito, o qué feo. Tanto buenos como malos."*

Y "que los demás respondan" deriva en **que los demás aprueben**. En plena construcción de su identidad y, con ello, en la integración social (proceso propio del desarrollo madurativo de las y los adolescentes que no es nuevo, aunque adquiere nuevas dimensiones en su interrelación con el mundo virtual), esperan una respuesta aprobatoria, una confirmación de que están siendo respaldados por su círculo o por personas que puedan considerar afines.

> *"También espero una respuesta, un like".*
>
> *"No me importa mucho que le dé like o no, pero si le dan, mejor."*
>
> [¿Qué es lo que menos te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"Me gusta publicar fotos que me han hecho y salgo bien y pienso 'Ah, pues en ese momento estaba contenta'. Y no es que me preocupen los likes pero sí que soy un poco ´coti´, y digo 'A ver cuántos likes tengo..., a ver cuántos comentarios...', pero vamos, cuelgo las fotos y digo 'Al que le guste bien, y al que no, también', me da un poco lo mismo."*

Estas interacciones a través de la red demandan constante atención y generan una necesidad de aprobación hacia lo que se publica que suscita unas expectativas que no siempre son satisfechas, lo que implica que las y los adolescentes tengan que enfrentarse al manejo de unas emociones que no son positivas. Por ello, el proceso descrito (exponer, suscitar atención y conseguir aprobación) presenta otra vertiente: cuando no publican por creer que no "encajan", cuando no se obtienen respuestas ante lo emitido, cuando reciben un *feedback* negativo, cuando se topan con el rechazo o, directamente, se enfrentan al insulto.

Si bien la exposición es utilizada para la auto-representación, cuando la o el adolescente percibe que sus contenidos no obtendrán esa aceptación e integración en el grupo que espera, se inhibe de compartir ciertos aspectos y reconoce cierto malestar por el apremio que recibe del entorno para hacerlo.

> [¿Qué es lo que menos te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"La presión o el miedo a publicar ciertas cosas. Yo no publico fotos mías porque no me gusta cómo salgo, no quiero que se vea, o en Twitter no comento nada porque no tengo seguidores y sé que son palabras que se van a perder... Se podría llamar presión social por ser de una forma estética, actuar de una forma, miedo a que no les agrade a las personas que la ven. Nos genera presión que a la gente le vaya a gustar o no."*

Se destaca la importancia de la influencia de la imagen, la presión social enfocada en la estética, los cánones de belleza..., unos modelos que las y los adolescentes no siempre tienen concretamente identificados, pero que se convierten en una limitación para mostrarse sin complejos. La atmósfera que se atribuye a esa aceptación en la masa virtual es conceptual y borrosa, no obedece a reglas, sino a modelos, *influencers,* ídolos a los que, si te pareces, puedes darte por aceptado. El joven sufre una limitación al temer no pertenecer a esos cánones, lo que significaría no integrarse, y por ello, prefiere no hacer uso de su propia imagen. Esto no significa que actúe de forma preventiva y responsable con el uso de su propia imagen, sino que hace una interpretación errónea del riesgo: su percepción del riesgo está en la creencia de que no será aceptado, y éste es el motivo por el que no publica. Esto es, no reflexiona sobre la implicación y el significado real de esos modelos a los que toma como válidos la red. Dado el ciclo vital de estas edades, momento clave de construcción de sus propias identidades, la reflexión para desarticular la importancia de los valores estéticos asociados a esos cánones espontáneos que dictan las masas virtuales, podría implicar la independización de tal vulnerabilidad y sintetizar las oportunidades que la publicación de contenidos puede tener para ellas o ellos.

Es destacable la permeabilidad con que las opiniones, movimientos de masas o pequeñas masas, modas entre grupos, tendencias mediáticas, influencias musicales, fenómenos *fan,* actos de seguimiento, etc., que se dan en un círculo de amistad o entre compañeros se trasladan a la relación real que tienen en persona (sin pantallas, por ejemplo, en un recreo donde los dispositivos están prohibidos) e imponen normas de aceptación y exclusión en el grupo que no todos los miembros están dispuestos a desobedecer.

Éste puede ser el germen de un escenario de *bullying* o *ciberbullying,* donde la complicidad puede jugar un doble juego de protección del abusón.

Esa monitorización y control que habilitan estas herramientas de comunicación, antes aludidas, les permite identificar lo "no aceptable" desde esa percepción de una comunicación inmediata, de estar continuamente "en línea". Entre ellas, la no respuesta o la respuesta tardía son reconocidas en parte de los relatos de las y los adolescentes como desencadenantes de malestar y malentendidos, vinculándose de nuevo a la necesidad de recibir un *feedback* de lo que se dice o hace.

> *"Porque te dejan en visto, o en leído [en WhatsApp]. Hay veces que dices, puede ser, se le ha olvidado. Pero si ves que ha hablado por otro grupo, pues ya dices: ¿Qué está pasando aquí?"*

La simple conexión o exposición del mensaje enviado a través de la aplicación en conexión se entiende como un mensaje recibido por la persona destinataria, leído e interpretado consciente y consecuentemente por ella, y al no obtener una respuesta (una situación que les resulta difícil asumir), lo identifican como una reacción de menosprecio, descalificación, desaprobación o, incluso, rechazo.

Algunos de los malentendidos generados en grupos de adolescentes, quizá acostumbrados a la inmediatez, nacen de este escenario.

> *"Por las redes sociales se rompe la relación y eso trasciende a la relación real. Algunas personas se enfadan porque no me has dado al like, no me has comentado... Si yo te mando un mensaje a ti y no me contestas en todo el día, pero no te has conectado a WhatsApp, pues lo entiendo, pero si por ejemplo tú te has conectado al WhatsApp, has visto el mensaje, porque sé que lo has visto[1]. Y has estado varias veces conectado..."*

1. Se hace énfasis en la certeza con que se emite esta afirmación: "Porque sé que lo has visto".

"Dependiendo de la situación, entiendes más que se le haya olvidado, o que en ese momento haya entrado sin querer o cualquier cosa, pero hay personas que te hacen pensar que lo ha hecho a posta, por cómo se comportan o por cómo actúan en redes sociales."

Ante esto, tampoco parece resultar beneficioso para el joven y sus relaciones de amistad el control informativo del que disponen en la mayoría de redes sociales, que puede hacerse sobre las veces que se conecta a una determinada red social, por ejemplo, o el seguimiento de las diversas estadísticas (número de seguidores, número de *likes*...).

[¿Qué es lo que menos te gusta de publicar en redes sociales?]

"Lo que menos me gusta es tener que estar atenta, mirar las estadísticas, a ver qué día tengo más seguidores para poder colgar la foto..."

Vinculado a lo anterior (o cómo hacer una captura de pantalla de un contenido que fue compartido para serlo de forma efímera), cuando una o un adolescente usuario publica una creación propia o comparte una pieza ajena como recomendación, loa o reconocimiento, espera impactar de forma satisfactoria entre el foro de contactos al que muestra dicha obra. Cuando se trata de un vídeo, el usuario emisor del mismo puede comprobar el tiempo de visionado que dedica cada usuario espectador, por lo que, aunque no manifiesten su descontento con dicho contenido, el autor interpreta que, si no han visto el vídeo completo es porque éste no ha sido de su agrado.

[¿Qué es lo que menos te gusta de publicar en redes sociales?]

"Que de un contenido que publico de 5 minutos de duración vean sólo 8 segundos [...] No me gusta, es como que me duele, digo jopé, la gente piensa que es aburrido mi contenido..."

Los adolescentes participantes en el estudio manifiestan explícitamente y de forma unívoca que la parte más negativa de las redes sociales viene dada por las reacciones de rechazo (y los modos en que se expresan estas reacciones) de los contenidos y perfiles de esa red o comunidad. Así, deteniéndonos en las particularidades de esta falta de aceptación que acusan, observamos matices en el comportamiento del usuario que rechaza y en el tipo de contenido o perfil que resulta rechazado.

Cuando el usuario adolescente publica un contenido en el que se manifiesta, puede recibir comentarios asociados al mismo. Para la mayor parte de los

menores esos comentarios potencialmente negativos que pueden recibir constituye lo peor de las redes:

> [¿Qué es lo que menos te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"Los haters, que critican qué feo sales o te juzgan..., por ejemplo, amigos lejanos, o ni eso, que te dicen que sales tal o cual en la foto."*
>
> *"Muchas veces las personas no utilizan las redes sociales como algo de provecho sino como lo contrario: como insultar a una persona a través de sus redes sociales."*
>
> *"No es algo que se pueda controlar, pero es la gente que le da un mal uso, cuando hace malos comentarios aposta o se crea cuentas para molestar o cosas así, es como que no tiene sentido porque cada uno tiene la libertad de expresarse en las redes como quiera, y aunque sea, puedes decir una crítica constructiva, o algo que tú estás haciendo mal pero que te lo digan mal..."*

Vinculado a esto, las interacciones más indeseables ocurren, en la mayor parte de las veces, porque uno de los usuarios no respeta al otro, así como una tendencia a condenar que la opinión libre pueda ser juzgada con descalificaciones (especialmente aluden a que estos episodios se dan de forma frecuente en Twitter).

> *"Se puede decir lo que se quiera, pero sin ofender a nadie, a nadie y sin faltar al respeto."*
>
> *"Lo peor es el hecho de que por que publiques algo te puedan llamar de todo porque tengan diferentes opiniones a las tuyas."*

Otro ámbito en el que reconocen que suceden este tipo de reacciones es el juego. Según estas y estos adolescentes la descalificación durante el desarrollo de una partida *online* en videojuegos desencadena situaciones de enfrentamiento que, de forma general, quedan neutralizadas por la mayor parte de los jugadores. Estos episodios se dan entre jugadores a través de herramientas de audio (micrófono y auriculares) que son utilizadas para comunicarse entre sí durante el desarrollo del juego.

> [¿Qué es lo que menos te gusta de publicar en redes sociales?]
>
> *"—Que la gente te puede insultar. Que estés jugando a un juego y que te insulten por malo...*

—A mí eso sí que me ha pasado [...]. En la Play hay una modalidad que es online, que estuve jugando al Call of Duty con algunas personas y me empezaban a insultar [...] Gilipollas, Hijo de puta, por qué me matas..."

—¡El objetivo del juego es matar!"

3.2.3. Las estrategias defensivas

Para sortear ciertas circunstancias y situaciones descritas en la forma de comunicarse y relacionarse en redes sociales y otras plataformas, las y los adolescentes hacen uso de diversas estrategias.

Una de ellas es el uso de "bloquear" contactos. Se refieren, por ejemplo, a WhatsApp o Instagram, que disponen de esta opción que implica que el contacto bloqueado no pueda comunicarse por esta vía ni acceder a la información compartida de la cuenta que le ha bloqueado. Además, en estas dos plataformas, los contactos bloqueados no recibirán una notificación de que han sido bloqueados (a diferencia de otras redes como Twitter). Esto se percibe como una ambigua sensación de privacidad y control sobre los contactos no deseados.

Por tanto, bloquear a los contactos se configura como una estrategia ante situaciones en las que las y los adolescentes se han sentido molestados u ofendidos.

"Se convierte en algo negativo cuando es un desconocido que no para de hablarte y tú le dices que se calle pero no se calla. Me sucede en Instagram, pero le bloqueo y ya está."

"En WhatsApp, en los Estados, cosas que me han pasado en el día a día, que la gente que puede ver mis Estados y me puede responder aunque también tengo bastante gente bloqueada."

En el transcurso de los *focus group* se expresó una estrategia por parte de algunas de las adolescentes para gestionar diferentes cuentas en una misma red social (en concreto en Instagram), diferenciando entre cuentas con perfiles privados (para cuyo acceso se requiere el permiso del usuario propietario para seguirla y acceder a los contenidos) y perfiles públicos o cuenta abierta (en los que se asume de forma voluntaria el acceso libre de cualquier usuario de internet, y no sólo de Instagram, al perfil y contenidos del usuario). Esto implica una exposición controlada en el sentido de discriminar qué tipo de contenidos se comparten en cada cuenta (y para qué tipo de público).

"Tengo un montón de cuentas, la verdad: tengo la personal mía, que subo fotos propias que me hacen a mí y que me gustan mucho, y me tienen que gustar mucho. Luego la privada que subo las chorradas varias que hago en mi día a día, y también son fotos propias."

A otra estrategia responde el tener varias cuentas en una misma red social, también en estos casos referida a Instagram. Son los conocidos como usuarios o cuentas *stalker,* cuentas anónimas o falsas que son utilizadas para vigilar o espiar sin revelar la verdadera identidad.

La finalidad de estas cuentas espía en manos de estas adolescentes es poder *fisgonear o cotillear*[2] las cuentas de otros usuarios/as sin que ellos sepan la verdadera identidad.

"Y tengo cuentas de stalker en Instagram."

Sin embargo, la posición frente al anonimato resulta controvertida. Por una parte, condenan el trato desigual que el usuario anónimo pretende llevar a cabo hacia uno identificado, consciente de la ventaja que le otorga su anonimato. Vinculan de forma sistemática este anonimato "malo" al fraude, al acoso, a la mentira y a la agresión verbal. Sin embargo, comprenden que puede emplearse para obtener ventaja de una circunstancia manteniendo fines éticos cuya base no queda suficientemente justificada (como se desprende del uso de las cuentas *stalker* o espía).

"Bueno y malo, tiene parte buena porque si no quieres que la gente te conozca..., pero es malo porque la gente utiliza eso para poder ir a atacar a otras personas."

"Depende de cómo se utilice, obviamente tiene todo el lado malo del ciberbullying, pero me parece que también es ventajoso en ciertas ocasiones el poder dar tu opinión sin que se te relacione."

"Yo lo veo bien o mal dependiendo de para qué sea. Para decir algo que no dirías a la cara no me parece bien, porque pienso que debería saber quién se lo ha dicho, pero creo que estaría bien si quieres decir algo... no sé cómo decirlo... por ejemplo si ese chico te gusta, se lo dices así y luego se lo vas diciendo a la cara, dependiendo."

2. El uso de estas cuentas *stalker,* de perfiles falsos puede aplicarse de forma malintencionada y peligrosísima, siendo la base del *grooming,* entre otras acciones perjudiciales del escenario virtual.

4. TIC, APRENDIZAJE Y ENSEÑANZA

El acceso a internet en los centros escolares presenta una implantación universal. Según datos del Ministerio de Educación para el curso escolar 2016-2017, la cobertura de internet alcanzaba al 99,9% de los centros; el 90,5% de estos centros educativos con disponibilidad de internet tenían habilitada conexión inalámbrica, algo menos en los centros de titularidad pública, 89,3%, que en los centros privados (concertados y no concertados), donde era del 94,5%.

4.1. LAS TIC EN LA ESCUELA

Sin embargo, el acceso a internet desde la red de los centros está bastante regulado y restringido a las actividades académicas, así como el uso de dispositivos como el móvil, como comprobaremos en los siguientes puntos. Si se analiza la capacidad de conectarse a la red wifi del centro de manera personal y autónoma, fuera de las actividades académicas, poco más del 38% de los y las jóvenes afirman que no está permitido el acceso a la red wifi del centro ("no está disponible"), porcentaje abultado y mayoritario que, sin embargo, no esconde una buena disparidad de otras situaciones en lo que se refiere a su uso (tabla 4.1.1).

TABLA 4.1.1. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO PARA UTILIZAR WIFI

AUTORIZACIÓN USO WIFI	N	%
No está disponible	618	38,1
No está disponible, pero hackeamos la clave	361	22,2
Está permitido con restricciones	406	25,0
Está permitido sin restricciones	102	6,3
No hay wifi en mi escuela	24	1,5
No sabe/No contesta	113	7,0
Total	1.624	100,0

Base total muestra.

El permiso con restricciones (en tiempos libres, en los recreos, etc.) lo afirma tener el 25% de los alumnos y alumnas y un 6,3% dice que se les permite sin ninguna limitación. Incluso un 22,2% declara que, pese a no estar permitido, *hackean* la clave, saltándose las restricciones. La suma de las diferentes situaciones implica que, sea de forma más o menos limitada, poco más del 54% de alumnos y alumnas consiguen acceder a la red en los centros mediante wifi, porcentajes correspondientes a la suma de las posiciones *hackean* la clave, uso sin y con restricciones.

El tipo de centro, público o privado, el tamaño del territorio de residencia y el nivel de estudios en curso son las variables que explican ciertas variaciones en los resultados globales (tabla 4.1.2) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.1.1 - A3.3.1.3).

- En los centros públicos es donde las restricciones al uso de la red parecen ser más fuertes ("no está disponible"), así como en pueblos o ciudades pequeñas y entre aquéllos que están en niveles de 3º y 4º de ESO.
- Donde aparece con más fuerza el *hackeo* de la clave es en los niveles de 4º de ESO, frente a quienes se encontraban cursando otros niveles.
- Cuando el centro permite el acceso, aunque sea de forma restringida ("está permitido con restricciones") suelen ser más en centros de titularidad privada (concertados y no concertados), en grandes ciudades y para el nivel de 4º de ESO.
- El acceso libre a internet ("está permitido sin restricciones") se muestra con mayor potencia también en grandes ciudades y en niveles de 4º de ESO.

TABLA 4.1.2. PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN CUANTO A LA AUTORIZACIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO PARA UTILIZAR WIFI

AUTORIZACIÓN USO WIFI	TIPO DE CENTRO	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
No está disponible	+ público	+ pueblos o ciudades pequeñas	+ 3º y 4º ESO
No está disponible, pero hackeamos la clave			+ 4º ESO
Está permitido con restricciones	+ privado	+ grandes ciudades	+ 4º ESO
Está permitido sin restricciones		+ grandes ciudades	+ 4º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

En lo que se refiere al uso de los dispositivos móviles en los centros escolares, en estas fechas, ninguna comunidad autónoma tiene una norma precisa sobre el uso del móvil en los mismos; la autorización queda a merced de cada centro[1]. Por los datos obtenidos, la norma general es la de su prohibición absoluta.

La práctica mayoría de alumnos y alumnas (67,4%) tiene restringido totalmente el uso del móvil o *smartphone* en el centro y casi una tercera parte menciona poder usarlo, pero con restricciones (28,8%). Son muy pocos (1,3%) los que manifiestan tener un uso totalmente libre del dispositivo (tabla 4.1.3).

TABLA 4.1.3. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO EDUCATIVO PARA USAR SMARTPHONES

	N	%
No estamos autorizados/as	1.094	67,4
Estamos autorizados/as con restricciones	468	28,8
Estamos autorizados/as sin restricciones	21	1,3
No sabe/no contesta	41	2,5
Total	1.624	100,0

Base total muestra.

Las variaciones sobre el uso del móvil obedecen a la misma lógica diferenciadora que el uso de la wifi del centro educativo, analizado anteriormente. Más restricciones a su uso en centros públicos, en los territorios de tamaño pequeño y, de manera específica, más limi-

Permitir el uso, o no, de los móviles en los centros escolares es un debate entre los adolescentes: conscientes de su potencial para beneficiar sus procesos de enseñanza-aprendizaje, pero también como factor de distracción.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

1. Aunque legislativamente no existe ninguna norma, la tendencia es a restringir de forma total su uso, tal y como ha ocurrido en Francia, donde recientemente se ha prohibido por ley el uso de los móviles en los centros escolares.

taciones para quienes se autodefinen de clases baja y media-baja. Algo menos limitados en su uso para los que se declaran de clase media-alta y alta, estudian en centros privados y residen en grandes ciudades, además de estar cursando 4º de ESO (tabla 4.1.4) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.1.4 - A3.3.1.7).

TABLA 4.1.4. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LA AUTORIZACIÓN DEL CENTRO ESCOLAR PARA USAR SMARTPHONES

	TIPO CENTRO	CLASE SOCIAL	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
No estamos autorizados/as	+ público	+ media-baja y baja	+ pueblos o ciudades pequeñas	
Estamos autorizados/as con restricciones	+ privado	+ media-alta y alta	+ grandes ciudades	+ 4º ESO

P>0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Los sistemas educativos de todo el mundo se enfrentan actualmente al desafío de integrar las TIC en la escuela, en el aula y en los procesos educativos para lograr que las y los alumnos aprendan a usar de manera apropiada las herramientas, lenguajes y conocimientos necesarios para el siglo XXI (Andión, 2011).

Si éste es el reto de futuro, la siguiente batería intenta analizar, de manera mínima e introductoria, hasta qué punto los centros escolares y el profesorado impulsan la inmersión en las TIC, mediante la frecuencia con que se realizan determinadas acciones que emplea una escala de 0 ("nunca") a 10 ("siempre").

Estas tres acciones testadas se basan en dos principios fundamentales de las TIC: la realización de tareas y el establecimiento de "redes de colaboración" mediadas por la tecnología, con otros compañeros y/o con profesores (tabla 4.1.5).

La tarea que más se impulsa, con diferencia, es la de "búsqueda de información para trabajos escolares" que alcanza una media de 6,18 sobre 10 puntos posibles. Media-alta frecuencia de realización, que contrasta fuertemente con lo escaso de la colaboración declarada con compañeros (3,31) e incluso con los propios docentes (3,63) a través de internet.

TABLA 4.1.5. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA TAREAS ESCOLARES

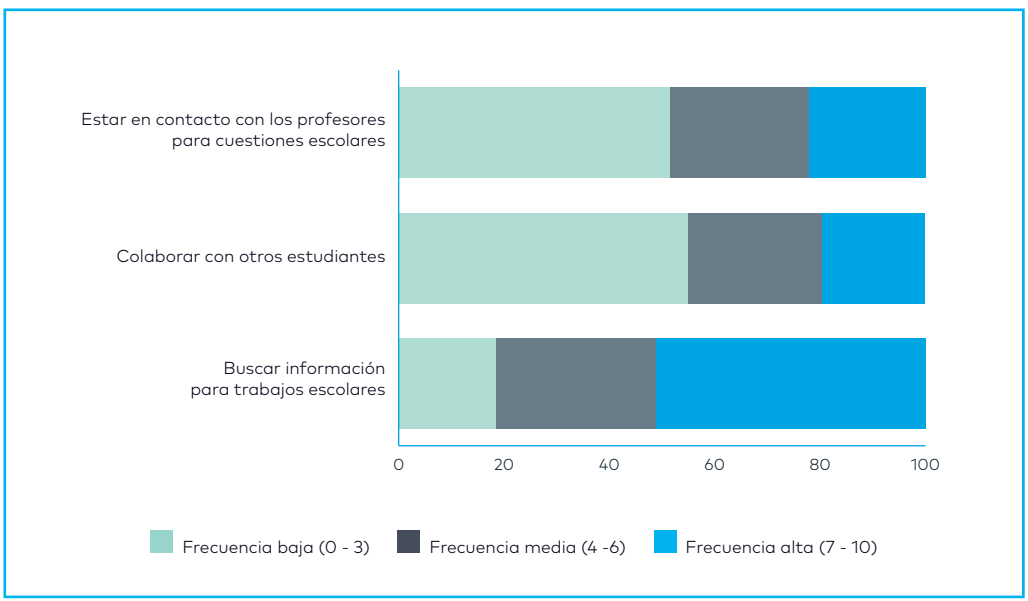
TAREAS	MEDIA	DES. TÍPICA	% ALTA FRECUENCIA (7 - 10)
Buscar información para trabajos escolares	6,18	2,720	51,2%
Colaborar con otros estudiantes	3,31	3,149	19,7%
Estar en contacto con profesores para cuestiones escolares	3,63	3,190	22,3%

Escala de 0 "nunca" a 10 "siempre".

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Más allá de las medias, la distribución de los porcentajes en la escala agrupada (de 0 a 3 "frecuencia baja"; de 4 a 6 "frecuencia media" y de 7 a 10 "frecuencia alta") muestra un panorama más detallado (gráfico 4.1.1).

GRÁFICO 4.1.1. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA TAREAS ESCOLARES



Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en %.

El uso de internet para realización de trabajos o tareas escolares está bastante extendido e impulsado por los docentes; la suma de los que lo hacen con alta frecuencia (51,2%) y, cuando menos, con frecuencias medias (30,3%) suma un 81,5% de estudiantes que lo ponen en práctica de forma más o menos intensa.

Otra cosa son las actividades de colaboración con compañeros o el contacto con el profesorado. Más de la mitad de los chicos y chicas reconoce que sus docentes no les impulsan a realizarlas de forma cotidiana; el 51,5% declara baja frecuencia para "estar en contacto con profesores para cuestiones escolares a través de internet" y aún más (el 54,9%) afirman que colaboran muy escasamente con sus compañeros mediante internet.

Pese a estos porcentajes mayoritarios, a un 48,5% y un 45%, respectivamente, se le impulsa a realizarlo con media o alta frecuencia. Situación dual, por tanto, en la que el empleo de internet en su vertiente de ayuda para las tareas académicas es ampliamente promovido en la educación formal, pero su potencial como elemento de colaboración parece no aprovecharse en la misma medida.

En ocasiones, el profesor ofrece un uso tecnológico-académico que se encuentra bloqueado por la tecnología que el propio centro o docente tolera o controla.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

Ahora bien, existen ciertos matices en cuanto a determinadas variables sociodemográficas de los chicos y chicas (tabla 4.1.6) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.1.8 - A3.3.1.17).

TABLA 4.1.6. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA TAREAS ESCOLARES

	SEXO	EDAD	TIPO DE CENTRO	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Buscar información para trabajos escolares	+ mujeres		+ privados		+ 4º ESO
Colaborar con otros estudiantes			+ públicos	+ grandes ciudades	+ 4º ESO
Estar en contacto con profesores para cuestiones escolares	+ mujeres	+ 16 años	+ privados		+ 4º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Las mujeres declaran más proactividad de los profesores en cuanto al uso de internet como recurso de información, así como los estudiantes de centros privados (frente a los públicos), y entre los estudios más elevados del rango considerado (4º de ESO). La colaboración entre los estudiantes parece fomentarse de manera más intensa en los centros públicos, en grandes ciudades y entre los estudiantes de 4º de ESO.

El contacto con profesores mediante internet para temas académicos parece más extendido entre las mujeres, entre los que tienen 16 años, en aquéllos que estudian en centros privados y los que cursan de 4º de ESO.

4.2. ENSEÑAR A USAR LAS TIC

Otro aspecto relevante a evaluar acerca de las TIC en el contexto escolar es definir el conjunto de destrezas que se impulsan en la educación formal. De entre la lista de actividades propuestas destacan especialmente dos, señaladas por una abultada proporción de entrevistados y radicalmente alejadas en cuanto a menciones del resto (tabla 4.2.1). La "creación de presentaciones" (el 76,7% de los chicos y chicas lo menciona), empleando los editores más comunes a tal efecto como Power Point, Prezzi, etc. y la "búsqueda de información por internet", actividad que en el apartado anterior era la más impulsada por los y las profesoras y que señala aquí el 63,3% de los chicos y chicas.

El uso de la tecnología es valorada por los y las adolescentes como una forma diferente de adquirir el conocimiento y habilidades, que defienden como una forma de aprender más comprensible, fácil y divertida.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

Otras destrezas como el "manejo de bases de datos" y la "comunicación vía emails" son bastante declaradas como enseñanzas recibidas en los centros educativos, aunque por poco menos de la mitad de los y las jóvenes (47,1% y 42,9%). Y más lejos de éstas, el "manejo y creación de gráficos" (38,7%) o "tratamiento de textos", mencionado por el 37,6%.

El resto de prácticas son, según los y las chicas, mucho menos impulsadas como elementos integrados en su itinerario formativo, entre ellas algunas que en puridad pueden ser calificadas como importantes desde el punto de vista de la seguridad en la red: la autoprotección en internet ("conocimiento sobre la manera de proteger los datos en internet") sólo forma parte de los contenidos docentes para el 30,5% de las y los alumnos o, en una línea paralela, el "desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en internet" (22,5%).

TABLA 4.2.1. DESTREZAS QUE ENSEÑAN EN EL CENTRO ESCOLAR EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

	N	% SOBRE MENCIONES	% SOBRE ENTREVISTADOS
Creación de presentaciones (Power Point, Prezzi, etc)	1.246	16,7%	76,7%
Búsqueda de información en internet	1.028	13,8%	63,3%
Manejo de bases de datos (Excel, DBase, etc.)	765	10,3%	47,1%
Enviar y recibir emails	696	9,3%	42,9%
Manejo, creación y edición de imágenes y gráficos	629	8,4%	38,7%
Tratamiento de textos (Word, etc.)	610	8,2%	37,6%
Conocimiento sobre la manera de proteger datos personales en internet	496	6,7%	30,5%
Creación de contenidos propios (vídeos, etc.)	442	5,9%	27,2%
Creación y mantenimiento de webs y/o blogs, aplicaciones, programación	440	5,90%	27,1%
Desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en internet	366	4,9%	22,5%
Uso de dispositivos digitales como tablets, smartphones, etc.	302	4,1%	18,6%
Conectarse a diferentes dispositivos (impresora, cámara, proyector) con un ordenador	199	2,70%	12,3%
Comunicarse con otras personas a través de redes sociales (Facebook, Twitter)	96	1,3%	5,9%
Ninguna de las anteriores	140	1,9%	8,6%
Total	6.219	100,0%	382,9%

Base total muestra. Respuesta múltiple.

Tampoco forman parte de las destrezas impulsadas mayoritariamente en la docencia la "creación de contenidos propios" (mencionada por el 27,2%) o "creación y mantenimiento de webs, blogs" (con el 27,1%). Parecería, por tanto, que se fomentan escasamente comportamientos proactivos.

Todavía menos importantes en la docencia son el "uso de dispositivos digitales como *tablets, smartphones,* etc." (18,6% de menciones) o las habilidades para la "interconexión de dispositivos" (12,3%) y las destrezas para relacionarse mediante el uso de redes sociales ("comunicarse con otras personas a través de RRSS", 5,9%). Evidentemente, estas habilidades mucho menos presentes, según los adolescentes, en la educación formal serán aprendidas *motu proprio* o desde otras fuentes de referencia (amigos, familia), como se verá en los apartados siguientes.

Llama poderosamente la atención que casi un 9% declara que no se le enseña ninguna habilidad relacionada con las nuevas tecnologías.

Se ha ensayado una agrupación de todas estas destrezas en su sentido funcional (tabla 4.2.2).

- Las primeras, las más señaladas como recibidas en los centros educativos, se refieren a la **edición de contenidos** o análisis, como presentaciones, manejo de bases de datos, gráficos o tratamiento de textos. Estas destrezas son las más enseñadas de promedio, 54,5%, aunque destaca por mucho sobre las demás la "creación de presentaciones" (76,7%).
- El segundo conjunto de destrezas, por su importancia en la docencia formal, se orienta a las actividades de **comunicación e información**, que reciben en conjunto el 37,3% de los chicos y chicas. Prima en este conjunto "la búsqueda de información en internet", actividad que forma parte de la docencia en los centros para el 63,3%.
- Las referidas a la elaboración de **contenidos propios** son enseñadas según un porcentaje mucho menor de alumnos en su conjunto, el 27,1%. Ambas actividades son mencionadas por un número similar de jóvenes.
- La **seguridad y la autoprotección** en internet forman escasamente parte de la docencia en los centros educativos según los entrevistados, apenas un 25% de los y las jóvenes declara recibirlas, algo más el "conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales" (30,5%) que el desarrollo de pensamiento crítico sobre la información.
- El **uso de dispositivos** apenas forma parte de la educación formal en las TIC; sólo declaran recibir instrucción en este sentido el 15,4%, algo más el uso de dispositivos digitales (18,6%) que las enseñanzas destinadas al manejo e interconexión de los diferentes aparatos (12,3%).

TABLA 4.2.2.DESTREZAS (AGRUPADAS) QUE ENSEÑAN EN EL CENTRO ESCOLAR EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

DESTREZAS	% SOBRE ENTREVISTADOS	PROMEDIO MENCIONES
Edición contenidos y análisis		
Creación de presentaciones (Power Point, Prezzi)	76,7	**54,5%**
Manejo de bases de datos (Excel, DBase, etc.)	47,1	
Manejo, creación y edición imágenes y gráficos	38,7	
Tratamiento de textos (Word, etc.)	37,6	
Comunicación e información		
Búsqueda de información en internet	63,3	**37,3%**
Enviar y recibir emails	42,9	
Comunicarse con otras personas a través de redes sociales (Facebook, Twitter)	5,9	
Diseño de contenidos propios		
Creación de contenidos propios (vídeos, etc.)	27,2	**27,1%**
Creación y mantenimiento de webs y/o blogs, aplicaciones, programación	27,1	
Seguridad en internet		
Conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en internet	30,5	**24,5%**
Desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en internet	22,5	
Uso dispositivos		
Uso de dispositivos digitales como tablets, smartphones, etc.	18,6	**15,4%**
Conectarse a diferentes dispositivos (impresora, cámara, proyector) con un ordenador	12,3	

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc y "ninguna de las anteriores". Respuesta múltiple.

Otro modo de analizar el conjunto de destrezas que se enseñan es hacer un análisis factorial, para descubrir las agrupaciones (factores) que se realizan en función de los sentidos funcionales de las mismas (tabla 4.2.3). Las distintas destrezas se agrupan en tres factores:

El factor 1 agrupa actividades que podemos considerar como ***Habilidades básicas*** como "buscar información por internet", "creación de presentaciones" y "enviar/recibir emails", todas ellas ampliamente mencionadas en relación a la docencia en TIC que se recibe en el centro escolar.

En el factor 2, denominado ***Habilidades de desarrollo de contenidos digitales*** convergen actividades que requieren desarrollo de contenidos propios como "manejo, creación y edición de imágenes y gráficos", "manejo de bases de datos (Excel, DBase, etc.)", "creación de contenidos propios (vídeos, etc.)", "creación y

mantenimiento de webs y/o blogs, aplicaciones, programación" y "tratamiento de textos" que parecen expresar un tipo de docencia algo más sofisticado, un paso más allá. La mayoría de las mismas, al contrario que las anteriores, no forma parte esencial de la docencia en TIC de los centros educativos.

TABLA 4.2.3. FACTORIAL DE DESTREZAS QUE SE ENSEÑAN EN EL CENTRO ESCOLAR EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

	FACTOR 1 Habilidades básicas	FACTOR 2 Habilidades de desarrollo de contenidos digitales	FACTOR 3 Habilidades de comunicación, seguridad e interconexión
Búsqueda de información en internet	,752		
Creación de presentaciones (Power Point, Prezzi, etc.)	,742		
Enviar y recibir emails	,521		
Manejo, creación y edición de imágenes y gráficos		,714	
Manejo de bases de datos (Excel, DBase, etc.)		,668	
Creación y mantenimiento de webs y/o blogs, aplicaciones, programación		,603	
Creación de contenidos propios (vídeos, etc.)		,460	
Tratamiento de textos		.483	
Comunicarse con otras personas a través de redes sociales (Facebook, Twitter)			,667
Conectarse a diferentes dispositivos (impresora, cámara, proyector) con un ordenador			,663
Uso de dispositivos digitales como tablets, smartphones, etc.			,535
Desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en internet			,474
Conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en internet			,449

Varianza explicada: 43.28%. KMO: 0.811. Rotación varimax.
Método de extracción: componentes principales.

El factor 3, ***Habilidades de comunicación, seguridad e interconexión***, agrupa a saberes relacionados con la vertiente comunicativa de internet: "comunicarse con otras personas a través de redes sociales (por ejemplo, Facebook, Twitter)" y, de manera coherente, también al de la autoprotección "conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en internet" y el desarrollo de pensamiento propio, "desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en internet". Además incorpora la docencia que versa sobre el uso e interconexión de dispositivos y aparatos, que es menos frecuente.

En cuanto a los perfiles de chicos y chicas más o menos presentes en cada uno de los factores existen algunas diferencias, especialmente en el factor 2 (tabla 4.2.4) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.2.1 - A3.3.2.4).

- En el factor de *Habilidades de desarrollo de contenidos digitales* aparecen de manera más significada los hombres, aquéllos que tienen 16 años de edad y los que están cursando sus estudios en centros privados (concertados y no concertados).
- Los otros dos factores apenas presentan diferencias; en el factor 1 se significan en mayor medida los que cursan 4º de ESO, al igual que en el factor 3, donde, además, aparecen más los estudiantes de centros privados.

TABLA 4.2.4. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN LOS FACTORES DE DESTREZAS QUE SE ENSEÑAN EN EL CENTRO ESCOLAR EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

CONEXIÓN	SEXO	EDAD	TIPO DE CENTRO	ESTUDIOS EN CURSO
Factor 1. Habilidades básicas				+ 4º ESO
Factor 2. Habilidades de desarrollo de contenidos digitales	+ hombres	+ 16 años	+ privados	+ 4º ESO
Factor 3. Habilidades de comunicación, seguridad e interconexión			+ privados	+ 4º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Claramente, es en los cursos superiores (4º de ESO) donde más se enfatiza en la enseñanza de estos tipos de habilidades digitales, frente al resto de los niveles educativos considerados. Y quizá más relevante, aquellas habilidades que avanzan más allá de lo básico (búsquedas en internet, creación de presentaciones, manejo del correo), como la creación de contenidos digitales o aquellas más técnicas (uso de dispositivos) y de seguridad, se asocian significativamente con los centros educativos privados, frente a los de titularidad pública.

4.3. LA MEDIACIÓN EN EL APRENDIZAJE DE TIC

Cuando se habla de mediaciones se hace referencia al conjunto de acciones puestas en práctica para facilitar los procesos de enseñanza y aprendizaje, en este caso de adolescentes en relación al uso de las TIC. Interesa en este apartado evaluar la percepción de los jóvenes sobre tales mediaciones, es decir, sobre las ayudas u orientaciones que reciben, y ponerlas en relación con las destrezas y habilidades que se declaran poseer en el manejo de los recursos de las TIC.

TABLA 4.3.1. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA/ACOMPAÑAMIENTO DE PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS

MEDIACIONES DE PROGENITORES	MEDIA	DES. TÍPICA	% PUNTUACIONES 7 - 10
Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet	5,22	3,722	44,3
Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas	4,86	3,663	39,4
Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet	4,63	3,649	36,8
Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet	4,61	3,655	37,0
Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet	4,48	3,671	35,2
Hablan contigo sobre lo que haces en internet	4,32	3,112	27,7
Comparten actividades contigo en internet	3,53	3,323	22,8
Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet	3,37	3,205	21,4
Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet	3,27	3,323	21,3
Comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet	2,99	3,522	21,1
Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)	2,4	3,004	13,6

Escala de 0 "Nada" a 10 "Totalmente". Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

La primera parte de este análisis se centra en el estudio del apoyo que chicos y chicas declaran recibir, valorando específicamente el grado de acompañamiento de progenitores y profesores en la enseñanza tecnológica. La tabla 4.3.1. muestra los resultados en medias (en la escala de 0 "nada" a 10 "totalmente") de las respuestas a potenciales acciones que los progenitores realizan o pueden realizar para acompañar a sus hijos en el aprendizaje tecnológico, además de aportar la proporción de chicos y chicas que mencionan las valoraciones mas altas de la escala de acompañamiento (posiciones de 7 a 10).

En general, los apoyos que se reciben de parte de los progenitores no parecen constituirse como un elemento central en su aprendizaje tecnológico. Ninguna de las acciones supera el 50% de jóvenes que declaran recibirlas en alto grado o intensamente y sólo una supera el 5 de media en la escala. De la lectura de los datos se extrae un apoyo que podemos calificar como relativo e incluso, para algunas acciones, bastante tenue de progenitores o tutores para una parte significativa del colectivo.

Pese a esta panorámica general, no son irrelevantes las proporciones de jóvenes que declaran algún tipo de acompañamiento de sus progenitores, aunque muy variables en función del tipo de actividad:

- Los procesos donde chicos y chicas declaran recibir más apoyo son los referidos a la seguridad y protección en la red. El ítem "te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet" alcanza el 5,22 de media y un 44,3% que mencionan que es total o muy elevado. Una proporción algo más reducida, 39,4%, afirma que sus progenitores explican totalmente o en grado elevado "por qué algunas páginas son buenas o malas" (un 4,86 de media). Las ayudas y apoyos en lo referido específicamente a temas de seguridad son recibidos en alto grado por un 36,8% ("te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet").
- A poca distancia relativa de las anteriores aparecen otros dos acompañamientos: uno referido a la educación relacional y comunicativa, claramente de carácter más emocional pero también posiblemente vinculado a la autoprotección, "te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet" (37% en alto grado de acompañamiento); y la otra de tipo más funcional y práctico en el aprendizaje de las TIC, como "te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet" (35,2% de alto apoyo y 4,48 de media).

El resto de acompañamientos tienen una percepción de menor presencia en el aprendizaje y, como mucho, son mencionados como recibidos en alto grado por 1

de cada 4 jóvenes. "Hablan contigo sobre lo que haces en internet", es decir, el control paterno sobre las actividades sólo es mencionado como recibido en alto grado por un 27,7%. A un 22,8% sus progenitores les impulsan a "compartir actividades en internet" con ellos; un 21,4% "te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet"; 21,3% "te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo en internet", "comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet (21,1% de alto grado de acompañamiento) y "se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)" con un 2,4 de media y tan sólo el 13,6% de chicos y chicas que manifiestan altas frecuencias.

Sexo, edad y clase social son las variables principales que marcan mucha diferencia entre los grados de acompañamiento por parte de sus progenitores percibidos por los y las adolescentes (tabla 4.3.2) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.2 - A3.3.26).

- Aquéllos de menor edad (14 años) se declaran más acompañados por sus progenitores, especialmente en las cuestiones relacionadas con la seguridad y protección: "te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet", "te explican por qué algunas páginas son buenas o malas", y en las de supervisión: "hablan contigo sobre lo que haces en internet", "se sientan contigo mientras usas internet" y ayuda en el aprendizaje: "te enseñan o ayudan con cosas relacionadas con interr et" o "te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet".
- En las chicas la protección parental está más presente que en los chicos, también preferentemente en cuestiones de seguridad: "te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet", "te explican por qué algunas páginas son buenas o malas", "te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet", "te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet" y en alguna asociada a la supervisión: "hablan contigo sobre lo que haces en internet".
- Quienes se autoclasifican como de clase alta y media-alta declaran recibir más apoyo de los progenitores, tanto en temas de seguridad ("te explican por qué algunas páginas son buenas o malas" o "te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet"), como en cuestiones relacionadas con el aprendizaje ("te enseñan o ayudan con cosas relacionadas con internet", "te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet") y en las de supervisión ("se sientan contigo mientras usas internet", "hablan contigo sobre lo que haces en internet"). Parece haber incluso más confianza paterno filial en este grupo, en comparación con quienes se autoubican en otras clases sociales, pues destacan también en el ítem "comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet"

TABLA 4.3.2. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN EL GRADO ALTO DE ASISTENCIA/ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS

	SEXO	EDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	NACIONALIDAD	CLASE SOCIAL	ESTUDIOS EN CURSO
Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet	+ mujeres					
Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas	+ mujeres	+ 14 años			+ alta y media-alta	
Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet	+ mujeres	+ 14 años			+ alta y media-alta	
Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet	+ mujeres					
Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer/encontrar algo en internet		+ 14 años			+ alta y media-alta	+ 2º ESO
Hablan contigo sobre lo que haces en internet	+ mujeres	+ 14 años			+ alta y media-alta	
Comparten actividades contigo en internet			+ grandes ciudades	+ otra		
Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet		+ 14 años	+ grandes ciudades		+ alta y media-alta	+3º ESO
Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet				+ otra		
Comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet					+ alta y media-alta	
Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)		+ 14 años		+ otra	+ alta y media	+ 3º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Otras variables tienen menos impacto en los resultados; los que residen en grandes ciudades se sienten más respaldados en su aprendizaje y puntúan más alto en " te enseñan o ayudan con cosas relacionadas con internet" y "comparten actividades contigo en internet". Los estudiantes de 3º ESO mencionan más que el resto "te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet" y "se sientan contigo mientras usas internet" y aquellos que declaran una nacionalidad distinta a la española "comparten actividades contigo en internet", "te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo en internet" y "se sientan mientras usas internet".

Si bien, y especialmente para una buena parte de las mediaciones, se puede afirmar una relativamente escasa presencia de los progenitores en el aprendizaje tecnológico, son algo menores los apoyos o refuerzos recibidos por parte de los docentes, según chicos y chicas (tabla 4.3.3).

TABLA 4.3.3. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA/ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS

MEDIACIONES DE LOS PROFESORES	MEDIA	DES. TÍPICA	% PUNTUACIONES 7 - 10
Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet	4,53	3,515	35,9
Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas	4,53	3,561	34,4
Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet	4,34	3,576	33,3
Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet	3,98	3,404	26,9
Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet	3,96	3,283	24,6
Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet	3,84	3,507	25,2
Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet	3,84	3,187	29,3
Comparten actividades contigo en internet	3,77	3,502	26,6
Hablan contigo sobre lo que haces en internet	2,3	3,026	12,1
Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces pero sin participar)	1,68	2,679	8,8

Escala de 0 "Nada" a 10 "Totalmente". Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Ninguna de las acciones supera el valor medio de 5 en la escala de apoyo y sólo algunas superan el 4 de media, lo que ofrece una visión relativamente laxa sobre el potencial de los apoyos que se reciben en la educación formal:

Los adolescentes denuncian el discurso unidireccional y esencialmente prohibitivo de las acciones preventivas que reciben en los centros educativos (malos usos, *ciberbullying*...).

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

- Los apoyos más implantados por parte del profesorado hacia los alumnos se refieren a tres aspectos: el primero de orden funcional, "te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet" (35,9% de alto apoyo y 4,53 de media), seguido de aspectos relacionados con la seguridad, en lo que coinciden bastante con los apoyos ofrecidos por los progenitores: "te explican por qué algunas páginas son buenas o malas" (un 4,53 de media y 34,4% de alto apoyo) y "te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet" (4,34 y 33,3% de alto apoyo).
- El resto de acompañamientos son marcadamente menos ofrecidos y, como mucho, son mencionados como recibidos en alto grado por proporciones que rondan aproximadamente un cuarto de los y las chicas. De mayor a menor son "te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo en internet" (3,98 de media), "te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet" (3,96), "te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet" (3,84), " te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet" (también un 3,84) o "comparten contigo actividades en internet" (3,77).
- Mucho menores son los apoyos para "hablan contigo sobre lo que haces en internet" (2,3 de media y sólo un 12,1% de chicos y chicas que declaran recibirlo en alto grado) y menor aún para "se sientan contigo mientras usas internet", que sólo recibe un 1,68 de media y es mencionado como apoyo en alto grado por un 8,8% de chicos y chicas.

Al contrario de lo que ocurría en las mediaciones de progenitores, esta vez no existe tanta diversidad en los resultados debidos a las características sociodemográficas de los chicos y chicas (tabla 4.3.4), pero sí aspectos destacables asociados a la titularidad del centro educativo (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.3.27 - A3.3.3.43). Los centros privados (que incluyen tanto concertados como no concertados) se preocupan en mayor medida que los públicos en actividades de supervisión y apoyo a la formación, como "te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet", "te explican por qué algunas páginas son buenas o malas", "te sugieren cómo mejorar tu seguridad en

internet", "te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet", "hablan contigo sobre lo que haces en internet" y "se sientan contigo mientras usas internet".

TABLA 4.3.4. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN EL GRADO ALTO DE ASISTENCIA/ACOMPAÑAMIENTO DE PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS

	SEXO	EDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	NACIONALIDAD	TIPO DE CENTRO	ESTUDIOS EN CURSO
Te ayudan y aconsejan sobre lo que debieras hacer si algo te molesta en internet	+ mujeres				+ privados	
Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas					+ privados	
Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet					+ privados	
Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet					+ privados	
Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer/encontrar algo en internet	+ mujeres					
Hablan contigo sobre lo que haces en internet			+ grandes ciudades	+ otra	+ privados	+ 3º ESO
Comparten actividades contigo en internet		+ 16 años	+ grandes ciudades			
Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet	+ mujeres					+ 3º ESO
Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar)			+ grandes ciudades		+ privados	+ 3º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

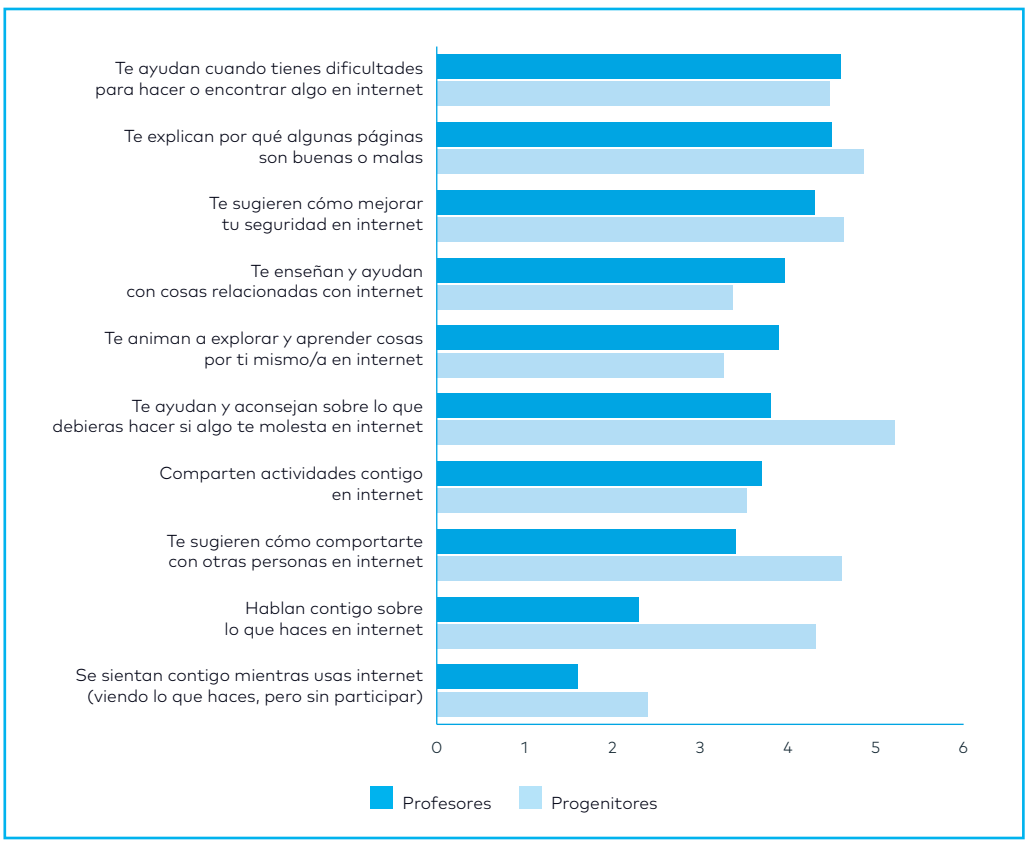
El sexo introduce variaciones, aunque no de forma tan extensiva como en el caso de los progenitores; las chicas vuelven a sentirse más acompañadas por parte de sus docentes en algún aspecto de seguridad: "te ayudan y aconsejan sobre lo que

deberías hacer si algo te molesta en internet" y en lo funcional, como "te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet" y "te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet".

También en las grandes ciudades se percibe mayor apoyo en "hablan contigo sobre lo que haces en internet", "se sientan contigo mientras usas internet" y "comparten contigo actividades en internet"; y entre los que están estudiando 3º de ESO se muestran más los apoyos por parte de docentes en "hablan contigo sobre lo que haces en internet", "se sientan contigo mientras usas internet" y "te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet".

Las diferencias entre el grado de acompañamiento en las mediaciones de progenitores o docentes se reflejan de manera más evidente en el gráfico que compara las medias de ambos colectivos (gráfico 4.3.1).

GRÁFICO 4.3.1. COMPARATIVA PRINCIPALES DIFERENCIAS EN EL GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA/ACOMPAÑAMIENTO DE PROFESORES Y PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS



Datos en medias. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Por lo general, los progenitores realizan una labor de acompañamiento más extensiva que los profesores:

- Los profesores apoyan más a los chicos y chicas en: "te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo en internet" (3,90 de profesores *vs* 3,27 de padres), "te enseñan y ayudan en cosas relacionadas con internet" (3,96 *vs* 3,37) y por poco más en "te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet" (4,6 *vs* 4,48) y en "comparten contigo actividades en internet" (3,7 *vs* 3,5). Priman entre los docentes las enseñanzas de tipo más funcional.
- Mientras que los progenitores destacan en cuestiones de seguridad y auto-protección: mucho más en "te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet" (4,61 de progenitores *vs* 3,4 de profesores), "hablan contigo sobre lo que haces en internet" (4,32 *vs* 2,3) "te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet" (5,22 *vs* 3,8) y poco más en "te explican por qué algunas páginas son buenas o malas"(4,86 *vs* 4,5).

A priori, las mediaciones de progenitores o profesores se configurarían como una parte esencial para el desarrollo de las destrezas que los y las jóvenes adquieren en relación a la tecnología. Pero hemos apreciado que, en opinión de chicos y chicas, no constituyen una base fundamental de su aprendizaje. Entonces, la mayor o menor habilidad o destreza en el uso de las TIC puede depender de otros factores, como el aprendizaje autónomo o el que se recibe de la experimentación compartida con compañeros o amigos.

Sólo una formación consciente y reflexiva puede dotar al usuario (cualquiera que sea su madurez y nivel de manejo de las TIC) de mecanismos de defensa e identificación de agentes dañinos en la red: éste es el ámbito de trabajo de la Alfabetización Mediática.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

4.4. LAS DESTREZAS (Y DÓNDE SE ADQUIEREN)

Para valorar el conjunto de destrezas que los y las chicas declaran poseer, se aplicó una tabla con una extensa lista de las mismas, para que se mencionaran todas las que, según su propio criterio, poseen (tabla 4.4.1). Lo más llamativo, pero a la vez nada sorprendente, es que la gran mayoría declara ser competente en un buen número de las mismas y que, complementariamente a esto, no parece que haya mayor o menor especialización o conocimiento según el tipo de destreza,

pues los saberes cubren áreas muy diversas, como seguridad, edición, análisis y manejo de dispositivos o habilidades en RRSS.

TABLA 4.4.1. DESTREZAS QUE SE DECLARA POSEER EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

DESTREZAS	N	% SOBRE MENCIONES	% SOBRE ENTREVISTADOS
Sé descargar aplicaciones	1.562	8,2%	97,5%
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla	1.547	8,1%	96,6%
Sé conectarme a una red wifi desde smartphone	1.533	8,1%	95,7%
Sé crear presentaciones (Power Point, Prezzi)	1.520	8,0%	94,9%
Sé tratar y editar textos (Word, etc.)	1.518	8,0%	94,8%
Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada	1.516	8,0%	94,6%
Sé borrar el registro de las páginas visitadas	1.469	7,7%	91,7%
Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro	1.408	7,4%	87,9%
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social	1.391	7,3%	86,8%
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica	1.322	6,9%	82,5%
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo	1.316	6,9%	82,1%
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	999	5,2%	62,4%
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...	981	5,2%	61,2%
Sé manejar bases de datos (Excel, DBase, etc.)	959	5,0%	59,9%
Total	19.041	100,0%	1188,6%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Respuesta múltiple.

Más de la mitad del conjunto de las destrezas son mencionas por un porcentaje superior al 80% de los chicos y chicas; entre éstas, destacan aún más, pues superan el 90% de menciones, la "descarga de aplicaciones" (97,5% de entrevistados), la "protección del *smartphone* mediante contraseñas" (96,6%), la "conexión a una red wifi" (95,7%), la "creación de presentaciones" (94,9%), la "edición de textos mediante Word u otros procesadores de texto" (94,8%), el "bloqueo de mensajes" de personas que no se desean (94,6%) o el "borrado del historial de visitas en los navegadores" (91,7%).

Las y los adolescentes encuentran en internet un amplio escaparate de opciones para informarse y aprender sobre sus diferentes intereses, que no siempre están desligados de los contenidos "más curriculares".

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

Algo menos mencionadas, pero igualmente significativas por la proporción de entrevistados que las señalan son la "publicación de comentarios vía blogs o webs" (87,9%), el "cambio de la configuración de privacidad en RRSS" (86,8%), "desactivar la posición geográfica" (82,5%) y el "acceso multidispositivo a documentos" (82,1%). Otras habilidades son poco conocidas, en comparación, y aun así un 62,4% afirma saber manejar los "botones de denuncia", prácticamente los mismos que dicen ser capaces de "crear un blog o página web" (61,2%) y un 59,9% el "tratamiento de bases de datos".

Las competencias y habilidades declaradas son muy transversales, pues las diferencias sociodemográficas son poco pronunciadas, salvo algunos matices debidos fundamentalmente a la edad y, en correlato con ella, al nivel de estudios que cursan. Parece que, según avanza la edad y los estudios, mayores competencias se declaran, algo que resuena como bastante lógico (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.4.1 - A3.3.4.5).

- Los estudiantes de 4º de ESO declaran en mayor medida competencias en "creación de presentaciones", "borrado del historial de navegación", "desactivación de la ubicación geográfica" o "creación de blogs".
- Los de mayor edad (16 años) se adjudican mayor destreza que el resto para "cambios de configuración de privacidad en RRSS", "acceso multidispositivo a los documentos", "creación de blogs" o "manejo de BBDD".
- Pocas diferencias más se pueden aportar como relevantes en este análisis; los hombres declaran en mayor medida que ellas el "uso de los botones de denuncia" (también los que residen en grandes ciudades) y el "manejo de BBDD", que también declaran en mayor medida los que poseen otra nacionalidad distinta a la española.

TABLA 4.4.2. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN DESTREZAS QUE SE DECLARA POSEER EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA

	SEXO	EDAD	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla			+ española		
Sé crear presentaciones (Power Point...)					+ 4º ESO
Sé borrar el registro de páginas visitadas					+ 4º ESO
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social		+ 16 años			
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica					+ 4º ESO
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo		+ 16 años			
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	+ hombres			+ grandes ciudades	
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...		+ 16 años			+ 4º ESO
Sé manejar bases de datos (Excel, DBase, etc.)	+ hombres	+ 16 años	+ otra		

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Parece interesante comparar las potenciales disonancias que se producen entre las habilidades del aprendizaje formal, que se impulsan en el centro docente, y las destrezas que se declara poseer, al menos las que han sido objeto de exploración (tabla 4.4.3).

Existe cierta distancia entre lo que chicos y chicas afirman que se les enseña en sus centros educativos y las habilidades que declaran poseer, al menos en las que pueden ser comparadas. Muy notorias son las diferencias, por ejemplo, en el "tratamiento y edición de textos" (el 37% declara que se aprenden en el centro

educativo, pero el 94,8% afirma poseerla) o en la "creación y diseño de blogs o webs", destreza aplicada en la educación formal sólo en el 27,1% de los casos pero que declara poseer el 61,2% de los chicos y chicas.

Menos acusadas otras como la "creación de presentaciones con Power Point, Prezzi, etc.", ampliamente enseñada en los centros, 76,7% y también muy extendida entre los y las jóvenes como destreza (94,9%). Algo similar sucede con el manejo de bases de datos, fomentada en la educación formal para el 47,1% y asumida como competencia integrada en sus saberes por casi el 60% de los chicos y chicas.

TABLA 4.4.3. COMPARATIVA DESTREZAS QUE SE DECLARA POSEER VS ENSEÑADAS EN EL CENTRO ESCOLAR

DESTREZAS	N	ENSEÑADAS EN CENTRO ED.	SE DECLARAN POSEER
Crear presentaciones (Power Point, Prezzi)	1.520	76,7%	94,9%
Tratar y editar textos (Word, etc.)	1.518	37,3%	94,8%
Crear un blog, web... para compartir información, trabajos, archivos...	981	27,1%	61,2%
Manejar bases de datos (Excel, DBase, etc)	959	47,1%	59,9%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Evidentemente esto demuestra, al menos en parte, la implantación masiva del aprendizaje de habilidades tecnológicas fuera del circuito de la educación formal. La adquisición de las competencias y destrezas sigue varios caminos, pero el método de aprendizaje mediante recursos de internet es clave, como analizamos a continuación. La siguiente cuestión examina las rutinas y caminos para el aprendizaje, mediante: "A la hora de adquirir conocimientos, resolver un trabajo de escuela, o solucionar problemas relacionados con la tecnología..." cuyos resultados se presentan en la tabla siguiente (tabla 4.4.4).

El aprendizaje de competencias tecnológicas tiene un gran componente de autonomía e iniciativa personal, principalmente mediante el uso de recursos que se encuentran en la propia red, que básicamente actúa desde un doble papel: como medio (para aprender) y como fin (para acceder a ella). "Google y otros motores

de búsqueda" son los protagonistas de los aprendizajes (algo que realizan el 75,2% de los chicos y chicas) y se puede entender que se configuran como la puerta que da acceso a los contenidos especializados que se desean, como los "tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet" (55,6%) o "enciclopedias en línea, como Wikipedia" (54,6%). Esta triada compone la base formativa "informal" (para diferenciarla de los aprendizajes escolares) sobre las TIC.

Esta estructura autónoma se tiende a completar con las ayudas de redes próximas, mediante amigos o familiares, pero es más residual que las anteriores (37,3% y 25,8%, respectivamente).

Mucha menos importancia tienen en el circuito de aprendizaje, según chicos y chicas, los caminos formales, como los centros educativos, los profesores (lo mencionan sólo el 18,2%), tendencia que coincide con el relativo apoyo de los docentes del centro escolar en cuestiones relacionadas con la tecnología que chicos y chicas declaraban anteriormente.

Apenas se consultan "libros y documentación sobre el tema" (sólo un 12,6% de los chicos y chicas).

TABLA 4.4.4. MÉTODOS EMPLEADOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO

MÉTODOS	N	% SOBRE MENCIONES	% SOBRE ENTREVISTADOS
Uso Google u otro motor de búsqueda	1.222	26,6%	75,2%
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet	903	19,6%	55,6%
Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea	887	19,3%	54,6%
Pregunto a amigos o conocidos	606	13,2%	37,3%
Pregunto a familiares	419	9,1%	25,8%
Pregunto en mi centro educativo, a profesores	295	6,4%	18,2%
Miro libros y documentación sobre el tema	205	4,5%	12,6%
Otros	45	1,0%	2,8%
Hago cursos	17	0,4%	1,0%
Total	4.599	100,0%	283,2%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Respuesta múltiple (selección de tres máximo).

No existen excesivas diferencias entre los perfiles en la configuración de los medios empleados para el aprendizaje tecnológico (tabla 4.4.5) (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.4.6 – A3.3.4.10).

TABLA 4.4.5. PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS EN MÉTODOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO

	SEXO	EDAD	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Uso Google u otro motor de búsqueda			+ española		+ 4º ESO
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet		+ 16 años			+ 4º ESO
Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea	+ hombres	+ 16 años	+ otras		+ 4º ESO
Pregunto a amigos o conocidos				+ pueblos o ciudades pequeñas y medias	+ 4º ESO
Pregunto a familiares	+ mujeres	+ 16 años	+ española	+ pueblos o ciudades pequeñas y medias	+ 4º ESO
Pregunto en mi centro educativo, a profesores	+ mujeres				
Miro libros y documentación sobre el tema					+ 4º ESO
Hago cursos		+ 16 años			

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Las mujeres aparecen más en las consultas a familiares o en el recurso a los centros educativos, y a profesores; y los hombres en el uso de las enciclopedias en línea, como Wikipedia.

Los que residen en entornos poblacionales pequeños muestran más tendencia que el resto a valorar el recurso a amigos y familiares como método de aprendizaje.

Aquellos que estudian 4º de ESO se muestran más favorables a cualquier medio de aprendizaje, salvo en cursos o en el recurso a los centros educativos, a profesores. Los que tienen 16 años presentan un perfil bastante similar y recurren a más métodos que el resto, en especial los tutoriales y recursos digitales especializados, Wikipedia, familiares y cursos.

Los que declaran nacionalidad española de origen acuden más a recursos como Google y familiares.

Por lo visto hasta el momento, no cabe duda de que el aprendizaje tecnológico es el resultado de una suma de elementos en los que los y las jóvenes se apoyan, en los que aparecen tanto las mediaciones y acompañamientos de profesores y progenitores como las destrezas que se enseñan en el circuito de educación formal pero, en bastante mayor medida y siendo de hecho la más significativa, la propia experimentación y aprendizaje autónomo.

Queda por valorar si este aprendizaje les hace percibirse como competentes en la materia, desde su propia opinión, competencia que debe ser medida siempre en contraste con otros colectivos de referencia en su mundo social y personal, como familiares, profesores, amigos y, como no, sus compañeros de cohorte generacional. La serie de preguntas planteadas para estudiar este aspecto compara la percepción de su habilidad tecnológica con la de todos estos colectivos, mediante categorías de escala gradual, que originalmente eran de "mucho más habilidoso", "bastante más habilidoso", "algo más habilidoso", "igual de habilidoso", "algo menos habilidoso", "bastante menos habilidoso" hasta "mucho menos habilidoso" y que se han reagrupado para ofrecer una mejor comprensión (tabla 4.4.6).

TABLA 4.4.6. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A OTROS COLECTIVOS

	MUCHO + BASTANTE MÁS	ALGO MÁS HABILIDOSO	IGUAL HABILIDOSO	ALGO MENOS HABILIDOSO	BASTANTE + MUCHO MENOS	NS/NC
Tus amigos	16,6	14,7	52,2	8,1	2,3	6,2
La gente de tu edad en general	13,8	15,1	49,9	11,2	3,3	6,7
Tu padre/madre	69,4	13,6	5,5	4,1	5,6	5,2
Tus profesores	38,0	21,8	12,6	5,4	3,3	18,8

Base total muestra. Excluidos Ns/NcDatos en %.

La percepción de los y las adolescentes es que, en general, se consideran más habilidosos que el resto de grupos testados en comparación, pero con sensibles diferencias tomando en cuenta el colectivo con el que se haga la referencia:

- Esta diferencia se muestra muy agudamente cuando se comparan con sus progenitores: casi el 70% considera que son "mucho o bastante" más habilidosos que ellos, distancia que aumenta hasta el 83,9% si incluimos a los que se consideran sólo "algo más" habilidosos. Es evidente entre los y las jóvenes la percepción de una profunda brecha generacional en el manejo de las TIC.
- Cuando se trata de compararse con los docentes, las diferencias se atenúan, aunque persisten en buena medida. Un 38% piensa que ellos son muy superiores (mucho + bastante) en habilidad a sus profesores y un 21,8% que algo más. Pero hay que mencionar que un 12,6% piensa que son iguales.

Los y las adolescentes parecen defender que existe un desequilibrio entre las habilidades digitales que tienen (porque "han crecido con ello") y lo que los docentes les enseñan.

(Ver apartado "Lo que los números no explican")

- El escenario cambia radicalmente si entran en la comparación los amigos o la gente de su misma edad. Esta vez no hay percepción generalizada de mayores habilidades, ya que el 52,2% piensa que son comparativamente iguales a las de sus amigos y un porcentaje similar (49,9%) a la de la gente de su edad en general. Sin embargo, un importante 31,3% de los chicos y chicas piensa que sus habilidades están mucho, bastante o algo por encima de la de sus amigos y un porcentaje también similar (el 28,9%) que también son superiores a las de sus compañeros generacionales.

El sexo, el nivel de estudios y, en menor medida, el origen y la edad marcan sustanciales diferencias en la percepción comparativa de habilidad (ver distribución en Anexo 3, tablas A3.3.4.11 – A.3.4.26).

- Los hombres se consideran, en general, más habilidosos que cualquiera de los grupos de referencia, amigos, gente de su edad, profesores y progenitores. Lo mismo ocurre entre los que estudian 4º de ESO.
- Los que declaran otra nacionalidad distinta a la española también creen que su competencia tecnológica está por encima de los grupos de comparación, excepto con los profesores, donde se muestran más los españoles de nacimiento.
- La edad también señala algunas diferencias: los de 16 años de edad se consideran más habilidosos que la gente de su edad o sus padres o madres.

TABLA 4.4.7. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS CON RESPECTO A LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA (MUCHA + BASTANTE HABILIDAD) EN COMPARACIÓN A OTROS COLECTIVOS

	SEXO	EDAD	NACIONALIDAD	TAMAÑO RESIDENCIA	ESTUDIOS EN CURSO
Tus amigos	+ hombres		+ otras	+ grandes ciudades	+ 4º ESO
La gente de tu edad en general	+ hombres	+ 16 años	+ otras		+ 4º ESO
Tu padre/madre	+ hombres	+ 16 años	+ otras		+ 4º ESO
Tus profesores	+ hombres		+ española de nacimiento		+ 4º ESO

P<0.05. Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

4.5. LO QUE LOS NÚMEROS NO EXPLICAN

4.5.1. La escuela que no enseña (lo que los adolescentes quieren)

El aprendizaje de las herramientas tecnológicas en su centro educativo de este grupo jóvenes participantes en la parte cualitativa de este estudio, de 13 a 16 años, se basa en la materia obligatoria de Tecnología, Programación y Robótica (TPR), cursada en Primaria, y la asignatura optativa en la ESO de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC).

De forma más transversal, refieren al uso de ciertas tecnologías o aplicaciones en otras asignaturas (como Kahoot) o acciones preventivas ("también vimos una vez un vídeo que prevenía de los *hackers* y de gente que saca tus datos").

Por otro lado, aprovechar las oportunidades que ofrecen las tecnologías para el trabajo colaborativo, afirman que no constituye un hábito como tal.

Según lo recogido en los grupos focales, el trabajo colaborativo se limita a herramientas de Google o de la propia plataforma escolar para ordenador y nunca a través del *smartphone*.

> *"Google, Drive, porque tiene la opción que es el chat, si vamos a la sala de informática o hacemos un trabajo en ordenador."*

Según los relatos de los adolescentes, los programas y aprendizajes adquiridos son, para quienes han cursado la materia optativa de TIC, pese a que se trata de una lista extensa de programas, insuficientes, mostrándose críticos. De sus valoraciones se identifica, no obstante, la idea de que el aprendizaje digital se trata de un *continuum*, que requiere de actualización contaste y permanente, además de la demanda de que éste se dé a través de la práctica.

> *"Hay muchas más cosas que podemos aprender. Te mandan hacer un trabajo con una aplicación, pero hay muchísimas más aplicaciones. Hay cosas básicas que deberíamos saber porque luego en un futuro, en casi todos los trabajos te piden saber conocimientos básicos de informática y en el cole no lo damos. Damos cosas muy, muy básicas."*

> *"Apenas usamos ordenadores, apenas nos enseñan nada, sólo estamos con el libro en una clase de tecnología que debería ser más de ordenadores..."*

> *"Nos dicen que usemos aplicaciones como Google y Wikipedia, que se pueden usar sepas o no sepas, nos tendrían que enseñar a buscar en sitios específicos. No nos enseñan bien a hacer Power Point ni nada, por ejemplo, a mí, la primera vez que usamos Power Point me tuvo que enseñar mi padre."*

> *"Programación, tipo robótica, scratch... sabemos hacer algo, pero hay muchísimas más cosas que no sabemos hacer y que no nos ha explicado nadie."*

> *"Todo lo que me han enseñado en TPR, yo ya lo sabía de antemano, porque he utilizado ordenador desde siempre, porque mi familia son informáticos. A mí siempre me ha interesado el tema de informática y siempre he sabido más. Ahora que he aprendido más informática en Alfabetización Mediática, que a mí me interesa mucho la programación, videojuegos, diseño gráfico, etc., me ha parecido muy útil, y quiero aprender más."*

En ocasiones, el profesor ofrece un uso tecnológico-académico que se encuentra bloqueado por la tecnología que el propio centro o docente tolera o controla. Cuando el uso del móvil está restringido, en general, recae en el docente el levantamiento de dicha restricción, amparado por el uso educativo que los alumnos harán del dispositivo en su clase.

> *"En 4º se puede traer, pero no se puede usar, sólo si tu profesor te da permiso para usarlo para cierta tarea."*

Sin embargo, se observa reticencia a permitir este uso en el aula. No se percibe un clima de confianza (no desprovisto de justificación, por otra parte), ante un escenario de treinta alumnos conectados de forma individual, pero se erige urgente hallar el término medio al darse situaciones analógico-digitales en las que el profesor tiene la tecnología, pero al alumno sólo se le permite mirar. Ello no implica que los mismos adolescentes dejen de ser conscientes del "mal uso" que ellos mismos hacen si se permite tener los móviles en clase, aunque reclamen esta posibilidad por las oportunidades que puede brindar a sus aprendizajes.

> *"En nuestro cole no nos dejan utilizar el móvil [...]. No se fían demasiado porque se creen que vamos a estar en redes sociales y esas cosas [...]. A mí una vez me quitaron el móvil porque en vez de estar buscando la información que tenía que buscar, estaba en WhatsApp. No te dan opción, te ven en WhatsApp y móvil fuera."*

> *"Sí hay mucha gente que lo usa [el móvil] para hacerse fotos, y deberían concienciarse de que, vale que lo uses, pero hazlo de manera que no se note, porque eso hace que el profe pierda la confianza en todos los que no los usamos. Creo que sí deberían darnos ese voto de confianza. Luego sí es verdad que, si hay algún problema, pues que se tenga en cuenta a esa persona, que no significa que todo el mundo lo esté haciendo mal."*

> *"Hoy, por ejemplo, estábamos en Lengua y teníamos muchísimas dudas sobre qué significaban unas palabras y si existían o no, y queríamos buscarlo en internet, pero no podíamos, pero habría venido bien en ese momento que hubiese dicho la profesora, pues que alguien saque el móvil y lo mire y nos lo diga a toda la clase. Pero la profesora no nos dejó."*

Las y los adolescentes, como se ha visto anteriormente, encuentran en internet un amplio escaparate de opciones para informarse y aprender sobre sus diferentes intereses, que no siempre están desligados de los contenidos "más

curriculares". De la naturaleza tecnificada de la adolescencia surge la percepción generalizada (de los mismos jóvenes, pero también desde los no tan jóvenes) de que disponen de más habilidades digitales que los adultos y, en especial, que sus docentes.

En los grupos focales, en especial entre las y los alumnos de 3º y 4º de ESO, se observó que, existe una valoración negativa hacia la preparación de sus docentes y apuntan al desequilibrio del conocimiento de los profesores y el que, de forma autónoma —mediante el uso de dispositivos— han adquirido los propios adolescentes.

> *"Se nota la diferencia, y en algunos profesores se nota muchísimo más, porque necesitan ayuda hasta para mandar un mensaje y te lo piden, además; pero también hay que tener en cuenta que ellos se criaron en una situación diferente a la nuestra."*

> *"[...] creo que es un poco difícil enseñar a personas que aprenden por sí mismas, creo que es muy fácil agarrar un teléfono y ponerse a hacer cosas con él."*

4.5.2. La mediación y sus condiciones

La adolescencia, como etapa de cambios y búsqueda de la propia identidad, necesita de un acompañamiento de figuras adultas para lidiar con todos los sentimientos ambivalentes y situaciones que pueden enfrentar, y el medio virtual no es una excepción.

También hacen referencia a las mediaciones por parte de sus padres y madres, desprendiéndose en estos casos que los progenitores son mejor valorados (más legitimados a sus ojos, incluso) que los docentes en tanto marcaje de pautas de prevención en el uso de internet:

> *"La gran mayoría te la suelen decir tus padres porque, al fin y al cabo, si te pasa algo en las redes sociales, quienes responden por ti son tus padres [...]. En el colegio una vez al año o algo así te hacen una clase de no hagas esto, te puede pasar algo malo [...], alguna vez estoy en redes sociales y recuerdo que eso me lo dijeron en el colegio y es verdad que es mejor no hacerlo por prevenir, pero suelo hacer lo que me dicen mis padres."*

Mostrándose especialmente críticos con sus docentes, especialmente en lo relativo a las dinámicas y malos usos de la red:

"En el colegio, aparte de Alfabetización, sí que dan charlas, pero son muy 'No lo hagas', sin explicarte por qué no lo tienes que hacer, y es como prohibir y prohibir, pero creo que tendrían que enfocarse más a por qué me lo prohíben. Hay cosas que son obvias, si te pones una foto que estás medio desnuda, pueden hacer con esa foto lo que quieran, pero ha habido otras cosas que me pregunto y esto cómo me puede repercutir, como poner la localización que lo he aprendido en Alfabetización Mediática."

Los menores abogan por un esquema colaborativo, a medias entre profesor y alumno. Manifiestan disconformidad con el enfoque didáctico-prohibitivo que se hace de la red y con que éste esté reñido con su propia opinión y la escucha de sus propuestas:

"—Nos gustaría hablar de nuestras propias experiencias..."

—Sí, sería algo muy interesante de realizar, hablar de nuestras propias experiencias, decir si nos ha pasado algo malo y decir que qué hicimos. Y que nos digan sí, es una forma de hacerlo, en vez de hacerlo de esta otra, en vez de decirnos 'No, esto no se puede hacer así, y punto'. Lo hice de esta forma y me ha salido bien, no sé por qué me dices que tengo que hacerlo de la otra."

Las y los adolescentes fueron cuestionados sobre sus ideas para mejorar su propia rutina, su forma de atender, de entender y de modernizar el aprendizaje y la enseñanza en general, manifestando un interés por unas tecnologías que formen parte activa de su aprendizaje académico, y trasladan así las ideas de asociación y colaboración que la tecnología y la educación deberían llevar a cabo.

"Podríamos usar apps para las vistas de los planos, para dibujar plantas, buscar aplicaciones de vistas. Mi padre me puso unas hace unos tres años, una cosa así y me gustó. Sería más divertido si diéramos las clases así."

"Para hacer la clase más amena y que se te pase más rápido y que no se haga tan pesada. Estar en clase de lengua y hacer ejercicios con el ordenador. Que sean ejercicios, pero con el ordenador, así la gente se divierte más que haciéndolo escrito."

Se desprende la necesidad generalizada de un aprendizaje más ameno y eficiente por el mero uso de las tecnologías, la incorporación al aula de las innovaciones tecnológicas a las diferentes materias. Pero también aportaciones que apuntan

a un cambio en las metodologías de enseñanza-aprendizaje, en las que se conjuguen herramientas de aprendizaje asincrónico, mediantes tutoriales u otras herramientas, y la realización de prácticas en el aula[2].

> *"Se me ocurren ideas para el cole. Hay aplicaciones para que puedas ver un tutorial y puedas ver algo que no entiendes, hacer ejercicios para repasarlo... Podríamos usarlas."*

> *"En este caso, no se dio Geometría porque no daba tiempo, y el profesor nos enseñó la app Euclidia para verlo de forma más rápida. Esta aplicación te da como un tutorial y te explica, no sé qué del ángulo, y luego te dice que tú lo hagas, y te dan estrellitas por hacerlo bien. Y en realidad nos estamos enterando yo creo que mejor así que si nos hubiéramos puesto a dar clase."*

La tecnología es valorada como una forma diferente de adquirir el conocimiento y habilidades, que puede resultarle más comprensible, fácil y divertida. Conocimientos que resultan muy complejos para el alumno quedan, en ocasiones, más claros a través de un formato digital no tradicional, esto es, bidireccional.

El resultado puede traducirse en un fuerte estímulo para el alumno, como ellas y ellos mismos reconocen.

> *"Esta semana hemos estado trabajando con esa app y, como se me daba bien, todo el mundo venía a preguntarme, ¡y yo estaba flipando porque soy súper mala en mates!"*

También se reclama o se propone la utilización en el aula de medios audiovisuales, principalmente series, en tanto productos de entretenimiento (que les interesan), pero a los que entrevén aplicación didáctica en su relación con las materias de sus currículos escolares. Incorporación que defienden como estímulo (mantenerles "enganchados a la clase") y compensación a los contenidos que se imparten.

> *"Antes sólo veía las series que echaban en la tele, y ahora estoy viendo muchísimas series y tengo muchísimas series nuevas que quiero ver, y también es más fácil verlas, porque en la tele tienes que esperar a que salga ese episodio, pero teniéndolo en el ordenador lo puedes ver cuando quieras. Por ejemplo, me encanta Orphan Black, porque tiene la trama*

2. Sin conocer su significado, estos adolescentes desarrollan argumentos en defensa del aprendizaje "al revés" o *Flipped Learning*.

de la historia, pero luego todos los datos de la genética son verdad, eso es real [...]. La vi antes de que hubiéramos dado nada de Genética, y no entendía nada, pero ahora que lo hemos dado, quiero volverla a ver porque ahora sí sé qué es. La profesora de Química nos recomienda Breaking Bad, y eso nos motiva, porque como ver series es algo que a la mayoría nos gusta, lo aprendes de esa manera."

"Yo el año pasado le recomendé a un profesor que nos pusiera una serie, que se llama El Ministerio del Tiempo, porque yo estaba estudiando Historia y decía: '¡Es que esto sale en este episodio, y eso en este otro! Y es que pasa esto, esto y esto.' Y me dijo el profe que él también lo había visto y me dijo que a ver si nos ponía uno, y no lo puso..."

Se señala, de nuevo, el interés de las y los adolescentes en la polémica del uso (o prohibición/restricción) de los *smartphones* en el aula, como antes se aludió. Para ello proponen que, para que los dispositivos puedan ser usados sin que el profesor tema por la atención del alumno en favor de videojuegos y redes sociales, habría que desinstalar las aplicaciones "tentadoras", o proveer de terminales libres de aplicaciones de entretenimiento mediante el uso de claves.

"Eso es poner las aplicaciones muy lejos, muy lejos de tu vista... esto es, o se tienen terminales propias sin aplicaciones de entretenimiento, o se desinstalan de los móviles propios para trabajar con ellos en clase."

4.5.3. TIC y futuro

Finalmente, las y los adolescentes manifiestan una perspectiva de futuro en la que las habilidades y disposiciones tecnológicas serán parte esencial.

Ese escenario que plantean para sí mismos se dibuja eminentemente tecnológico, marcado por la innovación profesional, el trabajo a distancia y la cooperación de equipos internacionales, independientemente del tipo de profesión a la que planean dedicarse.

"Creo que incluso cosas que se hacen a mano, como construir un edificio, van a ser tareas que harán robots y todo acabará digitalizado y nosotros controlando los robots."

"Nuestro futuro va a estar relacionado con tecnología de forma inevitable."

Se muestran coherentes con lógicas sociotecnológicas que, poco a poco, van imponiéndose y que estos jóvenes entienden como parte de una evolución o cambio profesional en que les tocará vivir.

> *"Claro, finalmente se van a encontrar formas de solucionar las necesidades que tenemos ahora que, dependiendo de cómo se lleven, no tiene por qué traducirse en pérdida de trabajo sino en mejora de la calidad de vida, pero a medida que se aumenta la tecnología, se aumenta la necesidad. Hace años nadie pensaba que iba a necesitar un community manager, hoy en día es imprescindible."*

> *"Lo que es probable es que la mayoría de trabajos sean tecnológicos, de programación con robots, etc., porque los mejores trabajos van a ser construir robots porque otros muchos trabajos van a ser ocupados precisamente por los robots que tú construyas."*

Unido a esta percepción de futuro profesional tecnologizado, se suma la idea de un entorno internacional, equipos de trabajo formados por personas de diferentes países, ubicados en distintas partes del mundo, y conectados a través de tecnología, el recurso que, además, será la clave de su sistema de trabajo según sus percepciones.

> *"Creo que al final vamos a terminar trabajando cada uno en una punta del mundo y conectándonos a través de Skype..."*

En el trabajo con las y los adolescentes, se han identificado perfiles que emplean la red para llevar a cabo la búsqueda de un conocimiento no pautado, no guiado. Se trata de un interés personal, propio y genuino, no extraído de su grupo, y que es la cristalización misma del ímpetu adolescente por lo desconocido, la rebeldía que se justifica en que el menor se autoafirme mediante su propia elección, su propia búsqueda.

Por supuesto, este interés va a estar condicionado por un aspecto inevitable, inherente a la juventud de las TIC como campo de estudio, dominio y conocimiento y a la ausencia de una alfabetización mediática extendida y presente en el currículo académico: la incurrencia en errores de uso, privacidad, seguridad y fiabilidad hacia los contenidos y los usuarios autores de los mismos.

Ahora bien, esta ventana al conocimiento, a la creatividad (al mundo, al fin) posee el hándicap de encontrarse en el escenario anárquico de internet, de donde se desprenden los riesgos inherentes de convivencia con millones de finalidades personales (de mayor o menor moral) y millones de contenidos que obedecen a

las lógicas de consumo y uso de la red; esto es: si bien el usuario adolescente (pero también el adulto) posee el ímpetu y la inquietud de la búsqueda y el afán de saber, carece, además, de los mecanismos de defensa que le permiten poner en duda informaciones no veraces, desentrañar las lógicas económicas[3] que, de forma inevitable, rigen las plataformas de contenido en internet, y emplear métodos de desarticulación para evitar a aquellos usuarios cuyos intereses vulneran los derechos y valores del menor[4].

Sólo una formación consciente y reflexiva puede dotar al usuario (cualquiera que sea su edad, madurez y nivel de manejo de las TIC) de mecanismos de defensa e identificación de agentes dañinos en la red: éste es el ámbito de trabajo de la Alfabetización Mediática.

3. Nos referimos a la injerencia publicitaria, el posicionamiento, la orientación política del medio autor, etc.

4. Esta vulneración puede ser cometida por adultos y dirigirse a menores. Englobamos dichas finalidades perjudiciales como estafas, fraudes, engaños, robo, violación de derechos y/o trato desigual.

5. CONCLUSIONES

El uso de la red y el manejo de los dispositivos que permiten el acceso a la misma se han convertido en una de las principales competencias y destrezas que los y las adolescentes deben adquirir para poder abordar su integración social plena en un mundo *hiperconectado* y progresivamente tecnificado. Asegurar su futuro desarrollo profesional en un mercado laboral altamente competitivo, poder acceder en condiciones de igualdad con sus pares a la sociedad de la información y el conocimiento y, por supuesto, desarrollar y potenciar sus relaciones sociales, son sólo algunas de las respuestas que las TIC son capaces de ofrecer a los y las adolescentes.

Se ha hablado muchas veces de los "nativos digitales" (Prensky, 2010), para expresar la capacidad de adolescentes y jóvenes nacidos en la era tecnológica para adoptar tempranamente todas las innovaciones e, incluso, para ilustrar de qué modo y manera han acomodado las diversas herramientas disponibles a sus propios intereses y necesidades. Pero este concepto supone asumir, al menos en parte, una ecuación bastante simplista: el que chicos y chicas poseen cualidades cuasi innatas para la tecnología, restando valor a los complejos procesos en la gestión y aprendizaje digital en un contexto tan tornadizo y exigente. Parece más conveniente, por el contrario, situarlos en el marco un contexto *tecnocultural* (Zallo, 2016) es decir, presuponer que necesitan, como en muchos otros aspectos de la vida, de un proceso de aprendizaje, en este caso de una "socialización digital", cuyo resultado puede dirimir la mejor o peor adaptación y uso de las tecnologías.

Estos aprendizajes suponen retos por sí mismos que interesa conocer, por ejemplo, en cuanto al modo y manera en que se reciben y desarrollan estas habilidades y cómo se ponen en práctica, qué se utiliza más o menos y en qué y con qué sentido. O en el sistema de apoyos o mediaciones que reciben en estas enseñanzas digitales, tanto de las redes formales (centro educativo) como informales (amigos y familia), aspectos todos que podrían determinar una adopción tecnológica de mayor o menor calado y calidad.

Los datos obtenidos apuntan a las tesis ya conocidas de temprana y extensiva digitalización entre los y las adolescenes. Una gran mayoría posee varios dispositivos, una buena parte al menos cuentan con tres e incluso muchos

declaran disponer de cuatro y, además, desde hace tiempo, más de dos años en la gran mayoría de los casos, lo que supone que su manejo generalizado y más o menos autónomo puede empezar, de forma más o menos frecuente y para el público considerado en esta investigación, a partir de los 11-12 años de edad. Ya otros estudios y evidencias empíricas, al igual que se demuestra en éste, han señalado que es el móvil (el *smartphone)* el objeto sustantivo y principal de esta socialización tecnológica sobre el que orbitan todos los demás, básicamente por la altísima capacidad de integrase en la vida personal desde su accesibilidad inmediata y su flexibilidad de uso. Es interesante destacar que en cuanto a número y tipo de dispositivos al alcance de los y las jóvenes se destacan las clases alta y media-alta. Puede apuntarse, en este sentido, a cierta "brecha digital", que tiene como base la capacidad económica del hogar.

Las acciones más frecuentemente realizadas en el acceso a internet configuran una amplia panoplia, pero aparecen muy concentradas en las de ocio, como "escuchar música" o "mirar páginas para divertirme"; también en las que dicta la necesidad, de tipo más funcional y pragmático como la "búsqueda de información por estudios" y, como no, acciones relacionales y de comunicación con otros, el componente fundacional de las TIC y las redes sociales, "mantener contacto con personas que no puedo ver de manera frecuente". Otras acciones son realizadas de forma habitual pero más espaciada, entre ellas destacando acciones como "el juego *online",* "mirar información sobre otras personas" o "intercambiar opiniones e información con otros".

Más allá del tipo de acciones concretas interesa reconocer que, en una mayoría de casos, los usos de internet más frecuentes apuntarían a un componente de la acción más pasivo que activo. Se es capaz de mostrarse en la red, de acceder para relacionarse y comunicar, de contactar y "mirar" al exterior, pero son muchos menos los que emplean sus habilidades y conocimientos para adoptar posturas más proactivas, por ejemplo, participar en espacios de intercambio de opiniones (participar en foros o crear sus propios espacios de colaboración, crear y mantener una web propia, etc.). Sin embargo, parece adquirir preponderancia de una interactividad, sobre todo ejemplificada en el uso de las redes sociales, que limita la capacidad de referir a unos usos pasivos y activos. Estas son utilizadas por los y las adolescentes como una plataforma, tanto de búsqueda, como de presentación y expresión de sus intereses y preferencias, como una forma de exponerse y hacerse visible ante los demás que está íntimamente vinculada a las expectativas de participación e integración social. Así, se sitúa el fenómeno *fan,* seguir a un ídolo (musical, del cine...), un producto (como una serie, un programa de televisión), o un *influencer, gamer,* etc., lo que les permite entrar en una comunidad de personas con las que se comparte una afinidad. Aquí, las y los

jóvenes crean a su vez contenidos que comparten con el resto de seguidores, establecen nuevas relaciones, adquieren nuevas inquietudes...

Fuera de lo que puede incluirse en la categoría de redes sociales, se situaría YouTube, como plataforma por excelencia para ver vídeos. Aunque ésta podría considerarse como red social, lo cierto es que de los relatos de las y los adolescentes, se desprende más una posición de receptores, siendo la de emisores más ocasional (desde publicar comentarios, a elaborar tutoriales y abrir un canal). Ésta también es una plataforma donde tiene lugar el fenómeno *fan* y, además, donde las preferencias de chicas y chicos son más marcadas. Ellas aluden a los videoclips o corrientes virales, mientras que ellos se decantan por los *gameplays*. Y es que precisamente en lo que se refiere a los videojuegos, en todo tipo de dispositivos, también se identifican estas diferencias. Aunque tanto chicas como chicos declaran en su mayoría jugar, ellos muestran más interés por este tipo de ocio. Estas diferencias, la idea de "los videojuegos son cosas de chicos", no les es ajena.

No es un descubrimiento que en el uso de los distintos dispositivos en el hogar se emplean masivamente las redes wifi, es decir, no hay problema para conectarse cuando se quiera, salvo que las reglas de los progenitores dicten algún tipo de restricción. Pero el comportamiento de acceso fuera del mismo, cuando en principio no habría problemas de restricción paterna y sí posibilidades ilimitadas, presenta muchos matices, que muestran distintos perfiles en lo que respecta a la necesidad de mantenerse conectado. Existe un perfil de comportamiento muy orientado a la conexión permanente —se conectan "indistintamente con wifi o datos"— conducta tras la que subyace el deseo de conexión total e ilimitada, aunque suponga sacrificar recursos propios supuestamente escasos (los gigas disponibles) y aprovechar todo lo posible los recursos gratuitos, numéricamente está muy presente (el 37%). También aparece un perfil, el más importante en cuanto a su proporción, que procura conectarse sólo o principalmente con datos propios, seguramente por las dificultades de acceso a redes públicas o por las inseguridades (reales o percibidas) que éstas generan en los y las jóvenes, siendo el más relevante proporcionalmente (44%). Tampoco ellos parecen muy dispuestos a renunciar a conectarse de modo permanente. En cambio, aparece un perfil de tipo más pragmático, mucho menos presente numéricamente hablando, que procura aprovechar los recursos de redes wifi de modo principal, antes que emplear datos propios, pero son los menos (17%). Aquí se estaría más dispuesto a sacrificar la conexión.

Eso en lo que respecta al acceso en sus tiempos libres o de ocio. En cuanto a la conexión en contextos determinados, por ejemplo, en los centros educativos, se presentan diferencias, debido a las restricciones que los mismos centros imponen.

De manera autónoma, el uso de wifi del centro (es decir, de acceso a la red) es mayoritario, pues el 56% de adolescentes admite conectarse, de manera más o menos irregular (sea con o sin permiso). Pero algunos datos contrastan con estas afirmaciones. Pese a que la proporción de jóvenes que admite emplear la wifi del centro es mayoritario, el uso declarado de móviles en estos espacios es bastante restringido. El 67,4% declara que su centro no le autoriza a emplearlo. Y poco más del 30% lo emplea, sea con o sin restricciones. Cabe preguntarse por los usos irregulares, realizados pese a no estar permitidos, que se dan en los centros educativos en cuanto al uso del móvil y de conexión a internet.

El uso de los móviles en los centros escolares es un tema que genera debate. Los y las adolescentes demandan una mayor flexibilidad para utilizar los dispositivos móviles en los centros escolares y en el aula ya que consideran que es un elemento que ayudaría en sus procesos de aprendizaje (como acceder de forma ágil y rápida a la información que necesitan en clase). Pero al tiempo reconocen los "malos usos" que ellos y ellas mismas han realizado en el aula al utilizar aplicaciones de mensajería o de entretenimiento, en lugar de emplearlos exclusivamente para esos usos didácticos que demandan.

Ya se anunciaba la preponderancia del móvil en la inmersión tecnológica de los chicos y chicas y así lo refrendan los datos: es el dispositivo más empleado, especialmente fuera del hogar, en sus tiempos libres, algo obvio. Pero también en casa, donde lo emplea constantemente o muchas veces al día el 83,6%. A otros dispositivos se les concede un papel menos principal, como los ordenadores propios o del hogar. Y la individualización tecnológica es tan evidente (se emplea lo propio antes que recursos comunes y/o públicos) que los dispositivos comunes a los que se tiene libre acceso, como ordenadores de los centros escolares, tienen un uso más limitado. Por no hablar de que la gran mayoría no emplea los recursos informáticos de bibliotecas o de los puntos de acceso público.

Pese a este uso intensivo y extensivo del móvil y del deseo de estar en permanente conexión, presente en buena parte de los y las jóvenes, no parece que, al menos actitudinalmente, chicos y chicas piensen que esta constancia sea un problema para el desempeño de sus actividades diarias, aunque reconozcan haber experimentado situaciones poco agradables que emergen de esa forma de comunicación constante e inmediata, o de la sujeción cotidiana a los dispositivos. Así, se reconoce la persistencia del mismo en su cotidianeidad (se está de acuerdo en muy alto grado con que "se mira el móvil constantemente"), pero no se identifican actitudes que rocen la compulsión o dependencia como "aunque esté con gente hablando, sigo mirando el móvil" o "incluso en clase estoy pendiente del móvil", que son rechazadas por una gran mayoría. La norma-

lización del uso del móvil, de internet, de la que pretenden dar cuenta los y las jóvenes, pasa por ofrecer, al mismo tiempo y como parte ineludible, una percepción de control del mismo.

La mensajería instantánea domina el panorama comunicativo y relacional de chicos y chicas, que lo usan como medio de comunicación preferente en sus contactos, mucho más con las amistades (el 76,7% lo emplea constantemente) —preferentemente para hablar, pero también para planificar actividades con ellos— que con la familia. El deseo de contacto permanente incita a que se emplee un canal rápido, como la mensajería instantánea, en una correlación bastante lógica de sentido y especialización de los diversos instrumentos. Así, las RRSS son utilizadas de forma extensiva pero más espaciadamente, también preferentemente más con amigos que con familia pero, al contrario que la mensajería instantánea y debido a su configuración y características, su uso se centra principalmente en mirar perfiles de otras personas o consultar informaciones que interesan.

A partir de esta categorización de aplicaciones de mensajería instantánea o redes sociales, los y las adolescentes muestran unos usos y una intencionalidad específica en cada una de ellas. WhatsApp, ciertamente, se configura como la aplicación por excelencia para comunicarse de forma digital con la familia, la cercana y la no tan cercana, así como con las amistades, a partir de mensajes de texto, pero también compartiendo imágenes o videos.

En lo que de relacional y comunicativo tienen las TIC, las RRSS son las absolutas protagonistas del entramado de relaciones digitales. Son difíciles de encontrar chicos y chicas que no dispongan de al menos un perfil en alguna de las mismas (sólo lo declaran el 5,8%). Y es bastante común que se disponga de más de uno, el 60%, especialmente las mujeres.

Entre las redes sociales, el lugar destacado para socializarse de manera amplia, en ese sentido de interactividad (de ver, pero también de compartir contenidos propios) se sitúa Instagram y, dentro de ella las herramientas de *Stories y Search*. Preferencias que denotan el aprovechamiento que hacen de las posibilidades y habilitaciones que las redes sociales permiten: en cuanto al control de la información (como quién hace una captura de pantalla de un contenido compartido para ser efímero) o cómo optimizar la búsqueda de elementos que interesan sobre la ingente cantidad de información disponible.

Esto no quita que las y los adolescentes reconozcan que tienen cuentas en otras redes sociales, Facebook, Twitter o Snapchat, pero que o bien no las utilizan, o lo hacen de forma muy específica (comunicarse con amistades lejanas o *retuitear*).

Que las redes sociales, en especial, se han convertido en un medio más y relevante en los procesos de socialización de los y las adolescentes parece evidente. Ellas y ellos señalan que relacionarse, compartir contenidos, es una de las cosas que más les gusta de las redes sociales: responde a un deseo de exponer sus propias personalidades e identidad, de mostrar qué es lo que les motiva, cuáles son sus preferencias e inquietudes. Todo ello con unas expectativas de lograr el interés por parte de los demás usuarios: exponen para que los demás vean y para que los demás respondan (y vean como ellos quieren, para ello hacen uso de las habilitaciones de seguimiento y control de la información que las redes sociales permiten) y, aunque sólo implícitamente lo reconocen, para que los demás aprueben. Lógicamente, por cuanto se trata de expectativas, cuando esto no lo logran, entra en juego "lo que menos gusta de las redes sociales": que los demás no respondan (o lo hagan tarde, o no de la forma en que esperan al emitir el contenido), pero sobre todo, recibir mensajes de rechazo, desprecio, ofensas e insultos. No obstante, reconocen que disponen de estrategias cuando se enfrentan a estas situaciones, como bloquear contactos.

En cuanto a las percepciones que chicos y chicas tienen acerca de las redes sociales, que son, en suma, un compuesto de actitudes positivas y negativas, sobre las que las posiciones, salvo algunas excepciones, no son comunes en absoluto. Se está de acuerdo, básicamente, en que las relaciones mediadas por las RRSS se rigen por reglas distintas a las relaciones "cara a cara" (6,7 de media sobre un máximo de 10). También en que "se miente más en internet" (8,43 de media en el nivel de acuerdo), que lo que se muestra "tiene poco que ver con la realidad de las personas" (6,3 de media) o que la comunicación es más pobre (5,3). Y sin embargo, pese a todo ello, también se afirma con grados parecidos de convencimiento que en las RRSS pueden establecerse relaciones afectivas tan profundas como las del mundo *offline* (6,8) o que sirven para "mostrar partes de uno mismo que no pueden mostrarse fácilmente en el exterior" (5,9).

Eso por hablar de características en las que existe, por lo menos, cierto grado de convicción, aunque ésta no sea absolutamente mayoritaria. Pero hay otros aspectos acerca de las RRSS en los que las posiciones son bastante más difusas. Así pasa cuando se habla del falseamiento (o la posibilidad de moldear la proyección de la propia imagen) que puede provocar el medio: "la imagen en las RRSS se adapta a lo que quieres conseguir" (43,8% de alto acuerdo y 40% de acuerdo medio) o "la manera en que cada cual se relaciona en RRSS dice mucho de uno mismo" (41,4% alto acuerdo y 38,1% acuerdo medio) o "participar en las RRSS mejora y hace más fáciles las relaciones personales" (38,9% de alto acuerdo y 42,5% de acuerdo medio). Mucho debate existe, también, cuando se habla del lado negativo de las redes sociales: "las RRSS te quitan tiempo para las relaciones

personales" (un 26,1% de los chicos y chicas están poco de acuerdo y un 31,9% declara un acuerdo de grado medio, mientras que el restante 42% declara altos grados de acuerdo), "las RRSS hacen que te sientas más controlado" (25,8% en acuerdo bajo y 35,3% en acuerdos medios, aunque un 38,9% está muy de acuerdo), "la comunicación y las relaciones a través de RRSS son más frías e impersonales" (26,8% en acuerdo bajo, 40% en acuerdos medios y 33,3% en alto nivel de acuerdo) o "las RRSS no sirven para hablar de cosas importantes y personales" (43,8% en bajo grado de acuerdo, 29,4% en acuerdos medios y 26,8% en alto acuerdo).

Es evidente que su uso extensivo no elude una cierta carga de crítica negativa hacia las mismas. Pero también una defensa de sus ventajas. No hay una opinión unánime ni monolítica. Y se pueden discutir sus aspectos y sus características, pero es evidente que se aceptan, tanto en lo bueno como en lo malo, pues ofrecen una interconexión con el mundo que difícilmente podría darse en el mundo *offline*. Y especialmente muestran su lado más ventajoso para chicos y chicas cuando se trata de valorar algunos aspectos prácticos de las mismas, su utilidad, porque una gran mayoría de jóvenes afirma que internet y las RRSS les sirven para realizar de manera más fácil sus tareas escolares (7,7 sobre un máximo de 10); evidentemente, para sentirse más conectado con sus amigos (7,5) e incluso para una mejor organización de las tareas cotidianas (7,0). Eso sí, su valor se diluye si se pone en relación su uso con la familia (la media desciende vertiginosamente hasta el 5).

Precisamente con la familia es donde chicos y chicas ponen en cuestión en mayor medida el papel de las RRSS; si se sospechaba que habían introducido cambios significativos, las posiciones dejan claro que estos cambios han ocurrido, pero no de forma especialmente llamativa. Podría haber dos potenciales impactos de las TIC en la configuración de las relaciones familiares. Por una parte, una tendencia al aislamiento y fragmentación familiar o su contrario, un aumento de las interconexiones; por otro, la emergencia de tensiones en el núcleo del hogar o su apaciguamiento.

Los resultados nos inducen a creer que, al menos para una buena parte de los chicos y chicas, tales impactos no se han producido, ni en negativo ni en positivo. No es que su influencia sea nula, sino más tenue de lo que podría pensarse y posiblemente debido a las edades, adolescentes entre 14 y 16 años. Porque para una gran mayoría apenas hay cambios en la comunicación con los padres o en las relaciones con los hermanos o, incluso, en hacer cosas juntos. Tampoco han introducido o empeorado situaciones o tensiones en el núcleo familiar, como las peleas y malos entendidos. Eso sí, han influido notablemente en la potenciación de las relaciones con otros familiares o han disminuido marcadamente la

protección de la intimidad de los adolescentes. Y en esto, las RRSS dejan un hueco para el control parental de las actividades que hijos e hijas realizan en las mismas, cosa que al parecer no es del agrado de los y las jóvenes.

Fuera del terreno *offline,* las redes sociales son reconocidas como un espacio en el que es posible encontrar personas afines o nuevas amistades. Desde los "amigos de mis amigos", práctica común de admitir como contacto a contactos de sus amistades "presenciales", se sitúan, por otro lado, los amigos "netamente" virtuales, conocidos en el medio *online*. A partir de encontrar a otras y otros usuarios con quienes se sienten identificados, comienzan nuevas relaciones virtuales (generalmente, según sus relatos, asociados al fenómeno *fan*), con quienes se comparten contenidos e información derivados de ese interés común. Aunque con ciertos debates sobre la "autenticidad" de una relación con alguien que no se conoce de forma presencial, las y los adolescentes reconocen que en ocasiones esa relación traspasa al terreno *offline*.

En los contextos cotidianos de las y las chicos, el centro escolar se presenta *a priori* como uno de los espacios más influyentes en su socialización, también en lo referido a las enseñanzas propias sobre las TIC o las que resultan mediadas por las mismas. Implementar herramientas de aprendizaje que se apoyen en éstas puede traer consigo numerosas ventajas en el ámbito educativo, logrando que el proceso de aprendizaje se vuelva más dinámico, además de capacitar a los y las alumnas en el empleo de las mismas.

Pues bien, cuando se analiza el uso de las TIC en la docencia, es decir, el conjunto de mediaciones tecnológicas formales, el impulso que éstas reciben parece algo escaso, a tenor de lo declarado, y limitado a unas cuantas destrezas básicas. La mayoría de los centros fomentan en buena medida el uso de internet para la función más básica de búsqueda de información, pero bastante menos la colaboración en línea, sea con otros estudiantes o con los profesores mismos. Algunas destrezas en el manejo de las TIC son recibidas de forma muy mayoritaria por los y las alumnas, como creación de presentaciones o la búsqueda de información. Algo menos las de manejo de BBDD o habilidades básicas comunicativas o de edición, como enviar y recibir emails, uso de gráficos o tratamiento de textos. En estas habilidades se centra la educación formal en TIC.

Pocos alumnos, en proporción, reciben instrucciones o enseñanzas complementarias, por ejemplo, sobre manejo e interconexión de dispositivos, habilidades de creación de contenidos o destrezas que versan sobre aspectos de seguridad y protección en la red y el desarrollo del pensamiento crítico para valorar la información. Por cierto, que el uso de internet y las enseñanzas sobre destrezas

asociadas a las TIC están más extendidos en los centros privados (concertados y no concertados) que en los de titularidad pública. Y que estas enseñanzas van adquiriendo más importancia a medida que se avanza en el itinerario formativo, alcanzando su máximo potencial en los niveles de 4º de ESO.

Sin embargo, las valoraciones que los y las adolescentes realizan sobre la formación en TIC dista mucho de lo que esperan o sienten que necesitan. Conscientes y visualizando la importancia de las tecnologías en sus futuros profesionales, son muy críticos al valorar los conocimientos y habilidades digitales adquiridas dentro del currículo escolar.

Por otro lado, el análisis de las mediaciones, es decir, del grado de acompañamiento que chicos y chicas declaran recibir de progenitores y docentes en su aprendizaje sobre TIC y su influencia sobre los procesos de aprendizaje completa esta visión sobre la socialización tecnológica. Por las declaraciones, tanto docentes como progenitores parecen acompañar en un grado no demasiado elevado, si tenemos en cuenta que las medias ante las distintas acciones de acompañamiento apenas superan el valor de 5 en la escala de 0 ("no acompañan nada") a 10 ("acompañan totalmente"). En conjunto, los progenitores dan una ligera mayor sensación a los hijos e hijas de acompañamiento, sobre todo en lo referido a la protección en internet, en explicarles las reglas de seguridad o qué páginas son buenas o malas, en el comportamiento con otras personas o en cómo mejorar su seguridad en la red y, posiblemente, están más legitimados a los ojos de las y los adolescentes (frente a otras figuras como sus docentes) para ejercer estas mediaciones. Pero acompañan más escasamente en cuanto al desarrollo de destrezas y habilidades en las TIC.

Ese papel de instructores en la tecnología parecería adjudicarse, al menos en teoría, en mayor medida a los profesores, aunque la realidad muestra que tampoco parece que chicos y chicas se sientan especialmente apoyados en estos temas por sus docentes, pues, al igual que ocurría con los progenitores, tampoco ninguno de los potenciales acompañamientos supera el 5 en la escala de intensidad. Sobre todo los progenitores se orientan a solventar dificultades para hacer o encontrar algo en internet (de forma coherente con la destreza más impulsada en los colegios sobre las TIC que analizábamos anteriormente, la búsqueda de información) y también en cuestiones de seguridad. Pero lo más llamativo es el débil apoyo en cuestiones de aprendizaje tecnológico como "te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet" (3,96 en la escala de 0 a 10) o "te animan a explorar y a aprender cosas por ti mismo en internet" (3,98).

Podría pensarse, quizás ingenuamente, que si las mediaciones de docentes y progenitores no son especialmente potentes en el desarrollo de destrezas y

habilidades en las TIC, estas competencias serán algo débiles, pues no parece recibirse especial apoyo en el proceso de aprendizaje. Y, sin embargo, ocurre todo lo contrario: la gran mayoría de chicos y chicas declaran ser competentes en un buen número de las mismas (saben manejar los dispositivos, proteger con PIN el *smartphone,* descargar aplicaciones, conectarse a redes wifi, crear presentaciones, editar textos, bloquear mensajes, publicar comentarios en páginas web o foros, etc.). Competencias muy variadas que anuncian un nivel alto de destreza y saber digital, que es muy transversal en los diferentes perfiles de chicas y chicos.

Esta declaración de destrezas digitales es casi universal y se convierte en una autopercepción de una gran habilidad en el uso de las TIC, marcadamente más potente que la que perciben en sus madres y padres o en sus profesores, con respecto a los cuales se declaran mucho o bastante más habilidosos, en general. Ocurre lo contrario cuando se habla de las competencias comparadas con las de sus amigos o de gente de su generación, donde se tiende a declarar una cierta igualdad en las habilidades. No cabe duda de que se consideran mejor formados en estos temas como generación y, para ellos, sí que concurre una auténtica brecha digital con respecto a generaciones precedentes. Y esto también es apoyado desde sus propias declaraciones: teniendo acceso a internet, donde valoran y acceden a la más variada información y conocimiento, se autoperciben como una generación *tecnologizada,* que "aprende por sí misma" de forma sencilla y además amena, a diferencia de los adultos, para quienes reconocen que es más complicado porque "no han crecido con ello".

Pero ya hemos visto que tales habilidades, en su propia opinión, no son el resultado de mediaciones escolares o de los progenitores. Es evidente que queda el camino del autoaprendizaje, de la experimentación propia y, por supuesto, de los apoyos que se reciben de amigos. Cuando tienen que aprender, la verdadera aula está fuera de los circuitos de la enseñanza formal o del hogar y principalmente se emplean recursos que se encuentran en la propia red. Los motores de búsqueda son los protagonistas (según el 75,2%), así como los tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet (en el que se apoyan el 55,6%) o enciclopedias en línea, como Wikipedia (54,6%). Mucho menos importantes son los padres o progenitores e, incluso, los amigos.

El aprendizaje tecnológico no deviene específicamente de una sola fuente. El desempeño en las TIC y en la red no es fruto de normas y reglas aprehendidas según los métodos de la enseñanza formal o de las instrucciones y recomendaciones de progenitores. Tampoco parece normalizado, ni reglado; ni muy sujeto a controles o filtros. El informe demuestra que existe un alto nivel de aprendizaje, que se alimenta de diferentes fuentes, pero que está muy sujeto a la experi-

mentación y práctica personal. Pero estas habilidades más instrumentales no implican que los y las adolescentes sepan manejarse correctamente en la red: distinguir las informaciones falsas de las veraces, entender la importancia de reflexionar sobre las posibles consecuencias de cada uno de los usos que realizan en internet, sobre el derecho de acceso a la información y los de autoría, etc. Parecen ser necesarias, y los mismos adolescentes lo reclaman, unas metodologías de enseñanza más coherentes con sus formas de aprender y unos esquemas más colaborativos que partan de sus propias experiencias. Elementos que deberán tenerse en cuenta cuando se hable de la calidad de la educación en TIC o se diseñen estrategias formativas.

6. REFLEXIONES (Y PROPUESTAS) DESDE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

Laura Picazo Sánchez

Autora de la parte cualitativa de la investigación, es docente universitaria de TIC en Educación, experta en Alfabetización Mediática y fundadora de We Users (proyecto de educación mediática para menores y adultos)

La Alfabetización Mediática comprende el aprendizaje necesario para que el individuo interactúe de forma libre, preparada y consciente con los medios de comunicación. Antes de Internet 2.0 esta enseñanza se basaba en dar al espectador recursos para interpretar los mensajes audiovisuales (en cualquiera que fueran sus formas) y los contenidos informativos, identificar su significado y connotaciones y desarticular el lenguaje subliminal o implícito, dotando al espectador de un gran número de herramientas cognitivas para comprender los contenidos de los medios y juzgar sus mensajes con capacidad crítica. Cuando se instaura el escenario interactivo, la democratización tecnológica, el mero espectador deja de serlo para convertirse en usuario con infinidad de capacidades comunicativas y creativas (usos) a través de la red, la Alfabetización Mediática amplía inevitablemente su ámbito de actuación, ocupándose también de educar al individuo (ahora nuevo usuario) en las interacciones que se le permiten, esto es:

- La comprensión del escenario comunicativo e informativo en el que el individuo toma partido. Situarse en este panorama le ayuda a entender la interrelación entre el resto de usuarios, el fenómeno de *superaportación* y oferta constante de contenidos, así como la exponencial repercusión que cada uno de los usos llevados a cabo por cada individuo tiene para sí y para el resto. Esta rama de la Educación Mediática abarca también las lógicas económicas, la comprensión de la publicidad y el *marketing* digital, nociones de posicionamiento y funcionamiento de los buscadores. Al fin, conocimiento de las reglas de juego de internet.
- Ejecución de la técnica de las herramientas, programas, plataformas y redes que puede utilizar, con todas las opciones, ajustes y posibilidades.
- Interpretación de los contenidos (textos, imágenes fijas o en movimiento, gráficos) y de los productos comunicativos e informativos: identificación del mensaje, comprensión de objetivos del emisor, crítica objetiva de la información.

La Alfabetización Mediática comprende, además, una vertiente preventiva imprescindible para menores:

- Abordaje preventivo, poniendo de manifiesto los riesgos que la interacción con los medios puede conllevar, en cualquiera de las injerencias que se realicen. Se trata de poner énfasis en la comprensión de los puntos anteriores atendiendo, especialmente, al mal uso (propio o de los demás).
- Consciencia y aprovechamiento de las oportunidades creativas, profesionales, relacionales y educativas que los nuevos medios ofrecen. En este caso, se abordan poniendo atención en el potencial (positivo) que tiene para el usuario cualquiera de los usos que tiene a su alcance.

La Alfabetización Mediática no debe confundirse con la inserción de tecnologías en la educación (Tecnología Educativa) ni con los medios educativos.

Una necesidad académica urgente

Las clases de Alfabetización Mediática, focalizadas en el adolescente y en sus necesidades a través de la manifestación de éstas por parte de él mismo en un clima de confianza, igualdad y no prohibición, facilitan la confidencia de malos hábitos, el planteamiento de dudas y la exposición de propuestas. No parece existir otra vía para hacer que el discurso preventivo impacte en el joven. El diseño es bidireccional porque el experto (un educador mediático) puede controlar dicha interacción. El docente de Primaria o de Secundaria (incluso el de TIC) no es experto en Alfabetización, pero, no sólo eso, además convive con unos objetivos curriculares que, en ocasiones, anulan la voluntad formativa que pudiera manifestar, propiciándose que resulte más cómodo

EMITIR UN DISCURSO PREVENTIVO DE LAS REDES
QUE
GENERA UN DEBATE REFLEXIVO DE LAS REDES

La mayoría de las veces este discurso ha sido incorporado por el docente, pero no asimilado. Se sirve de complementos audiovisuales, mensajes de construcción unidireccional que recogen pautas que resultan repetitivas para el menor o con las que no se siente identificado:

> *"Los profes no nos preguntan qué es lo que hacemos nosotros en las redes. Si te preguntan, te preguntan siempre por las consecuencias malas, no por las consecuencias buenas, siempre te preguntan al*

respecto de qué malo has visto, qué malo has hecho... No te preguntan nunca sobre qué te ha pasado bueno en las redes sociales, o a quién has conocido gracias a las redes sociales. No, siempre intentan sacar lo malo o algo así, e intentan rectificarte algo que tú, como ha dicho mi compañera antes, que tú has vivido, que sabes cómo es, e intentan rectificarte algo que no se puede rectificar."

"Los profesores nos explican cosas [de TIC] que ya sabíamos de antes, trucos inútiles: poner en tu contraseña números y letras, o decirte no hables con extraños... Tú eso ya lo sabes, no hace falta que te lo digan. Es súper absurdo las cosas que te dicen."

"Son cosas que deberían incluir en charlas normales, porque yo voy a Alfabetización y me entero, pero otros que no van, no se enteran."

"No hemos aprendido nada. Creo que hemos aprendido nosotros más con Alfabetización Mediática que sólo llevamos unos meses que con tecnología [TIC], que llevamos dándolo desde 1º de la ESO. Todos los años repetimos lo mismo, hablamos sobre las redes sociales y todo eso y cuando damos algo nuevo, la explicación es muy básica y no llegamos a entender verdaderamente lo que es."

Se da la circunstancia de alumnos de Alfabetización Mediática, que participaron en este estudio, que se matricularon para compensar su ausencia en la optativa de TIC:

"Yo no he visto nada de TIC, y haber ido a Alfabetización me ayudó porque quería hacer un trabajo y así ya sabía hacer las cosas, ya sabía cómo montarlo y cómo hacerlo. Sí hay cosas que he aprendido que las estoy usando más."

"He conocido programas nuevos, diferentes de los que he usado normalmente. Noto que he dado más, sé hacer bien fotos, vídeos, stopmotion..."

"He aprendido a cómo buscar específicamente, tener más criterio, saber lo que buscas. Y aplicaciones."

Intervinientes de los *focus group* con sus compañeros de Alfabetización, menores no alumnos de esta extraescolar afirman:

"Nosotros también deberíamos aprender todo lo que han dado nuestros compañeros en Alfabetización."

"Del lado creativo de informática no se hace hincapié, no se tocan esos conocimientos."

Conceptos como algoritmos en redes sociales y Google, posicionamiento..., imprescindibles para comprender el escenario mediático en que interactúan, son aspectos que, por lo general, son bien identificados por los jóvenes asistentes a Alfabetización Mediática y no por los alumnos que no reciben estas clases. Sin embargo, son aspectos con los que interactúan, que influyen en sus decisiones, se trata al fin de conocimientos que deben tener en su poder para hacer un uso libre y consciente de las ofertas de la red.

Estas ofertas son de diversa índole, también informativa y, por lo general, el alumno ausente en Alfabetización Mediática se limita a Wikipedia y a una búsqueda muy básica en Google para obtener información, sin recursos para defenderse de informaciones sensacionalistas o poco fiables. Los asistentes a la extraescolar de Educación Mediática empiezan a familiarizarse con el contraste de fuentes en sitios como Google Scholar y la investigación del autor y su especialidad en LinkedIn, por ejemplo, o la detección de *fake news,* constituyendo esta dinámica de forja de criterio un estímulo en sí misma, basada, como está, en una búsqueda de la verdad a través de una herramienta en la que van profundizando, que manejan cada vez con más soltura y de la que aprenden más y más.

Capacidad reflexiva del propio uso de las TIC: la mejor prevención de riesgos

Por la influencia del grupo, la importancia de la aceptación e integración en el mismo está constantemente presente en los parámetros según los cuales los adolescentes valoran, utilizan y entienden e interpretan las redes y los contenidos, conviene tener presente en la docencia de Alfabetización Mediática hacia dónde miran los intereses del adolescente y empatizar con el escenario de objetivos (siempre a corto plazo) que el joven maneja como referencia para la actuación para con su grupo (en las redes y fuera de ellas).

La Alfabetización Mediática impone, además, al profesor, la tarea de escoger las herramientas y hallar los cauces de seguridad en que el alumno consigue respetar la tecnología como parte de la clase y distinguirla del entretenimiento. Con equipos y dispositivos del propio centro educativo o supervisados por el profesor, y sobre todo, con una guía de educación tecnológica y mediática.

Las clases de Alfabetización Mediática favorecen la confesión de situaciones y experiencias negativas, de acoso o vejación que, en ocasiones, se están atravesando en ese instante, pudiendo propiciar la interrupción de procesos de acoso por denuncia del propio menor víctima. La construcción de un ambiente de igualdad e interactividad en clase, donde el alumno se siente parte fundamental,

favorece el traslado de la perspectiva prohibitiva de la prevención a la perspectiva comprensiva, participativa, donde el joven logra empatizar con el educador, pero, sobre todo con la prevención y las pautas que éste está intentando trasladarle. Sólo asimilando de forma consciente la importancia de pensar el uso de internet antes de hacerlo (y esta asimilación sólo puede hacerse implicando, enganchando al joven al buen uso de internet), se consigue que el joven reaccione, comparta, dude y gestione de forma más racional toda situación, mensaje o planteamiento generado en el medio digital.

El enfoque de igualdad de género hacia el uso de las nuevas tecnologías

Los chicos y chicas de Alfabetización Mediática ejecutan un ejercicio reflexivo consciente de los roles o estereotipos de género. Normalizan por completo su inclinación a una u otra actividad sin matizar o justificar que sean "cosas de chicas" o "de chicos", según se ha recogido de las clases de Alfabetización Mediática a través de dinámicas de análisis y debate sobre contenidos audiovisuales diversos y las propias experiencias de los alumnos.

La ficción como ayuda didáctica

Todos los alumnos son sensibles a la atracción que los contenidos audiovisuales generan sobre ellos y a cómo enriquece la materia que acompaña, complementa o ilustra. Como se detalla en el estudio, los alumnos de Alfabetización Mediática realizan propuestas para asociar el mundo del entretenimiento y el académico. Además, el gusto por los contenidos de ficción (cine y, sobre todo, series) estimula al aprendizaje de medios y dispositivos de creación de contenidos, así como al conocimiento interpretativo de la imagen y el mensaje. Pero también sucede al revés, el alumno de Alfabetización ha encontrado en su aprendizaje una llave para entender mejor los medios y los contenidos, y disfrutar más de la ficción y el entretenimiento, apreciando su composición y procesos, la técnica de su desarrollo y la tecnología que lo hace posible. Además, se establece un interés por la creación de contenidos, por su desarrollo técnico y creativo, lo que constituye una diferencia notable respecto a los alumnos que no participan en Alfabetización Mediática.

El futuro profesional

Se ha dado la circunstancia de que el joven que se manifiesta más pesimista con el alcance de sus objetivos y la participación en profesiones ambiciosas e innovadoras no es alumno de Alfabetización Mediática.

Este pesimismo puede estar pautado desde casa, fruto del momento sociolaboral que hemos vivido a lo largo de la última década y, sin embargo, constituye un hándicap clave para que el adolescente —el futuro profesional— enfoque de la forma más eficiente su formación y la preparación laboral que tiene por delante, especialmente al superar 4º de ESO. Precisamente, será la visión innovadora, libre y asociativa de mundos, recursos y necesidades la que genere ideas, conocimiento, innovación y formas de riqueza. Resultará, en buena medida, inevitable advertir al menor de los problemas profesionales que ha experimentado la generación anterior a la suya, pero en la creación de nuevas ideas, el progreso, la transversalidad de ámbitos de conocimiento y trabajo reside la capacidad de inyectar optimismo a estos adolescentes. La tecnología cumple un papel fundamental en la construcción de este ánimo, no sólo porque constituya el presente que vivimos, sino para que el menor sienta enfocados —desde joven— sus estímulos profesionales; una desactualización académica que va en detrimento de esta idea. Es capital alfabetizar mediática y tecnológicamente a alumnos y profesores.

Parece desprenderse del estudio que el alumno que se considera menos capaz de trabajar con tecnología no acude a las clases de Alfabetización Mediática y, en cambio, aquel que se desenvuelve más y mejor (y también con mayor frecuencia) es alumno de Educación Mediática, ampliando el rango de actividades digitales pero, sobre todo, el número de campos y esferas de conocimiento que es capaz de asociar. Reflexiona sin miedo sobre las redes, expone sus vicios y sus aciertos, y es capaz de compartir naturalmente sus inquietudes, sobre las que, además, es capaz de establecer un debate racional, hallando el significado real y la trascendencia que tienen los contenidos que sigue, el valor de las noticias que lee, el mensaje que hay tras los vídeos de los canales a los que está suscrito. Esto denota la consciencia y apertura de mente que ejercitan los alumnos que acuden a las clases de Alfabetización Mediática.

Alfabetización irremediablemente (mediática)

Sólo una formación consciente y reflexiva puede dotar al usuario (cualquiera que sea su madurez y nivel de manejo de las TIC) de mecanismos de defensa e identificación de agentes dañinos en la red: éste es el ámbito de trabajo de la Alfabetización Mediática. En el proyecto de extraescolar, la actividad constituye una elección a medias entre los padres y los propios menores, según la cual se decide que el menor acuda a las clases de Alfabetización Mediática el primer año. Estos jóvenes (y sus padres) han respondido de forma positiva, repitiendo estas extraescolares un año después por iniciativa propia, y aumentando el número de alumnos en más del doble.

Actualizaciones de currículo de TIC, *desencorsetado* de la LOMCE, ampliación de extraescolares tecnológicas impartidas por expertos académicos en Educación Mediática (y no exclusivamente expertos técnicos), flexibilidad horaria para la formación de docentes, recursos para la digitalización real de los centros educativos..., sean cuales sean los cauces que se adopten, la Educación Primaria y Secundaria en España debe ser consciente de la importancia que tiene impregnar las aulas de un despertar hacia el pensamiento crítico de los usos, los contenidos y el manejo de dispositivos y herramientas de internet.

Sólo la Alfabetización Mediática real, la que llega a las aulas de colegios e institutos, la que analiza *influencers* y pregunta a los alumnos por lo que les atrae de internet, la que observa el motivo por el que el niño padece ansiedad o miedo a mostrarse en fotos entre sus semejantes, la que pone todos estos contenidos sobre la mesa, les dota de pautas, habla su idioma y consigue hacerles reflexionar sobre sí mismos, será la Educación Mediática que hará generar ese espíritu crítico, la asociación de ámbitos de trabajo impensables, la generación de ideas del futuro, el aprovechamiento real de las oportunidades.

Es necesario construir los mecanismos que desarticulen los riesgos que eclipsan injusta y erróneamente la Educación Mediática vigente. Sólo renovándonos como profesionales y docentes, adoptando formación mediática propia y adaptándonos así a los jóvenes que tenemos delante, a su realidad, a sus hábitos con los medios, conseguiremos ayudarles a ser usuarios que piensan. Sólo un programa sólido y consciente de Alfabetización Mediática, con peso curricular, es capaz de generar un pensamiento crítico en los menores.

BIBLIOGRAFÍA

Akcora, C.G.; Carminati, B. y Ferrari, E. (2012). "Risks of Friendships on Social Networks" *IEEE 12th International Conference on Data Mining (ICDM),* Bruselas: 810-815. doi: 10.1109/ICDM.2012.57

Andión Gamboa, M. (2011). La integración de las TIC a la educación formal como problema de investigación. *Revista Reencuentro,* núm. 62 (diciembre, 2011): 10-19.

Ayuso, L. (2015). "El impacto de las TIC en el cambio familiar en España". *RES (Revista Española de Sociología)* nº 23 (2015): 73-93.

Ballesteros, J.C. *et al.* (2015) *Política e internet: Una lectura desde los jóvenes (y desde la red).* Madrid: FAD - Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.

Barahona, P.F. *et al.* (2002). *El desarrollo de las habilidades sociales.* Colombia: Grupo de Procesos Editoriales ICFES.

Barnes, S.B. (2006). "A Privacy Paradox: Social Networking in the United States". *First Monday,* 11. http://dx.doi.org/10.5210/fm.v11i9.1394

Busquet, J. (2012). "El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica". *Revista de Estudios de Juventud,* nº 96: 13-29.

Gordo López, A.J. (coord.) y Megías Quirós, I. (2006). *Jóvenes y cultura mesenger.* Madrid: FAD - INJUVE.

Gross, R. y Acquisti, A. (2005). *Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook Case).* Virginia: ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society.

Imbert, G. (2010). *La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites.* Barcelona: Icaria.

INE (2017). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*. Madrid: INE.

MECD (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) (2017). *Estadística de la Sociedad de la Información y la Comunicación en los centros educativos no universitarios. Curso 2016-2017.* Madrid: MECD.

Megías, I. y Rodríguez, E. (2014). *Jóvenes y comunicación; la impronta de lo virtual*. Madrid: FAD.

MSSSI (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad) (2017): *ESTUDES 2016/2017: Encuesta sobre uso de drogas en Enseñanzas Secundarias en España*. Madrid: Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.

ONTSI (Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información) (2018). *Las TIC en los hogares españoles. Informe oleada LVIII, octubre-diciembre 2017.* Madrid: ONTSI.

Prensky, M. (2010). "Digital Natives, Digital Immigrants" en *On the Horizon*. MCB University Press, vol. 9, nº 5, october 2010.

UNICEF (2012). *Acceso, consumo y comportamiento de los adolescentes en internet*. Buenos Aires: UNICEF Argentina.

Utz, S. y Krämer, N. (2009). "The privacy paradox on social network sites revisited: The role of trust, narcissism, privacy concerns, and norms". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research in Cyberspace* (online).

Zallo, R. (2016). *Tendencias en comunicación: cultura digital y poder*. Madrid: Gedisa Editorial.

ANEXOS

ANEXO 1. CUESTIONARIO

LAS TIC Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIALIZACIÓN DE ADOLESCENTES

Encuesta escolar

Target: 14-16 años

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

1. Anota tu edad exacta en años:

Años . . . . . ☐☐

2. Eres...

1. Chica . . . . . ☐
2. Chico . . . . . ☐
3. Otro . . . . . ☐

3. ¿Cuál es tu nacionalidad?

1. Español/a de nacimiento . . . . . ☐
2. Nacionalidad española adquirida . . . . . ☐
3. Otra . . . . . ☐
9. No sabe/No contesta . . . . . ☐

4. Muchas personas se definen por su clase social, es decir, por su profesión, sus ingresos económicos, y por los estudios que tienen... En tu caso, y si piensas en la profesión y estudios de tus padres... ¿en qué clase social te incluirías?

1. Alta . . . . . ☐
2. Media-alta . . . . . ☐
3. Media . . . . . ☐

4. Media-baja ☐

5. Baja ☐

9. No sabe/No contesta ☐

5. ¿Qué estudios estás cursando en este momento?

1. 2º ESO ☐

2. 3ª ESO ☐

3. 4º ESO ☐

9. No sabe/No contesta ☐

6. Vives en...

1. Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos) ☐

2. Una ciudad de tamaño medio – medio grande (más de 10.000 habitantes) ☐

3. Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más) ☐

9. No sabe/No contesta ☐

PANORÁMICA GENERAL DE LOS USOS

¿Hace cuánto tiempo tienes alguno de estos dispositivos, que sólo uses tú?

Escala para todos los dispositivos:

1. Hace más de dos años	2. De uno a dos años
3. De seis meses a un año	4. Menos de 6 meses
5. No tengo este dispositivo	9. No sabe/No contesta

7. Ordenador de sobremesa ☐

8. Ordenador portátil ☐

9. Teléfono móvil (no *smartphone)* ☐

10. *Smartphone* ☐

11. *Tablet* ☐

Respecto al uso que haces de internet, ¿con qué frecuencia haces las siguientes cosas? (Si marcas el número "9" es que no sabes o no quieres contestar)

1. Con frecuencia 2. A veces 3. Rara vez 4. Nunca
9. No sabe/No contesta

12. Miro páginas para divertirme ☐
13. Busco información y documentación (por estudios, trabajo, información y formación general...) ☐
14. Busco información sobre ocio, eventos, hobbies... ☐
15. Miro información de otras personas (de sus perfiles, sus vidas, sus novedades y sus comentarios en redes sociales...) ☐
16. Mantengo contacto con personas que no puedo ver de manera frecuente ☐
17. Subo fotos, vídeos, etc. ☐
18. Sigo blogs, webs... ☐
19. Mantengo mi propia web, blog ☐
20. Participo activamente en foros ☐
21. Comparto/reenvío información y novedades DE otros ☐
22. Intercambio información y opiniones CON otros ☐
23. Juego *online* (videojuegos y similares) ☐
24. Apuesto *online* ☐
25. Busco, escucho y/o descargo música ☐
26. Participo en páginas para compartir archivos (música, películas, textos...) ☐
27. Empleo el internet de las cosas (aparatos interconectados, monitorización de actividades, gestión del hogar, etc.) ☐

28. Principalmente... ¿cómo te conectas a internet en casa?

1. Con wifi ☐
2. Con datos ☐
9. No sabe/No contesta ☐

29. ¿Y fuera de casa?

1. Sólo me conecto si encuentro wifi ☐
2. Principalmente si encuentro wifi, tenga o no datos ☐
3. Sólo cuando tengo datos ☐
4. Principalmente cuando tengo datos ☐
5. Indistintamente con wifi o con datos ☐
9. No sabe/No contesta ☐

¿Con qué frecuencia usas internet en los siguientes lugares o dispositivos?

Escala para cada uno de los lugares:

1. Constantemente	2. Muchas veces al día
3. Algunas veces al día	4. Todos o casi todos los días
5. Por lo menos todas las semanas	6. Nunca o casi nunca
7. No tengo/No hay/No conozco	9. No sabe/No contesta

30. Móvil propio, en casa ☐
31. Móvil propio, en movilidad (transporte, lugares públicos...) ☐
32. Ordenador propio, en casa ☐
33. Ordenador común en casa ☐
34. Centro de estudios, en un ordenador del centro ☐
35. Biblioteca, ordenador público ☐
36. Punto de acceso público ☐

37. ¿Con qué frecuencia estás en contacto con tu familia a través del móvil/*smartphone,* usando sistemas de mensajería instantánea (WhatsApp, Line, Telegram, etc.) o SMS?

1. Constantemente ☐
2. Muchas veces al día ☐
3. Algunas veces al día ☐
4. Diariamente o casi ☐
5. Al menos todas las semanas ☐

6. Nunca o casi nunca ☐

9. No sabe/No contesta ☐

38. ¿Y a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Wattpad, Snapchat, YouTube, etc.)?

1. Constantemente ☐
2. Muchas veces al día ☐
3. Algunas veces al día ☐
4. Diariamente o casi ☐
5. Al menos todas las semanas ☐
6. Nunca o casi nunca ☐
9. No sabe/No contesta ☐

39. ¿Con qué frecuencia estás en contacto con tus amigos/as a través del móvil/*smartphone*, usando sistemas de mensajería instantánea (WhatsApp, Line, Telegram, etc.) o SMS?

1. Constantemente ☐
2. Muchas veces al día ☐
3. Algunas veces al día ☐
4. Diariamente o casi ☐
5. Al menos todas las semanas ☐
6. Nunca o casi nunca ☐
9. No sabe/No contesta ☐

40. ¿Y a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Wattpad, Snapchat, YouTube, etc.)?

1. Constantemente ☐
2. Muchas veces al día ☐
3. Algunas veces al día ☐
4. Diariamente o casi ☐
5. Al menos todas las semanas ☐
6. Nunca o casi nunca ☐
9. No sabe/No contesta ☐

41. ¿Con qué frecuencia estás en contacto con personas que has conocido *online* a través del móvil/*smartphone,* usando sistemas de mensajería instantánea (WhatsApp, Line, Telegram, etc.) o SMS?

1. Constantemente ☐
2. Muchas veces al día ☐
3. Algunas veces al día ☐
4. Diariamente o casi ☐
5. Al menos todas las semanas ☐
6. Nunca o casi nunca ☐
9. No sabe/No contesta ☐

42. ¿Y a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Wattpad, Snapchat, YouTube, etc.)?

1. Constantemente ☐
2. Muchas veces al día ☐
3. Algunas veces al día ☐
4. Diariamente o casi ☐
5. Al menos todas las semanas ☐
6. Nunca o casi nunca ☐
9. No sabe/No contesta ☐

¿En qué medida se cumplen las siguientes cuestiones en relación a tu uso del móvil? Indícalo en una escala de 0 a 10, en la que 0 es "nada" y 10 es "totalmente" (99. No sabe/No contesta)

43. Miro el móvil constantemente ☐
44. Sólo estoy pendiente del móvil cuando espero un mensaje o una llamada ☐
45. Incluso en clase estoy pendiente del móvil ☐
46. Aunque esté con gente (hablando, pasando el rato) sigo pendiente del móvil ☐

47. En un día normal, ¿para qué cosas usas WhatsApp u otra aplicación de mensajería instantánea (Telegram, Line, etc.)? RESPUESTA MÚLTIPLE, ESCOGER LAS CUATRO MÁS IMPORTANTES

1. Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas) ☐
2. Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico) ☐
3. Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanosas, ajustar horarios, organizar tareas de casa...) ☐
4. Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico) ☐
5. Planificar actividades con amigos/as ☐
6. Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as ☐
7. Solicitar información, realizar gestiones personales ☐
8. Comprar o vender (quedar con vendedores/as o clientes...) ☐
9. Otro uso, ¿cuál? ☐
99. No sabe/No contesta ☐

48. ¿Y redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Wattpad, Snapchat, YouTube, etc.)? RESPUESTA MÚLTIPLE, ESCOGER LAS CUATRO MÁS IMPORTANTES

1. Mirar información de amigos, familiares o personas cercanas ☐
2. Mirar información de personas que no conozco mucho o desconocidas ☐
3. Contar mis cosas, mis gustos, mis interese ☐
4. Buscar información de cosas que me gustan o me interesan ☐
5. Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas) ☐
6. Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico) ☐
7. Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...) ☐

8. Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico) ☐

9. Planificar actividades con amigos/as ☐

10. Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as ☐

11. Solicitar información, realizar gestiones personales ☐

12. Comprar o vender (buscar productos, quedar con vendedores/as o clientes...) ☐

13. Otro uso, ¿cuál? ☐

99. No sabe/No contesta ☐

Pensando en el uso que tú haces de internet y redes sociales, ¿en qué medida te resulta útil para las siguientes cosas? Responde en función de una escala de 0 a 10 en la que 0 es "nada útil" y 10 es "muy útil" (99. No sabe/No contesta)

49. Participar en cuestiones sociales y/o políticas ☐

50. Generar y difundir contenidos sociales y/o políticos ☐

51. Votar y participar en decisiones colectivas ☐

52. Apoyar y secundar causas y movilizaciones ☐

53. Cuestionar, criticar y denunciar situaciones de injusticia ☐

54. Tener influencia sobre las opiniones y decisiones de otras personas ☐

CONTEXTOS DE USO: CENTRO DE ESTUDIOS

55. ¿Estáis los y las estudiantes autorizados a usar el wifi de la escuela?

1. No está disponible ☐

2. No está disponible, pero *hackeamos* la clave ☐

3. Está permitido con restricciones ☐

4. Está permitido sin restricciones ☐

5. No hay wifi en mi escuela ☐

9. No sabe/No contesta ☐

56. ¿Y estáis los estudiantes autorizados a usar vuestros *smartphones* en la escuela?

1. No estamos autorizados/as ☐
2. Estamos autorizados/as con restricciones ☐
3. Estamos autorizados/as sin restricciones ☐
9. No sabe/No contesta ☐

Si piensas en tu escuela, ¿con qué frecuencia los profesores piden a los estudiantes las siguientes cosas? Señálalo en función de una escala de 0 a 10 en la que 0 es "nunca" y 10 es "siempre" (99. No sabe/No contesta)

57. Usar internet para buscar información para trabajos escolares ☐
58. Colaborar con otros estudiantes a través de internet ☐
59. Estar en contacto con los profesores para cuestiones escolares a través de internet ☐

60. En el centro (colegio, instituto) en el que estudias, ¿cuáles de estas cosas os enseñan en relación con la tecnología? RESPUESTA MÚLTIPLE. ESCOGER TODAS LAS QUE SE ENSEÑAN

1. Tratamiento de textos ☐
2. Manejo de bases de datos (Excel, DBase, etc.) ☐
3. Creación de presentaciones (Power Point, Prezzi, etc.) ☐
4. Manejo, creación y edición de imágenes y gráficos ☐
5. Búsqueda de información en internet ☐
6. Desarrollo de pensamiento crítico sobre la información que se encuentra en internet ☐
7. Conocimiento sobre la manera de proteger los datos personales en internet ☐
8. Creación y mantenimiento de webs y/o blogs, aplicaciones, programación ☐
9. Enviar y recibir emails ☐

10. Comunicarse con otras personas
a través de redes sociales (por ejemplo Facebook, Twitter) ☐

11. Conectarse a diferentes dispositivos
(por ejemplo impresora, cámara, proyector) con un ordenador ☐

12. Uso de dispositivos digitales como *tablets*, *smartphones*, etc. ☐

13. Creación de contenidos propios (vídeos, etc.) ☐

14. Ninguna de las anteriores ☐

CONTEXTOS DE USO: FAMILIA

¿El uso de la tecnología (internet, teléfono móvil), ha hecho que en las familias haya aumentado o disminuido...?

Escala para todas las cuestiones:

1. Ha aumentado
2. Ha disminuido
3. Permanece igual
9. No sabe/No contesta

61. La comunicación entre padres e hijos/as ☐

62. Las peleas y los malos entendidos en la familia ☐

63. Las relaciones con los hermanos/as ☐

64. Las relaciones con otros familiares ☐

65. La protección de la intimidad ☐

66. El hacer cosas juntos ☐

PERCEPCIONES SOBRE LA CAPACITACIÓN Y CARENCIAS

Indícanos cuáles de estas cosas sabes hacer:

Escala para todas las cuestiones:

1. Sí
2. No
9. No sabe/No contesta

67. Sé tratar y editar textos ☐

68. Sé manejar bases de datos ☐

69. Sé crear presentaciones ☐

70. Sé cómo usar los "botones de denuncia" ☐

71. Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada ☐

72. Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social ☐

73. Sé borrar el registro de las páginas visitadas ☐

74. Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro ☐

75. Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos... ☐

76. Sé descargar aplicaciones ☐

77. Sé conectarme a una red wifi desde *smartphone* ☐

78. Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo ☐

79. Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica ☐

80. Sé proteger un *smartphone* con un PIN o un patrón de pantalla ☐

81. A la hora de adquirir conocimientos, resolver un trabajo de escuela, o solucionar problemas relacionados con la tecnología.
ELEGIR TRES MÁXIMO.

1. Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet ☐
2. Uso Google u otro motor de búsqueda ☐
3. Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea ☐
4. Pregunto a amigos o conocidos ☐
5. Pregunto a familiares ☐
6. Pregunto en mi centro educativo, a profesores ☐
7. Miro libros y documentación sobre el tema ☐
8. Hago cursos ☐
9. Otros ☐

En general, pensando en el manejo de las distintas tecnologías de comunicación (teléfono móvil, redes sociales, correo electrónico, WhatsApp u otras

aplicaciones de mensajería instantánea), ¿cuál crees que es tu grado de habilidad respecto a...?

Escala para todas las cuestiones:

1. Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as
2. Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as
3. Soy algo más habilidoso/a que ellos/as
4. Soy igual de habilidoso/a que ellos/as
5. Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as
6. Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as
7. Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as
9. No sabe/No contesta

82. Tus amigos . . . . . ☐
83. La gente de tu edad en general . . . . . ☐
84. Tu padre/madre . . . . . ☐
85. Tus profesores . . . . . ☐

LAS TIC COMO VEHÍCULO DE RELACIÓN

86. ¿Tienes perfil propio en una red social, que uses habitualmente?

1. Sí . . . . . ☐
2.No . . . . . ☐
9. No sabe/No contesta . . . . . ☐

87. Si tienes... ¿cuántos?

1. Uno . . . . . ☐
2. Más de uno . . . . . ☐
9. No sabe/No contesta . . . . . ☐

A continuación te voy a leer una serie de frases y me gustaría que me dijeras tu grado de acuerdo o desacuerdo para cada una de ellas, en función de una escala

de 0 a 10 en la que 0 significa "totalmente en desacuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo" (99. No sabe/No contesta)

88. Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales . . . . . ☐

89. Las personas mienten más en internet y en las redes sociales que cara a cara . . . . . ☐

90. La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales . . . . . ☐

91. La manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo . . . . . ☐

92. La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas . . . . . ☐

93. Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales . . . . . ☐

94. Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara . . . . . ☐

95. En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas . . . . . ☐

96. La comunicación *online* es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara . . . . . ☐

97. La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir . . . . . ☐

98. Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales . . . . . ☐

99. En las redes sociales las normas de relación (cómo decir las cosas, qué tipo de comentarios poner, cómo evitar malentendidos, etc.) son distintas a las que existen en el cara a cara . . . . . ☐

100. Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas . . . . . ☐

101. Las redes sociales hacen que te sientas más controlado . . . . . ☐

102. Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena . . . . . ☐

103. En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño . . . ☐

104. En las redes sociales te engañan muchas veces . . . . . ☐

105. En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño . . . ☐

106. Al usar redes sociales resulta inevitable
que personas desconocidas sepan cosas de ti . . . . . ☐

107. Es complicado controlar la imagen
que se ofrece a través de las redes sociales . . . . . ☐

Te voy a leer una serie de frases y me gustaría que me manifestaras tu grado de acuerdo o desacuerdo para cada una de ellas, en función de una escala de 0 a 10 en la que 0 significa "totalmente en desacuerdo" y 10 "totalmente de acuerdo" (99. No sabe/No contesta)

108. Desde que tengo mi móvil es más fácil organizar
mis actividades cotidianas . . . . . ☐

109. Gracias a internet y las redes sociales me siento más
conectado/a a mis amigos . . . . . ☐

110. Gracias a internet y las redes sociales me siento más
conectado/a a mi familia . . . . . ☐

111. Desde que tengo mi móvil siento que debo estar siempre
disponible para mi familia y amigos . . . . . ☐

112. Gracias a internet y las redes sociales es más fácil hacer
mis tareas y trabajos de la escuela . . . . . ☐

MEDIACIONES

¿En qué medida tus padres o tutores legales...? Contesta en función de una escala 0-10, en la que 0 significa "nada" y 10 significa "totalmente" (99. No sabe/No contesta)

113. Hablan contigo sobre lo que haces en internet . . . . . ☐

114. Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet . . . . . ☐

115. Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces,
pero sin participar) . . . . . ☐

116. Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a
en internet . . . . . ☐

117. Comparten actividades contigo en internet . . . . . ☐

118. Comparten claves o contraseñas para compras o registros en internet ☐

119. Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet ☐

120. Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas ☐

121. Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet ☐

122. Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet ☐

123. Te ayudan y aconsejan sobre lo que debieras hacer si algo te molesta en internet ☐

¿Y tus profesores? Misma escala anterior

124. Hablan contigo sobre lo que haces en internet ☐

125. Te enseñan y ayudan con cosas relacionadas con internet ☐

126. Se sientan contigo mientras usas internet (viendo lo que haces, pero sin participar) ☐

127. Te animan a explorar y aprender cosas por ti mismo/a en internet ☐

128. Comparten actividades contigo en internet ☐

129. Te ayudan cuando tienes dificultades para hacer o encontrar algo en internet ☐

130. Te explican por qué algunas páginas son buenas o malas ☐

131. Te sugieren cómo mejorar tu seguridad en internet ☐

132. Te sugieren cómo comportarte con otras personas en internet ☐

133. Te ayudan y aconsejan sobre lo que deberías hacer si algo te molesta en internet ☐

ANEXO 2. GUIÓN GRUPOS FOCALES Y ENTREVISTAS

EL USO PERSONAL

1. ¿Qué contenido publicas en redes sociales?

2. ¿Qué es lo que más te gusta de publicar contenido en redes sociales?

3. ¿Y lo que menos?

4. Si puedes elegir entre quedar con tus amigos y hacer una de estas actividades: ver *stories* en Instagram, leer o escribir en Wattpad, ver *gameplays* en YouTube, o jugar a videojuegos, ¿cuál elegirías?

5. ¿Participas en grupos en redes sociales? ¿Con qué fin?

CONTENIDOS Y REDES

6. ¿Qué fotos, *stories* y perfiles son los que más te gustan de Instagram? ¿Por qué te gusta esta red?

7. ¿Te han dado ideas sus contenidos para otros aspectos de tu vida? ¿Y para seguir a otros usuarios?

8. ¿Qué vídeos son los que más te gustan de YouTube? ¿Por qué te gusta esta red?

9. ¿Te dan ideas para crear vídeos por ti mismo o un canal propio?

10. ¿A qué *gamers* sigues en YouTube?

11. ¿Qué sientes al ver *gameplays* en YouTube? ¿Por qué te gusta esta red?

12. ¿Te has decidido a crear un canal de *gamer* por haber visto estos vídeos? ¿En qué consiste?

13. ¿Qué sientes al interactuar con otros usuarios en Twitter? ¿Por qué te gusta esta red?

14. ¿Juegas a videojuegos? ¿A cuáles? ¿Cómo sueles jugar y cuánto tiempo le dedicas?

15. ¿Qué sientes al jugar a videojuegos? ¿Por qué te gustan? Describe esas situaciones.

COLABORACIÓN

16. ¿Cómo empleáis en clase la red para hacer trabajos colaborativos y acciones comunicativas entre compañeros o con el profesor?

RELACIONES SOCIALES

17. ¿Crees que tus relaciones sociales (amigos, familia, compañeros del colegio) son mejores porque las TIC ayudan a ello?

18. ¿Crees que la sensación de echar de menos a alguien es menor gracias a internet?

EDUCACIÓN EN TIC

19. ¿Qué herramientas TIC has utilizados a lo largo de tu paso por la ESO?

20. ¿Qué opinión tienes respecto a tu aprendizaje en TIC en el colegio?

21. ¿Crees que los docentes estaban bien preparados para educar en tecnología y posibilidades mediáticas? ¿Qué te hubiera gustado aprender en este curso?

22. ¿Crees que hay aspectos de internet y la tecnología que dominas mejor que ellos? ¿Cuáles?

23. ¿Te gusta investigar cómo funciona una herramienta, app o página web?

24. ¿Qué te gustaría aprender de internet y los nuevos medios que todavía no sabes?

CREATIVIDAD

25. ¿Qué ámbitos de la creación, el diseño, el arte o la fantasía que no conocieras te ha abierto la red? ¿A través de qué sitios o plataformas?

26. ¿Qué te fascina de lo que has visto creado a partir de las nuevas tecnologías digitales?

LIBERTAD DE EXPRESIÓN

27. ¿Crees que puedes decir lo que quieras en la red? ¿En qué crees que nos beneficia la libertad de expresión que encontramos gracias a internet?

FUTURO Y TECNOLOGÍA

28. ¿A qué profesión te gustaría dedicarte en el futuro? ¿Crees que las nuevas tecnologías estarán ligadas a ella?

29. ¿Tienes alguna idea de futuro asociada a internet y a las tecnologías?

30. ¿Has pensado alguna vez en algo que podría ser mucho mejor gracias a la incorporación de internet o las TIC?

31. ¿Cómo puedes ir trabajando por tu profesión desde este momento gracias a las nuevas tecnologías?

32. ¿Qué opinas con respecto a trabajar en otro país, o con equipos profesionales de otra parte del mundo?

CONOCIMIENTO DE LA RED

33. ¿Qué es un usuario de internet?

34. ¿Cuáles son sus usos?

35. ¿Y la interactividad?

36. ¿Qué es el posicionamiento en internet?

37. ¿Por qué nos ofrecen propuestas la interfaz de YouTube o Instagram sobre aspectos que nos interesan?

38. ¿Dónde buscas información fiable?

LEGISLACIÓN

39. ¿Tienen los contenidos derechos de autoría, explotación, propiedad intelectual? ¿Y los que publicas tú?

40. ¿Qué opinas respecto a que los contenidos que compartimos por internet estén protegidos por derechos?

ANEXO 3.
TABLAS DE RESULTADOS

Este anexo recopila las tablas de los cruces de las preguntas del cuestionario con las variables sociodemográficas relevantes que se han ido referenciando en el informe, es decir, los que resultan estadísticamente significativos, permitiendo observar la diferente distribución de las respuestas según dichas características.

1. PANORÁMICA GENERAL DE LOS USOS Y DISPOSITIVOS TIC

1.1. Las TIC: una presencia continua

TABLA A3.1.1.1. NÚMERO DE DISPOSITIVOS QUE SE DECLARAN, POR CLASE SOCIAL

DISPOSITIVOS		CLASE SOCIAL			TOTAL
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
No tiene ninguno	Recuento	3	9	1	13
	% dentro de Clase social	0,9%	0,9%	0,4%	0,8%
Un dispositivo	Recuento	13	55	19	87
	% dentro de Clase social	4,0%	5,6%	7,6%	5,6%
Dos dispositivos	Recuento	35	182	66	283
	% dentro de Clase social	10,9%	18,6%	26,5%	18,3%
Tres dispositivos	Recuento	98	294	73	465
	% dentro de Clase social	30,4%	30,1%	29,3%	30,0%
Cuatro dispositivos	Recuento	89	237	51	377
	% dentro de Clase social	27,6%	24,2%	20,5%	24,3%
Cinco dispositivos	Recuento	84	201	39	324
	% dentro de Clase social	26,1%	20,6%	15,7%	20,9%
Total	Recuento	322	978	249	1.549
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.2. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR CLASE SOCIAL. ORDENADOR DE SOBREMESA

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? ORDENADOR DE SOBREMESA		CLASE SOCIAL			TOTAL
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Clase social	173 84,4%	393 78,8%	92 81,4%	658 80,5%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Clase social	17 8,3%	52 10,4%	13 11,5%	82 10,0%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Clase social	7 3,4%	26 5,2%	3 2,7%	36 4,4%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Clase social	8 3,9%	28 5,6%	5 4,4%	41 5,0%
Total	Recuento % dentro de Clase social	205 100,0%	499 100,0%	113 100,0%	817 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.3. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR NACIONALIDAD. ORDENADOR DE SOBREMESA

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? ORDENADOR DE SOBREMESA		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Nacionalidad	610 81,8%	35 66,0%	36 72,0%	681 80,2%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Nacionalidad	67 9,0%	10 18,9%	8 16,0%	85 10,0%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Nacionalidad	31 4,2%	6 11,3%	3 6,0%	40 4,7%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Nacionalidad	38 5,1%	2 3,8%	3 6,0%	43 5,1%
Total	Recuento % dentro de Nacionalidad	746 100,0%	53 100,0%	50 100,0%	849 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.4. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR EDAD. ORDENADOR PORTÁTIL

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? ORDENADOR PORTÁTIL		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Edad	191 60,8%	332 67,2%	310 73,5%	833 67,7%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Edad	74 23,6%	94 19,0%	69 16,4%	237 19,3%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Edad	27 8,6%	23 4,7%	17 4,0%	67 5,4%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Edad	22 7,0%	45 9,1%	26 6,2%	93 7,6%
Total	Recuento % dentro de Edad	314 100,0%	494 100,0%	422 100,0%	1.230 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.5. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR ESTUDIOS. ORDENADOR PORTÁTIL

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? ORDENADOR PORTÁTIL		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Estudios	132 63,8%	290 68,2%	411 68,7%	833 67,7%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Estudios	41 19,8%	81 19,1%	115 19,2%	237 19,3%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Estudios	18 8,7%	24 5,6%	25 4,2%	67 5,4%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Estudios	16 7,7%	30 7,1%	47 7,9%	93 7,6%
Total	Recuento % dentro de Estudios	207 100,0%	425 100,0%	598 100,0%	1.230 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.6. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR EDAD. MÓVIL NO SMARTPHONE

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? TELÉFONO MÓVIL (NO SMARTPHONE)		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Edad	132 78,1%	263 84,6%	236 88,4%	631 84,5%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Edad	22 13,0%	27 8,7%	15 5,6%	64 8,6%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Edad	5 3,0%	6 1,9%	8 3,0%	19 2,5%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Edad	10 5,9%	15 4,8%	8 3,0%	33 4,4%
Total	Recuento % dentro de Edad	169 100,0%	311 100,0%	267 100,0%	747 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.7. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR NACIONALIDAD. MÓVIL NO SMARTPHONE

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? TELÉFONO MÓVIL (NO SMARTPHONE)		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Nacionalidad	535 85,7%	40 76,9%	51 77,3%	626 84,4%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Nacionalidad	54 8,7%	5 9,6%	5 7,6%	64 8,6%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Nacionalidad	12 1,9%	1 1,9%	6 9,1%	19 2,6%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Nacionalidad	23 3,7%	6 11,5%	4 6,1%	33 4,4%
Total	Recuento % dentro de Nacionalidad	624 100,0%	52 100,0%	66 100,0%	742 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.8. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR ESTUDIOS. MÓVIL NO SMARTPHONE

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? SMARTPHONE		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Estudios	270 73,6%	479 81,0%	418 83,9%	1.167 80,2%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Estudios	63 17,2%	66 11,2%	44 8,8%	173 11,9%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Estudios	16 4,4%	25 4,2%	12 2,4%	53 3,6%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Estudios	18 4,9%	21 3,6%	24 4,8%	63 4,3%
Total	Recuento % dentro de Estudios	367 100,0%	591 100,0%	498 100,0%	1.456 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.9. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR EDAD. SMARTPHONE

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? SMARTPHONE		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Edad	132 78,1%	263 84,6%	236 88,4%	631 84,5%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Edad	22 13,0%	27 8,7%	15 5,6%	64 8,6%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Edad	5 3,0%	6 1,9%	8 3,0%	19 2,5%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Edad	10 5,9%	15 4,8%	8 3,0%	33 4,4%
Total	Recuento % dentro de Edad	169 100,0%	311 100,0%	267 100,0%	747 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.10. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR NACIONALIDAD. SMARTPHONE

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? SMARTPHONE		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Nacionalidad	1.030 81,9%	62 68,1%	69 69,0%	1.161 80,1%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Nacionalidad	140 11,1%	17 18,7%	16 16,0%	173 11,9%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Nacionalidad	42 3,3%	4 4,4%	6 6,0%	52 3,6%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Nacionalidad	46 3,7%	8 8,8%	9 9,0%	63 4,3%
Total	Recuento % dentro de Nacionalidad	1.258 100,0%	91 100,0%	100 100,0%	1.449 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.1.11. DISPOSITIVOS QUE SE UTILIZAN Y TIEMPO DESDE QUE SE USAN, POR ESTUDIOS. SMARTPHONE

¿HACE CUÁNTO TIEMPO TIENES ALGUNO DE ESTOS DISPOSITIVOS, QUE SÓLO USES TÚ? SMARTPHONE		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Hace más de 2 años	Recuento % dentro de Estudios	177 71,1%	383 80,1%	607 83,3%	1.167 80,2%
De 1 a 2 años	Recuento % dentro de Estudios	46 18,5%	55 11,5%	72 9,9%	173 11,9%
De 6 meses a 1 año	Recuento % dentro de Estudios	14 5,6%	14 2,9%	25 3,4%	53 3,6%
Menos de 6 meses	Recuento % dentro de Estudios	12 4,8%	26 5,4%	25 3,4%	63 4,3%
Total	Recuento % dentro de Estudios	249 100,0%	478 100,0%	729 100,0%	1.456 100,0%

Base tienen dispositivo. Excluidos Ns/Nc.

1.2. Una funcionalidad versátil

TABLA A3.1.2.1. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR SEXO

SEXO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Chica					
Media	-,322	-,089	,207	,448	-,162
N	630	630	630	630	630
Desv. estándar	,983	1,026	,875	,930	,971
Chico					
Media	,306	,094	-,202	-,445	,147
N	631	631	631	631	631
Desv. estándar	,909	,965	1,076	,860	,989
Total					
Media	-,008	,002	,002	,001	-,007
N	1.261	1.261	1.261	1.261	1.261
Desv. estándar	,997	,9996	1,001	1,001	,992

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.1.2.2. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR EDAD

EDAD EXACTA	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
14 años					
Media	,124	-,101	,009	-,095	,059
N	313	313	313	313	313
Desv. estándar	1,060	1,043	,958	,972	1,043
15 años					
Media	,042	,047	-,012	,008	,033
N	533	533	533	533	533
Desv. estándar	,988	,995	1,038	,988	1,012
16 años					
Media	-,144	,015	,008	,059	-,085
N	426	426	426	426	426
Desv. estándar	,954	,970	,983	1,032	,948
Total					
Media	,000	,000	,000	,000	,000
N	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272
Desv. estándar	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.1.2.3. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR CLASE SOCIAL

CLASE SOCIAL	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Media-alta y alta					
Media	-,045	-,081	-,234	,014	,074
N	246	246	246	246	246
Desv. estándar	,960	1,085	1,196	1,035	,995
Media					
Media	,008	,005	,052	-,025	-,035
N	778	778	778	778	778
Desv. estándar	1,029	,989	,931	1,000	,994
Media-baja y baja					
Media	-,101	,063	,122	-,016	,023
N	199	199	199	199	199
Desv. estándar	,907	,965	,818	,901	1,015
Total					
Media	-,020	-,002	,006	-,015	-,003
N	1.223	1.223	1.223	1.223	1.223
Desv. estándar	,997	1,005	,980	,991	,998

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.1.2.4. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR TIPO DE CENTRO

TIPO DE CENTRO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Público					
Media	,043	,022	-,033	-,015	,032
N	915	915	915	915	915
Desv. estándar	1,018	1,001	1,031	1,017	1,009
Privado*					
Media	-,111	-,057	,085	,038	-,081
N	357	357	357	357	357
Desv. estándar	,943	,996	,913	,956	,974
Total					
Media	,000	,000	,000	,000	,000
N	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

* Centro privado (concertado y no concertado).

TABLA A3.1.2.5. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR TAMAÑO RESIDENCIA

TIPO DE CENTRO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Pueblo o ciudad pequeña					
Media	0,016	0,059	-0,134	0,136	-0,021
N	403	403	403	403	403
Desv. estándar	0,970	0,938	1,099	1,016	0,949
Ciudad medio o medio-grande					
Media	-0,019	-0,009	0,101	-0,062	-0,004
N	706	706	706	706	706
Desv. estándar	1,011	1,024	0,895	0,993	1,036
Gran ciudad					
Media	0,048	-0,104	-0,089	-0,069	0,049
N	147	147	147	147	147
Desv. estándar	1,030	1,047	1,118	0,957	0,974
Total					
Media	0,000	0,002	0,003	0,001	-0,003
N	1.256	1.256	1.256	1.256	1.256
Desv. estándar	1,000	1,001	0,998	1,000	1,001

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).

Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).

Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.1.2.6. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR NACIONALIDAD

NACIONALIDAD	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Español/a de nacimiento					
Media	-0,026	0,030	0,043	-0,017	-0,030
N	1.079	1.079	1.079	1.079	1.079
Desv. estándar	0,992	0,995	0,980	0,995	0,970
Española adquirida					
Media	0,042	-0,168	-0,105	-0,014	0,157
N	85	85	85	85	85
Desv. estándar	1,064	1,075	1,079	0,918	1,177
Otra					
Media	0,196	-0,138	-0,349	0,127	0,092
N	103	103	103	103	103
Desv. estándar	1,000	0,966	1,085	1,042	1,057
Total					
Media	-0,004	0,003	0,001	-0,005	-0,007
N	1.267	1.267	1.267	1.267	1.267
Desv. estándar	0,998	0,999	1,001	0,994	0,993

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.1.2.7. FACTORIAL DE ACTIVIDADES EN INTERNET, POR ESTUDIOS

ESTUDIOS EN CURSO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
2º ESO					
Media	0,117	-0,133	-0,046	-0,107	0,040
N	207	207	207	207	207
Desv. estándar	1,073	1,030	0,964	0,966	1,098
3ª ESO					
Media	0,046	-0,061	0,041	-0,029	0,102
N	435	435	435	435	435
Desv. estándar	1,006	1,020	1,032	0,981	1,029
4º ESO					
Media	-0,071	0,086	-0,013	0,055	-0,083
N	630	630	630	630	630
Desv. estándar	0,966	0,969	0,990	1,022	0,938
Total					
Media	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
N	1.272	1.272	1.272	1.272	1.272
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

1.3. Conectados... pero no de cualquier forma

TABLA A3.1.3.1. TIPO DE CONEXIÓN A INTERNET FUERA DEL HOGAR, POR NACIONALIDAD

¿Y FUERA DE CASA?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Sólo me conecto si encuentro wifi	Recuento	95	19	26	140
	% dentro de Nacionalidad	6,9%	18,8%	21,1%	8,8%
Principalmente si encuentro wifi, tenga o no datos	Recuento	120	7	10	137
	% dentro de Nacionalidad	8,8%	6,9%	8,1%	8,6%
Sólo cuando tengo datos	Recuento	241	14	17	272
	% dentro de Nacionalidad	17,6%	13,9%	13,8%	17,1%
Principalmente cuando tengo datos	Recuento	396	22	28	446
	% dentro de Nacionalidad	28,9%	21,8%	22,8%	28,0%
Indistintamente con wifi o con datos	Recuento	518	39	42	599
	% dentro de Nacionalidad	37,8%	38,6%	34,1%	37,6%
Total	Recuento	1.370	101	123	1.594
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.2. TIPO DE CONEXIÓN A INTERNET FUERA DEL HOGAR, POR ESTUDIOS

¿Y FUERA DE CASA?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Sólo o principalmente wifi	Recuento	60	99	120	279
	% dentro Estudios	22,4%	18,3%	15,1%	17,4%
Sólo o principalmente datos	Recuento	111	253	357	721
	% dentro Estudios	41,4%	46,9%	45,0%	45,0%
Indistintamente	Recuento	97	188	316	601
	% dentro Estudios	36,2%	34,8%	39,8%	37,5%
Total	Recuento	268	540	793	1.601
	% dentro Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.3. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR EDAD. MÓVIL PROPIO, EN CASA

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? MÓVIL PROPIO, EN CASA		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Constantemente	Recuento % dentro de Edad	193 48,4%	353 54,8%	306 57,3%	852 54,0%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Edad	121 30,3%	191 29,7%	155 29,0%	467 29,6%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Edad	51 12,8%	59 9,2%	42 7,9%	152 9,6%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Edad	12 3,0%	17 2,6%	18 3,4%	47 3,0%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Edad	10 2,5%	6 0,9%	7 1,3%	23 1,5%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Edad	12 3,0%	18 2,8%	6 1,1%	36 2,3%
Total	Recuento % dentro de Edad	399 100,0%	644 100,0%	534 100,0%	1.577 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.4. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR SEXO. MÓVIL PROPIO, EN MOVILIDAD

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? MÓVIL PROPIO, EN MOVILIDAD		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	268 32,9%	187 26,3%	455 29,9%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	216 26,5%	183 25,8%	399 26,2%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	183 22,5%	156 22,0%	339 22,2%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Sexo	25 3,1%	48 6,8%	73 4,8%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	44 5,4%	47 6,6%	91 6,0%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	78 9,6%	89 12,5%	167 11,0%
Total	Recuento % dentro de Sexo	814 100,0%	710 100,0%	1.524 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.5. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR EDAD. MÓVIL PROPIO, EN MOVILIDAD

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? MÓVIL PROPIO, EN MOVILIDAD (TRANSPORTE, LUGARES PÚBLICOS...)		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Constantemente	Recuento % dentro de Edad	96 24,7%	193 30,8%	168 32,1%	457 29,7%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Edad	94 24,2%	168 26,8%	142 27,2%	404 26,3%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Edad	93 24,0%	132 21,1%	116 22,2%	341 22,2%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Edad	16 4,1%	35 5,6%	23 4,4%	74 4,8%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Edad	25 6,4%	33 5,3%	33 6,3%	91 5,9%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Edad	64 16,5%	65 10,4%	41 7,8%	170 11,1%
Total	Recuento % dentro de Edad	388 100,0%	626 100,0%	523 100,0%	1.537 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.6. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR CLASE SOCIAL. MÓVIL PROPIO, EN MOVILIDAD

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? MÓVIL PROPIO, EN MOVILIDAD (TRANSPORTE, LUGARES PÚBLICOS...)		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Constantemente	Recuento % dentro de Clase social	96 31,8%	278 29,8%	66 27,5%	440 29,8%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Clase social	100 33,1%	236 25,3%	60 25,0%	396 26,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Clase social	62 20,5%	212 22,7%	54 22,5%	328 22,2%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Clase social	15 5,0%	41 4,4%	12 5,0%	68 4,6%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Clase social	11 3,6%	60 6,4%	15 6,3%	86 5,8%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Clase social	18 6,0%	106 11,4%	33 13,8%	157 10,6%
Total	Recuento % dentro de Clase social	302 100,0%	933 100,0%	240 100,0%	1.475 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.7. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR SEXO. ORDENADOR PROPIO, EN CASA

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR PROPIO, EN CASA		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	104 15,4%	148 24,7%	252 19,8%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	78 11,6%	77 12,9%	155 12,2%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	140 20,8%	95 15,9%	235 18,5%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Sexo	81 12,0%	51 8,5%	132 10,4%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	125 18,5%	111 18,5%	236 18,5%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	146 21,7%	117 19,5%	263 20,7%
Total	Recuento % dentro de Sexo	674 100,0%	599 100,0%	1.273 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.8. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR NACIONALIDAD. ORDENADOR PROPIO, EN CASA

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR PROPIO, EN CASA		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente	Recuento % dentro Nacionalidad	197 17,8%	27 33,8%	29 30,5%	253 19,8%
Muchas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	134 12,1%	9 11,3%	14 14,7%	157 12,3%
Algunas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	200 18,1%	16 20,0%	17 17,9%	233 18,2%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro Nacionalidad	121 11,0%	4 5,0%	9 9,5%	134 10,5%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro Nacionalidad	225 20,4%	5 6,3%	7 7,4%	237 18,5%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro Nacionalidad	228 20,6%	19 23,8%	19 20,0%	266 20,8%
Total	Recuento % dentro Nacionalidad	1.105 100,0%	80 100,0%	95 100,0%	1.280 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.9. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR SEXO. ORDENADOR COMÚN, EN CASA

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR COMÚN, EN CASA		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	49 7,3%	84 13,8%	133 10,4%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	32 4,8%	37 6,1%	69 5,4%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	92 13,7%	88 14,4%	180 14,1%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Sexo	55 8,2%	47 7,7%	102 8,0%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	152 22,7%	124 20,3%	276 21,5%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	291 43,4%	230 37,7%	521 40,7%
Total	Recuento % dentro de Sexo	671 100,0%	610 100,0%	1.281 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.10. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR SEXO. ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	32 4,5%	53 8,4%	85 6,3%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	23 3,2%	29 4,6%	52 3,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	51 7,1%	49 7,7%	100 7,4%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Sexo	42 5,8%	32 5,0%	74 5,5%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	162 22,5%	153 24,1%	315 23,3%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	409 56,9%	318 50,2%	727 53,7%
Total	Recuento % dentro de Sexo	719 100,0%	634 100,0%	1.353 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.11. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR EDAD. ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Constantemente	Recuento % dentro de Edad	14 4,0%	48 8,6%	25 5,5%	87 6,4%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Edad	12 3,4%	24 4,3%	16 3,5%	52 3,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Edad	19 5,5%	50 8,9%	33 7,2%	102 7,5%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Edad	13 3,7%	24 4,3%	37 8,1%	74 5,4%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Edad	76 21,8%	123 22,0%	118 25,8%	317 23,2%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Edad	214 61,5%	290 51,9%	229 50,0%	733 53,7%
Total	Recuento % dentro de Edad	348 100,0%	559 100,0%	458 100,0%	1.365 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.12. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR TIPO CENTRO. ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Constantemente	Recuento % dentro de Tipo centro	48 4,9%	39 10,2%	87 6,4%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Tipo centro	27 2,8%	25 6,5%	52 3,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Tipo centro	72 7,3%	30 7,8%	102 7,5%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Tipo centro	55 5,6%	19 4,9%	74 5,4%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Tipo centro	216 22,0%	101 26,3%	317 23,2%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Tipo centro	563 57,4%	170 44,3%	733 53,7%
Total	Recuento % dentro de Tipo centro	981 100,0%	384 100,0%	1.365 100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado). Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.13. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR CLASE SOCIAL. ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Constantemente	Recuento % dentro de Clase social	29 10,9%	46 5,6%	11 5,2%	86 6,6%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Clase social	20 7,5%	26 3,1%	4 1,9%	50 3,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Clase social	17 6,4%	54 6,5%	25 11,9%	96 7,4%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Clase social	8 3,0%	51 6,2%	13 6,2%	72 5,5%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Clase social	59 22,1%	196 23,7%	47 22,4%	302 23,1%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Clase social	134 50,2%	455 55,0%	110 52,4%	699 53,6%
Total	Recuento % dentro de Clase social	267 100,0%	828 100,0%	210 100,0%	1.305 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.14. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR NACIONALIDAD. ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? ORDENADOR CENTRO DE ESTUDIOS		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente	Recuento % dentro de Nacionalidad	67 5,7%	8 9,4%	9 8,7%	84 6,2%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Nacionalidad	43 3,7%	2 2,4%	6 5,8%	51 3,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Nacionalidad	76 6,5%	7 8,2%	18 17,3%	101 7,4%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Nacionalidad	68 5,8%	3 3,5%	3 2,9%	74 5,5%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Nacionalidad	68 24,7%	3 14,1%	3 14,4%	74 23,3%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Nacionalidad	625 53,5%	53 62,4%	53 51,0%	731 53,9%
Total	Recuento % dentro de Nacionalidad	1.168 100,0%	85 100,0%	104 100,0%	1.357 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.15. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR NACIONALIDAD. BIBLIOTECA, ORDENADOR PÚBLICO

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? BIBLIOTECA, ORDENADOR PÚBLICO		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente	Recuento % dentro Nacionalidad	33 3,0%	4 5,1%	3 3,2%	40 3,2%
Muchas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	15 1,4%	2 2,6%	1 1,1%	18 1,4%
Algunas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	36 3,3%	5 6,4%	4 4,3%	45 3,6%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro Nacionalidad	15 1,4%	1 1,3%	0 0,0%	16 1,3%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro Nacionalidad	35 3,2%	3 3,8%	11 11,8%	49 3,9%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro Nacionalidad	953 87,7%	63 80,8%	74 79,6%	1.090 86,6%
Total	Recuento % dentro Nacionalidad	1.087 100,0%	78 100,0%	93 100,0%	1.258 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.16. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR ESTUDIOS. BIBLIOTECA, ORDENADOR PÚBLICO

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? BIBLIOTECA, ORDENADOR PÚBLICO		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Constantemente	Recuento % dentro de Estudios	10 4,9%	18 4,3%	14 2,2%	42 3,3%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Estudios	3 1,5%	5 1,2%	12 1,9%	20 1,6%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Estudios	6 3,0%	15 3,6%	24 3,7%	45 3,6%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Estudios	4 2,0%	6 1,4%	6 0,9%	16 1,3%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Estudios	5 2,5%	23 5,5%	24 3,7%	52 4,1%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Estudios	175 86,2%	349 83,9%	567 87,6%	1.091 86,2%
Total	Recuento % dentro de Estudios	203 100,0%	416 100,0%	647 100,0%	1.266 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.17. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR SEXO. PUNTO ACCESO PÚBLICO

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? PUNTO DE ACCESO PÚBLICO		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	48 7,7%	38 7,0%	86 7,3%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	27 4,3%	23 4,2%	50 4,3%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	33 5,3%	31 5,7%	64 5,5%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro de Sexo	14 2,2%	18 3,3%	32 2,7%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	34 5,4%	55 10,1%	89 7,6%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	471 75,1%	380 69,7%	851 72,6%
Total	Recuento % dentro de Sexo	627 100,0%	545 100,0%	1.172 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.18. FRECUENCIA Y LUGAR DE USO DISPOSITIVOS, POR NACIONALIDAD. PUNTO ACCESO PÚBLICO

¿CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET EN LOS SIGUIENTES LUGARES O DISPOSITIVOS? PUNTO DE ACCESO PÚBLICO		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente	Recuento % dentro Nacionalidad	69 6,8%	9 12,5%	7 7,8%	85 7,3%
Muchas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	37 3,7%	6 8,3%	5 5,6%	48 4,1%
Algunas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	50 5,0%	3 4,2%	12 13,3%	65 5,5%
Todos o casi todos los días	Recuento % dentro Nacionalidad	26 2,6%	4 5,6%	2 2,2%	32 2,7%
Por lo menos todas las semanas	Recuento % dentro Nacionalidad	81 8,0%	6 8,3%	3 3,3%	90 7,7%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro Nacionalidad	747 74,0%	44 61,1%	61 67,8%	852 72,7%
Total	Recuento % dentro Nacionalidad	1.010 100,0%	72 100,0%	90 100,0%	1.172 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.19. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR SEXO

MIRO EL MÓVIL CONSTANTEMENTE		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	56	65	121
	% dentro de Sexo	6,7%	8,7%	7,6%
Acuerdo medio	Recuento	151	162	313
	% dentro de Sexo	18,0%	21,8%	19,8%
Totalmente de acuerdo	Recuento	632	516	1.148
	% dentro de Sexo	75,3%	69,4%	72,6%
Total	Recuento	839	743	1.582
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

TABLA A3.1.3.20. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR SEXO

SÓLO ESTOY PENDIENTE DEL MÓVIL CUANDO ESPERO UN MENSAJE O UNA LLAMADA		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	279	140	419
	% dentro Tipo de centro	24,5%	31,5%	26,5%
Acuerdo medio	Recuento	305	127	432
	% dentro Tipo de centro	26,8%	28,5%	27,3%
Totalmente de acuerdo	Recuento	553	178	731
	% dentro Tipo de centro	48,6%	40,0%	46,2%
Total	Recuento	1.137	445	1.582
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

TABLA A3.1.3.21. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR EDAD

INCLUSO EN CLASE ESTOY PENDIENTE DEL MÓVIL		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	309	486	328	1.123
	% dentro de Edad	77,4%	74,5%	61,2%	70,8%
Acuerdo medio	Recuento	45	81	106	232
	% dentro de Edad	11,3%	12,4%	19,8%	14,6%
Totalmente de acuerdo	Recuento	45	85	102	232
	% dentro de Edad	11,3%	13,0%	19,0%	14,6%
Total	Recuento	399	652	536	1.587
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

TABLA A3.1.3.22. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR TIPO DE CENTRO

INCLUSO EN CLASE ESTOY PENDIENTE DEL MÓVIL		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	791	332	1.123
	% dentro Tipo de Centro	69,3%	74,6%	70,8%
Acuerdo medio	Recuento	184	48	232
	% dentro Tipo de Centro	16,1%	10,8%	14,6%
Totalmente de acuerdo	Recuento	167	65	232
	% dentro Tipo de Centro	14,6%	14,6%	14,6%
Total	Recuento	1.142	445	1.587
	% dentro Tipo de Centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

TABLA A3.1.3.23. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR TAMAÑO RESIDENCIA

INCLUSO EN CLASE ESTOY PENDIENTE DEL MÓVIL		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	366	623	117	1.106
	% dentro Tamaño residencia	70,5%	72,7%	63,6%	70,9%
Acuerdo medio	Recuento	90	106	32	228
	% dentro Tamaño residencia	17,3%	12,4%	17,4%	14,6%
Totalmente de acuerdo	Recuento	63	128	35	226
	% dentro Tamaño residencia	12,1%	14,9%	19,0%	14,5%
Total	Recuento	519	857	184	1.560
	% dentro Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.1.3.24. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR SEXO

AUNQUE ESTÉ CON GENTE (HABLANDO, PASANDO EL RATO) SIGO PENDIENTE DEL MÓVIL		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	472	453	925
	% dentro de Sexo	56,1%	61,3%	58,5%
Acuerdo medio	Recuento	208	190	398
	% dentro de Sexo	24,7%	25,7%	25,2%
Totalmente de acuerdo	Recuento	161	96	257
	% dentro de Sexo	19,1%	13,0%	16,3%
Total	Recuento	841	739	1.580
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

TABLA A3.1.3.25. GRADO DE ACUERDO CON CUESTIONES REFERIDAS AL USO DE MÓVIL, POR TAMAÑO RESIDENCIA

AUNQUE ESTÉ CON GENTE (HABLANDO, PASANDO EL RATO) SIGO PENDIENTE DEL MÓVIL		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Totalmente en desacuerdo	Recuento	283	521	111	915
	% dentro de Tamaño residencia	54,3%	60,6%	60,0%	58,4%
Acuerdo medio	Recuento	144	209	43	396
	% dentro de Tamaño residencia	27,6%	24,3%	23,2%	25,3%
Totalmente de acuerdo	Recuento	94	130	31	255
	% dentro de Tamaño residencia	18,0%	15,1%	16,8%	16,3%
Total	Recuento	521	860	185	1.566
	% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Escala: 0-3 = totalmente en desacuerdo; 4-6 = acuerdo medio; 7-10 = totalmente de acuerdo.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.1.3.26. FRECUENCIA CONTACTO CON FAMILIA EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR CLASE SOCIAL

¿CON QUÉ FRECUENCIA ESTÁS EN CONTACTO CON TU FAMILIA A TRAVÉS DEL MÓVIL SMARTPHONE, USANDO SISTEMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Constantemente	Recuento	108	273	73	454
	% dentro de Clase social	33,5%	28,0%	29,7%	29,4%
Muchas veces al día	Recuento	80	249	40	369
	% dentro de Clase social	24,8%	25,5%	16,3%	23,9%
Algunas veces al día	Recuento	67	218	60	345
	% dentro de Clase social	20,8%	22,3%	24,4%	22,3%
Diariamente o casi	Recuento	31	93	34	158
	% dentro de Clase social	9,6%	9,5%	13,8%	10,2%
Al menos todas las semanas	Recuento	25	79	26	130
	% dentro de Clase social	7,8%	8,1%	10,6%	8,4%
Nunca o casi nunca	Recuento	11	64	13	88Ç
	% dentro de Clase social	3,4%	6,6%	5,3%	5,7%
Total	Recuento	322	976	246	1.544
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.27. FRECUENCIA CONTACTO CON FAMILIA EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR NACIONALIDAD

¿CON QUÉ FRECUENCIA ESTÁS EN CONTACTO CON TU FAMILIA A TRAVÉS DEL MÓVIL SMARTPHONE, USANDO SISTEMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS?	NACIONALIDAD			TOTAL
	ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente				
Recuento	389	37	42	468
% dentro de Nacionalidad	28,2%	35,6%	32,8%	29,1%
Muchas veces al día				
Recuento	335	13	33	381
% dentro de Nacionalidad	24,3%	12,5%	25,8%	23,7%
Algunas veces al día				
Recuento	323	21	22	366
% dentro de Nacionalidad	23,4%	20,2%	17,2%	22,7%
Diariamente o casi				
Recuento	141	15	6	162
% dentro de Nacionalidad	10,2%	14,4%	4,7%	10,1%
Al menos todas las semanas				
Recuento	109	11	16	136
% dentro de Nacionalidad	7,9%	10,6%	12,5%	8,4%
Nunca o casi nunca				
Recuento	81	7	9	97
% dentro de Nacionalidad	5,9%	6,7%	7,0%	6,0%
Total				
Recuento	1.378	104	128	1.610
% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.28. FRECUENCIA CONTACTO CON FAMILIA EMPLEANDO RRSS, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿Y A TRAVÉS DE REDES SOCIALES (FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, WATTPAD, SNAPCHAT, YOUTUBE, ETC.)?	TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
	PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Constantemente				
Recuento	85	113	29	227
% dentro de Tamaño residencia	16,3%	13,1%	15,6%	14,5%
Muchas veces al día				
Recuento	67	93	22	182
% dentro de Tamaño residencia	12,8%	10,8%	11,8%	11,6%
Algunas veces al día				
Recuento	67	78	35	180
% dentro de Tamaño residencia	12,8%	9,1%	18,8%	11,5%
Diariamente o casi				
Recuento	25	52	10	87
% dentro de Tamaño residencia	4,8%	6,0%	5,4%	5,5%
Al menos todas las semanas				
Recuento	52	96	18	166
% dentro de Tamaño residencia	10,0%	11,2%	9,7%	10,6%
Nunca o casi nunca				
Recuento	226	428	72	726
% dentro de Tamaño residencia	43,3%	49,8%	38,7%	46,3%
Total				
Recuento	522	860	186	1.568
% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.1.3.29. FRECUENCIA CONTACTO CON AMIGOS EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR SEXO

FRECUENCIA CONTACTO CON TUS AMIGOS/AS A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO SISTEMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	465 55,0%	333 44,0%	798 49,8%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	214 25,3%	218 28,8%	432 27,0%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	90 10,7%	111 14,7%	201 12,5%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Sexo	36 4,3%	37 4,9%	73 4,6%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	17 2,0%	30 4,0%	47 2,9%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	23 2,7%	28 3,7%	51 3,2%
Total	Recuento % dentro de Sexo	845 100,0%	757 100,0%	1.602 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.30. FRECUENCIA CONTACTO CON AMIGOS EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR EDAD

FRECUENCIA CONTACTO CON TUS AMIGOS/AS A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO SISTEMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Constantemente	Recuento % dentro de Edad	176 43,1%	335 50,5%	293 53,8%	804 49,7%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Edad	115 28,2%	174 26,2%	148 27,2%	437 27,0%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Edad	70 17,2%	76 11,4%	57 10,5%	203 12,6%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Edad	17 4,2%	35 5,3%	22 4,0%	74 4,6%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro de Edad	13 3,2%	23 3,5%	11 2,0%	47 2,9%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Edad	17 4,2%	21 3,2%	14 2,6%	52 3,2%
Total	Recuento % dentro de Edad	408 100,0%	664 100,0%	545 100,0%	1.617 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.31. FRECUENCIA CONTACTO CON AMIGOS EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR NACIONALIDAD

FRECUENCIA CONTACTO CON TUS AMIGOS/AS A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO SISTEMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS	NACIONALIDAD			TOTAL
	ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente				
Recuento	699	48	56	803
% dentro de Nacionalidad	50,7%	46,2%	43,8%	49,9%
Muchas veces al día				
Recuento	376	25	34	435
% dentro de Nacionalidad	27,3%	24,0%	26,6%	27,0%
Algunas veces al día				
Recuento	168	13	21	202
% dentro de Nacionalidad	12,2%	12,5%	16,4%	12,5%
Diariamente o casi				
Recuento	65	5	3	73
% dentro de Nacionalidad	4,7%	4,8%	2,3%	4,5%
Al menos todas las semanas				
Recuento	35	3	7	45
% dentro de Nacionalidad	2,5%	2,9%	5,5%	2,8%
Nunca o casi nunca				
Recuento	35	10	7	52
% dentro de Nacionalidad	2,5%	9,6%	5,5%	3,2%
Total				
Recuento	1.378	104	128	1.610
% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.32. FRECUENCIA CONTACTO CON AMIGOS EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR ESTUDIOS

FRECUENCIA CONTACTO CON TUS AMIGOS/AS A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO SISTEMAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Constantemente	Recuento % dentro de Estudios	123 45,1%	253 46,4%	428 53,6%	804 49,7%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Estudios	71 26,0%	162 29,7%	204 25,5%	437 27,0%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Estudios	41 15,0%	74 13,6%	88 11,0%	203 12,6%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Estudios	13 4,8%	21 3,9%	40 5,0%	74 4,6%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro de Estudios	13 4,8%	13 2,4%	21 2,6%	47 2,9%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Estudios	12 4,4%	22 4,0%	18 2,3%	52 3,2%
Total	Recuento % dentro de Estudios	273 100,0%	545 100,0%	799 100,0%	1.617 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.33. FRECUENCIA CONTACTO CON AMIGOS EMPLEANDO RRSS, POR SEXO

¿Y A TRAVÉS DE REDES SOCIALES?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	366 43,5%	247 32,6%	613 38,4%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	222 26,4%	191 25,2%	413 25,8%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	101 12,0%	119 15,7%	220 13,8%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Sexo	47 5,6%	53 7,0%	100 6,3%
Al menos todas las semana	Recuento % dentro de Sexo	27 3,2%	56 7,4%	83 5,2%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	78 9,3%	91 12,0%	169 10,6%
Total	Recuento % dentro de Sexo	841 100,0%	757 100,0%	1.598 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.34. FRECUENCIA CONTACTO CON AMIGOS EMPLEANDO RRSS, POR TIPO DE CENTRO

¿Y A TRAVÉS DE REDES SOCIALES?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Constantemente	Recuento	434	184	618
	% dentro Tipo de Centro	37,5%	40,4%	38,3%
Muchas veces al día	Recuento	290	127	417
	% dentro Tipo de Centro	25,0%	27,9%	25,9%
Algunas veces al día	Recuento	174	47	221
	% dentro Tipo de Centro	15,0%	10,3%	13,7%
Diariamente o casi	Recuento	67	33	100
	% dentro Tipo de Centro	5,8%	7,3%	6,2%
Al menos todas las semanas	Recuento	57	27	84
	% dentro Tipo de Centro	4,9%	5,9%	5,2%
Nunca o casi nunca	Recuento	136	37	173
	% dentro Tipo de Centro	11,7%	8,1%	10,7%
Total	Recuento	1.158	455	1.613
	% dentro Tipo de Centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado). Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.35. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR SEXO

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento	75	62	137
	% dentro de Sexo	9,2%	8,3%	8,8%
Muchas veces al día	Recuento	63	73	136
	% dentro de Sexo	7,7%	9,8%	8,7%
Algunas veces al día	Recuento	118	134	252
	% dentro de Sexo	14,4%	18,0%	16,1%
Diariamente o casi	Recuento	43	32	75
	% dentro de Sexo	5,3%	4,3%	4,8%
Al menos todas las semanas	Recuento	59	87	146
	% dentro de Sexo	7,2%	11,7%	9,3%
Nunca o casi nunca	Recuento	461	355	816
	% dentro de Sexo	56,3%	47,8%	52,2%
Total	Recuento	819	743	1.562
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.36. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR CLASE SOCIAL

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS		CLASE SOCIAL			TOTAL
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Constantemente	Recuento	41	75	20	136
	% dentro de Clase social	13,2%	7,9%	8,2%	9,0%
Muchas veces al día	Recuento	25	85	22	132
	% dentro de Clase social	8,0%	8,9%	9,1%	8,8%
Algunas veces al día	Recuento	58	131	54	243
	% dentro de Clase social	18,6%	13,7%	22,2%	16,1%
Diariamente o casi	Recuento	11	48	14	73
	% dentro de Clase social	3,5%	5,0%	5,8%	4,8%
Al menos todas las semanas	Recuento	30	89	22	141
	% dentro de Clase social	9,6%	9,3%	9,1%	9,4%
Nunca o casi nunca	Recuento	146	525	111	782
	% dentro de Clase social	46,9%	55,1%	45,7%	51,9%
Total	Recuento	311	953	243	1.507
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.37. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR NACIONALIDAD

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DEL MÓVIL/ SMARTPHONE, USANDO MENSAJERÍA INSTANTÁNEA O SMS		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente	Recuento	111	10	15	136
	% dentro Nacionalidad	8,3%	9,9%	12,0%	8,7%
Muchas veces al día	Recuento	111	14	15	140
	% dentro Nacionalidad	8,3%	13,9%	12,0%	8,9%
Algunas veces al día	Recuento	206	22	26	254
	% dentro Nacionalidad	15,3%	21,8%	20,8%	16,2%
Diariamente o casi	Recuento	63	2	11	76
	% dentro Nacionalidad	4,7%	2,0%	8,8%	4,8%
Al menos todas las semanas	Recuento	131	7	7	145
	% dentro Nacionalidad	9,7%	6,9%	5,6%	9,2%
Nunca o casi nunca	Recuento	722	46	51	819
	% dentro Nacionalidad	53,7%	45,5%	40,8%	52,2%
Total	Recuento	1.344	101	125	1.570
	% dentro Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.38. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO RRSS, POR SEXO

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Constantemente	Recuento % dentro de Sexo	72 9,0%	58 7,8%	130 8,4%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	55 6,8%	58 7,8%	113 7,3%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Sexo	98 12,2%	106 14,3%	204 13,2%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Sexo	45 5,6%	42 5,7%	87 5,6%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro de Sexo	65 8,1%	94 12,7%	159 10,3%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Sexo	469 58,3%	385 51,8%	854 55,2%
Total	Recuento % dentro de Sexo	804 100,0%	743 100,0%	1.547 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.39. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO RRSS, POR EDAD

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES		EDAD EXACTA			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Constantemente	Recuento % dentro de Edad	31 7,9%	58 9,0%	43 8,2%	132 8,5%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Edad	25 6,3%	45 7,0%	46 8,8%	116 7,4%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Edad	45 11,4%	89 13,8%	71 13,5%	205 13,1%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Edad	21 5,3%	41 6,4%	26 5,0%	88 5,6%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro de Edad	42 10,7%	47 7,3%	71 13,5%	160 10,2%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Edad	230 58,4%	363 56,5%	268 51,0%	861 55,1%
Total	Recuento % dentro de Edad	394 100,0%	643 100,0%	525 100,0%	1.562 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.40. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO RRSS, POR CLASE SOCIAL

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Constantemente	Recuento % dentro de Clase social	38 12,3%	71 7,5%	19 7,9%	128 8,6%
Muchas veces al día	Recuento % dentro de Clase social	24 7,7%	69 7,3%	19 7,9%	112 7,5%
Algunas veces al día	Recuento % dentro de Clase social	44 14,2%	109 11,6%	42 17,4%	195 13,1%
Diariamente o casi	Recuento % dentro de Clase social	17 5,5%	50 5,3%	17 7,0%	84 5,6%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro de Clase social	29 9,4%	105 11,1%	22 9,1%	156 10,4%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro de Clase social	158 51,0%	538 57,1%	123 50,8%	819 54,8%
Total	Recuento % dentro de Clase social	310 100,0%	942 100,0%	242 100,0%	1.494 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.3.41. FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE EMPLEANDO RRSS, POR NACIONALIDAD

FRECUENCIA CONTACTO CON PERSONAS CONOCIDAS ONLINE A TRAVÉS DE REDES SOCIALES		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Constantemente	Recuento % dentro Nacionalidad	107 8,0%	10 9,8%	13 10,6%	130 8,4%
Muchas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	95 7,1%	9 8,8%	12 9,8%	116 7,5%
Algunas veces al día	Recuento % dentro Nacionalidad	169 12,7%	13 12,7%	23 18,7%	205 13,2%
Diariamente o casi	Recuento % dentro Nacionalidad	67 5,0%	10 9,8%	11 8,9%	88 5,7%
Al menos todas las semanas	Recuento % dentro Nacionalidad	145 10,9%	7 6,9%	7 5,7%	159 10,2%
Nunca o casi nunca	Recuento % dentro Nacionalidad	747 56,2%	53 52,0%	57 46,3%	857 55,1%
Total	Recuento % dentro Nacionalidad	1.330 100,0%	102 100,0%	123 100,0%	1.555 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

1.4. Conectados, ¿para qué?

TABLA A3.1.4.4.1. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR SEXO

EN UN DÍA NORMAL, ¿PARA QUÉ COSAS USAS WHATSAPP U OTRA APLICACIÓN DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA?	SEXO		TOTAL
	CHICA	CHICO	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas) Recuento % dentro de Sexo	357 42,6%	328 44,4%	685
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico) Recuento % dentro de Sexo	357 62,0%	328 64,4%	685
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...) Recuento % dentro de Sexo	279 33,3%	248 33,6%	527
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico) Recuento % dentro de Sexo	787 93,8%	676 91,5%	1.463
Planificar actividades con amigos/as Recuento % dentro de Sexo	692 82,5%	640 86,6%	1.332
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as Recuento % dentro de Sexo	473 56,4%	289 39,1%	762
Solicitar información, realizar gestiones personales Recuento % dentro de Sexo	137 16,3%	155 21,0%	292
Comprar o vender (quedar con vendedores/as o clientes...) Recuento % dentro de Sexo	24 2,9%	59 8,0%	83
Total Recuento	839	739	1.578

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.2. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR EDAD

EN UN DÍA NORMAL, ¿PARA QUÉ COSAS USAS WHATSAPP U OTRA APLICACIÓN DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA?	EDAD			TOTAL
	14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)				
Recuento	157	310	223	690
% dentro de Edad	39,3%	47,5%	41,2%	
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)				
Recuento	259	418	326	1.003
% dentro de Edad	64,9%	64,1%	60,3%	
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)				
Recuento	143	202	185	530
% dentro de Edad	35,8%	31,0%	34,2%	
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)				
Recuento	368	603	505	1.476
% dentro de Edad	92,2%	92,5%	93,3%	
Planificar actividades con amigos/as				
Recuento	335	548	459	1.342
% dentro de Edad	84,0%	84,0%	84,8%	
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as				
Recuento	176	302	288	766
% dentro de Edad	44,1%	46,3%	53,2%	
Solicitar información, realizar gestiones personales				
Recuento	71	133	94	298
% dentro de Edad	17,8%	20,4%	17,4%	
Comprar o vender (quedar con vendedores/as o clientes...)				
Recuento	21	29	34	84
% dentro de Edad	5,3%	4,4%	6,3%	
Total Recuento	399	652	541	1.592

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.3. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR CLASE SOCIAL

EN UN DÍA NORMAL, ¿PARA QUÉ COSAS USAS WHATSAPP U OTRA APLICACIÓN DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA?	CLASE SOCIAL			
	MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)				
Recuento	135	407	117	659
% dentro de Clase social	42,7%	42,4%	47,6%	
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)				
Recuento	193	614	151	958
% dentro de Clase social	61,1%	64,0%	61,4%	
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)				
Recuento	114	327	68	509
% dentro de Clase social	36,1%	34,1%	27,6%	
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)				
Recuento	292	891	226	1.409
% dentro de Clase social	92,4%	92,9%	91,9%	
Planificar actividades con amigos/as				
Recuento	269	819	201	1.289
% dentro de Clase social	85,1%	85,4%	81,7%	
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as				
Recuento	138	454	131	723
% dentro de Clase social	43,7%	47,3%	53,3%	
Solicitar información, realizar gestiones personales				
Recuento	66	178	43	287
% dentro de Clase social	20,9%	18,6%	17,5%	
Comprar o vender (quedar con vendedores/as o clientes...)				
Recuento	19	45	18	82
% dentro de Clase social	6,0%	4,7%	7,3%	
Total Recuento	316	959	246	1.521

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.4. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA, POR TAMAÑO RESIDENCIA

EN UN DÍA NORMAL, ¿PARA QUÉ COSAS USAS WHATSAPP U OTRA APLICACIÓN DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA?	TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
	PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)				
Recuento	250	370	61	681
% dentro de Tamaño residencia	48,0%	43,2%	32,6%	
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)				
Recuento	326	527	136	989
% dentro de Tamaño residencia	62,6%	61,6%	72,7%	
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)				
Recuento	189	274	59	522
% dentro de Tamaño residencia	36,3%	32,0%	31,6%	
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)				
Recuento	489	791	171	1.451
% dentro de Tamaño residencia	93,9%	92,4%	91,4%	
Planificar actividades con amigos/as				
Recuento	429	735	154	1.318
% dentro de Tamaño residencia	82,3%	85,9%	82,4%	
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as				
Recuento	238	419	92	749
% dentro de Tamaño residencia	45,7%	48,9%	49,2%	
Solicitar información, realizar gestiones personales				
Recuento	86	172	31	289
% dentro de Tamaño residencia	16,5%	20,1%	16,6%	
Comprar o vender (quedar con vendedores/as o clientes...)				
Recuento	29	39	15	83
% dentro de Tamaño residencia	5,6%	4,6%	8,0%	
Total Recuento	521	856	187	1.564

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.1.4.5. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE RRSS, POR SEXO

¿Y REDES SOCIALES?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Mirar información de amigos, familiares o personas cercanas	Recuento	650	507	1.157
	% dentro Sexo	79,2%	72,8%	
Mirar información de personas que no conozco mucho o desconocidas	Recuento	320	246	566
	% dentro Sexo	39,0%	35,3%	
Contar mis cosas, mis gustos, mis intereses...	Recuento	192	168	360
	% dentro Sexo	23,4%	24,1%	
Buscar información de cosas que me gustan o me interesan	Recuento	617	512	1.129
	% dentro Sexo	75,2%	73,6%	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)	Recuento	94	84	178
	% dentro Sexo	11,4%	12,1%	
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)	Recuento	130	118	248
	% dentro Sexo	15,8%	17,0%	
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)	Recuento	53	58	111
	% dentro Sexo	6,5%	8,3%	
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)	Recuento	571	497	1.068
	% dentro Sexo	69,5%	71,4%	
Planificar actividades con amigos/as	Recuento	320	314	634
	% dentro Sexo	39,0%	45,1%	
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as	Recuento	131	66	197
	% dentro Sexo	16,0%	9,5%	
Solicitar información, realizar gestiones personales	Recuento	52	66	118
	% dentro Sexo	6,3%	9,5%	
Comprar o vender (buscar productos, quedar con vendedores/as o clientes...)	Recuento	35	48	83
	% dentro Sexo	4,3%	6,9%	
Total	Recuento	821	696	1.517

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.6. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE RRSS, POR EDAD

¿Y REDES SOCIALES?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Mirar información de amigos, familiares o personas cercanas	Recuento	289	469	404	1.162
	% dentro Edad	76,5%	75,0%	76,7%	
Mirar información de personas que no conozco mucho o desconocidas	Recuento	139	239	192	570
	% dentro Edad	36,8%	38,2%	36,4%	
Contar mis cosas, mis gustos, mis intereses...	Recuento	92	150	123	365
	% dentro Edad	24,3%	24,0%	23,3%	
Buscar información de cosas que me gustan o me interesan	Recuento	272	471	394	1.137
	% dentro Edad	72,0%	75,4%	74,8%	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)	Recuento	45	66	70	181
	% dentro Edad	11,9%	10,6%	13,3%	
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)	Recuento	62	99	91	252
	% dentro Edad	16,4%	15,8%	17,3%	
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)	Recuento	28	48	36	112
	% dentro Edad	7,4%	7,7%	6,8%	
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)	Recuento	275	431	372	1.078
	% dentro Edad	72,8%	69,0%	70,6%	
Planificar actividades con amigos/as	Recuento	161	273	205	639
	% dentro Edad	42,6%	43,7%	38,9%	
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as	Recuento	42	94	63	199
	% dentro Edad	11,1%	15,0%	12,0%	
Solicitar información, realizar gestiones personales	Recuento	26	47	47	120
	% dentro Edad	6,9%	7,5%	8,9%	
Comprar o vender (buscar productos, quedar con vendedores/as o clientes...)	Recuento	14	32	38	84
	% dentro Edad	3,7%	5,1%	7,2%	
Total	Recuento	378	625	527	1.530

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.7. USOS DIARIOS MÁS FRECUENTES DE RRSS, POR NACIONALIDAD

¿Y REDES SOCIALES?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Mirar información de amigos, familiares o personas cercanas	Recuento	1.011	64	83	1.158
	% Nacionalidad	77,4%	66,0%	68,0%	
Mirar información de personas que no conozco mucho o desconocidas	Recuento	495	30	41	566
	% Nacionalidad	37,9%	30,9%	33,6%	
Contar mis cosas, mis gustos, mis intereses...	Recuento	314	22	28	364
	% Nacionalidad	24,0%	22,7%	23,0%	
Buscar información de cosas que me gustan o me interesan	Recuento	969	71	93	1.133
	% Nacionalidad	74,2%	73,2%	76,2%	
Cuestiones relacionadas con los estudios (citas con los profesores, consultas)	Recuento	152	8	20	180
	% Nacionalidad	11,6%	8,2%	16,4%	
Hablar con la familia (simplemente charlar con la familia sin un objetivo específico)	Recuento	189	23	38	250
	% Nacionalidad	14,5%	23,7%	31,1%	
Planificar actividades familiares (quedar con padres/madres o hermanos/as, ajustar horarios, organizar tareas de casa...)	Recuento	92	12	8	112
	% Nacionalidad	7,0%	12,4%	6,6%	
Hablar con amigos/as (simplemente charlar con los/as amigos/as sin un objetivo específico)	Recuento	936	59	81	1.076
	% Nacionalidad	71,7%	60,8%	66,4%	
Planificar actividades con amigos/as	Recuento	555	42	41	638
	% Nacionalidad	42,5%	43,3%	33,6%	
Dar o pedir consejo o ayudar a familiares, amigos/as y/o conocidos/as	Recuento	162	20	16	198
	% Nacionalidad	12,4%	20,6%	13,1%	
Solicitar información, realizar gestiones personales	Recuento	97	9	14	120
	% Nacionalidad	7,4%	9,3%	11,5%	
Comprar o vender (buscar productos, quedar con vendedores/as o clientes...)	Recuento	64	12	8	84
	% Nacionalidad	4,9%	12,4%	6,6%	
Total	Recuento	1.306	97	122	1.525

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.8. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS UTILIDAD PERCIBIDA DE INTERNET PARA CUESTIONES SOCIALES Y POLÍTICAS, POR SEXO

	CUESTIONAR, CRITICAR Y DENUNCIAR SITUACIONES DE INJUSTICIA	APOYAR Y SECUNDAR CAUSAS Y MOVILIZACIONES
Chica		
Media	4,83	4,17
N	812	800
Desv. estándar	3,694	3,596
Chico		
Media	4,08	3,49
N	731	729
Desv. estándar	3,448	3,185
Total		
Media	4,47	3,85
N	1.543	1.529
Desv. estándar	3,598	3,422

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.9. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS UTILIDAD PERCIBIDA DE INTERNET PARA CUESTIONES SOCIALES Y POLÍTICAS, POR EDAD

	CUESTIONAR, CRITICAR Y DENUNCIAR SITUACIONES DE INJUSTICIA	VOTAR Y PARTICIPAR EN DECISIONES COLECTIVAS	APOYAR Y SECUNDAR CAUSAS Y MOVILIZACIONES
14 años			
Media	3,95	3,70	3,45
N	387	391	383
Desv. estándar	3,564	3,160	3,355
15 años			
Media	4,49	3,85	3,80
N	641	641	635
Desv. estándar	3,589	3,243	3,468
16 años			
Media	4,83	4,08	4,17
N	528	527	524
Desv. estándar	3,588	3,204	3,386
Total			
Media	4,47	3,89	3,84
N	1.556	1.559	1.542
Desv. estándar	3,596	3,211	3,422

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.10. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS UTILIDAD PERCIBIDA DE INTERNET PARA CUESTIONES SOCIALES Y POLÍTICAS, POR NACIONALIDAD

	CUESTIONAR, CRITICAR Y DENUNCIAR SITUACIONES DE INJUSTICIA	VOTAR Y PARTICIPAR EN DECISIONES COLECTIVAS	APOYAR Y SECUNDAR CAUSAS Y MOVILIZACIONES
Español/a de nacimiento			
Media	4,55	3,98	3,91
N	1.332	1.330	1.320
Desv. estándar	3,584	3,190	3,429
Española adquirida			
Media	4,43	3,62	3,53
N	100	101	100
Desv. estándar	3,825	3,597	3,600
Otra			
Media	3,81	3,25	3,44
N	119	123	117
Desv. estándar	3,501	3,050	3,188
Total			
Media	4,48	3,90	3,85
N	1.551	1.554	1.537
Desv. estándar	3,597	3,212	3,424

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.1.4.11. RESUMEN PRINCIPALES DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS UTILIDAD PERCIBIDA DE INTERNET PARA CUESTIONES SOCIALES Y POLÍTICAS, POR ESTUDIOS

	CUESTIONAR, CRITICAR Y DENUNCIAR SITUACIONES DE INJUSTICIA	VOTAR Y PARTICIPAR EN DECISIONES COLECTIVAS	APOYAR Y SECUNDAR CAUSAS Y MOVILIZACIONES	GENERAR Y DIFUNDIR CONTENIDOS SOCIALES Y/O POLÍTICOS	TENER INFLUENCIA SOBRE LAS OPINIONES Y DECISIONES DE OTRAS PERSONAS	PARTICIPAR EN CUESTIONES SOCIALES Y/O POLÍTICAS
2º ESO						
Media	4,16	3,81	3,57	3,14	3,22	2,95
N	261	268	261	267	258	262
Desv. estándar	3,548	3,237	3,388	3,280	3,438	3,160
3º ESO						
Media	4,07	3,58	3,49	3,22	3,23	3,00
N	524	524	514	520	522	517
Desv. estándar	3,644	3,154	3,356	3,224	3,177	3,218
4º ESO						
Media	4,85	4,13	4,17	3,78	3,66	3,41
N	771	767	767	768	767	764
Desv. estándar	3,543	3,225	3,449	3,408	3,309	3,251
Total						
Media	4,47	3,89	3,84	3,48	3,44	3,20
N	1.556	1.559	1.542	1.555	1.547	1.543
Desv. estándar	3,596	3,211	3,422	3,337	3,292	3,230

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

2. ESTAR EN LAS REDES

2.1. Redes: una mirada ambivalente... pero desde dentro

TABLA A3.2.1.1. NÚMERO DE PERFILES EN RRSS, POR SEXO

SI TIENES... ¿CUÁNTOS?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Uno	Recuento % dentro de Sexo	258 33,0%	314 45,5%	572 38,9%
Más de uno	Recuento % dentro de Sexo	523 67,0%	376 54,5%	899 61,1%
Total	Recuento % dentro de Sexo	781 100,0%	690 100,0%	1.471 100,0%

Base tienen perfil RRSS. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.2. NÚMERO DE PERFILES EN RRSS, POR NACIONALIDAD

SI TIENES... ¿CUÁNTOS?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Uno	Recuento % dentro de Nacionalidad	517 40,7%	33 34,4%	27 24,1%	577 39,0%
Más de uno	Recuento % dentro de Nacionalidad	753 59,3%	63 65,6%	85 75,9%	901 61,0%
Total	Recuento % dentro de Nacionalidad	1.270 100,0%	96 100,0%	112 100,0%	1.478 100,0%

Base tienen perfil RRSS. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.3. NÚMERO DE PERFILES EN RRSS POR TAMAÑO RESIDENCIA

SI TIENES... ¿CUÁNTOS?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Uno	Recuento % dentro de Tamaño residencia	195 39,8%	322 40,6%	53 30,6%	570 39,1%
Más de uno	Recuento % dentro de Tamaño residencia	295 60,2%	472 59,4%	120 69,4%	887 60,9%
Total	Recuento % dentro de Tamaño residencia	490 100,0%	794 100,0%	173 100,0%	1.457 100,0%

Base tienen perfil RRSS. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.4. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL

LAS PERSONAS MIENTEN MÁS EN INTERNET Y REDES SOCIALES QUE "CARA A CARA"		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Acuerdo bajo	Recuento % dentro de Clase social	26 8,2%	30 3,1%	11 4,5%	67 4,4%
Acuerdo medio	Recuento % dentro de Clase social	39 12,3%	105 10,9%	37 15,0%	181 11,9%
Acuerdo alto	Recuento % dentro de Clase social	253 79,6%	825 85,9%	199 80,6%	1.277 83,7%
Total	Recuento % dentro de Clase social	318 100,0%	960 100,0%	247 100,0%	1.525 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.5. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LAS PERSONAS MIENTEN MÁS EN INTERNET Y REDES SOCIALES QUE "CARA A CARA"		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Acuerdo bajo	Recuento	20	42	8	70
	% dentro Tamaño residencia	3,8%	4,9%	4,3%	4,5%
Acuerdo medio	Recuento	76	78	34	188
	% dentro Tamaño residencia	14,6%	9,1%	18,1%	12,0%
Acuerdo alto	Recuento	426	738	146	1.310
	% dentro Tamaño residencia	81,6%	86,0%	77,7%	83,5%
Total	Recuento	522	858	188	1.568
	% dentro Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.6. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS

LAS PERSONAS MIENTEN MÁS EN INTERNET Y REDES SOCIALES QUE "CARA A CARA"		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Acuerdo bajo	Recuento	14	31	27	72
	% dentro de Estudios	5,3%	5,7%	3,4%	4,5%
Acuerdo medio	Recuento	41	66	84	191
	% dentro de Estudios	15,5%	12,2%	10,6%	12,0%
Acuerdo alto	Recuento	209	446	678	1.333
	% dentro de Estudios	79,2%	82,1%	85,9%	83,5%
Total	Recuento	264	543	789	1.596
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.7. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR SEXO

LAS REDES SOCIALES TE QUITAN TIEMPO PARA LAS RELACIONES PERSONALES		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Acuerdo bajo	Recuento % dentro de Sexo	192 22,9%	218 29,2%	410 25,9%
Acuerdo medio	Recuento % dentro de Sexo	242 28,9%	265 35,5%	507 32,0%
Acuerdo alto	Recuento % dentro de Sexo	404 48,2%	263 35,3%	667 42,1%
Total	Recuento % dentro de Sexo	838 100,0%	746 100,0%	1.584 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.8. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL

LAS REDES SOCIALES TE QUITAN TIEMPO PARA LAS RELACIONES PERSONALES		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Acuerdo bajo	Recuento % dentro Clase social	97 30,7%	231 23,9%	67 27,2%	395 25,9%
Acuerdo medio	Recuento % dentro Clase social	98 31,0%	299 31,0%	87 35,4%	484 31,7%
Acuerdo alto	Recuento % dentro Clase social	121 38,3%	436 45,1%	92 37,4%	649 42,5%
Total	Recuento % dentro Clase social	316 100,0%	966 100,0%	246 100,0%	1.528 100,0

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.9. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LAS REDES SOCIALES TE QUITAN TIEMPO PARA LAS RELACIONES PERSONALES		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Acuerdo bajo	Recuento	151	213	43	407
	% dentro Tamaño residencia	28,9%	24,7%	22,9%	25,9%
Acuerdo medio	Recuento	181	257	64	502
	% dentro Tamaño residencia	34,7%	29,8%	34,0%	31,9%
Acuerdo alto	Recuento	190	393	81	664
	% dentro Tamaño residencia	36,4%	45,5%	43,1%	42,2%
Total	Recuento	522	863	188	1.573
	% dentro Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.10. GRADO DE ACUERDO CON AFIRMACIONES SOBRE REDES SOCIALES, POR TIPO DE CENTRO

LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES A TRAVÉS DE REDES SOCIALES SON FRÍAS E IMPERSONALES		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Acuerdo bajo	Recuento	284	139	423
	% dentro Tipo de centro	25,1%	30,8%	26,8%
Acuerdo medio	Recuento	455	177	632
	% dentro Tipo de centro	40,3%	39,2%	40,0%
Acuerdo alto	Recuento	391	135	526
	% dentro Tipo de centro	34,6%	29,9%	33,3%
Total	Recuento	1.130	451	1.581
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

* Centro privado (concertado y no concertado).

TABLA A3.2.1.11. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES, POR SEXO

SEXO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Chica					
Media	0,122	0,015	-0,046	-0,136	0,016
N	724	724	724	724	724
Desv. estándar	1,019	1,021	1,040	0,978	1,056
Chico					
Media	-0,125	-0,009	0,055	0,136	-0,018
N	669	669	669	669	669
Desv. estándar	0,964	0,978	0,951	1,003	0,928
Total					
Media	0,003	0,004	0,002	-0,005	0,000
N	1.393	1.393	1.393	1.393	1.393
Desv. estándar	1,000	1,000	0,999	0,999	0,996

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.2.1.12. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES, POR TIPO DE CENTRO

TIPO DE CENTRO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Público					
Media	-0,006	0,041	-0,021	0,033	-0,027
N	983	983	983	983	983
Desv. estándar	0,999	1,012	0,975	1,006	1,005
Privado*					
Media	0,013	-0,096	0,050	-0,076	0,063
N	420	420	420	420	420
Desv. estándar	1,002	0,965	1,055	0,984	0,987
Total					
Media	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
N	1.403	1.403	1.403	1.403	1.403
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

* Centro privado (concertado y no concertado).

TABLA A3.2.1.13. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL

CLASE SOCIAL	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Media-alta y alta					
Media	-0,009	-0,119	-0,023	0,104	0,081
N	285	285	285	285	285
Desv. estándar	1,060	1,050	1,076	1,052	0,995
Media					
Media	0,017	0,058	0,005	-0,034	-0,004
N	829	829	829	829	829
Desv. estándar	0,976	0,973	0,975	0,979	0,990
Media-baja y baja					
Media	-0,019	-0,033	0,109	0,004	-0,028
N	227	227	227	227	227
Desv. estándar	0,986	1,020	0,939	0,998	0,974
Total					
Media	0,005	0,005	0,016	0,002	0,010
N	1.341	1.341	1.341	1.341	1.341
Desv. estándar	0,995	1,000	0,991	0,999	0,988

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.2.1.14. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES, POR NACIONALIDAD

NACIONALIDAD	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Español/a de nacimiento					
Media	0,006	-0,008	0,009	-0,029	0,021
N	1.191	1.191	1.191	1.191	1.191
Desv. estándar	1,000	0,998	0,992	0,996	1,005
Española adquirida					
Media	0,000	0,109	-0,068	0,022	-0,108
N	91	91	91	91	91
Desv. estándar	1,043	1,042	1,065	1,040	0,912
Otra					
Media	-0,043	0,024	0,019	0,264	-0,091
N	115	115	115	115	115
Desv. estándar	0,954	0,962	0,995	0,982	0,989
Total					
Media	0,001	0,002	0,005	-0,002	0,003
N	1.397	1.397	1.397	1.397	1.397
Desv. estándar	0,998	0,998	0,996	1,001	0,998

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.2.1.15. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

TAMAÑO RESIDENCIA	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
Pueblo o ciudad pequeña					
Media	-0,032	-0,026	-0,092	0,062	-0,093
N	455	455	455	455	455
Desv. estándar	1,008	1,001	1,036	1,017	1,018
Ciudad medio o medio-grande					
Media	0,032	-0,001	0,086	-0,054	0,042
N	753	753	753	753	753
Desv. estándar	1,002	1,007	0,983	0,984	1,003
Gran ciudad					
Media	-0,079	0,097	-0,093	0,143	0,073
N	175	175	175	175	175
Desv. estándar	0,960	0,958	0,947	0,985	0,949
Total					
Media	-0,003	0,003	0,005	0,009	0,002
N	1.383	1.383	1.383	1.383	1.383
Desv. estándar	0,999	0,999	1,000	0,997	1,003

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.16. FACTORIAL DE POSICIONES ANTE LAS REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS

ESTUDIOS EN CURSO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5
2º ESO					
Media	-0,059	-0,105	0,064	0,037	0,010
N	235	235	235	235	235
Desv. estándar	0,962	1,034	1,024	0,961	1,021
3ª ESO					
Media	-0,004	0,035	-0,067	0,067	0,000
N	485	485	485	485	485
Desv. estándar	1,008	1,024	1,012	0,989	0,981
4º ESO					
Media	0,023	0,011	0,026	-0,060	-0,003
N	683	683	683	683	683
Desv. estándar	1,008	0,969	0,982	1,019	1,007
Total					
Media	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
N	1.403	1.403	1.403	1.403	1.403
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.2.1.17. GRADO DE ACUERDO CON BENEFICIOS EN EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS

GRACIAS A INTERNET Y LAS REDES SOCIALES ME SIENTO MÁS CONECTADO/A A MIS AMIGOS		ESTUDIOS			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Acuerdo bajo	Recuento	30	43	65	138
	% dentro de Estudios	11,3%	7,9%	8,3%	8,7%
Acuerdo medio	Recuento	47	119	139	305
	% dentro de Estudios	17,7%	22,0%	17,8%	19,2%
Acuerdo alto	Recuento	189	380	577	1.146
	% dentro de Estudios	71,1%	70,1%	73,9%	72,1%
Total	Recuento	266	542	781	1.589
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.18. GRADO DE ACUERDO CON BENEFICIOS EN EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES, POR SEXO

DESDE QUE TENGO MI MÓVIL ES MÁS FÁCIL ORGANIZAR MIS ACTIVIDADES COTIDIANAS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Acuerdo bajo	Recuento	115	72	187
	% dentro de Sexo	14,0%	9,9%	12,0%
Acuerdo medio	Recuento	209	187	396
	% dentro de Sexo	25,4%	25,6%	25,5%
Acuerdo alto	Recuento	499	471	970
	% dentro de Sexo	60,6%	64,5%	62,5%
Total	Recuento	823	730	1.553
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.19. GRADO DE ACUERDO CON BENEFICIOS EN EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES, POR TIPO DE CENTRO

DESDE QUE TENGO MI MÓVIL SIENTO QUE DEBO ESTAR SIEMPRE DISPONIBLE PARA MI FAMILIA Y AMIGOS		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Acuerdo bajo	Recuento	336	103	439
	% dentro Tipo de centro	29,9%	23,1%	28,0%
Acuerdo medio	Recuento	367	148	515
	% dentro Tipo de centro	32,7%	33,3%	32,9%
Acuerdo alto	Recuento	419	194	613
	% dentro Tipo de centro	37,3%	43,6%	39,1%
Total	Recuento	1.122	445	1.567
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado). Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.20. GRADO DE ACUERDO CON BENEFICIOS EN EL USO DE INTERNET Y REDES SOCIALES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

GRACIAS A INTERNET Y LAS REDES SOCIALES ME SIENTO MÁS CONECTADO/A A MIS AMIGOS		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Acuerdo bajo	Recuento	39	76	20	135
	% dentro de Tamaño residencia	7,5%	8,9%	10,6%	8,6%
Acuerdo medio	Recuento	100	162	37	299
	% dentro de Tamaño residencia	19,2%	19,0%	19,7%	19,1%
Acuerdo alto	Recuento	382	616	131	1.129
	% dentro de Tamaño residencia	73,3%	72,1%	69,7%	72,2%
Total	Recuento	521	854	188	1.563
	% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.21. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR SEXO

LA COMUNICACIÓN ENTRE PADRES E HIJOS/AS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Sexo	121 14,8%	182 25,2%	303 19,7%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Sexo	336 41,2%	239 33,1%	575 37,4%
Permanece igual	Recuento % dentro de Sexo	359 44,0%	300 41,6%	659 42,9%
Total	Recuento % dentro de Sexo	816 100,0%	721 100,0%	1.537 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.22. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LA COMUNICACIÓN ENTRE PADRES E HIJOS/AS		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Tamaño residencia	124 24,3%	139 16,7%	41 22,4%	304 19,9%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Tamaño residencia	168 32,9%	331 39,8%	75 41,0%	574 37,6%
Permanece igual	Recuento % dentro de Tamaño residencia	219 42,9%	362 43,5%	67 36,6%	648 42,5%
Total	Recuento % dentro de Tamaño residencia	511 100,0%	832 100,0%	183 100,0%	1.526 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.23. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR ESTUDIOS

LA COMUNICACIÓN ENTRE PADRES E HIJOS/AS		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Estudios	42 16,5%	120 22,8%	143 18,6%	305 19,7%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Estudios	105 41,2%	192 36,4%	286 37,2%	583 37,6%
Permanece igual	Recuento % dentro de Estudios	108 42,4%	215 40,8%	340 44,2%	663 42,7%
Total	Recuento % dentro de Estudios	255 100,0%	527 100,0%	769 100,0%	1.551 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.24. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR SEXO

LAS PELEAS Y LOS MALOS ENTENDIDOS EN LA FAMILIA		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Sexo	302 39,3%	212 30,8%	514 35,3%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Sexo	77 10,0%	122 17,7%	199 13,7%
Permanece igual	Recuento % dentro de Sexo	390 50,7%	354 51,5%	744 51,1%
Total	Recuento % dentro de Sexo	769 100,0%	688 100,0%	1.457 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.25. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR CLASE SOCIAL

LAS PELEAS Y LOS MALOS ENTENDIDOS EN LA FAMILIA		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Clase social	109 36,1%	304 34,4%	82 36,0%	495 35,0%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Clase social	61 20,2%	116 13,1%	18 7,9%	195 13,8%
Permanece igual	Recuento % dentro de Clase social	132 43,7%	463 52,4%	128 56,1%	723 51,2%
Total	Recuento % dentro de Clase social	302 100,0%	883 100,0%	228 100,0%	1.413 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.26. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LAS PELEAS Y LOS MALOS ENTENDIDOS EN LA FAMILIA		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Tamaño residencia	151 31,4%	288 36,0%	68 40,5%	507 35,0%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Tamaño residencia	82 17,0%	95 11,9%	25 14,9%	202 14,0%
Permanece igual	Recuento % dentro de Tamaño residencia	248 51,6%	416 52,1%	75 44,6%	739 51,0%
Total	Recuento % dentro de Tamaño residencia	481 100,0%	799 100,0%	168 100,0%	1.448 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.27. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR ESTUDIOS

LAS PELEAS Y LOS MALOS ENTENDIDOS EN LA FAMILIA		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Estudios	101 40,7%	184 36,9%	231 31,9%	516 35,1%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Estudios	33 13,3%	69 13,9%	101 14,0%	203 13,8%
Permanece igual	Recuento % dentro de Estudios	114 46,0%	245 49,2%	392 54,1%	751 51,1%
Total	Recuento % dentro de Estudios	248 100,0%	498 100,0%	724 100,0%	1.470 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.28. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR SEXO

LAS RELACIONES CON LOS HERMANOS/AS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Sexo	159 21,5%	210 32,0%	369 26,4%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Sexo	185 25,0%	114 17,4%	299 21,4%
Permanece igual	Recuento % dentro de Sexo	397 53,6%	333 50,7%	730 52,2%
Total	Recuento % dentro de Sexo	741 100,0%	657 100,0%	1.398 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.29. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR EDAD

LAS RELACIONES CON LOS HERMANOS/AS		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Edad	94 26,3%	145 25,3%	134 27,9%	373 26,4%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Edad	89 24,9%	118 20,6%	96 20,0%	303 21,5%
Permanece igual	Recuento % dentro de Edad	175 48,9%	310 54,1%	250 52,1%	735 52,1%
Total	Recuento % dentro de Edad	358 100,0%	573 100,0%	480 100,0%	1.411 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.30. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TIPO CENTRO

LAS RELACIONES CON LOS HERMANOS/AS		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Ha aumentado	Recuento % dentro Tipo de centro	276 27,0%	97 25,0%	373 26,4%
Ha disminuido	Recuento % dentro Tipo de centro	222 21,7%	81 20,9%	303 21,5%
Permanece igual	Recuento % dentro Tipo de centro	525 51,3%	210 54,1%	735 52,1%
Total	Recuento % dentro Tipo de centro	1.023 100,0%	388 100,0%	1.411 100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.31. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR CLASE SOCIAL

LAS RELACIONES CON LOS HERMANOS/AS		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Clase social	102 36,7%	207 24,1%	51 24,4%	360 26,7%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Clase social	56 20,1%	202 23,5%	34 16,3%	292 21,7%
Permanece igual	Recuento % dentro de Clase social	120 43,2%	450 52,4%	124 59,3%	694 51,6%
Total	Recuento % dentro de Clase social	278 100,0%	859 100,0%	209 100,0%	1.346 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.32. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LAS RELACIONES CON LOS HERMANOS/AS		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Ha aumentado	Recuento % dentro Tamaño residencia	153 32,2%	176 23,4%	40 24,5%	369 26,5%
Ha disminuido	Recuento % dentro Tamaño residencia	90 18,9%	161 21,4%	47 28,8%	298 21,4%
Permanece igual	Recuento % dentro Tamaño residencia	232 48,8%	415 55,2%	76 46,6%	723 52,0%
Total	Recuento % dentro Tamaño residencia	475 100,0%	752 100,0%	163 100,0%	1.390 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.33. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR ESTUDIOS

LAS RELACIONES CON LOS HERMANOS/AS		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Estudios	57 24,8%	131 27,1%	185 26,5%	373 26,4%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Estudios	69 30,0%	105 21,7%	129 18,5%	303 21,5%
Permanece igual	Recuento % dentro de Estudios	104 45,2%	247 51,1%	384 55,0%	735 52,1%
Total	Recuento % dentro de Estudios	230 100,0%	483 100,0%	698 100,0%	1.411 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.34. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR SEXO

LAS RELACIONES CON OTROS FAMILIARES		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Sexo	345 42,8%	372 52,4%	717 47,3%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Sexo	123 15,2%	101 14,2%	224 14,8%
Permanece igual	Recuento % dentro de Sexo	339 42,0%	237 33,4%	576 38,0%
Total	Recuento % dentro de Sexo	807 100,0%	710 100,0%	1.517 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.35. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LAS RELACIONES CON OTROS FAMILIARES		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Ha aumentado	Recuento	264	373	76	713
	% dentro de Tamaño residencia	52,0%	45,5%	42,0%	47,2%
Ha disminuido	Recuento	60	132	31	223
	% dentro de Tamaño residencia	11,8%	16,1%	17,1%	14,8%
Permanece igual	Recuento	184	315	74	573
	% dentro de Tamaño residencia	36,2%	38,4%	40,9%	38,0%
Total	Recuento	508	820	181	1.509
	% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.36. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR EDAD

LA PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Ha aumentado	Recuento	79	93	83	255
	% dentro de Edad	20,9%	15,1%	16,7%	17,1%
Ha disminuido	Recuento	167	336	284	787
	% dentro de Edad	44,2%	54,7%	57,0%	52,8%
Permanece igual	Recuento	132	185	131	448
	% dentro de Edad	34,9%	30,1%	26,3%	30,1%
Total	Recuento	378	614	498	1.490
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.37. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

LA PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Ha aumentado	Recuento	102	121	28	251
	% dentro de Tamaño residencia	21,3%	14,8%	15,8%	17,1%
Ha disminuido	Recuento	230	452	97	779
	% dentro de Tamaño residencia	47,9%	55,5%	54,8%	52,9%
Permanece igual	Recuento	148	242	52	442
	% dentro de Tamaño residencia	30,8%	29,7%	29,4%	30,0%
Total	Recuento	480	815	177	1.472
	% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.2.1.38. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR ESTUDIOS

LA PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Ha aumentado	Recuento	51	93	111	255
	% dentro de Estudios	20,6%	18,8%	14,9%	17,1%
Ha disminuido	Recuento	116	249	422	787
	% dentro de Estudios	47,0%	50,2%	56,5%	52,8%
Permanece igual	Recuento	80	154	214	448
	% dentro de Estudios	32,4%	31,0%	28,6%	30,1%
Total	Recuento	247	496	747	1.490
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.39. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR SEXO

EL HACER COSAS		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Sexo	133 16,7%	216 30,3%	349 23,1%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Sexo	308 38,6%	214 30,0%	522 34,6%
Permanece igual	Recuento % dentro de Sexo	356 44,7%	283 39,7%	639 42,3%
Total	Recuento % dentro de Sexo	797 100,0%	713 100,0%	1.510 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.40. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR NACIONALIDAD

EL HACER COSAS JUNTOS		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Ha aumentado	Recuento % dentro de Nacionalidad	295 22,7%	28 28,3%	26 22,4%	349 23,0%
Ha disminuido	Recuento % dentro de Nacionalidad	428 32,9%	45 45,5%	52 44,8%	525 34,6%
Permanece igual	Recuento % dentro de Nacionalidad	579 44,5%	26 26,3%	38 32,8%	643 42,4%
Total	Recuento % dentro de Nacionalidad	1.302 100,0%	99 100,0%	116 100,0%	1.517 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.2.1.41. PERCEPCIÓN SOBRE LA INFLUENCIA DE LAS TECNOLOGÍAS EN LAS RELACIONES FAMILIARES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

EL HACER COSAS JUNTOS	TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
	PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Ha aumentado				
Recuento	139	168	42	349
% dentro de Tamaño residencia	27,9%	20,4%	23,7%	23,3%
Ha disminuido				
Recuento	158	284	74	516
% dentro de Tamaño residencia	31,7%	34,5%	41,8%	34,4%
Permanece igual				
Recuento	201	371	61	633
% dentro de Tamaño residencia	40,4%	45,1%	34,5%	42,3%
Total				
Recuento	498	823	177	1.498
% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

3. TIC, APRENDIZAJE Y ENSEÑANZA

3.1. Las TIC en la escuela

TABLA A3.3.1.1. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR WIFI, POR TIPO CENTRO

¿ESTÁIS LOS Y LAS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR WIFI DE LA ESCUELA?	TIPO DE CENTRO		TOTAL
	PÚBLICO	PRIVADO*	
No está disponible			
Recuento	500	118	618
% dentro Tipo de centro	46,1%	27,6%	40,9%
No está disponible pero hackeamos la clave			
Recuento	260	101	361
% dentro Tipo de centro	24,0%	23,7%	23,9%
Está permitido con restricciones			
Recuento	240	166	406
% dentro Tipo de centro	22,1%	38,9%	26,9%
Está permitido sin restricciones			
Recuento	63	39	102
% dentro Tipo de centro	5,8%	9,1%	6,8%
No hay wifi en mi escuela			
Recuento	21	3	24
% dentro Tipo de centro	1,9%	0,7%	1,6%
Total			
Recuento	1.084	427	1.511
% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.2. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR WIFI, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿ESTÁIS LOS Y LAS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR WIFI DE LA ESCUELA?	TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
	PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
No está disponible				
Recuento	220	341	50	611
% dentro de Tamaño residencia	44,4%	42,0%	27,9%	41,1%
No está disponible pero hackeamos la clave				
Recuento	126	181	44	351
% dentro de Tamaño residencia	25,5%	22,3%	24,6%	23,6%
Está permitido con restricciones				
Recuento	106	231	61	398
% dentro de Tamaño residencia	21,4%	28,5%	34,1%	26,8%
Está permitido sin restricciones				
Recuento	34	45	22	101
% dentro de Tamaño residencia	6,9%	5,5%	12,3%	6,8%
No hay wifi en mi escuela				
Recuento	9	13	2	24
% dentro de Tamaño residencia	1,8%	1,6%	1,1%	1,6%
Total				
Recuento	495	811	179	1.485
% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos).
Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes).
Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.1.3. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR WIFI, POR ESTUDIOS

¿ESTÁIS LOS Y LAS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR WIFI DE LA ESCUELA?	ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
	2º ESO	3º ESO	4º ESO	
No está disponible				
Recuento	106	200	312	618
% dentro de Estudios	40,3%	38,8%	42,6%	40,9%
No está disponible pero hackeamos la clave				
Recuento	56	123	182	361
% dentro de Estudios	21,3%	23,9%	24,8%	23,9%
Está permitido con restricciones				
Recuento	91	152	163	406
% dentro de Estudios	34,6%	29,5%	22,2%	26,9%
Está permitido sin restricciones				
Recuento	7	33	62	102
% dentro de Estudios	2,7%	6,4%	8,5%	6,8%
No hay wifi en mi escuela				
Recuento	3	7	14	24
% dentro de Estudios	1,1%	1,4%	1,9%	1,6%
Total				
Recuento	263	515	733	1.511
% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.4. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR SMARTPHONE, POR TIPO DE CENTRO

¿ESTÁIS LOS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR VUESTROS SMARTPHONES EN LA ESCUELA?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
No estamos autorizados/as	Recuento	827	267	1.094
	% dentro Tipo de centro	73,1%	59,2%	69,1%
Estamos autorizados/as con restricciones	Recuento	296	172	468
	% dentro Tipo de centro	26,1%	38,1%	29,6%
Estamos autorizados/as sin restricciones	Recuento	9	12	21
	% dentro Tipo de centro	0,8%	2,7%	1,3%
Total	Recuento	1.132	451	1.583
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.5. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR SMARTPHONE, POR CLASE SOCIAL

¿ESTÁIS LOS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR VUESTROS SMARTPHONES EN LA ESCUELA?		CLASE SOCIAL			TOTAL
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
No estamos autorizados/as	Recuento	197	670	173	1.040
	% dentro de Clase social	62,7%	69,8%	71,5%	68,6%
Estamos autorizados/as con restricciones	Recuento	108	280	67	455
	% dentro de Clase social	34,4%	29,2%	27,7%	30,0%
Estamos autorizados/as sin restricciones	Recuento	9	10	2	21
	% dentro de Clase social	2,9%	1,0%	0,8%	1,4%
Total	Recuento	314	960	242	1.516
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.6. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR SMARTPHONE, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿ESTÁIS LOS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR VUESTROS SMARTPHONES EN LA ESCUELA?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
No estamos autorizados/as	Recuento	397	576	103	1.076
	% dentro de Tamaño residencia	75,9%	67,7%	56,3%	69,1%
Estamos autorizados/as con restricciones	Recuento	119	267	74	460
	% dentro de Tamaño residencia	22,8%	31,4%	40,4%	29,5%
Estamos autorizados/as sin restricciones	Recuento	7	8	6	21
	% dentro de Tamaño residencia	1,3%	0,9%	3,3%	1,3%
Total	Recuento	523	851	183	1.557
	% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.1.7. AUTORIZACIÓN DEL CENTRO PARA UTILIZAR SMARTPHONE, POR ESTUDIOS

¿ESTÁIS LOS ESTUDIANTES AUTORIZADOS A USAR VUESTROS SMARTPHONES EN LA ESCUELA?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
No estamos autorizados/as	Recuento	183	392	519	1.094
	% dentro de Estudios	68,3%	73,0%	66,7%	69,1%
Estamos autorizados/as con restricciones	Recuento	83	138	247	468
	% dentro de Estudios	31,0%	25,7%	31,7%	29,6%
Estamos autorizados/as sin restricciones	Recuento	2	7	12	21
	% dentro de Estudios	0,7%	1,3%	1,5%	1,3%
Total	Recuento	268	537	778	1.583
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.8. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA TRABAJOS ESCOLARES, POR SEXO

¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN A LOS ESTUDIANTES BUSCAR INFORMACIÓN PARA TRABAJOS ESCOLARES?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Frecuencia baja	Recuento % dentro de Sexo	123 14,7%	169 22,6%	292 18,4%
Frecuencia media	Recuento % dentro de Sexo	246 29,3%	235 31,4%	481 30,3%
Frecuencia alta	Recuento % dentro de Sexo	470 56,0%	345 46,1%	815 51,3%
Total	Recuento % dentro de Sexo	839 100,0%	749 100,0%	1.588 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.9. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA TRABAJOS ESCOLARES, POR TIPO DE CENTRO

¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN A LOS ESTUDIANTES BUSCAR INFORMACIÓN PARA TRABAJOS ESCOLARES?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Frecuencia baja	Recuento % dentro Tipo de centro	222 19,3%	75 16,6%	297 18,5%
Frecuencia media	Recuento % dentro Tipo de centro	372 32,4%	113 24,9%	485 30,3%
Frecuencia alta	Recuento % dentro Tipo de centro	555 48,3%	265 58,5%	820 51,2%
Total	Recuento % dentro Tipo de centro	1.149 100,0%	453 100,0%	1.602 100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.10. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA BUSCAR INFORMACIÓN PARA TRABAJOS ESCOLARES, POR ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN A LOS ESTUDIANTES BUSCAR INFORMACIÓN PARA TRABAJOS ESCOLARES?		ESTUDIOS			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Frecuencia baja	Recuento % dentro de Estudios	54 20,1%	96 17,7%	147 18,6%	297 18,5%
Frecuencia media	Recuento % dentro de Estudios	80 29,9%	165 30,4%	240 30,3%	485 30,3%
Frecuencia alta	Recuento % dentro de Estudios	134 50,0%	281 51,8%	405 51,1%	820 51,2%
Total	Recuento % dentro de Estudios	268 100,0%	542 100,0%	792 100,0%	1.602 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.11. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA COLABORAR CON OTROS ESTUDIANTES, POR TIPO DE CENTRO

¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN A LOS ESTUDIANTES COLABORAR CON OTROS A TRAVÉS DE INTERNET?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Frecuencia baja	Recuento % dentro Tipo de centro	611 53,8%	261 57,9%	872 54,9%
Frecuencia media	Recuento % dentro Tipo de centro	288 25,4%	114 25,3%	402 25,3%
Frecuencia alta	Recuento % dentro Tipo de centro	237 20,9%	76 16,9%	313 19,7%
Total	Recuento % dentro Tipo de centro	1.136 100,0%	451 100,0%	1.587 100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.12. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA COLABORAR CON OTROS ESTUDIANTES, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN A LOS ESTUDIANTES COLABORAR CON OTROS A TRAVÉS DE INTERNET?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Frecuencia baja	Recuento	267	491	95	853
	% dentro Tamaño residencia	51,6%	57,3%	50,5%	54,6%
Frecuencia media	Recuento	140	213	46	399
	% dentro Tamaño residencia	27,1%	24,9%	24,5%	25,5%
Frecuencia alta	Recuento	110	153	47	310
	% dentro Tamaño residencia	21,3%	17,9%	25,0%	19,8%
Total	Recuento	517	857	188	1.562
	% dentro Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.1.13. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA COLABORAR CON OTROS ESTUDIANTES, POR ESTUDIOS

¿CON QUÉ FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN A LOS ESTUDIANTES COLABORAR CON OTROS A TRAVÉS DE INTERNET?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Frecuencia baja	Recuento	154	277	441	872
	% dentro de Estudios	58,1%	51,3%	56,4%	54,9%
Frecuencia media	Recuento	62	147	193	402
	% dentro de Estudios	23,4%	27,2%	24,7%	25,3%
Frecuencia alta	Recuento	49	116	148	313
	% dentro de Estudios	18,5%	21,5%	18,9%	19,7%
Total	Recuento	265	540	782	1.587
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.14. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA ESTAR EN CONTACTO CON PROFESORES PARA CUESTIONES ESCOLARES, POR SEXO

FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN ESTAR EN CONTACTO PARA CUESTIONES ESCOLARES A TRAVÉS DE INTERNET		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Frecuencia baja	Recuento % dentro de Sexo	391 46,8%	419 56,8%	810 51,5%
Frecuencia media	Recuento % dentro de Sexo	231 27,6%	184 24,9%	415 26,4%
Frecuencia alta	Recuento % dentro de Sexo	214 25,6%	135 18,3%	349 22,2%
Total	Recuento % dentro de Sexo	836 100,0%	738 100,0%	1.574 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.15. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA ESTAR EN CONTACTO CON PROFESORES PARA CUESTIONES ESCOLARES, POR EDAD

FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN ESTAR EN CONTACTO PARA CUESTIONES ESCOLARES A TRAVÉS DE INTERNET		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Frecuencia baja	Recuento % dentro de Edad	228 56,6%	351 53,9%	239 44,8%	818 51,5%
Frecuencia media	Recuento % dentro de Edad	104 25,8%	169 26,0%	143 26,8%	416 26,2%
Frecuencia alta	Recuento % dentro de Edad	71 17,6%	131 20,1%	152 28,5%	354 22,3%
Total	Recuento % dentro de Edad	403 100,0%	651 100,0%	534 100,0%	1.588 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.16. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA ESTAR EN CONTACTO CON PROFESORES PARA CUESTIONES ESCOLARES, POR TIPO DE CENTRO

FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN ESTAR EN CONTACTO PARA CUESTIONES ESCOLARES A TRAVÉS DE INTERNET		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Frecuencia baja	Recuento % dentro Tipo de centro	604 53,0%	214 47,7%	81 51,5%
Frecuencia media	Recuento % dentro Tipo de centro	298 26,2%	118 26,3%	416 26,2%
Frecuencia alta	Recuento % dentro Tipo de centro	237 20,8%	117 26,1%	354 22,3%
Total	Recuento % dentro Tipo de centro	1.139 100,0%	449 100,0%	1.588 100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.1.17. FRECUENCIA CON QUE LOS PROFESORES PIDEN USO DE INTERNET PARA ESTAR EN CONTACTO CON PROFESORES PARA CUESTIONES ESCOLARES, POR ESTUDIOS

FRECUENCIA LOS PROFESORES PIDEN ESTAR EN CONTACTO PARA CUESTIONES ESCOLARES A TRAVÉS DE INTERNET		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Frecuencia baja	Recuento % dentro de Estudios	134 50,2%	287 53,5%	397 50,6%	818 51,5%
Frecuencia media	Recuento % dentro de Estudios	72 27,0%	157 29,3%	187 23,8%	416 26,2%
Frecuencia alta	Recuento % dentro de Estudios	61 22,8%	92 17,2%	201 25,6%	354 22,3%
Total	Recuento % dentro de Estudios	267 100,0%	536 100,0%	785 100,0%	1.588 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

3.2. Enseñar a usar las TIC

TABLA A3.3.2.1. FACTORIAL DE DESTREZAS QUE SE ENSEÑAN EN COLEGIOS, POR SEXO

SEXO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
Chica			
Media	0,044	-0,050	0,026
N	847	847	847
Desv. estándar	1,017	1,003	0,962
Chico			
Media	-0,049	0,056	-0,021
N	761	761	761
Desv. estándar	0,979	0,999	1,045
Total			
Media	0,000	0,000	0,004
N	1.608	1.608	1.608
Desv. estándar	1,000	1,002	1,002

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.3.2.2. FACTORIAL DE DESTREZAS QUE SE ENSEÑAN EN COLEGIOS, POR EDAD

EDAD	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
14 años			
Media	0,034	-0,264	0,051
N	411	411	411
Desv. estándar	1,006	0,813	1,040
15 años			
Media	0,003	-0,065	0,012
N	667	667	667
Desv. estándar	1,037	0,967	0,979
16 años			
Media	-0,029	0,279	-0,054
N	546	546	546
Desv. estándar	0,949	1,097	0,994
Total			
Media	0,000	0,000	0,000
N	1.624	1.624	1.624
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.3.2.3. FACTORIAL DE DESTREZAS QUE SE ENSEÑAN EN COLEGIOS, POR TIPO DE CENTRO

TIPO DE CENTRO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
Público			
Media	0,001	0,048	-0,038
N	1.167	1.167	1.167
Desv. estándar	0,985	1,016	1,037
Privado*			
Media	-0,004	-0,121	0,097
N	457	457	457
Desv. estándar	1,037	0,950	0,892
Total			
Media	0,000	0,000	0,000
N	1.624	1.624	1.624
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

TABLA A3.3.2.4. FACTORIAL DE DESTREZAS QUE SE ENSEÑAN EN COLEGIOS, POR ESTUDIOS

ESTUDIOS EN CURSO	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3
2º ESO			
Media	-0,007	-0,210	0,110
N	273	273	273
Desv. estándar	1,003	0,865	1,074
3ª ESO			
Media	0,084	-0,185	0,033
N	550	550	550
Desv. estándar	1,003	0,928	0,985
4º ESO			
Media	-0,055	0,198	-0,060
N	801	801	801
Desv. estándar	0,994	1,052	0,981
Total			
Media	0,000	0,000	0,000
N	1.624	1.624	1.624
Desv. estándar	1,000	1,000	1,000

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc. Datos en puntuaciones factoriales. Rotación Varimax. Método de extracción: componentes principales.

3.3. La mediación en el aprendizaje de TIC

TABLA A3.3.3.1. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE AYUDAN Y ACONSEJAN SOBRE QUÉ HACER SI ALGO TE MOLESTA EN INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	236	295	531
	% dentro de Sexo	28,9%	40,9%	34,5%
Asistencia/mediación media	Recuento	175	151	326
	% dentro de Sexo	21,4%	20,9%	21,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento	405	276	681
	% dentro de Sexo	49,6%	38,2%	44,3%
Total	Recuento	816	722	1.538
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.2. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE EXPLICAN POR QUÉ ALGUNAS PÁGINAS SON BUENAS O MALAS?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	281	322	603
	% dentro de Sexo	34,2%	44,4%	39,0%
Asistencia/mediación media	Recuento	177	159	336
	% dentro de Sexo	21,6%	21,9%	21,7%
Asistencia/mediación alta	Recuento	363	245	608
	% dentro de Sexo	44,2%	33,7%	39,3%
Total	Recuento	821	726	1.547
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.3. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE EXPLICAN POR QUÉ ALGUNAS PÁGINAS SON BUENAS O MALAS?		EDAD EXACTA			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento	133	234	242	609
	% dentro de Edad	33,4%	36,5%	46,4%	39,0%
Asistencia/mediación media	Recuento	88	150	99	337
	% dentro de Edad	22,1%	23,4%	19,0%	21,6%
Asistencia/mediación alta	Recuento	177	257	181	615
	% dentro de Edad	44,5%	40,1%	34,7%	39,4%
Total	Recuento	398	641	522	1.561
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.4. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE EXPLICAN POR QUÉ ALGUNAS PÁGINAS SON BUENAS O MALAS?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	107	363	115	585
	% dentro de Clase social	34,4%	38,5%	47,5%	39,1%
Asistencia/mediación media	Recuento	70	200	49	319
	% dentro de Clase social	22,5%	21,2%	20,2%	21,3%
Asistencia/mediación alta	Recuento	134	381	78	593
	% dentro de Clase social	43,1%	40,4%	32,2%	39,6%
Total	Recuento	311	944	242	1.497
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.5. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE SUGIEREN CÓMO MEJORAR TU SEGURIDAD EN INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	288	330	618
	% dentro de Sexo	35,2%	45,5%	40,1%
Asistencia/mediación media	Recuento	197	162	359
	% dentro de Sexo	24,1%	22,3%	23,3%
Asistencia/mediación alta	Recuento	333	233	566
	% dentro de Sexo	40,7%	32,1%	36,7%
Total	Recuento	818	725	1.543
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.6. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE SUGIEREN CÓMO MEJORAR TU SEGURIDAD EN INTERNET?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento	131	252	240	623
	% dentro de Edad	32,8%	39,5%	46,2%	40,0%
Asistencia/mediación media	Recuento	104	150	107	361
	% dentro de Edad	26,1%	23,5%	20,6%	23,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento	164	236	172	572
	% dentro de Edad	41,1%	37,0%	33,1%	36,8%
Total	Recuento	399	638	519	1.556
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.7. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE SUGIEREN CÓMO MEJORAR TU SEGURIDAD EN INTERNET?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	115	366	115	596
	% dentro de Clase social	37,2%	38,7%	47,5%	39,8%
Asistencia/mediación media	Recuento	61	227	58	346
	% dentro de Clase social	19,7%	24,0%	24,0%	23,1%
Asistencia/mediación alta	Recuento	133	352	69	554
	% dentro de Clase social	43,0%	37,2%	28,5%	37,0%
Total	Recuento	309	945	242	1.496
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.8. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE SUGIEREN CÓMO COMPORTARTE CON OTRAS PERSONAS EN INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	309	304	613
	% dentro de Sexo	38,1%	41,9%	39,9%
Asistencia/mediación media	Recuento	179	179	358
	% dentro de Sexo	22,1%	24,7%	23,3%
Asistencia/mediación alta	Recuento	323	243	566
	% dentro de Sexo	39,8%	33,5%	36,8%
Total	Recuento	811	726	1.537
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.9. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE AYUDAN CUANDO TIENES DIFICULTADES PARA HACER/ENCONTRAR ALGO EN INTERNET?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento	124	271	257	652
	% dentro de Edad	31,2%	42,2%	49,0%	41,7%
Asistencia/mediación media	Recuento	104	149	109	362
	% dentro de Edad	26,2%	23,2%	20,8%	23,1%
Asistencia/mediación alta	Recuento	169	222	159	550
	% dentro de Edad	42,6%	34,6%	30,3%	35,2%
Total	Recuento	397	642	525	1.564
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.10. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE AYUDAN CUANDO TIENES DIFICULTADES PARA HACER/ENCONTRAR ALGO EN INTERNET?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	127	380	123	630
	% dentro de Clase social	41,0%	40,1%	50,6%	42,0%
Asistencia/mediación media	Recuento	68	228	46	342
	% dentro de Clase social	21,9%	24,1%	18,9%	22,8%
Asistencia/mediación alta	Recuento	115	339	74	528
	% dentro de Clase social	37,1%	35,8%	30,5%	35,2%
Total	Recuento	310	947	243	1.500
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.11. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR ESTUDIOS

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE AYUDAN CUANDO TIENES DIFICULTADES PARA HACER/ENCONTRAR ALGO EN INTERNET?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	79	215	358	652
	% dentro de Estudios	30,0%	40,7%	46,3%	41,7%
Asistencia/mediación media	Recuento	82	116	164	362
	% dentro de Estudios	31,2%	22,0%	21,2%	23,1%
Asistencia/mediación alta	Recuento	102	197	251	550
	% dentro de Estudios	38,8%	37,3%	32,5%	35,2%
Total	Recuento	263	528	773	1.564
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.12. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	315	314	629
	% dentro de Sexo	38,3%	43,0%	40,5%
Asistencia/mediación media	Recuento	259	233	492
	% dentro de Sexo	31,5%	31,9%	31,7%
Asistencia/mediación alta	Recuento	248	183	431
	% dentro de Sexo	30,2%	25,1%	27,8%
Total	Recuento	822	730	1.552
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.13. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento	135	272	228	635
	% dentro de Edad	34,0%	42,3%	43,4%	40,6%
Asistencia/mediación media	Recuento	136	206	154	496
	% dentro de Edad	34,3%	32,0%	29,3%	31,7%
Asistencia/mediación alta	Recuento	126	165	143	434
	% dentro de Edad	31,7%	25,7%	27,2%	27,7%
Total	Recuento	397	643	525	1.565
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.14. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	122	379	110	611
	% dentro de Clase social	39,6%	40,0%	44,9%	40,7%
Asistencia/mediación media	Recuento	91	307	78	476
	% dentro de Clase social	29,5%	32,4%	31,8%	31,7%
Asistencia/mediación alta	Recuento	95	262	57	414
	% dentro de Clase social	30,8%	27,6%	23,3%	27,6%
Total	Recuento	308	948	245	1.501
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.15. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES COMPARTEN ACTIVIDADES CONTIGO EN INTERNET?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Asistencia/mediación baja	Recuento % Tamaño residencia	268 52,4%	465 54,8%	73 40,3%	806 52,3%
Asistencia/mediación media	Recuento % Tamaño residencia	122 23,9%	203 23,9%	60 33,1%	385 25,0%
Asistencia/mediación alta	Recuento % Tamaño residencia	121 23,7%	180 21,2%	48 26,5%	349 22,7%
Total	Recuento % Tamaño residencia	511 100,0%	848 100,0%	181 100,0%	1.540 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.3.16. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR NACIONALIDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES COMPARTEN ACTIVIDADES CONTIGO EN INTERNET?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Asistencia/mediación baja	Recuento % Nacionalidad	714 53,3%	51 50,0%	49 40,8%	814 52,1%
Asistencia/mediación media	Recuento % Nacionalidad	334 24,9%	25 24,5%	32 26,7%	391 25,0%
Asistencia/mediación alta	Recuento % Nacionalidad	291 21,7%	26 25,5%	39 32,5%	356 22,8%
Total	Recuento % Nacionalidad	1.339 100,0%	102 100,0%	120 100,0%	1.561 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.17. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE ENSEÑAN Y AYUDAN CON COSAS RELACIONADAS CON INTERNET?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento % dentro de Edad	188 46,9%	361 56,2%	304 58,0%	853 54,4%
Asistencia/mediación media	Recuento % dentro de Edad	108 26,9%	148 23,1%	123 23,5%	379 24,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento % dentro de Edad	105 26,2%	133 20,7%	97 18,5%	335 21,4%
Total	Recuento % dentro de Edad	401 100,0%	642 100,0%	524 100,0%	1.567 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.18. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE ENSEÑAN Y AYUDAN CON COSAS RELACIONADAS CON INTERNET?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Asistencia/mediación baja	Recuento % Tamaño residencia	282 55,0%	476 56,2%	80 44,2%	838 54,4%
Asistencia/mediación media	Recuento % Tamaño residencia	132 25,7%	180 21,3%	62 34,3%	374 24,3%
Asistencia/mediación alta	Recuento % Tamaño residencia	99 19,3%	191 22,6%	39 21,5%	329 21,3%
Total	Recuento % Tamaño residencia	513 100,0%	847 100,0%	181 100,0%	1.541 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.3.19. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE ENSEÑAN Y AYUDAN CON COSAS RELACIONADAS CON INTERNET?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	146	514	157	817
	% dentro de Clase social	47,2%	54,2%	64,3%	54,4%
Asistencia/mediación media	Recuento	75	235	52	362
	% dentro de Clase social	24,3%	24,8%	21,3%	24,1%
Asistencia/mediación alta	Recuento	88	200	35	323
	% dentro de Clase social	28,5%	21,1%	14,3%	21,5%
Total	Recuento	309	949	244	1.502
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.20. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR ESTUDIOS

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE ENSEÑAN Y AYUDAN CON COSAS RELACIONADAS CON INTERNET?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	133	272	448	853
	% dentro de Estudios	50,6%	51,1%	58,0%	54,4%
Asistencia/mediación media	Recuento	75	133	171	379
	% dentro de Estudios	28,5%	25,0%	22,2%	24,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento	55	127	153	335
	% dentro de Estudios	20,9%	23,9%	19,8%	21,4%
Total	Recuento	263	532	772	1.567
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.21. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR NACIONALIDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES TE ANIMAN A EXPLORAR Y APRENDER COSAS POR TI MISMO/A EN INTERNET?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	751	59	49	859
	% dentro de Nacionalidad	56,8%	59,0%	41,5%	55,8%
Asistencia/mediación media	Recuento	296	22	35	353
	% dentro de Nacionalidad	22,4%	22,0%	29,7%	22,9%
Asistencia/mediación alta	Recuento	275	19	34	328
	% dentro de Nacionalidad	20,8%	19,0%	28,8%	21,3%
Total	Recuento	1.322	100	118	1.540
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.22. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES COMPARTEN CLAVES O CONTRASEÑAS PARA COMPRAS O REGISTROS EN INTERNET?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	166	593	152	911
	% dentro de Clase social	54,4%	62,8%	63,3%	61,2%
Asistencia/mediación media	Recuento	61	163	39	263
	% dentro de Clase social	20,0%	17,3%	16,3%	17,7%
Asistencia/mediación alta	Recuento	78	188	49	315
	% dentro de Clase social	25,6%	19,9%	20,4%	21,2%
Total	Recuento	305	944	240	1.489
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.23. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento	255	440	375	1.070
	% dentro de Edad	63,6%	68,1%	71,7%	68,2%
Asistencia/mediación media	Recuento	84	115	87	286
	% dentro de Edad	20,9%	17,8%	16,6%	18,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento	62	91	61	214
	% dentro de Edad	15,5%	14,1%	11,7%	13,6%
Total	Recuento	401	646	523	1.570
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.24. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR NACIONALIDAD

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	921	77	68	1.066
	% dentro de Nacionalidad	68,7%	75,5%	55,7%	68,1%
Asistencia/mediación media	Recuento	240	13	33	286
	% dentro de Nacionalidad	17,9%	12,7%	27,0%	18,3%
Asistencia/mediación alta	Recuento	180	12	21	213
	% dentro de Nacionalidad	13,4%	11,8%	17,2%	13,6%
Total	Recuento	1.341	102	122	1.565
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.25. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR CLASE SOCIAL

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		CLASE SOCIAL			
		MEDIA-ALTA Y ALTA	MEDIA	MEDIA-BAJA Y BAJA	
Asistencia/mediación baja	Recuento	193	659	181	1.033
	% dentro de Clase social	62,3%	69,2%	74,2%	68,6%
Asistencia/mediación media	Recuento	56	176	38	270
	% dentro de Clase social	18,1%	18,5%	15,6%	17,9%
Asistencia/mediación alta	Recuento	61	117	25	203
	% dentro de Clase social	19,7%	12,3%	10,2%	13,5%
Total	Recuento	310	952	244	1.506
	% dentro de Clase social	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.26. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROGENITORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR ESTUDIOS

¿EN QUÉ MEDIDA TUS PADRES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	172	350	548	1.070
	% dentro de Estudios	65,2%	65,9%	70,7%	68,2%
Asistencia/mediación media	Recuento	58	97	131	286
	% dentro de Estudios	22,0%	18,3%	16,9%	18,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento	34	84	96	214
	% dentro de Estudios	12,9%	15,8%	12,4%	13,6%
Total	Recuento	264	531	775	1.570
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.27. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿TUS PROFESORES TE AYUDAN Y ACONSEJAN SOBRE LO QUE DEBERÍAS HACER SI ALGO TE MOLESTA EN INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	391	377	768
	% dentro de Sexo	48,3%	52,4%	50,2%
Asistencia/mediación media	Recuento	164	151	315
	% dentro de Sexo	20,2%	21,0%	20,6%
Asistencia/mediación alta	Recuento	255	192	447
	% dentro de Sexo	31,5%	26,7%	29,2%
Total	Recuento	810	720	1.530
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.28. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TIPO CENTRO

¿TUS PROFESORES TE AYUDAN Y ACONSEJAN SOBRE LO QUE DEBERÍAS HACER SI ALGO TE MOLESTA EN INTERNET?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Asistencia/mediación baja	Recuento	592	185	777
	% dentro Tipo de centro	53,4%	42,5%	50,3%
Asistencia/mediación media	Recuento	229	86	315
	% dentro Tipo de centro	20,6%	19,8%	20,4%
Asistencia/mediación alta	Recuento	288	164	452
	% dentro Tipo de centro	26,0%	37,7%	29,3%
Total	Recuento	1.109	435	1.544
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.29. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TIPO DE CENTRO

¿TUS PROFESORES TE EXPLICAN POR QUÉ ALGUNAS PÁGINAS SON BUENAS O MALAS?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Asistencia/mediación baja	Recuento	472	144	616
	% dentro Tipo de centro	42,5%	32,7%	39,7%
Asistencia/mediación media	Recuento	275	127	402
	% dentro Tipo de centro	24,8%	28,8%	25,9%
Asistencia/mediación alta	Recuento	363	170	533
	% dentro Tipo de centro	32,7%	38,5%	34,4%
Total	Recuento	1.110	441	1.551
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.30. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TIPO DE CENTRO

¿TUS PROFESORES TE SUGIEREN CÓMO MEJORAR TU SEGURIDAD EN INTERNET?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Asistencia/mediación baja	Recuento	488	160	648
	% dentro Tipo de centro	44,0%	36,3%	41,8%
Asistencia/mediación media	Recuento	281	106	387
	% dentro Tipo de centro	25,3%	24,0%	25,0%
Asistencia/mediación alta	Recuento	341	175	516
	% dentro Tipo de centro	30,7%	39,7%	33,3%
Total	Recuento	1.110	441	1.551
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.31. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TIPO DE CENTRO

¿TUS PROFESORES TE SUGIEREN CÓMO COMPORTARTE CON OTRAS PERSONAS EN INTERNET?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Asistencia/mediación baja	Recuento	631	203	834
	% dentro Tipo de centro	56,9%	46,2%	53,9%
Asistencia/mediación media	Recuento	225	98	323
	% dentro Tipo de centro	20,3%	22,3%	20,9%
Asistencia/mediación alta	Recuento	252	138	390
	% dentro Tipo de centro	22,7%	31,4%	25,2%
Total	Recuento	1.108	439	1.547
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.32. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿TUS PROFESORES TE AYUDAN CUANDO TIENES DIFICULTADES PARA HACER O ENCONTRAR ALGO EN INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	303	287	590
	% dentro de Sexo	37,4%	39,6%	38,5%
Asistencia/mediación media	Recuento	192	201	393
	% dentro de Sexo	23,7%	27,8%	25,6%
Asistencia/mediación alta	Recuento	315	236	551
	% dentro de Sexo	38,9%	32,6%	35,9%
Total	Recuento	810	724	1.534
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.33. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿TUS PROFESORES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Asistencia/mediación baja	Recuento % Tamaño residencia	345 68,9%	593 70,2%	108 59,3%	1.046 68,5%
Asistencia/mediación media	Recuento % Tamaño residencia	93 18,6%	160 18,9%	44 24,2%	297 19,4%
Asistencia/mediación alta	Recuento % Tamaño residencia	63 12,6%	92 10,9%	30 16,5%	185 12,1%
Total	Recuento % Tamaño residencia	501 100,0%	845 100,0%	182 100,0%	1.528 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.3.34. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR NACIONALIDAD

¿TUS PROFESORES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Asistencia/mediación baja	Recuento % Nacionalidad	933 70,2%	63 61,8%	65 55,6%	1.061 68,5%
Asistencia/mediación media	Recuento % Nacionalidad	244 18,3%	23 22,5%	34 29,1%	301 19,4%
Asistencia/mediación alta	Recuento % Nacionalidad	153 11,5%	16 15,7%	18 15,4%	187 12,1%
Total	Recuento % Nacionalidad	1.330 100,0%	102 100,0%	117 100,0%	1.549 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.35. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TIPO CENTRO

¿TUS PROFESORES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Asistencia/mediación baja	Recuento	786	278	1.064
	% dentro Tipo de centro	70,7%	62,9%	68,5%
Asistencia/mediación media	Recuento	195	107	302
	% dentro Tipo de centro	17,5%	24,2%	19,4%
Asistencia/mediación alta	Recuento	131	57	188
	% dentro Tipo de centro	11,8%	12,9%	12,1%
Total	Recuento	1.112	442	1.554
	% dentro Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.36. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR ESTUDIOS

¿TUS PROFESORES HABLAN CONTIGO SOBRE LO QUE HACES EN INTERNET?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	178	340	546	1.064
	% dentro de Estudios	68,7%	64,2%	71,4%	68,5%
Asistencia/mediación media	Recuento	48	116	138	302
	% dentro de Estudios	18,5%	21,9%	18,0%	19,4%
Asistencia/mediación alta	Recuento	33	74	81	188
	% dentro de Estudios	12,7%	14,0%	10,6%	12,1%
Total	Recuento	259	530	765	1.554
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.37. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR EDAD

¿TUS PROFESORES COMPARTEN ACTIVIDADES CONTIGO EN INTERNET?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Asistencia/mediación baja	Recuento % dentro de Edad	209 53,7%	323 50,9%	229 44,0%	761 49,3%
Asistencia/mediación media	Recuento % dentro de Edad	84 21,6%	153 24,1%	136 26,2%	373 24,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento % dentro de Edad	96 24,7%	159 25,0%	155 29,8%	410 26,6%
Total	Recuento % dentro de Edad	389 100,0%	635 100,0%	520 100,0%	1.544 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.38. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿TUS PROFESORES COMPARTEN ACTIVIDADES CONTIGO EN INTERNET?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Asistencia/mediación baja	Recuento % Tamaño residencia	233 46,5%	441 52,7%	72 40,0%	746 49,1%
Asistencia/mediación media	Recuento % Tamaño residencia	134 26,7%	182 21,7%	52 28,9%	368 24,2%
Asistencia/mediación alta	Recuento % Tamaño residencia	134 26,7%	214 25,6%	56 31,1%	404 26,6%
Total	Recuento % Tamaño residencia	501 100,0%	837 100,0%	180 100,0%	1.518 100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.3.39. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR SEXO

¿TUS PROFESORES TE ENSEÑAN Y AYUDAN CON COSAS RELACIONADAS CON INTERNET?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	339	337	676
	% dentro de Sexo	41,7%	46,4%	43,9%
Asistencia/mediación media	Recuento	254	231	485
	% dentro de Sexo	31,2%	31,8%	31,5%
Asistencia/mediación alta	Recuento	220	158	378
	% dentro de Sexo	27,1%	21,8%	24,6%
Total	Recuento	813	726	1.539
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.40. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR ESTUDIOS

¿TUS PROFESORES TE ENSEÑAN Y AYUDAN CON COSAS RELACIONADAS CON INTERNET?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Asistencia/mediación baja	Recuento	121	206	358	685
	% dentro de Estudios	46,9%	39,0%	46,7%	44,1%
Asistencia/mediación media	Recuento	70	179	237	486
	% dentro de Estudios	27,1%	33,9%	30,9%	31,3%
Asistencia/mediación alta	Recuento	67	143	172	382
	% dentro de Estudios	26,0%	27,1%	22,4%	24,6%
Total	Recuento	258	528	767	1.553
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.41. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TAMAÑO RESIDENCIA

¿TUS PROFESORES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Asistencia/mediación baja	Recuento	368	682	129	1.179
	% Tamaño residencia	73,3%	80,9%	71,3%	77,3%
Asistencia/mediación media	Recuento	91	95	26	212
	% Tamaño residencia	18,1%	11,3%	14,4%	13,9%
Asistencia/mediación alta	Recuento	43	66	26	135
	% Tamaño residencia	8,6%	7,8%	14,4%	8,8%
Total	Recuento	502	843	181	1.526
	% Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.3.42. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR TIPO CENTRO

¿TUS PROFESORES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		TIPO DE CENTRO		TOTAL
		PÚBLICO	PRIVADO*	
Asistencia/mediación baja	Recuento	875	323	1.198
	% Tipo de centro	79,0%	72,7%	77,2%
Asistencia/mediación media	Recuento	137	79	216
	% Tipo de centro	12,4%	17,8%	13,9%
Asistencia/mediación alta	Recuento	95	42	137
	% Tipo de centro	8,6%	9,5%	8,8%
Total	Recuento	1.107	444	1.551
	% Tipo de centro	100,0%	100,0%	100,0%

* Centro privado (concertado y no concertado).

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.3.43. GRADO PERCIBIDO DE ASISTENCIA O ACOMPAÑAMIENTO DE LOS PROFESORES PARA ACTIVIDADES TECNOLÓGICAS, POR ESTUDIOS

¿TUS PROFESORES SE SIENTAN CONTIGO MIENTRAS USAS INTERNET (VIENDO LO QUE HACES, PERO SIN PARTICIPAR)?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Asistencia/mediación baja					
	Recuento	196	390	612	1.198
	% dentro de Estudios	76,0%	73,4%	80,3%	77,2%
Asistencia/mediación media					
	Recuento	41	82	93	216
	% dentro de Estudios	15,9%	15,4%	12,2%	13,9%
Asistencia/mediación alta					
	Recuento	21	59	57	137
	% dentro de Estudios	8,1%	11,1%	7,5%	8,8%
Total	Recuento	258	531	762	1.551
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

3.4. Las destrezas (y dónde se adquieren)

TABLA A3.3.4.1. DESTREZAS QUE SE POSEEN EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA, POR SEXO

		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Sé tratar y editar textos	Recuento	807	701	1.508
	% dentro de Sexo	95,7%	94,1%	
Sé manejar bases de datos	Recuento	465	486	951
	% dentro de Sexo	55,2%	65,2%	
Sé crear presentaciones (PowerPoint, Prezzi)	Recuento	811	697	1.508
	% dentro de Sexo	96,2%	93,6%	
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	Recuento	502	487	989
	% dentro de Sexo	59,5%	65,4%	
Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada	Recuento	807	697	1.504
	% dentro de Sexo	95,7%	93,6%	
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social	Recuento	735	646	1.381
	% dentro de Sexo	87,2%	86,7%	
Sé borrar el registro de las páginas visitadas	Recuento	759	698	1.457
	% dentro de Sexo	90,0%	93,7%	
Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro	Recuento	741	655	1.396
	% dentro de Sexo	87,9%	87,9%	
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...	Recuento	503	468	971
	% dentro de Sexo	59,7%	62,8%	
Sé descargar aplicaciones	Recuento	825	725	1.550
	% dentro de Sexo	97,9%	97,3%	
Sé conectarme a una red wifi desde smartphone	Recuento	815	706	1.521
	% dentro de Sexo	96,7%	94,8%	
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo	Recuento	671	636	1.307
	% dentro de Sexo	79,6%	85,4%	
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica	Recuento	683	629	1.312
	% dentro de Sexo	81,0%	84,4%	
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla	Recuento	816	719	1.535
	% dentro de Sexo	96,8%	96,5%	
Total	Recuento	843	745	1.588

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.2. DESTREZAS QUE SE POSEEN EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA, POR EDAD

		EDAD EXACTA			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Sé tratar y editar textos	Recuento	387	619	512	1.518
	% dentro de Edad	94,6%	94,5%	95,2%	
Sé manejar bases de datos	Recuento	213	375	371	959
	% dentro de Edad	52,1%	57,3%	69,0%	
Sé crear presentaciones (PowerPoint, Prezzi)	Recuento	388	617	515	1.520
	% dentro de Edad	94,9%	94,2%	95,7%	
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	Recuento	247	405	347	999
	% dentro de Edad	60,4%	61,8%	64,5%	
Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada	Recuento	381	618	517	1.516
	% dentro de Edad	93,2%	94,4%	96,1%	
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social	Recuento	336	567	488	1.391
	% dentro de Edad	82,2%	86,6%	90,7%	
Sé borrar el registro de las páginas visitadas	Recuento	365	600	504	1.469
	% dentro de Edad	89,2%	91,6%	93,7%	
Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro	Recuento	354	576	478	1.408
	% dentro de Edad	86,6%	87,9%	88,8%	
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...	Recuento	227	394	360	981
	% dentro de Edad	55,5%	60,2%	66,9%	
Sé descargar aplicaciones	Recuento	399	637	526	1.562
	% dentro de Edad	97,6%	97,3%	97,8%	
Sé conectarme a una red wifi desde smartphone	Recuento	383	627	523	1.533
	% dentro de Edad	93,6%	95,7%	97,2%	
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo	Recuento	322	535	459	1.316
	% dentro de Edad	78,7%	81,7%	85,3%	
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica	Recuento	338	527	457	1.322
	% dentro de Edad	82,6%	80,5%	84,9%	
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla	Recuento	395	630	522	1.547
	% dentro de Edad	96,6%	96,2%	97,0%	
Total	Recuento	409	655	538	1.602

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.3. DESTREZAS QUE SE POSEEN EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA, POR NACIONALIDAD

		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Sé tratar y editar textos	Recuento	1.304	94	116	1.514
	% Nacionalidad	95,0%	93,1%	93,5%	
Sé manejar bases de datos	Recuento	807	64	83	954
	% Nacionalidad	58,8%	63,4%	66,9%	
Sé crear presentaciones (PowerPoint, Prezzi)	Recuento	1.304	96	115	1.515
	% Nacionalidad	95,0%	95,0%	92,7%	
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	Recuento	848	61	85	994
	% Nacionalidad	61,8%	60,4%	68,5%	
Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada	Recuento	1.298	98	116	1.512
	% Nacionalidad	94,6%	97,0%	93,5%	
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social	Recuento	1.192	84	110	1.386
	% Nacionalidad	86,9%	83,2%	88,7%	
Sé borrar el registro de las páginas visitadas	Recuento	1.255	97	113	1.465
	% Nacionalidad	91,5%	96,0%	91,1%	
Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro	Recuento	1.209	88	106	1.403
	% Nacionalidad	88,1%	87,1%	85,5%	
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...	Recuento	834	63	80	977
	% Nacionalidad	60,8%	62,4%	64,5%	
Sé descargar aplicaciones	Recuento	1.341	99	118	1.558
	% Nacionalidad	97,7%	98,0%	95,2%	
Sé conectarme a una red wifi desde smartphone	Recuento	1.310	101	117	1.528
	% Nacionalidad	95,5%	100,0%	94,4%	
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo	Recuento	1.120	90	102	1.312
	% Nacionalidad	81,6%	89,1%	82,3%	
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica	Recuento	1.129	85	103	1.317
	% Nacionalidad	82,3%	84,2%	83,1%	
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla	Recuento	1.334	99	109	1.542
	% Nacionalidad	97,2%	98,0%	87,9%	
Total	Recuento	1.372	101	124	1.597

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.4. DESTREZAS QUE SE POSEEN EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA, POR TAMAÑO RESIDENCIA

		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Sé tratar y editar textos	Recuento	489	834	168	1.491
	% Tamaño residencia	93,3%	96,4%	90,3%	
Sé manejar bases de datos	Recuento	310	521	114	945
	% Tamaño residencia	59,2%	60,2%	61,3%	
Sé crear presentaciones (PowerPoint, Prezzi)	Recuento	486	834	173	1.493
	% Tamaño residencia	92,7%	96,4%	93,0%	
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	Recuento	298	564	126	988
	% Tamaño residencia	56,9%	65,2%	67,7%	
Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada	Recuento	493	823	175	1.491
	% Tamaño residencia	94,1%	95,1%	94,1%	
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social	Recuento	432	776	160	1.368
	% Tamaño residencia	82,4%	89,7%	86,0%	
Sé borrar el registro de las páginas visitadas	Recuento	467	805	171	1.443
	% Tamaño residencia	89,1%	93,1%	91,9%	
Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro	Recuento	443	778	163	1.384
	% Tamaño residencia	84,5%	89,9%	87,6%	
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...	Recuento	324	524	116	964
	% Tamaño residencia	61,8%	60,6%	62,4%	
Sé descargar aplicaciones	Recuento	508	851	176	1.535
	% Tamaño residencia	96,9%	98,4%	94,6%	
Sé conectarme a una red wifi desde smartphone	Recuento	492	835	180	1.507
	% Tamaño residencia	93,9%	96,5%	96,8%	
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo	Recuento	433	714	150	1.297
	% Tamaño residencia	82,6%	82,5%	80,6%	
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica	Recuento	401	736	161	1.298
	% Tamaño residencia	76,5%	85,1%	86,6%	
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla	Recuento	503	839	180	1.522
	% Tamaño residencia	96,0%	97,0%	96,8%	
Total	Recuento	524	865	186	1.575

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.4.5. DESTREZAS QUE SE POSEEN EN RELACIÓN A LA TECNOLOGÍA, POR ESTUDIOS

		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Sé tratar y editar textos	Recuento	255	504	759	1.518
	% dentro de Estudios	95,5%	92,5%	96,1%	
Sé manejar bases de datos	Recuento	139	318	502	959
	% dentro de Estudios	52,1%	58,3%	63,5%	
Sé crear presentaciones (PowerPoint, Prezzi)	Recuento	254	506	760	1.520
	% dentro de Estudios	95,1%	92,8%	96,2%	
Sé cómo usar los "botones de denuncia"	Recuento	184	314	501	999
	% dentro de Estudios	68,9%	57,6%	63,4%	
Sé bloquear mensajes de personas de las que no quiero saber nada	Recuento	252	511	753	1.516
	% dentro de Estudios	94,4%	93,8%	95,3%	
Sé cambiar la configuración de privacidad en la red social	Recuento	224	457	710	1.391
	% dentro de Estudios	83,9%	83,9%	89,9%	
Sé borrar el registro de las páginas visitadas	Recuento	244	489	736	1.469
	% dentro de Estudios	91,4%	89,7%	93,2%	
Sé publicar un comentario en un blog, página web o foro	Recuento	229	470	709	1.408
	% dentro de Estudios	85,8%	86,2%	89,7%	
Sé crear un blog, web, etc., para compartir información, trabajos, archivos...	Recuento	151	325	505	981
	% dentro de Estudios	56,6%	59,6%	63,9%	
Sé descargar aplicaciones	Recuento	262	524	776	1.562
	% dentro de Estudios	98,1%	96,1%	98,2%	
Sé conectarme a una red wifi desde smartphone	Recuento	256	511	766	1.533
	% dentro de Estudios	95,9%	93,8%	97,0%	
Sé acceder a los mismos documentos, contactos y aplicaciones desde cualquier dispositivo	Recuento	221	425	670	1.316
	% dentro de Estudios	82,8%	78,0%	84,8%	
Sé desactivar la función que muestra mi posición geográfica	Recuento	227	433	662	1.322
	% dentro de Estudios	85,0%	79,4%	83,8%	
Sé proteger un smartphone con un PIN o un patrón de pantalla	Recuento	259	522	766	1.547
	% dentro de Estudios	97,0%	95,8%	97,0%	
Total	Recuento	267	545	790	1.602

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.6. MÉTODOS EMPLEADOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO, POR SEXO

		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet	Recuento	459	437	896
	% dentro de Sexo	54,2%	57,4%	
Uso Google u otro motor de búsqueda	Recuento	634	577	1.211
	% dentro de Sexo	74,9%	75,8%	
Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea	Recuento	441	437	878
	% dentro de Sexo	52,1%	57,4%	
Pregunto a amigos o conocidos	Recuento	328	276	604
	% dentro de Sexo	38,7%	36,3%	
Pregunto a familiares	Recuento	248	169	417
	% dentro de Sexo	29,3%	22,2%	
Pregunto en mi centro educativo, a profesores	Recuento	170	124	294
	% dentro de Sexo	20,1%	16,3%	
Miro libros y documentación sobre el tema	Recuento	117	84	201
	% dentro de Sexo	13,8%	11,0%	
Hago cursos	Recuento	4	12	16
	% dentro de Sexo	0,5%	1,6%	
Otros	Recuento	19	24	43
	% dentro de Sexo	2,2%	3,2%	
Total	Recuento	847	761	1.608

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.7. MÉTODOS EMPLEADOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO, POR EDAD

		EDAD EXACTA			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet	Recuento	204	343	356	903
	% dentro de Edad	49,6%	51,4%	65,2%	
Uso Google u otro motor de búsqueda	Recuento	292	512	418	1.222
	% dentro de Edad	71,0%	76,8%	76,6%	
Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea	Recuento	246	374	267	887
	% dentro de Edad	59,9%	56,1%	48,9%	
Pregunto a amigos o conocidos	Recuento	144	251	211	606
	% dentro de Edad	35,0%	37,6%	38,6%	
Pregunto a familiares	Recuento	127	182	110	419
	% dentro de Edad	30,9%	27,3%	20,1%	
Pregunto en mi centroeducativo, a profesores	Recuento	69	119	107	295
	% dentro de Edad	16,8%	17,8%	19,6%	
Miro libros y documentación sobre el tema	Recuento	57	80	68	205
	% dentro de Edad	13,9%	12,0%	12,5%	
Hago cursos	Recuento	5	6	6	17
	% dentro de Edad	1,2%	0,9%	1,1%	
Otros	Recuento	14	17	14	45
	% dentro de Edad	3,4%	2,5%	2,6%	
Total	Recuento	411	667	546	1.624

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.8. MÉTODOS EMPLEADOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO, POR NACIONALIDAD

		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet	Recuento	765	63	71	899
	% dentro de Nacionalidad	55,3%	60,6%	55,5%	
Uso Google u otro motor de búsqueda en línea	Recuento	1.059	71	87	1.217
	% dentro de Nacionalidad	76,5%	68,3%	68,0%	
Uso Wikipedia u otra enciclopedia	Recuento	744	56	83	883
	% dentro de Nacionalidad	53,8%	53,8%	64,8%	
Pregunto a amigos o conocidos	Recuento	258	21	16	295
	% dentro de Nacionalidad	38,2%	30,8%	35,2%	
Pregunto a familiares	Recuento	373	24	22	419
	% dentro de Nacionalidad	27,0%	23,1%	17,2%	
Pregunto en mi centro educativo, a profesores	Recuento	258	21	16	295
	% dentro de Nacionalidad	18,6%	20,2%	12,5%	
Miro libros y documentación sobre el tema	Recuento	162	21	21	204
	% dentro de Nacionalidad	11,7%	20,2%	16,4%	
Hago cursos	Recuento	13	2	2	17
	% dentro de Nacionalidad	0,9%	1,9%	1,6%	
Otros	Recuento	33	5	4	42
	% dentro de Nacionalidad	2,4%	4,8%	3,1%	
Total	Recuento	1.384	104	128	1.616

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.9. MÉTODOS EMPLEADOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO, POR TAMAÑO DE RESIDENCIA

		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet	Recuento	306	487	96	889
	% dentro de Tamaño residencia	57,5%	55,8%	50,5%	
Uso Google u otro motor de búsqueda	Recuento	380	677	144	120
	% dentro de Tamaño residencia	71,4%	77,6%	75,8%	
Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea	Recuento	278	485	110	873
	% dentro de Tamaño residencia	52,3%	55,6%	57,9%	
Pregunto a amigos o conocidos	Recuento	192	336	69	597
	% dentro de Tamaño residencia	36,1%	38,5%	36,3%	
Pregunto a familiares	Recuento	144	211	57	412
	% dentro de Tamaño residencia	27,1%	24,2%	30,0%	
Pregunto en mi centro educativo, a profesores	Recuento	101	156	32	289
	% dentro de Tamaño residencia	19,0%	17,9%	16,8%	
Miro libros y documentación sobre el tema	Recuento	71	103	26	200
	% dentro de Tamaño residencia	13,3%	11,8%	13,7%	
Hago cursos	Recuento	6	7	3	16
	% dentro de Tamaño residencia	1,1%	0,8%	1,6%	
Otros	Recuento	16	22	4	42
	% dentro de Tamaño residencia	3,0%	2,5%	2,1%	
Total	Recuento	532	872	190	1.594

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.4.10. MÉTODOS EMPLEADOS PARA EL APRENDIZAJE TECNOLÓGICO, POR ESTUDIOS

		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Busco tutoriales, especialistas o webs especializadas en internet	Recuento	136	283	484	903
	% dentro de Estudios	49,8%	51,5%	60,4%	
Uso Google u otro motor de búsqueda	Recuento	195	392	635	1.222
	% dentro de Estudios	71,4%	71,3%	79,3%	
Uso Wikipedia u otra enciclopedia en línea	Recuento	166	321	400	887
	% dentro de Estudios	60,8%	58,4%	49,9%	
Pregunto a amigos o conocidos	Recuento	87	211	308	606
	% dentro de Estudios	31,9%	38,4%	38,5%	
Pregunto a familiares	Recuento	84	148	187	419
	% dentro de Estudios	30,8%	26,9%	23,3%	
Pregunto en mi centro educativo, a profesores	Recuento	43	108	144	295
	% dentro de Estudios	15,8%	19,6%	18,0%	
Miro libros y documentación sobre el tema	Recuento	41	58	106	205
	% dentro de Estudios	15,0%	10,5%	13,2%	
Hago cursos	Recuento	3	4	10	17
	% dentro de Estudios	1,1%	0,7%	1,2%	
Otros	Recuento	10	17	18	45
	% dentro de Estudios	3,7%	3,1%	2,2%	
Total	Recuento	273	550	801	1.624

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.11. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS AMIGOS" POR SEXO

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS AMIGOS?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	55	95	150
	% dentro de Sexo	6,8%	13,5%	9,9%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	42	73	115
	% dentro de Sexo	5,2%	10,4%	7,6%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	104	134	238
	% dentro de Sexo	12,9%	19,1%	15,8%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	526	315	841
	% dentro de Sexo	65,1%	44,9%	55,7%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	67	62	129
	% dentro de Sexo	8,3%	8,8%	8,5%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	10	12	22
	% dentro de Sexo	1,2%	1,7%	1,5%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	4	11	15
	% dentro de Sexo	0,5%	1,6%	1,0%
Total	Recuento	808	702	1.510

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.12. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS AMIGOS" POR NACIONALIDAD

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS AMIGOS?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	122	5	23	150
	% dentro de Nacionalidad	9,4%	5,0%	19,5%	9,9%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	92	14	11	117
	% dentro de Nacionalidad	7,1%	13,9%	9,3%	7,7%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	199	23	17	239
	% dentro de Nacionalidad	15,3%	22,8%	14,4%	15,7%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	748	47	50	845
	% dentro de Nacionalidad	57,5%	46,5%	42,4%	55,6%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	112	11	8	131
	% dentro de Nacionalidad	8,6%	10,9%	6,8%	8,6%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	17	1	4	22
	% dentro de Nacionalidad	1,3%	1,0%	3,4%	1,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	10	0	5	15
	% dentro de Nacionalidad	0,8%	0,0%	4,2%	1,0%
Total	Recuento	1.300	101	118	1.519
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.13. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS AMIGOS" POR TAMAÑO DE RESIDENCIA

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS AMIGOS?		TAMAÑO RESIDENCIA			TOTAL
		PUEBLO O CIUDAD PEQUEÑA	CIUDAD MEDIO O MEDIO-GRANDE	GRAN CIUDAD	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	65	63	21	149
	% dentro de Tamaño residencia	13,1%	7,6%	12,0%	9,9%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	40	59	17	116
	% dentro de Tamaño residencia	8,0%	7,1%	9,7%	7,7%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	73	123	40	236
	% dentro de Tamaño residencia	14,7%	14,9%	22,9%	15,8%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	266	494	75	835
	% dentro de Tamaño residencia	53,5%	59,8%	42,9%	55,7%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	38	71	18	127
	% dentro de Tamaño residencia	7,6%	8,6%	10,3%	8,5%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	9	9	3	21
	% dentro de Tamaño residencia	1,8%	1,1%	1,7%	1,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	6	7	1	14
	% dentro de Tamaño residencia	1,2%	0,8%	0,6%	0,9%
Total	Recuento	497	826	175	1.498
	% dentro de Tamaño residencia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

Un pueblo o una ciudad pequeña (10.000 habitantes o menos). Una ciudad de tamaño medio o medio-grande (más de 10.000 habitantes). Una gran ciudad (1 millón de habitantes o más).

TABLA A3.3.4.14. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS AMIGOS" POR ESTUDIOS

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS AMIGOS?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	31	63	58	152
	% dentro de Estudios	12,2%	12,3%	7,7%	10,0%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	15	36	66	117
	% dentro de Estudios	5,9%	7,0%	8,7%	7,7%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	48	91	100	239
	% dentro de Estudios	18,9%	17,7%	13,2%	15,7%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	133	266	448	847
	% dentro de Estudios	52,4%	51,8%	59,3%	55,6%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	21	43	68	132
	% dentro de Estudios	8,3%	8,4%	9,0%	8,7%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	4	8	10	22
	% dentro de Estudios	1,6%	1,6%	1,3%	1,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	2	7	6	15
	% dentro de Estudios	0,8%	1,4%	0,8%	1,0%
Total	Recuento	254	514	756	1.524
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.15. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL" POR SEXO

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	32	68	100
	% dentro de Sexo	4,0%	9,7%	6,7%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	44	76	120
	% dentro de Sexo	5,5%	10,8%	8,0%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	85	160	245
	% dentro de Sexo	10,6%	22,8%	16,3%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	506	298	804
	% dentro de Sexo	63,3%	42,5%	53,5%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	108	72	180
	% dentro de Sexo	13,5%	10,3%	12,0%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	16	19	35
	% dentro de Sexo	2,0%	2,7%	2,3%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	9	9	18
	% dentro de Sexo	1,1%	1,3%	1,2%
Total	Recuento	800	702	1.502
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.16. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL" POR EDAD

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	23	39	38	100
	% dentro de Edad	6,0%	6,4%	7,4%	6,6%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	34	42	47	123
	% dentro de Edad	8,8%	6,9%	9,1%	8,1%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	66	88	92	246
	% dentro de Edad	17,1%	14,4%	17,8%	16,2%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	199	335	276	810
	% dentro de Edad	51,6%	54,7%	53,4%	53,5%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	49	84	49	182
	% dentro de Edad	12,7%	13,7%	9,5%	12,0%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	10	15	11	36
	% dentro de Edad	2,6%	2,5%	2,1%	2,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	5	9	4	18
	% dentro de Edad	1,3%	1,5%	0,8%	1,2%
Total	Recuento	386	612	517	1.515
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.17. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL" POR NACIONALIDAD

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	85	5	9	99
	% dentro de Nacionalidad	6,6%	4,9%	8,0%	6,6%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	88	14	20	122
	% dentro de Nacionalidad	6,8%	13,7%	17,7%	8,1%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	213	16	16	245
	% dentro de Nacionalidad	16,4%	15,7%	14,2%	16,2%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	702	56	51	809
	% dentro de Nacionalidad	54,2%	54,9%	45,1%	53,6%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	162	8	11	181
	% dentro de Nacionalidad	12,5%	7,8%	9,7%	12,0%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	30	3	3	36
	% dentro de Nacionalidad	2,3%	2,9%	2,7%	2,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	15	0	3	18
	% dentro de Nacionalidad	1,2%	0,0%	2,7%	1,2%
Total	Recuento	1.295	102	113	1.510
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.18. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL" POR ESTUDIOS

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A LA GENTE DE TU EDAD EN GENERAL?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	17	39	44	100
	% dentro de Estudios	6,9%	7,6%	5,8%	6,6%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	18	47	58	123
	% dentro de Estudios	7,3%	9,2%	7,7%	8,1%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	45	85	116	246
	% dentro de Estudios	18,1%	16,7%	15,3%	16,2%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	131	261	418	810
	% dentro de Estudios	52,8%	51,2%	55,2%	53,5%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	31	55	96	182
	% dentro de Estudios	12,5%	10,8%	12,7%	12,0%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	4	16	16	36
	% dentro de Estudios	1,6%	3,1%	2,1%	2,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	2	7	9	18
	% dentro de Estudios	0,8%	1,4%	1,2%	1,2%
Total	Recuento	248	510	757	1.515
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.19. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TU PADRE/MADRE" POR SEXO

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TU PADRE/MADRE?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	327	364	691
	% dentro de Sexo	40,2%	51,1%	45,3%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	235	192	427
	% dentro de Sexo	28,9%	26,9%	28,0%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	140	80	220
	% dentro de Sexo	17,2%	11,2%	14,4%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	56	33	89
	% dentro de Sexo	6,9%	4,6%	5,8%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	36	29	65
	% dentro de Sexo	4,4%	4,1%	4,3%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	11	9	20
	% dentro de Sexo	1,4%	1,3%	1,3%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	8	6	14
	% dentro de Sexo	1,0%	0,8%	0,9%
Total	Recuento	813	713	1.526
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.20. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TU PADRE/MADRE" POR EDAD

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TU PADRE/MADRE?		EDAD			TOTAL
		14 AÑOS	15 AÑOS	16 AÑOS	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	158	270	268	696
	% dentro de Edad	40,4%	43,1%	51,4%	45,2%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	116	185	129	430
	% dentro de Edad	29,7%	29,5%	24,8%	27,9%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	63	96	62	221
	% dentro de Edad	16,1%	15,3%	11,9%	14,4%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	25	29	36	90
	% dentro de Edad	6,4%	4,6%	6,9%	5,8%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	21	30	16	67
	% dentro de Edad	5,4%	4,8%	3,1%	4,4%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	3	13	5	21
	% dentro de Edad	0,8%	2,1%	1,0%	1,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	5	4	5	14
	% dentro de Edad	1,3%	0,6%	1,0%	0,9%
Total	Recuento	391	627	521	1.539
	% dentro de Edad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.21. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TU PADRE/MADRE" POR NACIONALIDAD

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TU PADRE/MADRE??		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	598	48	49	695
	% dentro de Nacionalidad	45,6%	47,5%	40,5%	45,3%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	376	22	31	429
	% dentro de Nacionalidad	28,7%	21,8%	25,6%	28,0%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	188	17	16	221
	% dentro de Nacionalidad	14,3%	16,8%	13,2%	14,4%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	69	8	12	89
	% dentro de Nacionalidad	5,3%	7,9%	9,9%	5,8%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	54	5	6	65
	% dentro de Nacionalidad	4,1%	5,0%	5,0%	4,2%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	18	0	3	21
	% dentro de Nacionalidad	1,4%	0,0%	2,5%	1,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	9	1	4	14
	% dentro de Nacionalidad	0,7%	1,0%	3,3%	0,9%
Total	Recuento	1.312	101	121	1.534
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.22. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TU PADRE/MADRE" POR ESTUDIOS

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TU PADRE/MADRE?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	119	230	347	696
	% dentro de Estudios	45,4%	45,1%	45,2%	45,2%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	59	134	237	430
	% dentro de Estudios	22,5%	26,3%	30,9%	27,9%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	45	74	102	221
	% dentro de Estudios	17,2%	14,5%	13,3%	14,4%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	17	31	42	90
	% dentro de Estudios	6,5%	6,1%	5,5%	5,8%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	17	25	25	67
	% dentro de Estudios	6,5%	4,9%	3,3%	4,4%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	1	9	11	21
	% dentro de Estudios	0,4%	1,8%	1,4%	1,4%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	4	7	3	14
	% dentro de Estudios	1,5%	1,4%	0,4%	0,9%
Total	Recuento	262	510	767	1.539
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.23. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS PROFESORES" POR SEXO

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS PROFESORES?		SEXO		TOTAL
		CHICA	CHICO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	113	209	322
	% dentro de Sexo	16,7%	33,1%	24,6%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	140	154	294
	% dentro de Sexo	20,7%	24,4%	22,5%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	226	126	352
	% dentro de Sexo	33,4%	19,9%	26,9%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	111	91	202
	% dentro de Sexo	16,4%	14,4%	15,4%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	57	29	86
	% dentro de Sexo	8,4%	4,6%	6,6%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	13	11	24
	% dentro de Sexo	1,9%	1,7%	1,8%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	16	12	28
	% dentro de Sexo	2,4%	1,9%	2,1%
Total	Recuento	676	632	1.308
	% dentro de Sexo	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.24. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS PROFESORES" POR NACIONALIDAD

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS PROFESORES?		NACIONALIDAD			TOTAL
		ESPAÑOLA DE NACIMIENTO	ESPAÑOLA ADQUIRIDA	OTRA	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	275	25	21	321
	% dentro de Nacionalidad	24,5%	27,8%	20,4%	24,4%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	268	14	13	295
	% dentro de Nacionalidad	23,9%	15,6%	12,6%	22,5%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	301	24	29	354
	% dentro de Nacionalidad	26,9%	26,7%	28,2%	26,9%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	166	15	22	203
	% dentro de Nacionalidad	14,8%	16,7%	21,4%	15,4%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	65	10	12	87
	% dentro de Nacionalidad	5,8%	11,1%	11,7%	6,6%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	22	2	2	26
	% dentro de Nacionalidad	2,0%	2,2%	1,9%	2,0%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	24	0	4	28
	% dentro de Nacionalidad	2,1%	0,0%	3,9%	2,1%
Total	Recuento	1.121	90	103	1.314
	% dentro de Nacionalidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

TABLA A3.3.4.26. PERCEPCIONES SOBRE LA HABILIDAD TECNOLÓGICA PROPIA EN COMPARACIÓN A... "TUS PROFESORES" POR ESTUDIOS

¿CUÁL CREES QUE ES TU GRADO DE HABILIDAD RESPECTO A TUS PROFESORES?		ESTUDIOS EN CURSO			TOTAL
		2º ESO	3º ESO	4º ESO	
Soy mucho más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	62	100	160	322
	% dentro de Estudios	27,7%	22,6%	24,6%	24,4%
Soy bastante más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	39	93	164	296
	% dentro de Estudios	17,4%	21,0%	25,2%	22,5%
Soy algo más habilidoso/a que ellos/as	Recuento	56	105	193	354
	% dentro de Estudios	25,0%	23,7%	29,6%	26,9%
Soy igual de habilidoso/a que ellos/as	Recuento	40	79	85	204
	% dentro de Estudios	17,9%	17,8%	13,1%	15,5%
Soy algo menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	17	37	34	88
	% dentro de Estudios	7,6%	8,4%	5,2%	6,7%
Soy bastante menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	5	13	8	26
	% dentro de Estudios	2,2%	2,9%	1,2%	2,0%
Soy mucho menos habilidoso/a que ellos/as	Recuento	5	16	7	28
	% dentro de Estudios	2,2%	3,6%	1,1%	2,1%
Total	Recuento	224	443	651	1.318
	% dentro de Estudios	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Base total muestra. Excluidos Ns/Nc.

LAS TIC Y SU INFLUENCIA EN LA SOCIALIZACIÓN DE ADOLESCENTES

Google fad BBVA