

Jóvenes y ocio digital

*Informe sobre el uso
de herramientas digitales por parte
de adolescentes en España*

Daniel Aranda
Jordi Sánchez-Navarro
Carlos Taberner



Diseño de la colección: Editorial UOC

Primera edición: Octubre 2009

© Daniel Aranda, Jordi Sánchez-Navarro y Carlos Taberero, del texto
© Editorial UOC, de esta edición
Rambla del Poblenou, 156
08018 Barcelona www.editorialuoc.com

Realización editorial: Centaures del Desert
ISBN: 978-84-692-6416-4

Universitat Oberta de Catalunya - UOC
Centre d'Estudis de l'Esplai (Fundació Catalana de l'Esplai)



Transformemos el ocio digital.
Un proyecto de socialización en el tiempo libre

Plan Avanza 2008-2010

Referencia de la concesión: TSI-040400-2008-42



Esta obra está sujeta a la licencia Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 2.5 España de Creative Commons. Usted es libre de copiarla, distribuirla y comunicarla públicamente siempre que especifique los autores y editores; no haga un uso comercial, y no haga obra derivada. La licencia completa puede consultarse en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/deed.ca>



Daniel Aranda

Daniel Aranda es doctor en Comunicación Audiovisual y profesor de los Estudios de Información y Comunicación de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Su línea investigación actual se centra en el estudio de las formas de consumo y las prácticas culturales asociadas al ocio digital de los jóvenes (redes sociales, videojuegos o la utilización de teléfonos móviles y otros dispositivos portátiles). Blog: <http://spider-uoc.blogspot.com/>

Jordi Sánchez-Navarro

Jordi Sánchez-Navarro es doctor en Comunicación Audiovisual y profesor de los Estudios de Información y Comunicación de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Ha escrito numerosos trabajos sobre cine y televisión, y en la actualidad investiga sobre las formas que adopta la innovación en el entretenimiento audiovisual y la manera en que estas interaccionan con las nuevas prácticas de consumo cultural en el paisaje mediático contemporáneo. Blog: <http://spider-uoc.blogspot.com/>

Carlos Tabernero

Carlos Tabernero es investigador del Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) y profesor de Historia de la Ciencia en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Su investigación actual se centra en las relaciones entre las prácticas comunicativas de las personas y sus modos de apropiación y percepción de la ciencia y la tecnología.

Introducción

Un grupo de profesores e investigadores de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) ha realizado una encuesta sobre el uso de las tecnologías digitales en el ocio de los adolescentes españoles. Los investigadores Daniel Aranda, Jordi Sánchez-Navarro y Carlos Tabernero (con la asistencia de Meritxell Esquirol, profesora del CESAG-UIB, y Talia Leibovitz) han diseñado y desarrollado esta encuesta como parte del proyecto de investigación “Transformemos el ocio digital: Un proyecto de socialización en el tiempo libre”, realizado en colaboración por la UOC y el Centre d’Estudis de la Fundació Catalana de l’Esplai, y financiado por el Plan Avanza¹ del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

La encuesta demuestra que la práctica totalidad de los adolescentes españoles se ha conectado alguna vez a Internet y que la gran mayoría lo hace con regularidad. Asimismo, la mayoría de ellos aprenden a utilizar Internet en contextos informales (es decir, no relacionados con la educación reglada), y se conectan principalmente en casa, donde no tienen ningún tipo de restricción para su uso. En este contexto, para los jóvenes españoles, Internet es fundamentalmente un espacio de ocio. Por otra parte, según los datos que arroja la encuesta, las chicas son más proactivas a la hora de explorar y explotar las características técnicas, herramientas y aplicaciones de la red.

Entre las herramientas disponibles para la comunicación online, Messenger es, con diferencia, la más utilizada. Respecto al uso de redes sociales online, un tercio de los jóvenes españoles no utilizan ningún tipo de red social, blog o fotolog. Entre los que sí las usan, las herramientas y servicios más utilizados son, por orden de importancia Tuenti y Fotolog en el conjunto de España. En Cataluña, sin embargo, los servicios más usados son, por orden de importancia, Fotolog y Facebook. Por otro lado, también son las chicas las que se muestran particularmente más activas en el uso de redes sociales y fotologs, en concreto

1. Referencia de la concesión TSI-040-900-2008-42

como herramientas de comunicación, para la solución de problemas prácticos y para la distribución de contenidos propios. En este sentido, el estudio ahonda en los motivos que los jóvenes tienen para usar las redes y en sus criterios a la hora de gestionar sus contactos, así como la información que comparten.

La encuesta aborda también el uso que los jóvenes hacen de los videojuegos. En este apartado, algunas de las conclusiones más relevantes del estudio son que más de la mitad de los jóvenes españoles no juega habitualmente a videojuegos, aunque hay diferencias significativas en cuanto a sexo y edad. Otra conclusión importante es que la mayoría de los jóvenes que juegan son responsables de la elección de los videojuegos, y que más de la mitad afirma no tener ningún tipo de restricción al respecto. Por otra parte, la gran mayoría de los jóvenes españoles afirma que los videojuegos no coartan ni sustituyen su vida social habitual –su intensidad de juego no alcanza la hora diaria (como media).

En cuanto al uso del teléfono móvil, la encuesta demuestra que la mayoría de los jóvenes españoles tiene teléfono móvil propio y no tiene ningún tipo de restricción para su uso, con la excepción del presupuesto. Después de las llamadas y los SMS, los usos más habituales del móvil son hacer fotos y escuchar música. El estudio se adentra también en las percepciones que los jóvenes tienen sobre el efecto del teléfono móvil en su vida cotidiana.

El universo de estudio se compone por el conjunto de adolescentes de entre 12 y 18 años de España (un total de 3.044.131 habitantes, con la excepción de la población de Canarias, Ceuta y Melilla). La población ha sido segmentada de forma proporcional por sexo, edad y tamaño de hábitat. La realización del trabajo de campo del estudio se llevó a cabo entre los días 16 de marzo y 1 de abril de 2009.

Índice

PARTE I. Informe de los principales resultados obtenidos en el estudio cuantitativo	9
Capítulo 1. Análisis de los principales resultados	11
1. Datos identificativos de los adolescentes consultados	11
2. Hábitos de los adolescentes en relación a Internet	12
Porcentaje de adolescentes que se ha conectado alguna vez a Internet ..	12
Impacto de Internet en la vida cotidiana de los adolescente	13
Visión de los adolescentes sobre la utilidades reales de Internet	14
Localización y temporalización de las conexiones realizadas por los adolescentes	16
Control paterno sobre los usos	20
Conexión, integración y percepción de Internet	20
Resumen	22
3. Usos de Internet.....	23
Usos específicos de Internet	23
Uso del correo electrónico, cuentas de mensajería instantánea y webcams	24
Uso de Redes Sociales, Blogs o Fotologs.....	25
Usos de Internet (conclusiones preliminares)	28
Resumen	29
4. Redes Sociales.....	30
5. Fotologs.....	32
Redes sociales y fotologs (conclusiones preliminares).....	35
Resumen	35
6. Videojuegos	36
Nivel de implantación de los videojuegos entre los adolescentes	36
Localización y temporalización en la utilización de videojuegos.....	37
Hábitos sociales inherentes a los videojuegos	38
Control paterno sobre el uso de los videojuegos.....	40

Percepciones finales de los adolescentes a cerca de los videojuegos.....	40
Videojuegos (conclusiones preliminares).....	42
Resumen	42
7. Teléfonos móviles	43
Niveles de implantación de los teléfonos móviles entre los adolescentes	43
Usos de la telefonía móvil	44
Control paterno sobre el uso de los teléfonos móviles	45
Percepciones finales de los adolescentes a cerca de los teléfonos móviles	46
Teléfonos móviles (conclusiones preliminares)	47
Resumen	48
Nota metodológica	49
Anexo 1: Cuestionario utilizado	57

PARTE I

Informe de los principales resultados obtenidos en el estudio cuantitavo

Capítulo 1

Análisis de los principales resultados

1. Datos identificativos de los adolescentes consultados

La muestra del presente estudio está constituida por un total de 2.054 encuestas. El número de consultas realizadas sigue una distribución proporcional a la población Española tanto por sexo como por edad de entre 12 y 18 años (con excepción de las Comunidades de Canarias, Ceuta y Melilla). Desde esta premisa, se ha realizado el 51,7% de las consultas a hombres y el 48,3% a mujeres. El 53,9% a personas de entre 12 y 15 años y el 46,1% tiene entre 16 y 18 años. Adicionalmente, también se ha tenido en cuenta que estas segmentaciones fueran a su vez proporcionales por tamaño de municipio (Menos de 2.000 habitantes, entre 2.001 y 5.000 habitantes, entre 5.001 y 10.000 habitantes, entre 10.001 y 50.000, entre 50.001 y 100.000 habitantes, entre 100.001 y 500.000 habitantes y más de 500.000 habitantes) y por comunidades.

Además de las variables de segmentación de la muestra, existe un conjunto de variables adicionales como el lugar de nacimiento o las actividades extraescolares o de fin de semana que realizan los adolescentes consultados que caracterizan el perfil de los adolescentes.

El 94,4% de los encuestados ha nacido en *España*, el 1,1% en *otros países europeos*, el 3,5% *en el resto del mundo* y hay un 1,0% que no ha querido especificar su lugar de nacimiento.

El 47,4% de los entrevistados practica deportes fuera del horario escolar mientras que el 19,5% estudia idiomas; el 11,2% hace clases de refuerzo y el 11,1% asiste a clases de música. En cambio, el 18,5% no hace actividades extraescolares. En los fines de semana, el 56,1% de los adolescentes dedica su tiempo a estar con los amigos, el 34,9% a practicar deportes, el 24,5% se queda en casa y un 12,0% afirma no hacer nada.

2. Hábito de los adolescentes en relación a Internet

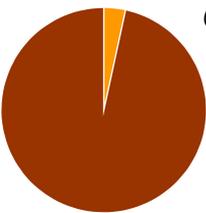
- *Porcentaje de adolescentes que se han conectado alguna vez a Internet.*
- *Impacto de Internet en la vida cotidiana de los adolescentes.*
- *Visión de los adolescentes sobre las utilidades reales de Internet.*
- *Localización y temporalización de las conexiones realizadas por los adolescentes.*
- *Control paterno sobre los usos.*

Porcentaje de adolescentes que se ha conectado alguna vez a Internet:

Casi la totalidad de los adolescentes consultados (96,7%) afirman haberse conectado alguna vez a Internet. Aún así, hay que destacar, que un 3,3% de los encuestados ha afirmado no haberse conectado nunca, porcentaje que aumenta hasta un 5,3% entre las mujeres de 12 y 15 años.

En concreto, y siguiendo la estructura de distribución de disponibilidad de conexión a Internet de la red Española, se observa que son los municipios de menor dimensión (menos de 2.000 habitantes) en los que hay mayor número de adolescentes que no se han conectado nunca (7,0%) y a medida que el tamaño de municipio aumenta, este porcentaje se va diluyendo. Destacar que en la Comunidad Autónoma de Castilla la Mancha, el nivel de adolescentes que afirma no haberse conectado nunca a Internet, se eleva hasta el 10,7%.

Figura 1. Utilización de Internet

Base: Total consultas (2054)				
	%	 <p>(En porcentajes)</p>		
Nunca se ha conectado	3,3			
Se ha conectado alguna vez	96,7			
Total	100,0			
Según género y edad	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Nunca se ha conectado	2,8	2,1	5,3	2,8
Se ha conectado alguna vez	97,2	97,9	94,8	97,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Impacto de Internet en la vida cotidiana de los adolescentes:

La concreción del impacto de la red en la “vida offline”, pueda ser evaluada o testada en términos del impacto de ésta en las acciones cotidianas y/o habituales. En estos parámetros, se solicitó a los adolescentes consultados que especificaran la información de contacto que facilitan habitualmente la primera vez que conocen a alguien personalmente y quieren seguir en contacto con esta persona en el futuro. Los resultados obtenidos exponen un índice elevado de presencia de Internet en las vidas cotidianas de los adolescentes, tanto es así, que el *Messenger* es con diferencia (53,3% de las menciones) el vehículo de comunicación más mencionado, seguido a bastante distancia de la telefonía, entendida ésta como una herramienta de comunicación más tradicional (31,5% teléfono móvil y 0,8% teléfono fijo de casa). Esta misma realidad se plasma con idénticos resultados para todas las segmentaciones realizadas en el presente análisis, otorgando de esta manera mayor consistencia a los datos agregados globales.

Figura 2. Información habitual que se da la primera vez que se conoce a alguien personalmente para seguir en contacto.

Base: Total consultas (2054)		<i>(En porcentajes afirmativos)</i>			
		Según género y edad			
	Total	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
El Messenger	53,3	49,4	56,8	52,4	55,5
El log/nombre de usuario en comunidades virtuales como Facebook o Tuenti	5,4	2,6	7,0	5,3	7,2
El nombre	23,8	28,0	16,9	27,1	22,1
El teléfono móvil	31,5	30,1	40,7	21,6	34,7
La dirección	2,6	3,5	2,5	3,0	1,1
El email	6,6	6,8	11,7	4,7	3,3
El nombre del instituto	0,4	0,3	0,0	0,9	0,2
La edad	1,4	1,2	1,0	2,1	1,3
El teléfono fijo de casa	0,8	1,0	0,0	1,3	0,7
Las aficiones personales	0,7	0,7	0,8	0,4	1,1
Los estudios	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Información falsa	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0

Otros	0,1	0,0	0,2	0,2	0,2
Ninguna	4,0	5,6	2,3	4,7	3,3
N.S.	3,5	3,8	3,7	3,2	3,3
N.R.	1,0	0,3	0,4	1,9	1,3

Para reforzar la argumentación anterior sobre el índice de normalización de Internet en las vidas de los adolescentes, observar que una tercera parte de los adolescentes (33,0%) afirma tener amigos virtuales, es decir, amigos que conoce única y exclusivamente a través de la red, porcentaje que asciende hasta el 39,0% entre los adolescentes de 16 a 18 años. Estos resultados se demuestran estadísticamente consistentes ya que, la segmentación analizada con un valor más bajo se encuentra en la Comunidad Autónoma de La Rioja (15,4%), siendo reducidas las dispersiones entre los diferentes niveles de análisis evaluados.

Visión de los adolescentes sobre las utilidades reales de Internet:

Adicionalmente a la normalización y/o cotidianidad que la red puede tener en la “vida offline”, hay que destacar la percepción sobre el tipo de herramienta que los adolescentes ven en Internet. En este sentido, el 95,1% de los que alguna vez se han conectado a la red, está de acuerdo con que *Internet les permite pasar el rato y/o entretenerse*, seguido por un 81,9% que considera que *les permite compartir fotos, videos,.. que hacen*, un 81,8% que considera que *les permite conocer lo que pasa a su alrededor* y un 80,2% que afirma que *en Internet siempre encuentran la información que buscan*. Estas cuatro conductas otorgan a la percepción que tienen los adolescentes sobre la red un carácter predominantemente de herramienta de ocio/entretenimiento y de comunicación, más que de herramienta de aprendizaje y/o formación. Argumento reforzado por el 59,7% de los adolescentes, que afirma que *Internet no les permite aprender mejor y sacar mejores notas* o el 38,6% que considera que *Internet no les reporta la posibilidad de realizar los deberes mejor*. Ambos factores influidos por la “idea” que tiene casi la mitad de los consultados (49,2%) de que *en la red la información que se encuentra no es de fiar*.

Figura 6. Nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones.

Base: se conecta (1987)		<i>(En porcentajes afirmativos)</i>			
	Total	Según género y edad			
		Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Con Internet paso el rato y me entretengo.	95,1	93,4	96,6	93,8	96,9
Internet me permite compartir las fotos que hago, los videos que grabo...	81,9	77,8	90,3	74,4	86,4
Internet me permite saber lo que pasa a mi alrededor.	81,8	79,8	88,2	77,4	82,4
En Internet siempre encuentro la información que necesito.	80,2	79,8	82,1	82,5	76,1
Internet me permite hacer amigos.	67,5	66,5	78,8	59,5	65,6
Mis padres creen que es muy importante que yo aprenda a utilizar los ordenadores.	65,1	65,3	68,3	60,3	66,7
A mis padres no les gusta que pase tanto rato navegando por Internet.	63,4	60,5	60,9	70,0	62,1
Con Internet puedo hacer los deberes mejor.	61,4	63,7	69,5	52,4	60,0
A través de Internet puedo decir lo que pienso.	55,3	52,1	70,6	45,8	53,6
Confío en la información que encuentro en Internet.	50,8	56,7	52,7	46,8	46,0
Internet me permite aprender mejor y saco mejores notas.	40,3	41,1	47,3	34,3	38,6
Internet no me interesa.	6,9	8,1	5,9	7,5	5,8

Sobre el total de adolescentes que se han conectado alguna vez a Internet (1987 casos), el 53,6% afirma haber aprendido a utilizar Internet de forma auto-didacta por el 21,8% que afirma que ha aprendido con la ayuda de algún familiar (12,5% con la ayuda de padres o tíos y 9,3% con la ayuda de hermanos o primos). Por otra parte, hay que destacar que el aprendizaje de la utilización de Internet a través del colegio, queda reducido al 15,7% de los adolescentes consultados, aunque este porcentaje se dobla, superando pues el 30,0%, en las

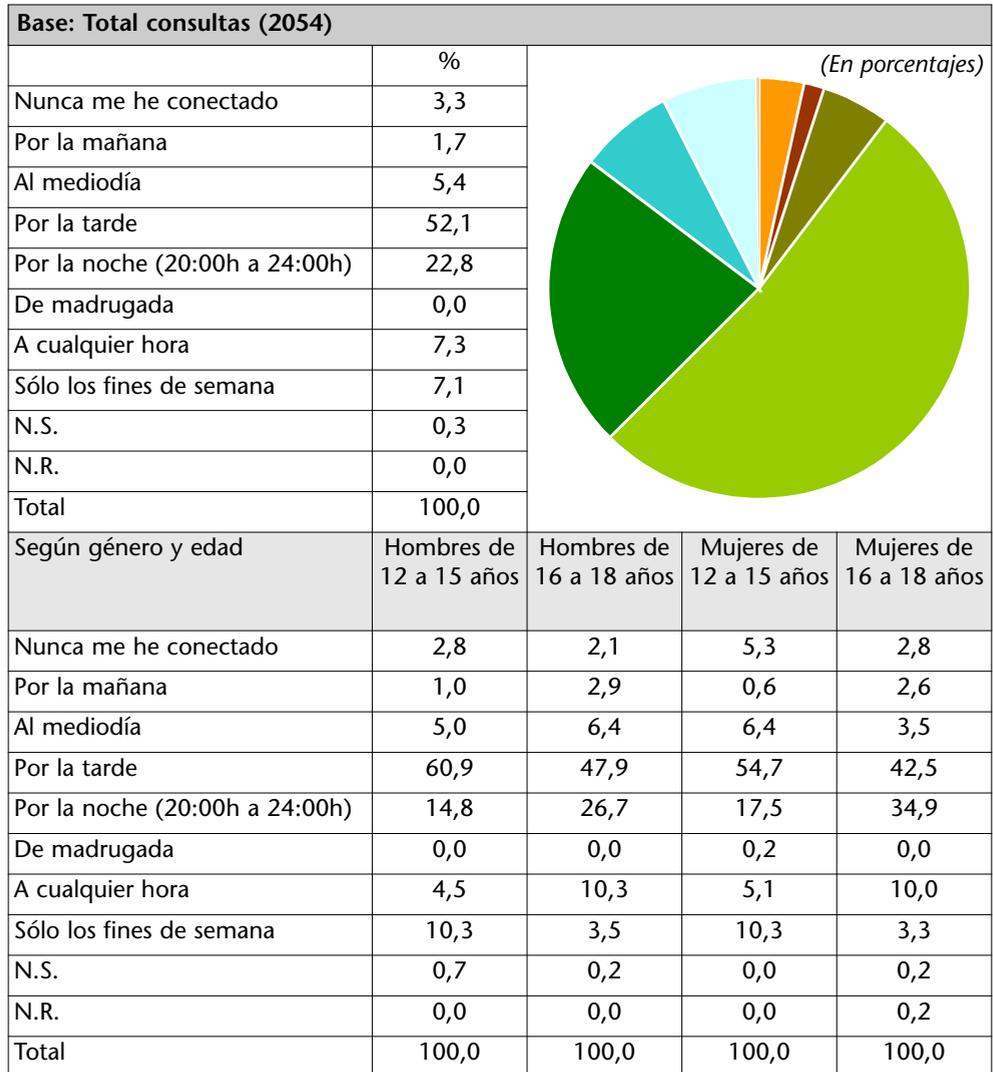
Comunidades Autónomas de Navarra, País Vasco y La Rioja (33,3%, 31,0% y 30,8% respectivamente).

Por grupos de edad, se observan diferencias significativas, y aparece una relación entre a mayor edad, mayor nivel de aprendizaje autodidacta (el 45,0% de los consultados de entre 12 y 15 años afirma haber aprendido a utilizar Internet por su cuenta, en contra del 63,6% de los consultados de entre 16 y 18 años). A menor edad, mayor peso de la familia en el sistema de aprendizaje del manejo de Internet (el 30,1% de los consultados de entre 12 y 15 años afirman haber aprendido a utilizar Internet mediante la ayuda de familiares, en contra del 12,2% de los consultados de entre 16 y 18 años).

En ambos grupos, el peso del sistema educativo formal (el colegio) es el mismo (15,6% y 15,7% para los grupos de 12 a 15 y de 16 a 18 años respectivamente).

Localización y temporalización de las conexiones realizadas por los adolescentes:

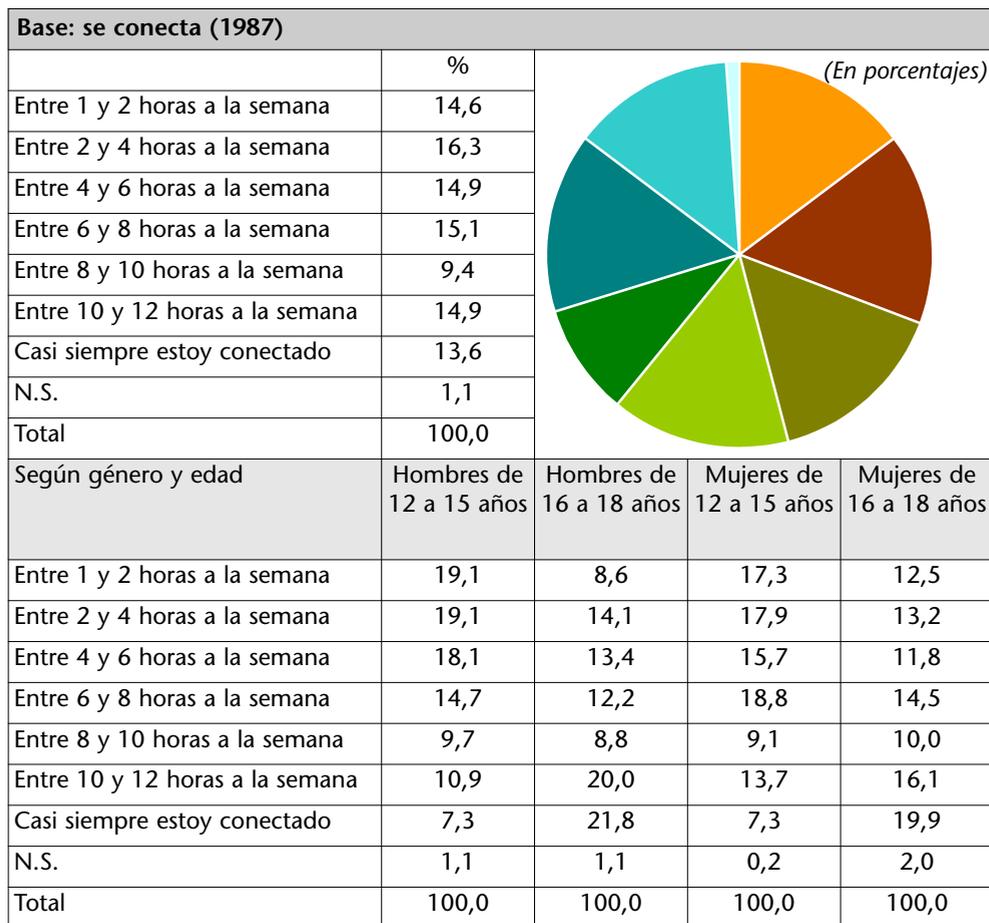
Más de la mitad de los adolescentes (52,1%) afirma que acostumbra a conectarse a Internet en horarios de tarde, porcentaje que aumenta en el caso de las mujeres más jóvenes (de 12 a 15 años) hasta el 54,7% y hasta el 60,9% en el caso de los hombres de esta misma franja de edad. El segundo horario más utilizado para conectarse a Internet es el horario de noche (20:00h a 24:00h) con el 22,8% de las menciones, porcentaje que aumenta hasta el 30,7% entre los adolescentes de mayor edad (de 16 a 18 años). Por otra parte, destacar que el 7,3% de los consultados afirma conectarse a cualquier hora, porcentaje que alcanza el 10,1% entre los adolescentes de 16 a 18 años y disminuye hasta el 4,8% entre los de menor edad. Resultados que evocan un mayor control paterno para los adolescentes de menor edad.

Figura 3. Franja horaria habitual de conexión a Internet.

Entre los adolescentes consultados que se han conectado alguna vez a Internet (1.987 casos), se observa una dispersión homogénea en términos de tiempo dedicado a navegar por Internet, es decir, los resultados obtenidos no muestran una franja de horas específica que se pueda convertir en una “moda” significativa que permita la especificación de hábitos predominantes entre los adolescentes testados. Tanto es así, que la frecuencia de uso máxima se sitúa en

la franja de “entre 6 y 8 horas semanales” con un 15,1% y la frecuencia de uso mínima, se sitúa en la franja de “entre 8 y 10 horas semanales” con un 9,4%, obteniéndose así una diferencia máxima entre los extremos recogidos de sólo un 5,7%.

Figura 4. Tiempo dedicado a navegar por Internet.



Destacar, que en términos generales, los adolescentes de mayor edad (entre 16 y 18 años), son los que declaran estar más horas conectados semanalmente (un 20,9% casi siempre está conectados y un 18,1% se conecta entre 10 y 12 horas semanales) en comparación con los adolescentes de entre 12 y 15 años (un 18,5% se conecta entre 2 y 4 horas semanales).

En términos de localización, es decir, el/los lugar/es donde los adolescentes acostumbran a conectarse a Internet de forma más habitual, se ha mencionado en un 94,5% el ámbito familiar como el lugar más habitual, destacando el 59,2% de las menciones hace referencia a su propia habitación y el 29,1% al comedor o salón de casa, estableciéndose así una clara dicotomía entre los espacios comunes de la vivienda y los espacios de ámbito más privados o personales.

Figura 5. Lugar de conexión habitual.

Base: se conecta (1987)							
	En porcentajes afirmativos						
En mi habitación	59,2						
En el comedor/salón	29,1						
En el estudio de casa/despacho de los padres	4,4						
En el colegio/trabajo	2,9						
Otros¹	8,1						
N.S.	0,1						
					0%	20%	40%
Según género y edad	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años			
En mi habitación	56,4	64,9	54,6	61,8			
En el comedor/salón	30,6	25,2	34,3	25,4			
En el estudio de casa/despacho de los padres	4,8	3,2	4,6	5,1			
En el colegio/trabajo	2,9	3,6	2,6	2,5			
Otros	8,6	6,7	7,5	9,4			
N.S.	0,2	0,0	0,0	0,0			

1 Entre el 8,1% de otros, encontramos otras localizaciones como: 1,9% en cualquier sitio porque dispone de Internet móvil; 1,2% en ciber-cafés; 1,1% en casa de amigos; 1,0% en bibliotecas públicas y; en porcentajes inferiores al 1,0% (en la habitación del hermano/a; en la habitación de los padres; en casa de familiares; en el esplai, centros sociales, parroquiales o scouts;....).

En función de la edad, aún que en términos globales ambos grupos utilizan de forma mayoritaria sus habitaciones, los adolescentes de entre 12 y 15 años, en contraposición a los adolescentes de entre 16 y 18 años, suelen utilizar en mayor medida los espacios comunitarios del hogar para conectarse a Internet, percibiéndose nuevamente un mayor control paterno entre este colectivo.

En los municipios de menor población, aún teniendo todavía poca representatividad, ganan peso otras localizaciones externas al hogar como *“los colegios/trabajos”* o *“las bibliotecas públicas”* (5,8% y 4,2% de menciones, respectivamente, para municipios menores de 2.000 habitantes).

Control paterno sobre los usos:

El 32,9% de los adolescentes consultados que se conectan a Internet afirma que en sus hogares existe algún tipo de normativa y/o restricción a la hora de utilizar la red. Porcentaje que aumenta hasta el 44,3% en el caso de los adolescentes de menor edad (de 12 a 15 años) y, en especial, entre las mujeres de 12 a 15 años (48,0%). Aún así cabe destacar, que el 67,1% de los adolescentes afirma no tener ningún tipo de restricción.

Estos resultados están en sintonía con la conclusión expresada anteriormente, en que los adolescentes de menor edad, utilizan Internet en sitios de sus viviendas de carácter más comunitario y por tanto, con mayor control paterno.

Entre los adolescentes que afirman tener algún tipo de restricción, destacan dos normativas sobre el resto, a saber: *el tipo de páginas que se pueden visitar* (54,8%) y *el tiempo de conexión máximo* (47,9%). En porcentajes más alejados pero por encima del 10,0% de menciones encontramos otras tres normativas, a saber: *las personas con las que se pueden comunicar* (13,9%), *los momentos del día en que se pueden conectar* (12,9%) y *los días de la semana en que se pueden conectar* (10,1%).

Conexión, integración y percepción de Internet

Los cruces realizados entre las principales variables sociodemográficas (género y edad) y las respuestas obtenidas revelan una relación bastante clara entre el incremento de edad y un mayor nivel de integración y personalización del uso de Internet. Así, en líneas generales, y sin olvidar que habitualmente se observa una amplia distribución de respuestas entre los distintos grupos, los encuestados de entre 16 y 18 años están más (significativamente) relacionados con:

- horarios de uso más flexibles (*a cualquier hora*, frente a horarios de *tarde y fin de semana* para los encuestados de entre 12 y 15 años);
- un mayor tiempo de dedicación (*más de 10 horas a la semana*, frente a *8 o menos horas* para los encuestados de entre 12 y 15 años);
- la conexión en espacios privados dentro del entorno familiar (en la *habitación*, frente al *comedor* –espacio comunitario– para los encuestados de entre 12 y 15 años);
- una tendencia al *aprendizaje por cuenta propia* (frente a la *ayuda de familiares* en el caso de los encuestados de entre 12 y 15 años); y
- una tendencia hacia el uso de herramientas y aplicaciones *online* (y/o TIC) como *vehículo principal / inicial de comunicación* (Messenger, el nombre de usuario en comunidades virtuales, el número del teléfono móvil).

Con estos datos en la mano cabe destacar también:

- que el aprendizaje del uso de Internet es fundamentalmente informal (apenas el 20% de los encuestados afirma haber aprendido en clase, en academias o en asociaciones de tiempo libre), independientemente de las diferencias entre distintos grupos;
- que un 13,6% de los encuestados afirma estar casi siempre conectado; y
- que la diferencia entre géneros, uno de los factores principales de la brecha digital tradicionalmente descrita, tiende claramente a desaparecer en este segmento de población, en virtud del acceso (97%), y a pesar de que haya una mayoría (significativa) de mujeres entre los no usuarios, en todo caso ligada a la edad (de entre 12 y 15 años).

El análisis también confirma una percepción del uso de Internet más versátil y personalizada por parte de los más mayores (los encuestados de entre 16 y 18 años se relacionan significativamente con un mayor nivel de conformidad en lo tocante a la mayoría de las utilidades propuestas, y en comparación con los encuestados de entre 12 y 15 años).

No obstante, en este caso, se observan también diferencias significativas relacionadas con el género, de manera que las chicas, en principio, parece que no atribuyen tanta versatilidad a Internet como hacen los chicos, siempre sin olvidar, como ya se ha mencionado, que habitualmente se observa una amplia distribución de respuestas entre los distintos grupos, lo que indica, cuando menos, una tendencia hacia la disminución / desaparición de estas diferencias.

En este sentido, cabe destacar que son precisamente las chicas las que, por un lado, perciben con mayor fuerza que *a sus padres no les gusta que pasen tanto rato navegando por Internet*, y por otro, que Internet no tiene relación con un mejor rendimiento escolar (*mejores notas*), lo puede ser indicativo, en principio, de un mayor nivel de control con respecto a las chicas por parte de padres enfocados en el uso práctico (estudios) del binomio ordenador/Internet.

De hecho, este dato viene confirmado por la relación significativa de los chicos (sobre todo en la franja alta de edad, de entre 16 y 18 años) con la *ausencia de normas en casa sobre lo que se puede hacer con Internet*. Sin embargo, estas normas, cuando existen, se refieren más al tipo de páginas que se visitan y a las personas con las que se puede contactar en el caso de los más jóvenes (12-15) y de las chicas, y al tiempo de conexión con respecto a los chicos.

Todos estos datos, considerados en conjunto, sugieren una dinámica de negociación con respecto a los medios y la tecnología dentro del ámbito familiar (el lugar más habitual de conexión, para el 94,5% de los encuestados) entre los padres y los hijos, donde a medida que éstos avanzan en la edad, van haciendo un uso más independiente, personalizado y versátil de las herramientas de las que disponen. En este contexto, parece, en principio, que los chicos son ligeramente más proactivos, aunque este particular habrá que confirmarlo o matizarlo en función del resto de los resultados de la encuesta.

RESUMEN: Hábitos de los adolescentes en relación a Internet

- *La práctica totalidad de los adolescentes españoles se ha conectado alguna vez a Internet.*
- *La mayoría de los jóvenes españoles aprende a utilizar Internet en contextos informales (familia, amigos).*
- *La mayoría de los jóvenes españoles se conectan a Internet en casa y no tienen ningún tipo de restricción para su uso.*

3. Usos de Internet

- Usos específicos de Internet.
- Uso del correo electrónico, cuentas de mensajería instantánea y webcams.
- Uso de redes sociales, blogs o fotologs.

Usos específicos de Internet:

Los usos específicos más importantes de Internet que realizan los adolescentes consultados, son los siguientes: *pasar el rato* (75,7% “mucho”); *buscar información sobre trabajos o deberes del colegio o del instituto* (69,7% “mucho”, porcentaje que disminuye hasta el 63,7% en el caso de los hombres); *bajar música, películas o videojuegos* (65,4% “mucho”); *buscar información relacionada con los videojuegos, viajes, moda,...* (59,2% “mucho”) y *relacionarse con gente* (50,8% “mucho”).

En segundo término, encontramos el *ver o escuchar programas de televisión, radio, videos musicales* (39,3% “mucho”) y el *distribuir fotos, videos que tú hagas o tus opiniones* (35,7% “mucho”, porcentaje que aumenta hasta el 41,4% entre las mujeres).

Y por último, a gran distancia del resto de usos, encontramos el *buscar información sobre sexualidad, drogas o el aspecto físico*, que sólo alcanza el 4,3% de mucha frecuencia.

Figura 6. Frecuencia de utilización de Internet para cada acción.

Base: se conecta (1987)	(En porcentajes horizontales)				
	Mucho	Poco	Nada	N.S.	N.R.
Pasar el rato	75,7	21,5	2,7	0,1	0,1
Buscar información sobre trabajos o deberes del colegio o del instituto.	69,7	25,9	4,0	0,2	0,3
Bajar música, películas o videojuegos.	65,4	24,0	10,5	0,1	0,0
Informarse sobre temas que interesen como videojuegos, viajes, moda...	59,2	31,4	9,4	0,0	0,0
Para relacionarse con gente.	50,8	34,5	14,6	0,1	0,0
Ver o escuchar programas de televisión, radio, videos musicales.	39,3	40,5	20,2	0,0	0,0
Distribuir fotos, videos que tú hagas o tus opiniones.	35,7	41,1	23,2	0,1	0,0
Buscar información sobre sexualidad, drogas o el aspecto físico.	4,3	37,0	58,5	0,1	0,1

Uso del correo electrónico, cuentas de mensajería instantánea y webcams

Otra variable a analizar para evaluar el comportamiento de los adolescentes en Internet, son las herramientas de comunicación específicas que estos utilizan. En estos términos, se ha evaluado los niveles de utilización de tres herramientas, a saber: *los correos electrónicos, las cuentas de mensajería instantánea* (Messenger, Skype, Jabber) y *las webcams*.

Figura 7. Disponibilidad de correo electrónico, mensajería instantánea y webcam.

Base: se conecta (1987)		(En porcentajes afirmativos)			
	Según género y edad				
	Total	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Tiene correo electrónico.	94,5	89,4	96,2	96,0	97,3
Tiene cuenta de mensajería instantánea (Messenger, Skype, Jabber)	89,9	83,0	93,3	90,9	94,0
Tiene Webcam	47,9	44,4	48,7	48,2	50,9

Destacar el uso extendido de las *cuentas de correo electrónico*, ya que el 94,5% de los adolescentes usuarios de Internet han afirmado tenerla. Entre estos, el 29,7% tiene más de una cuenta y el 43,9% la tiene desde hace 4 o más años. Adicionalmente y reforzando la gran implantación de éstas, el 53,4% de sus usuarios dice utilizarlas siempre que se conecta a Internet. Destacar, que el 74,7% de los usuarios de éstas, personalizan su uso en actividades relacionadas con el entretenimiento y/o el ocio.

Por otra parte, la herramienta de comunicación analizada en este estudio con un segundo mayor nivel de utilización, son las *cuentas de mensajería instantánea* (Messenger, Skype, Jabber), utilizadas por el 89,9% de los usuarios de Internet encuestados. Entre estos, el 19,2% posee más de una cuenta. Destacar que, por funcionamiento de este tipo de plataformas, para poder poseer una cuenta de mensajería instantánea se ha de tener primero un correo electrónico, por tanto, sólo el 4,6% de usuarios que tiene correo electrónico no posee cuenta de mensajería instantánea.

Las principales cosas para las que utilizan los adolescentes este tipo de plataformas son: *hablar con amigos* (89,3% “mucho”); *hablar sobre lo que les*

interesa/gusta (71,3% “mucho”); *hablar con gente con la que no se ven a menudo* (48,5% “mucho”); *solucionar dudas relacionadas con los estudios* (44,2% “mucho”) y *enviar/recibir fotos, vídeos o cosas divertidas que encuentran por Internet* (40,6% “mucho”). Por otra parte, cabe destacar, el *hablar con profesores o monitores* (3,1% “mucho”), que obtiene el menor resultado y que obtiene su máximo entre el colectivo de mujeres de 16 a 18 años con un 4,5% de “mucho” intensidad de uso.

Los motivos principales para el uso de estas plataformas quedan reflejados en las listas de contactos. En estas listas de contactos, el 93,0% tiene a *sus amigos*, el 71,2% a *sus compañeros de clase* y el 55,6% a *sus primos*. Por el contrario, sólo el 17,5% tiene a *sus padres* en sus contactos y sólo el 6,6% a *sus profesores*. En consonancia con estos datos, vemos que, a parte de *gente que no cae bien* (38,9%), *gente conocida sólo online* (17,7%) y *desconocidos* (14,8%), los dos colectivos principales que los adolescentes no tienen o nunca pondrían en su lista, son *los profesores* (12,2%) y *los padres* (7,3%).

La tercera y última herramienta de comunicación evaluada es la *webcam*, dispositivo que afirma ser utilizado por el 47,9% de los usuarios consultados. Aunque este porcentaje a priori pueda parecer reducido en comparación a los dos obtenidos anteriormente respecto a los correos electrónicos y a las cuentas de mensajería instantánea, cabe destacar nuevamente el elevado porcentaje de adolescentes que afirma tenerlo/utilizarlo desde hace 4 o más años (37,1%), valor que aumenta hasta el 53,9% para los adolescentes de entre 16 y 18 años.

Uso de redes sociales, blogs o fotologs:

A los adolescentes que utilizan Internet (1.987 casos) se les ha preguntado si serían capaces de mencionar hasta tres redes sociales, blogs o fotologs en los que participen o que conozcan. En estos términos, los adolescentes han mencionado más de 60 plataformas diferentes y sólo el 12,9% no ha sabido mencionar ni una sola (10,8% ninguna y 2,1% N.S.), porcentaje que aumenta hasta el 19,4% entre el colectivo de adolescentes de entre 12 y 15 años. Valores que demuestran un elevado conocimiento de este tipo de plataformas.

En primera mención (Top of Mind), *Tuenti* es la plataforma más conocida o usada por los adolescentes con el 48,4% de las menciones, seguida a gran distancia de *Fotolog* con el 17,3%. Destacar que en las Comunidades Autónomas de Baleares y Cataluña esta relación se invierte, tanto en orden como en magnitud. Sirva como ejemplo el caso de Cataluña en que el Top of Mind está ocupado por *Fotolog* con el 45,8%, en segunda posición encontramos *Facebook* (28,1%) y

Tuenti queda relegado a una posición marginal con sólo el 1,8%. Esta diferencia entre Comunidades Autónomas, se verá reflejada más adelante en como los adolescentes utilizan este tipo de plataformas.

Para el total de las tres menciones, las 4 plataformas más mencionadas son: *Tuenti* (66,1%, porcentaje que aumenta hasta el 79,7% entre las mujeres de 16 a 18 años); *Fotolog* (47,1%, porcentaje que aumenta hasta el 56,7% entre las mujeres de 16 a 18 años); *Facebook* (37,9%, porcentaje que aumenta hasta el 49,8% entre las mujeres de 16 a 18 años) y *Metroflog* (22,1%, porcentaje que aumenta hasta el 37,5% entre las mujeres de 12 a 15 a?s). Seguidas, a gran distancia (todas ellas entre el 5,0% y el 10,0% de menciones) de: MySpace; Hi5 y Youtube. Destacar que el colectivo de adolescentes de entre 16 y 18 años y en especial, el de mujeres de 16 a 18 años, demuestra mayor conocimiento ya que sólo un 4,5% no ha mencionado ninguna plataforma.

Figura 8. Conocimiento o pertinencia a redes sociales, blogs o fotologs.

Base: se conecta (1987)		En porcentajes afirmativos			
Tuenti	66,1				
Fotolog	47,1				
Facebook	37,9				
Metroflog	22,1				
Myspace	7,3				
Hi5	6,1				
Youtube	4,0				
Otros	11,9				
Ninguna	10,8				
N.S.	2,1				
N.R.	0,5				
Según género y edad	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años	
Tuenti	54,2	71,2	62,5	79,7	
Fotolog	35,8	46,8	51,2	56,7	
Facebook	30,4	46,4	27,6	49,8	
Metroflog	22,9	11,6	37,5	15,0	
Myspace	6,6	9,2	5,6	8,3	
Hi5	3,4	6,9	5,8	8,9	

Hi5	3,4	6,9	5,8	8,9
Youtube	6,6	4,6	2,0	2,5
Otros	11,1	13,4	11,3	12,3
Ninguna	19,0	6,9	11,9	3,6
N.S.	3,2	2,1	2,0	0,9
N.R.	0,9	0,0	0,6	0,2

Una vez realizadas las tres menciones, se solicitó a los consultados que eligieran de entre las menciones dadas cuál era la que más utilizaba de forma habitual. En estos términos, se obtuvo, que el 55,4% de los consultados utilizaba una *Red Social*, el 12,6% utilizaba un *Fotolog*, el 0,4% utilizaba un *Blog* y el 31,6% no utilizaba ninguna habitualmente.

Figura 9. Utilización de Blogs, Redes Sociales o Fotologs.

Base: se conecta (1987) (En porcentajes)					
	Total	Según género y edad			
		Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Blogs	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Redes sociales	55,4	39,9	64,9	51,2	69,4
Fotologs	12,6	12,2	9,2	18,3	10,5
No utiliza ninguno	31,6	47,6	25,4	30,2	19,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Entre los tres tipos descritos (Redes Sociales, Blogs y Fotologs), hay que destacar el nivel tan bajo de respuestas obtenidas de Blogs (ocho casos). Por este motivo, debido a la poca significación encontrada en la utilización de Blogs, no se pueden comentar los resultados obtenidos en función de los mismos en cuanto a la utilización y frecuencia. Sólo cabe mencionar los cinco blogs diferentes citados: *Blogger* (cuatro menciones) y *Wordpress*, *Blogspot*, *DevianArt* y *Oblog* con una mención cada uno de ellos.

Por el contrario, los Fotologs y las Redes Sociales sí han obtenido respuestas significativas (251 y 1101 casos respectivamente) y por tanto, en los dos siguientes apartados, se procederá al análisis de ambos a nivel de utilización y frecuen-

cia por parte de los adolescentes consultados. En estas líneas, mencionar los tres Fotologs y las dos Redes Sociales más utilizadas. Fotologs: *Fotolog* (10,1%); *Metroflog* (5,1%) y *Youtube* (1,8%). Redes Sociales: *Tuenti* (68,5%) y *Facebook* (10,1%).

Figura 10. Tipologías de Blogs, Redes Sociales o Fotologs utilizados.

Base: utiliza (1360)							
	%	Blogs		Fotologs		Redes Sociales	
Blogs	0,6		%		%		%
Redes sociales	81,0	Blogger	0,3	Fotolog	10,1	Tuenti	68,5
Fotologs	18,4	Wordpress	0,1	Metroflog	5,1	Facebook	10,1
Total	100,0	Blogspot	0,1	Youtube	1,8	Hi5	0,6
		DeviantArt	0,1	Myspace	0,9	Messenger	0,6
		Oblog	0,1	Flogup	0,1	Haboo	0,4
		Total	0,6	Fotogrup	0,1	Tumblr	0,1
				Flodeo	0,1	Sonico	0,1
				Infobalea	0,1	Infobalea	0,1
				Venteconnosotras	0,1	Nonoba	0,1
				Otros	0,1	Airsoftbarcelona	0,1
				Total	18,4	Meristation	0,1
						Kesar	0,1
						Boombang	0,1
						Gmail	0,1
						Total	81,0

Usos de Internet (conclusiones preliminares)

Los cruces realizados entre las principales variables sociodemográficas (género y edad) y las respuestas obtenidas con respecto a los usos de Internet confirman una relación bastante clara entre el incremento de edad y una mayor versatilidad en el uso de Internet. De nuevo, en líneas generales, y sin olvidar que habitualmente se observa una amplia distribución de respuestas entre los distintos grupos, los encuestados de entre 16 y 18 años están más (significativamente) relacionados con la realización habitual de la mayoría las diferentes actividades que se mencionan en el cuestionario. Estos resultados se confirman también para el uso, la frecuencia y la dedicación a herramientas de comunicación

específicas como el correo electrónico y el Messenger, así como para el uso de redes sociales (los fotologs son la excepción).

Cabe mencionar también que, como ya se anticipaba en la sección anterior, las chicas presentan una relación más significativa que los chicos con las actividades prácticas (*buscar información sobre trabajos o deberes del colegio o del instituto*, en general, y también específicamente con respecto al correo electrónico y el Messenger).

Por otro lado, también son ellas las que se relacionan de manera más significativa en comparación con los chicos con la *distribución de fotos, vídeos u opiniones propias* (del mismo modo en el caso específico del Messenger, aunque no son las actividades mayoritarias), lo cual puede ser interpretado como indicativo de la tendencia hacia la disminución gradual y eventual desaparición de desigualdades en el uso de Internet entre chicos y chicas de estas edades. En este sentido, cabe destacar que son también las chicas las que se revelan como más significativamente activas en el uso de redes sociales y fotologs. Así, en un contexto en el que los chicos son usuarios más intensos, frecuentes e independientes, además de percibir una mayor versatilidad en la utilidad de la red, estos resultados sugieren que, al contrario de lo que parecía en principio (ver apartado “Conexión, integración y percepción de Internet”), las chicas son más proactivas a la hora de explorar/explotar las características técnicas, herramientas y aplicaciones de la red.

Finalmente, cabe destacar dos datos interesantes: en primer lugar, el hecho de que solamente el 5,7% de los encuestados incluye en su lista de amigos del Messenger a gente conocida online, frente al claro predominio del mundo *offline* de estos usuarios, es decir, amigos y compañeros de clase.

Y en segundo lugar, el hecho de que el 31,6% de los usuarios de Internet que han respondido a la encuesta no utiliza ninguna herramienta del tipo red social, blog o fotolog, lo que implica que un porcentaje más que evidente de usuarios jóvenes de Internet (casi un tercio de la población de entre 12 y 18 años) se limitan a hacer un uso *básico* de la red.

RESUMEN: Uso de Internet.

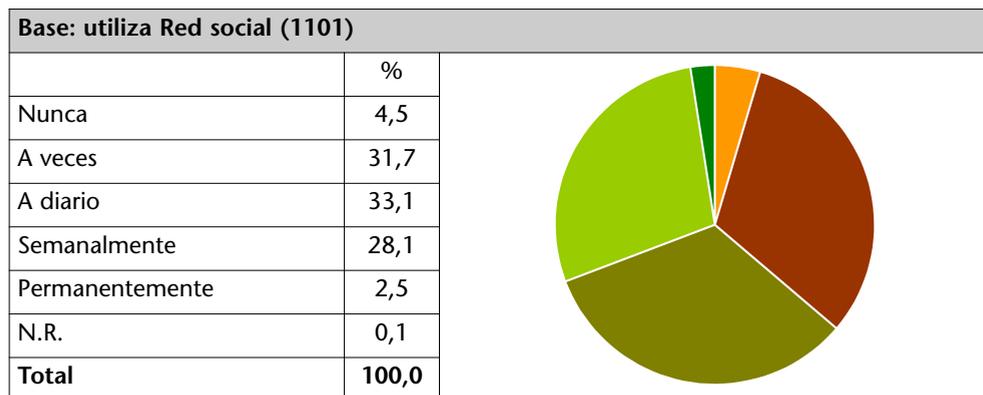
- *Internet es fundamentalmente un espacio para el ocio.*
- *El Messenger es con diferencia la herramienta de comunicación más utilizada.*
- *Las chicas son más proactivas a la hora de explorar/explotar las características técnicas, herramientas y aplicaciones de la red.*

4. Redes Sociales

Base: utiliza (1360)	%		%		%		%
Blogs	0,6	Tuenti	68,5	Tumblr	0,1	Meristation	0,1
Redes sociales	81,0	Facebook	10,1	Sonico	0,1	Kesar	0,1
Fotologs	18,4	Hi5	0,6	Infobalear	0,1	Boombang	0,1
Total	100,0	Messenger	0,6	Nonoba	0,1	Gmail	0,1
		Haboo	0,4	Airsoftbarcelona	0,1	Total	81,0

Sobre la base de 1101 adolescentes que utilizan Redes sociales por Internet, sólo un 4,5% afirma no actualizar nunca la información de la misma, siendo los chicos de 12 a 15 años los que menos lo hacen con un 6,7%. Del resto de adolescentes que si actualizan la información, destaca el 33,1% que lo hace a diario, siendo las chicas de 16 a 18 años con un 36,7% las que lo hacen en mayor medida dentro de este grupo.

Figura 11. Frecuencia con que actualiza la información, fotos y videos.



El motivo principal para utilizar las redes sociales entre los adolescentes que hacen uso de ellas es *para hablar con amigos*, ya que un 79,5% lo hace con mucha frecuencia. También se utilizan con mucha frecuencia para *mirar lo que hacen los contactos de la lista de amigos* (66,6%), *hablar sobre temas de interés* (63,8%) o *para dar su opinión* (61,2%). Principalmente, vemos que los adolescentes hacen de las redes sociales un instrumento para relacionarse con los amigos y para expresar públicamente sus opiniones o intereses. Contrariamente, un 76,2% afirma no

utilizarlas *para hablar con profesores y monitores*, un 49,7% dice no utilizarlas *para jugar*, un 35,5% no las utiliza *para solucionar dudas acerca de sus estudios* y un 26,4% responde que *no habla con familiares a través de las redes sociales*.

Figura 12. Frecuencia de utilización de “Red social” para los siguientes motivos.

Base: Red social (1101)					
	Mucho	Poco	Nada	N.S.	N.R.
Hablar con amigos.	79,5	17,7	2,8	0,0	0,0
Hablar con familiares.	22,7	50,9	26,4	0,0	0,0
Hablar con profesores o monitores.	2,7	21,1	76,2	0,0	0,0
Hablar con gente que no ve a menudo.	47,4	36,1	16,5	0,0	0,0
Hablar sobre lo que interesa/gusta.	63,8	29,1	7,2	0,0	0,0
Enviar fotos, vídeos, textos hechos por uno mismo.	59,8	29,2	11,1	0,0	0,0
Solucionar dudas relacionadas con los estudios.	18,0	46,4	35,5	0,0	0,1
Enviar/recibir fotos, vídeos o cosas divertidas que se encuentran por Internet.	59,5	28,7	11,7	0,1	0,0
Jugar.	12,8	37,3	49,7	0,0	0,2
Pedir o buscar información sobre lo que interesa.	27,8	45,9	26,3	0,0	0,0
Dar la opinión.	61,2	31,7	7,1	0,0	0,0
Mirar lo que hacen o dicen los contactos de la lista de amigos.	66,6	27,9	5,5	0,0	0,0

Viendo estas cifras, observamos que los chicos y chicas de 12 a 18 años no utilizan las redes sociales como herramienta para sus estudios, ni para jugar, ni para estar en contacto con sus familiares o profesores. El motivo principal, como se indicó anteriormente, es la de interaccionar socialmente con amigos; ya sea hablando, haciendo comentarios o intercambiando fotos, vídeos y textos. Por comunidades, vemos un caso que difiere del resto en cuanto a motivos. En Cataluña un 41,3% afirma utilizar mucho la red social para jugar, superando ampliamente el 12,8% del global, y también en esa misma comunidad autónoma un 57,9% dice utilizarlas mucho para hablar con amigos, quedando lejos del 79,5% del total del estado.

Los motivos principales para utilizar las redes sociales quedan reflejados en las listas de contactos. La media de amigos que tienen en su red social los ado-

lescentes es de 135,26, siendo las mujeres las que tienen una lista más amplia con 141,66 de media. Por edad, a mayor edad mayor número de amigos tienen en su red o comunidad, llegando a una media de 152,47 en la franja de 16 a 18 años. De esas listas de contactos, un 94,6% tiene a *sus amigos* en ella, un 65,3% a *sus compañeros de clase* y un 49,6% a *sus primos*. Por el contrario, sólo un 4,5% tiene a *sus profesores* en sus contactos y sólo un 5,5% a *sus padres*. En consonancia con estos datos, vemos que, además de *gente que no cae bien* (38,2%), *gente conocida sólo online* (17,3%) y *desconocidos* (15,2%), los dos colectivos principales que los adolescentes no tienen o nunca pondrían en su lista, son *los profesores* (13,8%) y *los padres* (10,4%).

Entre los datos publicados en el perfil, destacan *el sexo* (97,7%), *la edad* (90,6%), una *fotografía propia* (90,4%) y el *nombre y apellidos* (90,1%). En el otro extremo, el *teléfono de casa* (1,3%), el *teléfono móvil* (5,9%) y la *dirección postal* (9,0%) son los datos que menos introducen en el perfil. Los datos que aparecen más en el perfil son aquellos que hacen una descripción más general del individuo, en cambio los que menos se publican son aquellos que permiten, a quien los ve, contactar con el usuario. Otra vez observamos diferencias en Cataluña, donde encontramos un 50,8% que pone el *nombre de su instituto o colegio*, un 60,2% que pone la *dirección de Messenger*, un 54,8% que introduce el *email* y un 64,3% que publica *fotos de sus amigos*. Todos estos porcentajes que se observan en Cataluña, difieren en más de 20 puntos porcentuales de la media del estado.

Figura 13. Datos publicados en el perfil de la comunidad/Red social.

Base: Red social (1101)		<i>(En porcentajes)</i>			
		Según género y edad			
	Total	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Nombre y apellidos	90,1	88,8	88,3	92,2	91,0
Sexo	97,7	96,4	99,0	97,3	97,7
Edad	90,6	83,0	95,8	86,8	93,9
Un nick	50,1	52,0	51,5	51,2	46,6
Fotografía	90,4	79,8	90,6	90,7	97,4
Instituto/Colegio	77,1	72,2	76,7	81,4	77,5
Empresa	3,6	3,6	5,8	1,2	3,5
Teléfono móvil	5,9	11,2	7,4	3,1	2,9
Ciudad	87,2	83,9	91,9	83,7	87,8
Intereses y aficiones	57,6	66,8	67,0	50,4	47,6
Fotos de amigos	85,8	72,2	86,4	89,9	91,6
Teléfono de casa	1,3	2,7	1,3	0,8	0,6
Vídeos	56,2	59,6	62,5	49,6	53,1
Dirección postal	9,0	13,9	9,4	7,4	6,4
<i>Base: Red social + mensajería instantánea (1043)</i>					
Dirección de Messenger	36,0	47,8	45,6	25,6	26,5
<i>Base: Red social + tiene correo (1086)</i>					
Email	31,1	42,2	40,2	22,3	21,6
<i>Base: Red social + Blog/Fotolog (712)</i>					
Blog o fotolog	21,9	23,6	24,4	19,8	20,6

La diferencia de resultados entre Cataluña y el resto de comunidades, puede ser debido a las diferentes páginas utilizadas en un sitio y otro. Mientras en Cataluña la Red social más utilizada es *Facebook*, en el resto de comunidades la red principal es *Tuenti*, a excepción de las Islas Baleares que comparte ambas tendencias.

5. Fotologs

Base: utiliza (1360)	%		%		%		%
Blogs	0,6	Fotolog	10,1	Flogup	0,1	Venteconnosotras	0,1
Redes sociales	81,0	Metroflog	5,1	Fotogrup	0,1	Otros	0,1
Fotologs	18,4	Youtube	1,8	Flodeo	0,1	Total	18,4
Total	100,0	Myspace	0,9	Infobalea	0,1		

En el caso de los Fotologs, hay una ligera variación en los motivos principales de utilización respecto las Redes sociales. *Comunicarse con amigos* (53,8%) pasa a ser el tercer motivo utilizado con mucha frecuencia por debajo de *escribir o comentar en Fotologs de amigos* (67,7%) y *publicar fotos, vídeos y textos hechos por uno mismo* (59,8%). Por el otro lado, nadie utiliza mucho el Fotolog para *comunicarse con profesores o monitores* y sólo un 8,8% para *comunicarse con familiares*. Con estos datos vemos como los Fotologs proporcionan una interacción más estática que las Redes sociales en forma de comentarios y publicaciones.

Figura 14. Frecuencia de utilización del Fotolog para los siguientes motivos.

Base: Fotolog (251)	(En porcentajes)				
	Mucho	Poco	Nada	N.S.	N.R.
Comunicarse con amigos.	53,8	34,3	11,6	-	0,4
Comunicarse con familiares.	8,8	43,4	47,4	-	0,4
Comunicarse con profesores o monitores.	0,0	12,4	86,9	-	0,8
Comunicarse con gente que no ve a menudo.	38,2	31,5	29,9	-	0,4
Escribir sobre lo que interesa/gusta.	51,4	34,3	13,9	-	0,4
Publicar fotos, vídeos, textos hechos por uno mismo.	59,8	28,3	11,6	-	0,4
Publicar fotos, vídeos o cosas divertidas que se encuentran por Internet.	47,8	33,1	18,7	-	0,4
Escribir sobre cosas que le pasan o sobre sitios a donde va.	34,3	36,3	29,1	-	0,4
Escribir o comentar en Fotologs de amigos	67,7	23,5	8,4	-	0,4

La media de amigos en los Fotologs es de 56,59, muy por debajo de las listas de conocidos de comunidades, y como sucedía en las Redes sociales, las muje-

res y la franja de edad de 16 a 18 son los que mas contactos agregados tienen con un 61,75 y un 65,14 respectivamente. El patrón de la lista de contactos es el mismo que en las redes sociales, el principal grupo son *los amigos* (85,7%), seguido de *los compañeros de clase* (63,3%) y *los primos* (30,3%). *Los padres* (2,0%), *los profesores* (1,2%) y *los monitores* (0,8%) son algunos de los colectivos que menos aparecen en la lista de contactos de los Fotologs. Esto coincide con la respuesta a la pregunta sobre quien no pondrían nunca en su lista de amigos, ya que además de *la gente que no cae bien* (43,4%), *los desconocidos* (13,9%) y *la gente conocida online pero no personalmente* (13,5%), son a *los profesores* (13,9%) y a *los padres* (9,6%) a quienes los adolescentes no pondrían en sus listas de contactos.

Redes sociales y fotologs (conclusiones preliminares)

A pesar de que se mantiene la amplia distribución de respuestas entre los distintos grupos con respecto a las redes sociales y los fotologs, los cruces realizados entre las principales variables sociodemográficas (género y edad) y las respuestas obtenidas en relación con el uso de estas aplicaciones revelan algunas diferencias significativas, sobre todo por lo que concierne al género, que no hacen sino confirmar los resultados mencionados en el apartado anterior (ver apartado “Usos de Internet”). Así, cabe destacar que las chicas parecen particularmente más activas en el uso de redes sociales como herramienta de comunicación (*con amigos, familiares, gente que conocen pero con la que no se ven a menudo; o para comentar lo que hacen otros*) y para la solución de problemas prácticos (*dudas relacionadas con los estudios*). Del mismo modo ocurre con respecto a los fotologs, en relación con la distribución de contenidos propios (*fotos, vídeos y textos*).

RESUMEN: Redes sociales y fotologs

- *Un tercio de los jóvenes españoles no utilizan ningún tipo de red social, blog o fotolog.*
- *Las herramientas más utilizadas en España son Tuenti y Fotolog. En Cataluña, Fotolog y Facebook.*
- *Las chicas parecen particularmente más activas en el uso de redes sociales y fotologs como herramienta de comunicación, para la solución de problemas prácticos y para la distribución de contenidos propios.*

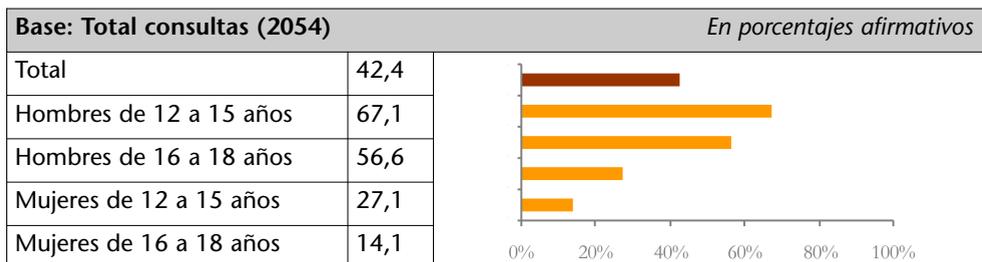
6. Videojuegos

- Nivel de implantación de los videojuegos entre los adolescentes.
- Localización y temporalización en la utilización de videojuegos.
- Hábitos sociales inherentes a los videojuegos.
- Control paterno sobre el uso de videojuegos.
- Percepciones finales de los adolescentes a cerca de los videojuegos.

Nivel de implantación de los videojuegos entre los adolescentes:

Un 42,4% de los consultados, juega habitualmente a videojuegos. El grupo que acostumbra a jugar más son los hombres de 12 a 15 años (67,1%) y el que menos las mujeres de 16 a 18 (14,1%). Existe una gran diferencia entre los hábitos de los hombres en su conjunto (62,3%) y las mujeres (21,0%). Por franjas de edad, observamos una disminución del hábito en el grupo de 16 a 18 años (35,9%) respecto al grupo de 12 a 15 (47,9%).

Figura 15. Juega habitualmente a videojuegos



La edad media a la que empezaron a jugar es de 9,30 años, siendo los hombres los que empezaron antes (9,13). Por franjas de edad, los jóvenes de 12 a 15 años son los más precoces a la hora de jugar a videojuegos (8,84), en cambio, los adolescentes de 16 a 18 empezaron a los 10,01. Este avance en la edad de iniciación a los videojuegos, puede ser debido a una mayor facilidad para acceder a estos en la actualidad, así como una mayor diversificación en la oferta de aparatos de reproducción de los mismos (PC, móvil, Internet, PDA, videoconsolas portátiles, videoconsolas,...).

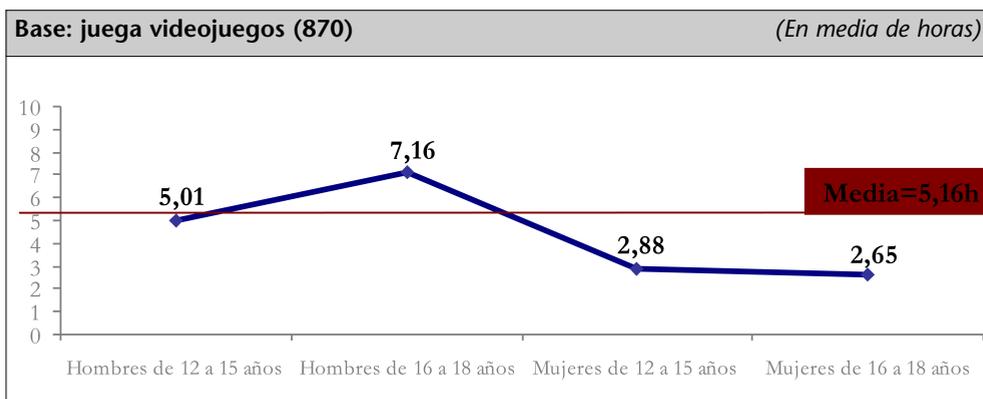
Sobre el 57,6% del total de entrevistados que no juegan habitualmente a videojuegos, un 79,2% esgrime que no lo hace porque *no le interesan*, siendo

sobre todo las mujeres (81,1%) las menos interesadas. El segundo motivo principal mencionado para no jugar, es la falta de tiempo (12,2%) y en menores porcentajes encontramos que no tienen videoconsola (4,6%) y que sus padres no les dejan (2,0%).

Localización y temporalización en la utilización de videojuegos:

La media de tiempo dedicada a jugar a los videojuegos es de 5,16 horas a la semana. Existe una clara diferenciación en la media de horas semanales tanto por sexo como por edad, los hombres juegan una media de 5,90 horas semanales, mientras que en mujeres esa cifra baja hasta 2,81 horas. Dentro de esta misma variable vemos como un 29,2% de los hombres juega más de 6 horas a la semana por sólo un 8,6% de mujeres en esa misma franja. Por el contrario, un 32,6% de mujeres juegan menos de 1 hora semanalmente y sólo un 11,7% de hombres se encuentra en esa tesitura. Por edad, la franja de 16 a 18 años juega 6,29 horas de media a la semana, mientras que los jóvenes de 12 a 15 lo hacen 4,44 horas. Cruzando sexo y edad encontramos que los chicos de 16 a 18 años son los que dedican mayor tiempo a jugar con videojuegos (7,16 horas).

Figura 16. Tiempo dedicado a jugar semanalmente

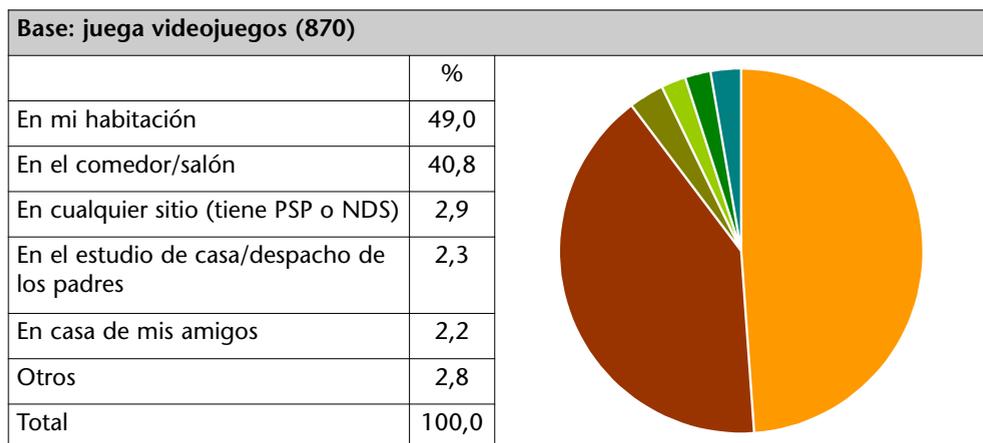


Las franjas horarias habituales de juego son la tarde (44,1%), los fines de semana (26,2%) y por la noche de 20h. a 24h. (15,9%). No hay casi diferencias entre los hábitos horarios de mujeres y hombres, pero si que hay diferenciación por edades; los adolescentes de 12 a 15 años juegan sobretodo por la tarde (47,9%), los fines de semana (29,1%) y por la noche (11,5%) y; los jóvenes de 16 a 18 siguen prefiriendo las tardes aunque con menor porcentaje (38,2%) y la

segunda franja habitual pasa a ser la noche (22,6%), pasando a tercer lugar los fines de semana (21,8%).

Los dos principales lugares de juego son su propia habitación (49,0%) y el comedor o salón de la casa (40,8%). De los 12 a los 15 años de edad el principal lugar de juego es el comedor o salón con un 45,3% por un 43,8% de la habitación, pero de los 16 a los 18 años el orden cambia, pasando a un 57,1% para la habitación y un 33,8% para el comedor o salón. Este cambio también se producía en los lugares de uso de Internet y los motivos son posiblemente los mismos; menor control de los padres a medida que los hijos crecen y por tanto mayor independencia de estos, con lo que optan por la intimidad de la habitación. Aun y así, hay que recordar que en el caso de Internet, la habitación ya era el lugar más frecuente de uso en la primera franja de edad.

Figura 17. Lugar de juego habitual.



Hábitos sociales inherentes a los videojuegos:

Un 66,3% de los jóvenes que utiliza videojuegos, juegan habitualmente solos. Cabe destacar las mujeres de 16 a 18 años que sólo en un 49,2% juegan solas, quedando lejos de las otras franjas cruzadas por sexo y edad. De los que juegan acompañados, un 52,2% suele jugar *con amigos*, un 43,3% *con sus hermanos*, un 7,8% *con sus padres* y un 6,1% *con gente conocida online*, pero no personalmente. Los hombres (56,8%) juegan más con amigos que las mujeres (40,0%), incluso la tendencia con la edad es diferente en ambos casos; los hombres de 16 a 18 años juegan en un 70,0% *con sus amigos*, cuando los de 12 a 15

sólo lo hacen en un 47,2%. Por el contrario las mujeres de 16 a 18 (36,4%) juegan menos *con compañeros* que las de 12 a 15 (42,6%). A la inversa sucede con los padres, en los hombres pasa de un 5,7% entre 12 y 15 años a sólo un 2,2% entre 16 y 18, en las mujeres se pasa de un 14,9% en la franja más joven a un 21,2% en la mayor. Así vemos que los hombres acostumbran a jugar más con amigos cuando juegan acompañados y las mujeres lo hacen más con la familia.

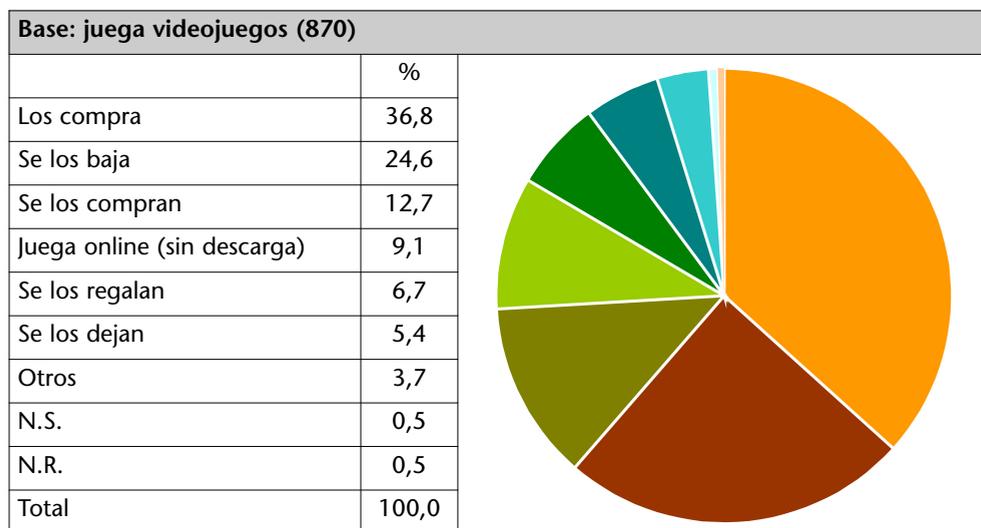
A la hora de hablar sobre videojuegos, los adolescentes prefieren hacerlo *con amigos* (85,5%) o *compañeros de clase* (77,9%), seguidos de un 56,8% que lo hace *con familiares*. Como sucedía cuando se preguntaba por los compañeros habituales de juego, vemos que las mujeres hablan más con los *padres y familiares* que los hombres y al revés sucede con los *amigos y compañeros de clase*.

A la pregunta de si usa Internet para jugar, un 66,3% responde que sí. Aquí nos encontramos con un porcentaje muy homogéneo para las distintas franjas de sexo y edad. Un 43,0% juega por Internet *con amigos*, un 31,2% *no juega con nadie* y un 22,0% lo hace *con gente conocida online pero no personalmente*.

Vemos como las mujeres (49,2%) acostumbran a jugar más *solas* que los hombres (25,8%) y como ese porcentaje también es superior en la franja de edad de 12 a 15 años (38,8%) que en el de 16 a 18 (18,5%). Por el contrario, los porcentajes de adolescentes que juegan *con amigos* o *con gente conocida online*, aumentan con la edad.

A la hora de decidir el tipo de juego, son *los propios jóvenes* (72,6%) *los que escogen*. *Los amigos* (16,1%) también tienen cierta influencia a la hora de decidir a que jugar por Internet y por último destacar *los padres* (5,7%). En este último colectivo, hay que destacar la pérdida de influencia con la edad, pasando de un 8,3% en la franja más joven a un 1,4% en la mayor.

Un 36,8% *se compra sus propios videojuegos*, un 24,6% *se los baja* y a un 19,5% *se los regalan o compran*. A mayor edad más se compran ellos mismos los videojuegos y menos se los compran o regalan y también aumentan un poco las descargas y copias que hacen los jóvenes. Sobre la motivación para bajarse o copiar los videojuegos, el principal motivo es que de esta manera pueden *tener una mayor cantidad* (35,3%), seguido de: *la facilidad de conseguirlo en vez de ir a la tienda* (28,6%), *que no se ha publicado en España* (13,8%) y *que los pueden conseguir antes que los demás* (12,5%). Los dos principales motivos aumentan su porcentaje conforme aumenta la edad y los otros dos lo bajan. Parece que a mayor edad cobra más importancia el valor de uso y la facilidad y pierde peso la exclusividad o la novedad. En cambio, los motivos cruzados con sexo mantienen una gran homogeneidad.

Figura 18. Obtención de los videojuegos.**Control paterno sobre el uso de videojuegos:**

En cuanto a normas, la mayoría de jóvenes (51,3%) dice no tenerlas. Del resto, destaca el 29,5% que tiene *límite de tiempo de juego*, un 14,9% al que indican *el tipo de juego al que puede jugar* y un 10,8% al que le *limitan los días de juego*. Vemos como el grupo que no tiene normas aumenta con la edad, pasando de un 41,1% en el grupo de 12 a 15 años a un 67,1% en el de 16 a 18. Como contrapartida, los porcentajes de normas bajan conforme avanza la edad.

Percepciones finales de los adolescentes a cerca de los videojuegos:

La mayoría de jóvenes (52,2%) considera que *no aprende nada con los videojuegos*, sólo los hombres de 16 a 18 años creen que sí con un 53,1%. En lo referido a la violencia en los videojuegos, un 59,5% cree que *la mayoría son violentos*, pero vemos que mientras los hombres (62,9%) siguen esa pauta, sólo el 48,8% de mujeres lo considera así. El 27,9% *nunca juega a videojuegos no recomendados para su edad* siendo las mujeres de 12 a 15 años (48,6%) las que más siguen esas recomendaciones y los hombres de 16 a 18 (14,9%) los que menos. La gran mayoría de adolescentes (89,2%) *prefiere salir con sus amigos antes que jugar con videojuegos*, existiendo una gran homogeneidad cuando cruzamos por sexo y edad.

Figura 19. Acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Base: juega videojuegos (870)		<i>(En porcentajes afirmativos)</i>			
		Según género y edad			
	Total ²	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Con los videojuegos aprendo cosas.	45,3	43,5	53,1	40,3	33,8
La mayoría de los videojuegos son violentos.	59,5	61,9	64,4	47,2	52,3
Nunca juego a videojuegos no recomendados para mi edad.	27,9	30,1	14,9	48,6	24,6
Prefiero salir con mis amigos que jugar a videojuegos.	89,2	88,3	89,8	88,2	93,8
Después de jugar estoy más relajado	39,3	39,1	46,2	31,3	29,2
Los videojuegos sólo sirven para pasar el rato	87,1	86,5	85,5	88,2	95,4
Los videojuegos pueden crear adicción	84,9	85,8	82,5	84,0	92,3
Los videojuegos me permiten hacer amigos	31,6	31,9	45,1	11,8	16,9
Prefiero jugar a videojuegos que ver la tele	49,9	53,6	61,8	27,8	26,2

El 39,3% *se encuentra más relajado después de jugar*, siendo los hombres (42,1%) los que lo afirman en mayor porcentaje por sólo un 30,6% de mujeres. Un 87,1% cree que los videojuegos *sólo sirven para pasar el rato*, y como en el caso de salir con los amigos antes que jugar a videojuegos, existe una unanimidad parecida por sexo y edad. También existe un acuerdo generalizado (84,9%) ante la pregunta de *si los videojuegos pueden crear adicción*. Preguntados por *si los videojuegos les permite hacer amigos*, el 31,6% indica que sí. En este caso si observamos que los hombres (37,4%) creen más en esta afirmación que las mujeres (13,4%) y a mayor edad también aumenta el porcentaje de respuestas afirmativas. Un 49,9% de los jóvenes *prefiere jugar a videojuegos que ver la televisión*, siendo los hombres (57,0%) los que en su mayoría se decanta por los videojuegos, mientras que las mujeres (27,3%) *prefiere ver la televisión antes que jugar a los videojuegos*.

² Destacar que al ser porcentajes afirmativos, su complementario hasta alcanzar el 100,0% no tiene por que ser el porcentaje de respuesta negativa, ya que pueden existir casos de NS/NC.

Videojuegos (conclusiones preliminares)

Para empezar, resulta significativo el dato de que sólo un 42% de los encuestados juega con videojuegos. En este contexto, el análisis revela que, en principio, los chicos juegan más que las chicas. Por otro lado, en términos de edad, aunque los encuestados entre 12 y 15 años son los que significativamente más juegan, la distribución por edades es similar al caso de Internet en relación con la frecuencia, la intensidad y el lugar de juego, así como con los compañeros de juego, cuando los hay, y las personas con las que se habla de los videojuegos (mayor intensidad, frecuencia e independencia en función de la edad). En este sentido, resulta cuando menos interesante que las chicas en general, pero sobre todo entre 12 y 15 años, mantienen una relación más cercana con los padres a la hora de jugar o hablar de videojuegos. Este dato, junto con la asociación de los encuestados de entre 12 y 15 años con las normas y decisiones en torno a la adquisición y el uso de videojuegos incide en el resultado mencionado anteriormente sobre la *ausencia de normas en casa sobre lo que se puede hacer con Internet* para los encuestados más mayores (de entre 16 y 18 años).

Finalmente, cabe destacar que los chicos, sobre todo los más mayores, en cierto sentido como podría esperarse en este contexto, atribuyen a los videojuegos las capacidades de relajar y de hacer amigos. Pero además, y aún más significativamente para los objetivos de este proyecto, afirman que *con los videojuegos aprenden* (dentro de una muestra de jugadores en la que el 45% de los encuestados está de acuerdo con esta afirmación). En este sentido, se puede establecer una relación entre la mayor frecuencia, intensidad y personalización del uso de los videojuegos (es decir, un mayor nivel de experiencia) con una atribución de funciones, capacidades y posibilidades más amplia y versátil, en línea con lo que ocurre con Internet en general.

RESUMEN: Videojuegos

- *Más de la mitad de los jóvenes españoles no juega habitualmente a videojuegos.*
- *La mayoría de los jóvenes que juegan son responsables de la elección de los videojuegos. Más de la mitad afirma no tener ningún tipo de restricción al respecto.*
- *La gran mayoría afirma que los videojuegos no coartan/sustituyen su vida social habitual –su intensidad de juego no alcanza la hora diaria (como media).*

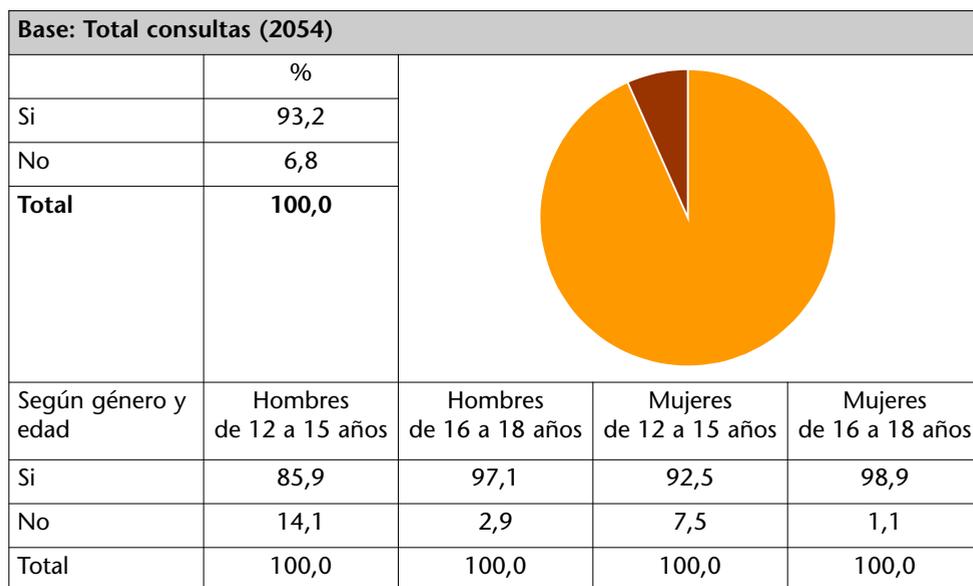
7. Teléfonos Móviles

- Nivel de implantación de la telefonía móvil entre los adolescentes.
- Usos de la telefonía móvil.
- Control paterno sobre el uso de los teléfonos móviles.
- Percepciones finales de los adolescentes a cerca de los teléfonos móviles.

Nivel de implantación de la telefonía móvil entre los adolescentes:

El 93,2% de los adolescentes consultados afirman tener teléfono móvil propio. Porcentaje que casi alcanza la totalidad de los adolescentes en el caso del grupo de edad de entre 16 y 18 años, en que tanto hombres como mujeres tienen teléfono móvil en unos porcentajes de 97,1% y 98,9%.

Figura 20. Tiene móvil.



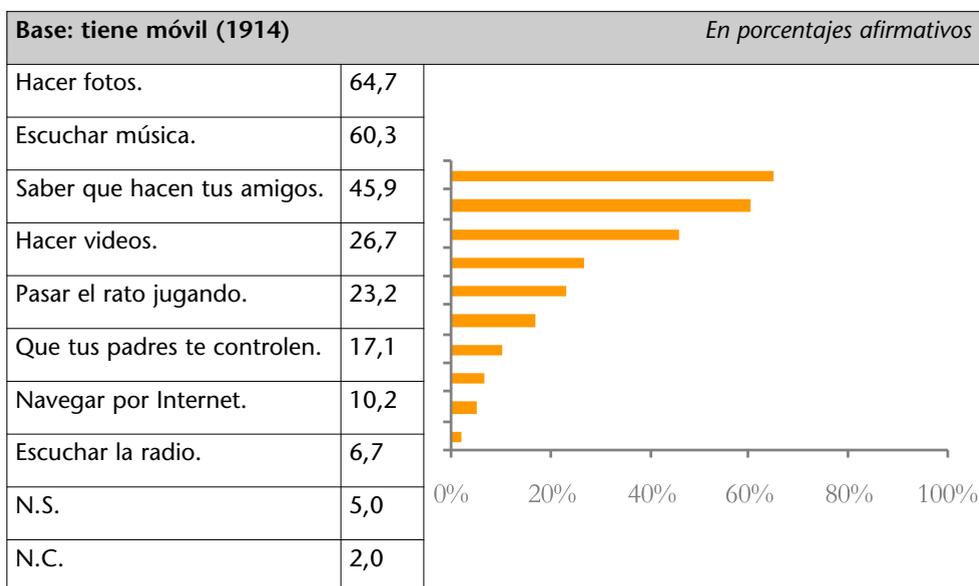
Adicionalmente, más de la mitad de los adolescentes consultados que poseen móvil (53,0%) afirman tenerlo desde hace 4 o más años, porcentaje que aumenta hasta el 60,1% para el caso de las mujeres, hasta el 76,7% para el caso de los adolescentes de entre 16 y 18 años y en concreto, hasta el 84,9% para las mujeres de entre 16 y 18 años.

Usos de la telefonía móvil:

En términos de usabilidad, se planteó a los consultados si podían discernir cual era el principal uso que le daban al móvil, pudiendo elegir entre dos opciones: enviar SMS o realizar llamadas. En este sentido, los resultados obtenidos muestran casi una paridad entre ambas opciones, ya que *el envío de SMS* ha sido mencionado por el 44,5% y *la realización de llamadas* ha sido mencionado por el 55,5% de los adolescentes. Cabe destacar, el valor tan elevado de la utilización del envío de SMS como principal herramienta para la que se utiliza el móvil y, en concreto, para el colectivo de mujeres de entre 16 y 18 años, en que el uso del móvil para enviar SMS es superior al uso del móvil para llamar (56,4% y 43,6% respectivamente).

Por otra parte, se solicitó a los adolescentes que citaran otros usos (los más importantes) para los que utilizan el teléfono móvil. En este sentido, el 64,7% destaca *hacer fotos*, seguido por el 60,3% que destaca *escuchar música*. Estos dos factores juntamente al 45,9% que destaca *saber que hacen sus amigos* se convierten, con diferencia, en los tres usos adicionales más relevantes. Destacar, que estos tres, perpetúan su hegemonía tanto en magnitud como en orden entre los colectivos de hombres y mujeres y las agrupaciones de 12 a 15 años y de 16 a 18 años.

Figura 21. Actividades más importantes que el móvil permite hacer



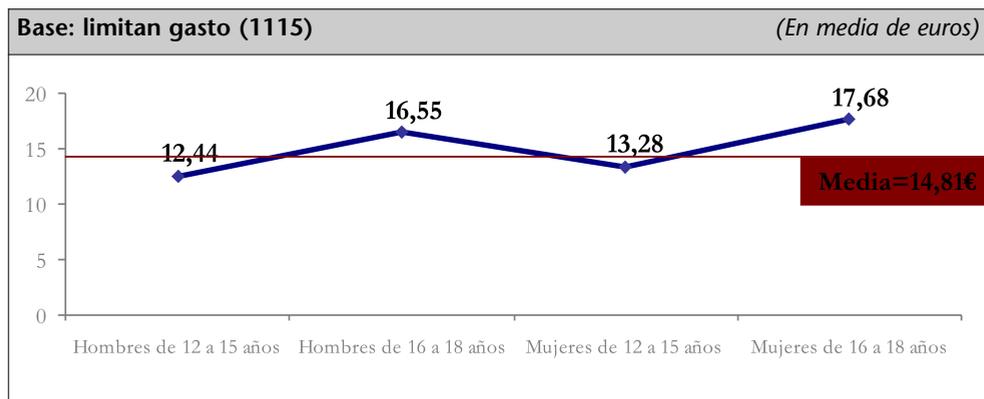
Según género y edad	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Hacer fotos.	58,9	56,6	75,4	67,8
Escuchar música.	62,6	56,1	66,3	55,7
Saber que hacen tus amigos.	43,5	46,0	45,7	48,5
Hacer videos.	29,4	25,2	27,8	24,1
Pasar el rato jugando.	32,4	19,9	21,7	18,2
Que tus padres te controlen.	20,4	12,7	20,3	14,5
Navegar por Internet.	10,7	11,2	7,9	11,0
Escuchar la radio.	7,3	6,4	6,9	6,4
N.S.	4,5	6,8	4,1	4,8
N.C.	2,2	2,8	0,6	2,4

Control paterno sobre el uso de los teléfonos móviles:

En función de las restricciones o no a las que están supeditados los adolescentes a la hora de utilizar el teléfono móvil, se ha diferenciado entre las restricciones por gasto mensual que pueden realizar y otro tipo de restricciones.

El 58,3% de los consultados que dispone de teléfono móvil afirman tener algún tipo de restricción en que cantidad de dinero pueden gastarse mensualmente. Situando la media de dinero máximo que tienen disponible en 14,81 €/mensuales. Destacar, que el porcentaje de adolescentes con restricciones de uso aumenta hasta el 61,8% para el caso de los adolescentes más jóvenes (de 12 a 15 años) siendo adicionalmente los que menor presupuesto pueden disponer (12,44 €/mes).

Figura 22. Límite de gasto mensual con el móvil



Independientemente de la cantidad de dinero que puedan gastarse mensualmente, el 14,3% de los adolescentes consultados que poseen teléfono móvil afirman tener algún tipo de limitación y/o restricción paterna para su uso. Destacar, que este porcentaje aumenta hasta el 20,2% para el caso de los adolescentes de entre 12 y 15 años en comparación al 8,0% de los adolescentes de entre 16 y 18 años. Las tres principales restricciones impuestas son: *a que horas pueden llamar/enviar SMS* (33,0%); *a que horas les pueden llamar/recibir SMS* (25,6%) y *dónde pueden usar el teléfono móvil* (16,8%). Sólo destacar, que para el caso de los adolescentes de menor edad (entre 12 y 15 años), aparece una nueva restricción, *a quién pueden llamar* (12,1%), con peso suficientemente significativo.

Percepciones finales de los adolescentes a cerca de los teléfonos móviles:

Para finalizar, se preguntó a los adolescentes que disponían de teléfono móvil si estaban de acuerdo con una serie de afirmaciones relacionadas con este dispositivo. En este sentido, se ruega consultar la tabla de la siguiente figura para ver la correspondencia de casos afirmativos para cada una de las cuestiones testadas. Sólo destacar que las relaciones adscritas a formación y/o enseñanza son las que han obtenido menores resultados de nivel de acuerdo, en concreto, sólo el 3,4% está de acuerdo en que *con el móvil le va mejor en los estudios* y sólo el 14,4% está de acuerdo con que *con el móvil aprende cosas*.

Figura 23. Acuerdo con las siguientes afirmaciones.

	Base: tiene móvil (1914) (En porcentajes afirmativos)				
		Según género y edad			
	Total	Hombres de 12 a 15 años	Hombres de 16 a 18 años	Mujeres de 12 a 15 años	Mujeres de 16 a 18 años
Con el móvil me entero de lo que pasa a mi alrededor.	44,2	40,3	44,1	42,1	50,9
Me molesta que con el móvil me puedan hacer fotos quien quiera, cuando quieran y donde quieran.	66,1	64,8	52,8	75,6	71,3
El móvil me permite saber lo que hacen mis amigos.	62,0	58,7	63,8	57,3	68,6
Con el móvil me va mejor en los estudios.	3,4	2,6	3,8	3,7	3,5
El móvil me sirve para hacer amigos.	25,1	27,5	29,9	20,3	22,6

El tener el móvil encendido facilita que me controlen.	77,9	79,6	78,4	77,2	76,3
No salgo sin el móvil.	69,0	60,5	71,4	71,3	73,2
Con el móvil puedo intercambiar fotos, vídeos con mis amigos.	88,0	86,8	88,1	89,2	87,9
Con el móvil me lo paso bien.	59,8	61,7	53,6	66,9	56,4
Con el móvil puedo hacer fotos de todo lo que quiero, cuando quiero y donde quiero.	84,0	80,8	83,7	82,3	89,7
Con el móvil aprendo cosas.	14,4	18,4	14,2	12,4	12,5

Teléfonos móviles (conclusiones preliminares)

El uso de los móviles en general, y en particular por lo que respecta al envío de SMS y a su función como cámara digital, está más relacionado significativamente con las chicas. En este sentido, son ellas las que afirman con más asiduidad tener limitaciones tanto económicas como no económicas en el uso del móvil, en este último caso en términos de las horas a las que pueden utilizarlo. Por otro lado, las limitaciones y el control de los padres en general son más propios de los usuarios más jóvenes (de entre 12 y 15 años).

En cuanto a la percepción, aunque se observan algunas relaciones significativas con respecto al género y la edad, la distribución tanto de respuestas como de estas relaciones entre los distintos grupos es tan variada y amplia, que resulta difícil extraer conclusiones generales a este nivel de análisis inicial. Cabe destacar que, al igual que ocurría con los videojuegos, los chicos son los que afirman (significativamente) que *con el móvil aprenden*, si bien sólo el 14% del total de los usuarios está de acuerdo con esta afirmación.

En este sentido, futuros cruces en los que se tengan en cuenta las características socioeconómicas así como la distribución de la muestra en relación con las actividades extraescolares o de fin de semana (mencionadas en la descripción de la muestra al principio de este informe), pueden ayudar a aclarar un poco más éstos y otros puntos de la encuesta.

RESUMEN: Teléfonos móviles

- La mayoría de los jóvenes españoles tiene teléfono móvil propio.*
- La mayoría de los jóvenes con teléfono móvil afirma no tener ningún tipo de restricción para su uso, con la excepción del presupuesto.*
- Hacer fotos y escuchar música son los usos más habituales del móvil después de las llamadas y los SMS.*

Capítulo 2

Nota metodológica

Metodología empleada para la realización del estudio

- **Universo de Análisis y procedimiento de muestreo:**

El Universo de estudio se compone por el conjunto de adolescentes de entre 12 y 18 años de España (un total de 3.044.131 habitantes), con excepción de la población de las Comunidades de Canarias, Ceuta y Melilla. En estos términos, la población ha sido segmentada de forma proporcional por: sexo, edad y tamaño de hábitat. (ver tabla 1).

Las segmentaciones realizadas son las siguientes:

Sexo:

- Hombres de 12 a 15 años.
- Hombres de 16 a 18 años.
- Mujeres de 12 a 15 años.
- Mujeres de 16 a 18 años.

Hábitat:

- Hábitat 1: Menos de 2.000 habitantes.
- Hábitat 2: Entre 2.001 y 5.000 habitantes.
- Hábitat 3: Entre 5.001 y 10.000 habitantes.
- Hábitat 4: Entre 10.001 y 50.000 habitantes.
- Hábitat 5: Entre 50.001 y 100.000 habitantes.
- Hábitat 6: Entre 100.001 y 500.000 habitantes.
- Hábitat 7: Más de 500.000 habitantes.

Inicialmente, la muestra se fijó en un total de 2.000 consultas (ver tabla 2). Muestra que fue ajustada según modificaciones indicadas por la Universitat Oberta de Catalunya, con el objetivo de obtener una representatividad estadística con un margen de error inferior al $\pm 5,0\%$ en la Comunidad Autónoma de Cataluña. Estas modificaciones introducidas generaron una muestra teórica

final de 2.054 consultas (ver tabla 5) en que el margen de error para las Comunidades Autónomas de Andalucía y Cataluña, se sitúa en $\pm 4,90\%$ y, el margen de error conjunto de la muestra es de $\pm 2,16\%$ para $P=Q=50,0\%$ y bajo el supuesto de máxima indeterminación. De esta manera, se obtuvo una muestra más robusta en términos de significación estadística (ver tabla 7).

El procedimiento de muestreo siguió una selección polietápica del entrevistado según el siguiente esquema:

- Unidades primarias de muestreo: Municipios. Seleccionados de forma aleatoria proporcional para cada Comunidad Autónoma.
- Unidades secundarias de muestreo: Hogares. Mediante la selección aleatoria de números telefónicos.
- Unidades últimas de muestreo: Individuos. Se ha entrevistado a la persona del hogar de entre 12 i 18 años.

• **Realización del trabajo de campo:**

Para la realización del presente estudio, se ejecutó inicialmente una prueba piloto entre los días 5 y 6 de marzo de 2009 en que se realizaron un total de 51 consultas en la Comunidad Autónoma de Cataluña. Una vez corregidos, explotados, tabulados y analizados los datos obtenidos del pilotaje, se optó por la eliminación, reformulación y/o adaptación de algunas de las preguntas del cuestionario, factor que ha comportado una mayor fiabilidad en los datos a través de una formulación más consistente de las preguntas del cuestionario.

Finalmente, la realización del trabajo de campo del estudio, se llevó a cabo entre los días 16 de marzo y 1 de abril de 2009.

Tabla 1.- Datos poblacionales (Censo 2001).

	HD2-15	H16-18	MD-15	M16-18	HABITAT 1	HABITAT 2	HABITAT 3	HABITAT 4	HABITAT 5	HABITAT 6	HABITAT 7	TOTAL
1 Andalucía	193176	159895	182716	152692	23373	61742	71153	211563	68553	148003	104092	688479
2 Aragón	22600	19479	21616	18083	13145	6350	4240	15163	0	0	42880	81778
3 Asturias (Principado de)	18746	17474	17553	16563	1579	3911	4133	25377	5608	29728	0	70336
4 Balears (Illes)	18500	15315	17721	14298	1133	4283	7491	26791	0	26136	0	65834
6 Cantabria	10597	9648	10080	9139	4065	4741	4406	8688	4169	13395	0	39464
7 Castilla y León	48243	42518	45707	39978	41194	18949	10755	26974	21351	57223	0	176446
8 Castilla la mancha	42472	33902	40388	31695	22585	26649	19787	40393	25207	13836		148457
9 Cataluña	123070	105286	116453	100550	24724	28439	38380	114490	59411	90808	89107	445359
10 Comunidad Valenciana	91015	76911	85819	72778	14992	17578	29939	124158	36314	52500	51042	326523
11 Extremadura	27793	22106	25979	20519	17845	16663	16594	19664	12565	13066	0	96397
12 Galicia	53166	48433	50782	46418	5778	23126	33233	66116	25538	45918	0	198799
13 Rioja (La)	5412	4648	5109	4361	2382	2233	2333	2659	0	9923	0	19530
14 Madrid (Comunidad de)	111986	96202	105820	91904	4724	9415	10870	49675	54137	89926	187165	405912
15 Murcia (Región de)	29965	24941	28039	23352	501	834	6600	43029	6431	48902	0	106297
16 Navarra (Comunidad Foral de)	10719	9153	9860	8474	5870	7775	4631	8055	0	11875	0	38206
17 País Vasco	36606	33326	34845	31537	6548	7915	12007	43150	19004	47690	0	136314
	844066	719237	798487	682341	190438	240603	275642	825945	338288	698929	474286	3044131

Tabla 2.- Muestra Inicial proporcional a la población.

	H12-15	H16-18	M12-15	M16-18	HABITAT 1	HABITAT 2	HABITAT 3	HABITAT 4	HABITAT 5	HABITAT 6	HABITAT 7	TOTAL
1 Andalucía	126	105	121	100	15	41	47	139	45	97	68	452
2 Aragón	15	12	15	12	9	4	3	10	0	0	28	54
3 Asturias (Principado de)	12	12	11	11	1	2	3	17	4	19	0	46
4 Balears (Illes)	12	9	12	10	1	3	4	18	0	17	0	43
6 Cantabria	7	6	7	6	3	3	3	5	3	9	0	26
7 Castilla y León	32	28	30	26	27	12	7	18	14	38	0	116
8 Castilla la mancha	28	21	27	21	15	18	13	26	16	9	0	97
9 Cataluña	81	69	77	67	16	19	26	75	39	60	59	294
10 Comunidad Valenciana	59	52	57	46	10	12	18	82	24	34	34	214
11 Extremadura	18	16	15	14	12	11	11	13	7	9	0	63
12 Galicia	35	32	33	30	4	15	21	43	17	30	0	130
13 Rioja (La)	4	3	3	3	1	1	2	2	0	7	0	13
14 Madrid (Comunidad de)	74	63	70	60	3	6	7	33	36	59	123	267
15 Murcia (Región de)	20	16	19	15	0	1	5	28	4	32	0	70
16 Navarra (Comunidad Foral de)	7	6	6	6	4	5	3	5	0	8	0	25
17 País Vasco	24	22	23	21	4	5	9	28	13	31	0	90
	554	472	526	448	113	144	172	540	245	465	321	2000

Tabla 3.- Muestra reassignando 52 encuestas de Andalucía a Cataluña.

	H12-15	H16-18	M12-15	M16-18	HABITAT 1	HABITAT 2	HABITAT 3	HABITAT 4	HABITAT 5	HABITAT 6	HABITAT 7	TOTAL
1 Andalucía	111	93	107	89	13	36	42	123	40	86	60	400
2 Aragón	15	12	15	12	9	4	3	10	0	0	28	54
3 Asturias (Principado de)	12	12	11	11	1	2	3	17	4	19	0	46
4 Balears (Illes)	12	9	12	10	1	3	4	18	0	17	0	43
6 Cantabria	7	6	7	6	3	3	3	5	3	9	0	26
7 Castilla y León	32	28	30	26	27	12	7	18	14	38	0	116
8 Castilla la mancha	28	21	27	21	15	18	13	26	16	9	0	97
9 Cataluña	96	81	91	78	18	24	31	91	44	71	67	346
10 Comunidad Valenciana	59	52	57	46	10	12	18	82	24	34	34	214
11 Extremadura	18	16	15	14	12	11	11	13	7	9	0	63
12 Galicia	35	32	33	30	4	15	21	43	17	30	0	130
13 Rioja (La)	4	3	3	3	1	1	2	2	0	7	0	13
14 Madrid (Comunidad de)	74	63	70	60	3	6	7	33	36	59	123	267
15 Murcia (Región de)	20	16	19	15	0	1	5	28	4	32	0	70
16 Navarra (Comunidad Foral de)	7	6	6	6	4	5	3	5	0	8	0	25
17 País Vasco	24	22	23	21	4	5	9	28	13	31	0	90
	554	472	526	448	113	144	172	540	245	465	321	2000

Tabla 4.- Muestra adicional para Cataluña de 54 consultas

	H12-15	H16-18	M12-15	M16-18	HABITAT 1	HABITAT 2	HABITAT 3	HABITAT 4	HABITAT 5	HABITAT 6	HABITAT 7	TOTAL
9 Cataluña	15	13	14	12	3	4	5	14	7	11	10	54

Tabla 5.- Muestra teórica final.

	H12-15	H16-18	M12-15	M16-18	HABITAT 1	HABITAT 2	HABITAT 3	HABITAT 4	HABITAT 5	HABITAT 6	HABITAT 7	TOTAL
1 Andalucía	111	93	107	89	13	36	42	123	40	86	60	400
2 Aragón	15	12	15	12	9	4	3	10	0	0	28	54
3 Asturias (Principado de)	12	12	11	11	1	2	3	17	4	19	0	46
4 Balears (Illes)	12	9	12	10	1	3	4	18	0	17	0	43
6 Cantabria	7	6	7	6	3	3	3	5	3	9	0	26
7 Castilla y León	32	28	30	26	27	12	7	18	14	38	0	116
8 Castilla la mancha	28	21	27	21	15	18	13	26	16	9	0	97
9 Cataluña	111	94	105	90	21	28	36	105	51	82	77	400
10 Comunidad Valenciana	59	52	57	46	10	12	18	82	24	34	34	214
11 Extremadura	18	16	15	14	12	11	11	13	7	9	0	63
12 Galicia	35	32	33	30	4	15	21	43	17	30	0	130
13 Rioja (La)	4	3	3	3	1	1	2	2	0	7	0	13
14 Madrid (Comunidad de)	74	63	70	60	3	6	7	33	36	59	123	267
15 Murcia (Región de)	20	16	19	15	0	1	5	28	4	32	0	70
16 Navarra (Comunidad Foral de)	7	6	6	6	4	5	3	5	0	8	0	25
17 País Vasco	24	22	23	21	4	5	9	28	13	31	0	90
	569	485	540	460	128	162	187	556	229	470	322	2.054

Tabla 6.- Muestra final realizada.

	H12-15	H16-18	M12-15	M16-18	HABITAT 1	HABITAT 2	HABITAT 3	HABITAT 4	HABITAT 5	HABITAT 6	HABITAT 7	TOTAL
1 Andalucía	111	93	107	89	13	36	42	123	40	86	60	400
2 Aragón	15	12	15	12	10	4	2	10	0	0	28	54
3 Asturias (Principado de)	12	12	11	11	1	2	3	17	4	19	0	46
4 Balears (Illes)	12	9	12	10	1	3	4	18	0	17	0	43
6 Cantabria	7	6	7	6	3	3	3	5	3	9	0	26
7 Castilla y León	32	28	29	27	27	12	7	18	14	38	0	116
8 Castilla la mancha	28	21	27	21	15	18	13	26	16	9	0	97
9 Cataluña	115	94	101	90	21	28	36	105	51	82	77	400
10 Comunidad Valenciana	59	52	57	46	10	12	18	82	24	34	34	214
11 Extremadura	18	16	15	14	12	11	11	13	7	9	0	63
12 Galicia	34	33	33	30	4	15	21	43	17	30	0	130
13 Rioja (La)	4	3	3	3	1	1	2	2	0	7	0	13
14 Madrid (Comunidad de)	77	63	67	60	3	6	7	33	36	59	123	267
15 Murcia (Región de)	20	16	19	15	0	1	5	28	4	32	0	70
16 Navarra (Comunidad Foral de)	7	6	6	6	4	5	3	5	0	8	0	25
17 País Vasco	24	22	23	21	4	5	3	28	13	31	0	90
	575	486	532	461	129	162	186	556	229	470	322	2.054

Tabla 7.- Niveles de significación.

	Universo	Consultas	Margen de error
Andalucía	688.479	400	$\pm 4,90\%$
Aragón	81.778	54	$\pm 13,33\%$
Asturias (Principado de)	70.336	46	$\pm 14,44\%$
Balears (Illes)	65.834	43	$\pm 14,94\%$
Cantabria	39.464	26	$\pm 19,21\%$
Castilla y León	176.446	116	$\pm 9,10\%$
Castilla la mancha	148.457	97	$\pm 9,95\%$
Cataluña	445.359	400	$\pm 4,90\%$
Comunidad Valenciana	326.523	214	$\pm 6,70\%$
Extremadura	96.397	63	$\pm 12,34\%$
Galicia	198.799	130	$\pm 8,60\%$
Rioja (La)	19.530	13	$\pm 27,17\%$
Madrid (Comunidad de)	405.912	267	$\pm 6,00\%$
Murcia (Región de)	106.297	70	$\pm 11,71\%$
Navarra (Comunidad Foral de)	38.206	25	$\pm 19,59\%$
País Vasco	136.314	90	$\pm 10,33\%$
H12-15	844.066	569	$\pm 4,11\%$
H16-18	719.237	485	$\pm 4,45\%$
M12-15	798.487	540	$\pm 4,22\%$
M16-18	682.341	460	$\pm 4,57\%$
Total Muestra	3.044.131	2.054	$\pm 2,16$

Capítulo 3

Anexo 1: Cuestionario utilizado

ENCUESTA AVANZA
Población 12 a 18 años. Instituto Opina
Encuesta telefónica

Buenos días/Buenas tardes, le llamamos de la UOC – Universidad Oberta de Catalunya, que conjuntamente con el Ministerio de Industria está realizando un estudio sobre el uso de las nuevas tecnologías en el ocio de los adolescentes. ¿Podrían dedicarnos unos minutos?

1. ¿Nos podría decir su edad?

(Si $P1 < 15$) → P1.A:

¿Puede pasarme con un miembro mayor de edad de su familia?

- 1- Si → P1 (repetir argumentario)
- 2- No quiere participar (fin entrevista)
- 3- Si quiere participar pero no hay nadie ahora →

P1.A.3.1. (Si $12 \leq P1 < 14$) → Aplazamiento (*Recuperar aplazamiento en bloque a contestar por los padres con el argumentario inicial de la encuesta*)

(Si $P1 \geq 19 \cup P1.A = 1$) → P1.B:

¿Hay en su hogar algún miembro de entre 12 y 18 años?

- 1- Si → (*Pasar a bloque a contestar por los padres*)
- 2- No → (*fin de la entrevista*) (*gracias por su colaboración, pero el estudio lo estamos realizando a chicos/chicas de entre 12 y 18 años.*)

P1.1: Entrevistador: anotar género de la persona que hay al teléfono (en caso de duda, preguntarlo)

(Si $P1.B = 1$) \cup ($15 \leq P1 < 18$)

BLOQUE A CONTESTAR POR LOS PADRES – SOCIOECONÓMICO:

Ahora le vamos a hacer unas preguntas sobre la estructura de su hogar.

2. ¿Número de personas que conviven en casa? (Si $15 \leq P1 \rightarrow P2 > 1$)

___ ___ (mínimo 0, máximo 10)

3. (máximo 8 miembros).

P3.A. ¿Cuántos CHICOS/CHICAS DE ENTRE 12 Y 18 AÑOS HAY EN SU HOGAR?

___ ___ (mínimo 0, máximo 10) ($P3A < P2$)

P3.B. Género y fecha de nacimiento de los chicos/chicas de la casa de entre 12 y 18 años:

	Género	1-Hombre; 2-Mujer
Chico/Chica1 →	Edad	___ ___
	Día de nacimiento	_____
	Mes de nacimiento	_____

Chico/Chica2 →

(Selección de unos de los chicos/chicas informados en P3 en función de cuotas disponibles.).

4. (Para todos menos para $15 \leq P1 \leq 18$) (Si el chico/chica seleccionado es menor de 15 años) (Consentimiento paterno)

Leer argumentario:

Ha sido seleccionado “el Chico/chica de “x” años” para la realización de la consulta. Según La Ley Orgánica de Protección de Datos aprobada por el Consejo de Ministros el 21 de diciembre de 2007, debemos pedir el consentimiento de uno de los tutores del niño, para poder realizarle las preguntas de la encuesta, ¿nos daría usted este consentimiento?

1- Si → (P5)

2- No → (fin de la entrevista).

(Si $P4=1$) Antes de que me pase al “chico/chica seleccionado” para hacerle la encuesta, le haré a usted unas breves preguntas socioeconómicas sobre su hogar, ya que el “chico/chica seleccionado” es menor de edad y por ley no podemos preguntárselas a el/ella.

5. (Si $15=<P1=<18 \cap P3=1$) → Enunciado: ¿Puedes decirme el lugar de nacimiento de tu padre?

Resto de casos: → Enunciado: ¿Puede decirme el lugar de nacimiento del padre del “chico/chica seleccionado”?

- 1- España
- 2- Europa
- 3- Resto del mundo
- 98- NS
- 99- NC

P5.A. (Si $P5=1$) Encuestador: especificar Comunidad Autónoma.
(Listado precodificado de las 18 CCAA).
94- Mismo lugar al que se llama (no leer)

P5.B. (Si $P5=2$) Encuestador: especificar País Europeo.

- | | | |
|----------------------|------------------------|-----------------------|
| 1-Albania | 2-Alemania | 3-Andorra |
| 4-Austria | 5-Bélgica | 6-Bielorrusia |
| 7-Bosnia-Herzegovina | 8-Bulgaria | 9-Chipre |
| 10-Croacia | 11-Dinamarca | 12-Eslovaquia |
| 13-Eslovenia | 15-Estonia | 16-Finlandia |
| 17-Francia | 18-Grecia | 19-Hungría |
| 20-Irlanda | 21-Islandia | 22-Italia |
| 23-Letonia | 24-Liechtenstein | 25-Lituania |
| 26-Luxemburgo | 27-ARY Macedonia | 28-Malta |
| 29-Moldavia | 30-Mónaco | 31-Noruega |
| 32-Países Bajos | 33-Polonia | 34-Portugal |
| 35-Reino Unido | 36-República Checa | 37-Rumania |
| 38-Rusia | 39-San Marino | 40-Serbia |
| 41-Montenegro | 42-Suecia | 43-Suiza |
| 44-Ucrania | 45-Ciudad del Vaticano | 95-Otros(Especificar) |
| 98-NS | 99-NC | |

P5.C. (Si $P5=3$) Encuestador: especificar País del resto del mundo.
95-Otros(Especificar)
98-NS
99-NC

6. (Si $15=<P1=<18 \cap P3=1$) → Enunciado: ¿Puedes decirme el lugar de nacimiento de tu madre?

Resto de casos: → *Enunciado:* ¿Puede decirme el lugar de nacimiento de la madre del “chico/chica seleccionado”? (Misma estructura P5)

7. (Si $15=<P1=<18$) → Enunciado: ¿Puedes decirme tu lugar de nacimiento?

Resto de casos: → *Enunciado:* ¿Lugar de nacimiento del “Chico/Chica seleccionado”? (Misma estructura P5)

8. (Si $15=<P1=<18 \cap P3=1$) → Enunciado: ¿Puedes decirme la situación laboral de tus padres?

Resto de casos: → *Enunciado:* ¿Me podría decir la situación laboral de los padres del “chico/chica seleccionado”?

P8.A

PADRE

1-Professional libre

2-Empresario

3-Autónomo

4-Cuadro

5-Empleado

6-Trabajador/obrero

7-Tareas del hogar

8-Jubilado/pensionista

9-Parado

10-Estudiante

11-No procede

99-NC

P8.B

MADRE

1-Professional libre

2-Empresario

3-Autónomo

4-Cuadro

5-Empleado

6-Trabajador/obrero

7-Tareas del hogar

8-Jubilado/pensionista

9-Parado

10-Estudiante

11-No procede

99-NC

9. (Si $P8 ? [1,6]$)

(Si $15=<P1=<18 \cap P3=1$) → Enunciado: ¿Puedes decirme de que trabajan tus padres?

Resto de casos: → *Enunciado:* ¿Me podría decir de que trabajan los padres del “chico/chica seleccionado”?

P9.A**PADRE**

- 1-Agricultor pequeña explotación
- 2-Agricultor gran explotación
- 3-Autónomo o empresario
(5 trabajadores o menos)
- 4-Empresario (6 trabajadores o más)
- 5-Profesionales
- 6-Miembros de dirección
(5 subordinados o menos)
- 7-Miembros de dirección
(6 subordinados o más)
- 8-Cargos intermedios
- 9-Otros trabajadores de oficina
- 10-Otros trabajadores de fuera de
oficina y obreros calificados
- 11-Trabajadores manuales
no calificados
- 95-Otros (especificar)
- 99-NC

P9.B**MADRE**

- 1-Agricultor pequeña explotación
- 2-Agricultor gran explotación
- 3-Autónomo o empresario
(5 trabajadores o menos)
- 4-Empresario (6 trabajadores o más)
- 5-Profesionales
- 6-Miembros de dirección
(5 subordinados o menos)
- 7-Miembros de dirección
(6 subordinados o más)
- 8-Cargos intermedios
- 9-Otros trabajadores de oficina
- 10-Otros trabajadores de fuera de
oficina y obreros calificados
- 11-Trabajadores manuales
no calificados
- 95-Otros (especificar)
- 99-NC

10. (Si $15 \leq P1 \leq 18 \cap P3=1$) → Enunciado: ¿Me puedes decir los estudios finalizados por tus padres y por ti?

Resto de casos → Enunciado: ¿Nos podría decir los estudios finalizados por los padres y/o tutores del “Chico/Chica seleccionado” y los del Chico/Chica?

P10.A (Si $P8.A \in [1,10] \cup P8.A=99$)**PADRE**

- 1-Sin estudios
- 2-Elementales
- 3-Primarios
- 4-Bach. Elem./EGB/FP1
- 5-Bach. Elem./BUP/FP2
- 6-Univ. Grado medio
- 7-Univ. Grado superior
- 9-NC

P10.B (Si $P8.A \in [1,10] \cup P8.A=99$)

MADRE

1-Sin estudios

2-Elementales

3-Primarios

4-Bach. Elem./EGB/FP1

5-Bach. Elem./BUP/FP2

6-Univ. Grado medio

7-Univ. Grado superior

9-NC

P10.C (Si $P8.A \in [1,10] \cup P8.A=99$)

CHICO/CHICA SELEC.

1-Elementales

2-Primarios

3-ESO

4-Bachillerato

5-Módulo de 1er o 2do grado

6-Univ. Grado medio (diplomatura)

7-Univ. Grado superior (licenciatura)

8-No estudia

9-NC

P10C-1 (Si $P10C < 8$)

¿Qué curso está cursando?

97-ESPECIFICAR

P10C-2 (Si $P10C = 8$)

¿A qué se dedica?

96-No trabaja

97-Trabaja (Especificar)

98-NS

99-NC

11. ¿Tienen familia fuera del lugar donde viven?

1-SI (Pasar a P12)

2-NO (Pasar a P13)

12. (Si P11=1) ¿Dónde?*(Misma estructura P5)***13. ¿Sumando los ingresos netos mensuales de los miembros de su hogar, aproximadamente, podría decirnos el nivel de ingresos que entran cada mes en su hogar?**

- 1- Menos de 1.000 .
- 2- Entre 1.001 y 2.000 .
- 3- Entre 2.001 y 3.000 .
- 4- Entre 3.001 y 4.000 .
- 5- Entre 4.001 y 5.000 .
- 6- Más de 5.000 .
- 8- NS.
- 9- NC.

14. (Si $15 \leq P1 \leq 18 \cap P3=1$) → Enunciado: ¿Me puedes decir las actividades que realizas fuera del horario escolar?

Resto de casos → Enunciado: ¿Me puede decir las actividades que realiza el “chico/chica seleccionado” fuera del horario escolar? (selección múltiple)

P14.A. Extraescolares:

- 1-Clases de refuerzo
- 2-Idiomas
- 3-Informática
- 4-Música
- 5-Deportes
- 6-Plástica/actividades artísticas
- 7-Actividades religiosas
- 95-Otros: Especificar
- 98-NS
- 99-NC

P14.B. Fines de semana:

- 1-Excursiones
- 2-Deportes
- 3-Estar con los amigos
- 4-Estar en casa
- 5-Nada
- 6-Asociaciones (esplais, scouts, centro parroquial...)
- 7-Actividades religiosas
- 95-Otros: Especificar
- 98-NS
- 99-NC

Final Bloque Padres = FP:

FP.A: (Si $P1 \neq$ (chico/ha seleccionado/a)) Muy bien, ya hemos acabado los datos identificativos del hogar ¿Me podría poner con “el

chico/chica seleccionado/a” para hacerle unas preguntas sobre el uso que hace de las nuevas tecnologías?

1- Si (Pasa a Bloque a contestar por los chicos/chicas)

2- No está (*Aplazamiento*).

(Recuperar llamada en bloque a contestar por los Chicos/Chicas con el siguiente argumentario: Buenos días/Buenas tardes, le llamamos de la UOC – Universidad Oberta de Catalunya, que conjuntamente con el Departamento de Industria están realizando un estudio sobre el uso de las nuevas tecnologías en el ocio de los adolescentes. El pasado día “x” empezamos a realizar una encuesta en este domicilio a un responsable de este hogar y nos dio su consentimiento para que pudiéramos hacerle unas preguntas sobre el uso de las nuevas tecnologías al “chico/chica seleccionado”, ¿podría pasarme con el?).

(Si $15 \leq P1 \leq 18 \cup FP.A=1$)

BLOQUE A CONTESTAR POR LOS CHICOS/CHICAS:

(Si *Final Bloque padres=1* \cap $P1 \geq 18$) *LEER*: Buenos días/Buenas tardes, tu padre/madre, nos ha dado el consentimiento para que podamos realizarte una encuesta sobre el uso de las nuevas tecnologías en el ocio.

BLOQUE DE INTERNET

Ahora, te voy a hacer unas cuantas preguntas sobre Internet.

15. ¿CUANDO TE CONECTAS?

1-Nunca me he conectado (contestar la P21 y pasar a la P61, videojuegos)

2-Por la mañana

3-Al mediodía

4-Por la tarde

5-Por la noche (20:00h a 24:00h)

6-De madrugada

7-A cualquier hora

8-Sólo Los fines de semana

98-NS

99-NC

16. ¿CUANTO TIEMPO DEDICAS A NAVEGAR POR INTERNET?

- 1-Entre 1 y 2 horas a la semana
- 2-Entre 2 y 4 horas a la semana
- 3-Entre 4 y 6 horas a la semana
- 4-Entre 6 y 8 horas a la semana
- 5-Entre 8 y 10 horas a la semana
- 6-Entre 10 y 12 horas a la semana
- 7-Casi siempre estoy conectado
- 98-NS
- 99-NC

17. ¿DESDE DÓNDE TE CONECTAS HABITUALMENTE?

(Respuesta múltiple)

(Ordenar en función de espacios privados, familiares i públicos)(nota cliente)

- 1-En mi habitación
- 2-En el comedor/salón
- 3-En casa de mis amigos
- 4-En el colegio/trabajo
- 5-En ciber-cafés
- 6-En el esplai, centros sociales, parroquiales o scouts
- 7-Biblioteca pública
- 8-Telecentro
- 9-En tiendas
- 10-En cualquier sitio porque dispongo de Internet móvil
- 95-En otros lugares (Especificar)
- 98-NS
- 99-NC

18. ¿COMO HAS APRENDIDO A UTILIZAR INTERNET?

(Educación formal, educación no formal o educación informal)(nota cliente)

- 1-En clase
- 2-Con la ayuda de amigos
- 3-Con la ayuda de padres, tíos...
- 4-Con la ayuda de mis hermanos, primos...
- 5-En una academia
- 6-He aprendido por mi cuenta
- 7-En el esplai, centros sociales, parroquiales o scouts

- 8-En los cibers
- 9-En telecentros
- 98-NS
- 99-NC

19. ¿QUÉ PÁGINA DE INICIO TIENES EN TU NAVEGADOR?

- 995-Especificar
- 998-NS
- 999-NC

20. ¿Pregunta sobre multitasking? (eliminar pregunta).

A elaborar

21. CUANDO CONOCES A ALGUIEN EN PERSONA POR PRIMERA VEZ Y QUIERES CONOCERLA MÁS O SEGUIR EN CONTACTO, QUE INFORMACIÓN SOBRE TI LES DAS: (multirespuesta) (Relación entre sociabilidad online y offline)(nota cliente) (Si P15=1 Æ Sólo mostrar opciones de P21=4,5,6,8,95,98,99)

- 1-Messenger
- 2-Mi Log o mi nombre de usuario en comunidades virtuales como Facebook o Twenti
- 4-Nombre
- 5-El teléfono móvil
- 6-Mi dirección
- 7-Mi email
- 8-El nombre de mi instituto
- 95-Otros (Especificar)
- 98-NS
- 99-NC

22. ¿TIENES AMIGOS QUE SÓLO CONOCES ONLINE?

- 1-Si
- 2-No

23. ESTÁS DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES

(Agrupadas en función de los conceptos propuestos por Jenkins: afiliación, expresión, solución de problemas y circulación) (nota cliente) (rotar ítems)

	SI	NO	NS/NC
Internet me permite saber lo que pasa a mi alrededor			
Con Internet puedo hacer los deberes mejor			
Internet me permite hacer amigos			
Internet no me interesa			
En Internet siempre encuentro la información que necesito			
Internet me permite aprender mejor y saco mejores notas			
Con Internet paso el rato y me entretengo			
Confío en la información que encuentro en Internet			
A través de Internet puedo decir lo que pienso			
Internet me permite compartir las fotos que hago, los videos que gravo...			
Mis padres creen que es muy importante que yo aprenda a utilizar los ordenadores			
A mis padres no les gusta que pase tanto rato navegando por Internet			

24. EN CASA, ¿HAY ALGUNA NORMA SOBRE LO QUE PUEDES HACER CON INTERNET?

1-Si

2-No

3-No, yo ya sé lo que puedo y lo que no puedo hacer en Internet

25. (Si P24=1)¿EN QUÉ CONSISTEN ESTAS NORMAS?

(Respuesta múltiple) (Rotar ítems)(Leer opciones)

(Agrupados alrededor del espacio, el tiempo/horarios, prácticas)

1-En los días en que me puedo conectar

2-En los momentos del día que me puedo conectar

3-El tiempo que puedo estar conectado

4-El tipo de páginas que puedo visitar

5-Las personas con las que puedo comunicarme

6-En el lugar dónde me puedo conectar

95-Otros (especificar)

USO DE INTERNET

26. Puedes decirme si utilizas mucho, poco o nada, Internet para las siguientes acciones que te citaré: (leer opciones) (rotar ítems)

- 1-Pasar el rato
- 2-Ver o escuchar programas de televisión, radio, videos musicales...
- 3-Informarme sobre temas que me interesan como videojuegos, viajes, moda...
- 4-Distribuir las fotos, videos que yo hago o mis opiniones
- 5-Buscar información sobre los trabajos o deberes del colegio o del instituto
- 6-Bajarme música, películas o videojuegos
- 7-Buscar información sobre sexualidad, drogas o el aspecto físico
- 8- para relacionarme con gente

27. DEL MISMO LISTADO ANTERIOR (LEER SI NO LO RECUERDA), DIME LOS DOS MOTIVOS PARA LOS QUE NUNCA UTILIZAS INTERNET:

ELIMINAR PREGUNTA

28. ¿TIENES CORREO ELECTRÓNICO?

- 1-Si
- 2-No (pasa a pregunta P33)

29. (Si P28=1)¿CUÁNTAS CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICO TIENES?

- 1-Tiene 1 cuenta
- 2-Tiene 2 cuentas
- 3-Tiene 3 cuentas
- 4-Tiene 4 o más cuentas
- 8-NS
- 9-NC

30. (Si P28=1)¿RECUERDAS DESDE CUANDO TIENES ESTAS CUENTAS DE CORREO ELECTRÓNICAS?

- 1-Hace menos de 1 año
- 2- Hace 1 año
- 3- Hace 2 años
- 4- Hace 3 años
- 5- Hace 4 años o más

8-NS

9-NC

30.b. (Si P28=1) ¿Con qué frecuencia utilizas el correo electrónico?

1-Siempre que me conecto a Internet

2-Alguna de las veces que me conecto a Internet

3-Muy pocas veces de las que me conecto a Internet

9-NC

31. (Si P28=1) **LA MAYORÍA DE LAS VECES, UTILIZAS EL CORREO ELECTRÓNICO PARA:**

1.-Actividades relacionadas con el entretenimiento o el ocio

2.-Actividades relacionadas con los estudios o el trabajo

9.-NC

32. (Si P28=1) **PUEDES DECIRME LOS DOS MOTIVOS QUE CONSIDERES MENOS IMPORTANTES O PARA LOS QUE NUNCA UTILIZARÍAS TU DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICA HABITUALMENTE:**

ELIMINAR PREGUNTA

33. **¿TIENES UNA CUENTA DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA (MESSENGER, SKYPE, JABBER...?)**

1-Si

2-No

34. (Si P33=1) **¿CUANTAS CUENTAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA TIENES?**

1-Tiene 1 cuenta

2-Tiene 2 cuentas

3-Tiene 3 cuentas

4-Tiene 4 o más cuentas

8-NS

9-NC

35. **¿TIENES WEBCAM?**

1-Si

2-No

36. (Si $P35=1 \cap P33=1$) ¿UTILIZAS LA WEBCAM CUANDO TE CONECTAS A TUS CUENTAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA?

- 1-Si
- 2-No

37. (Si $P33=1$) ¿CUANTO TIEMPO HACE QUE UTILIZAS ESTE TIPO DE PROGRAMAS (CUENTAS DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA)?

- 1-Menos de medio año
- 2-Entre medio año y un año
- 3-Hace 1 año
- 4-Hace 2 años
- 5-Hace 3 años
- 6-Hace 4 años o más
- 7-NS
- 8-NC

(Si $P30=<1 \cap P37>1 \rightarrow$ Display de error al encuestador: Tiempo de uso de la mensajería instantánea superior al tiempo desde que tiene correo electrónico.)

(Si $P30=<2 \cap P37>2 \rightarrow$ Mismo Display de error al encuestador.)

(Si $P30=<3 \cap P37>3 \rightarrow$ Mismo Display de error al encuestador.)

(Si $P30=<4 \cap P37>4 \rightarrow$ Mismo Display de error al encuestador.)

38. (Si $P33=1$) Puedes decirme si utilizas mucho, poco o nada tu CUENTA DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA para las siguientes acciones que te citaré:

- 1-hablar con amigos
- 2-hablar con familiares
- 3- hablar con profesores o monitores
- 4- Hablar con gente con la que no te ves a menudo
- 5- Hablar sobre lo que me interesa/gusta
- 6- Enviar fotos, vídeos, textos que yo hago
- 7- Solucionar dudas relacionadas con los estudios
- 8- Enviar/recibir fotos, vídeos o cosas divertidas que encuentro por Internet

39. (Si $P33=1$) PUEDES DECIRME LOS DOS MOTIVOS QUE CONSIDERES MENOS IMPORTANTES O PARA LOS QUE NUNCA UTILIZARÍAS TU CUENTA DE MENSAJERÍA INSTANTÁNEA HABITUALMENTE:

(Señalar las dos que nunca utilizas) (Múltiple dos opciones) (No mostrar ítems seleccionados en P38) (Espontánea)

ELIMINAR PREGUNTA

40. (Si P33=1) PUEDES DECIRME ¿QUIEN HAY EN TU LISTA DE AMIGOS? (Multirespuesta) (Espontánea)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

41. (Si P33=1) PUEDES DECIRME ¿QUIEN NO HAY O NUNCA PONDRIAS EN TU LISTA DE AMIGOS? (no mostrar opciones citadas en P40) (Multirespuesta) (Espontánea)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias

- 13-Nadie
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

42. ¿PUEDES DECIRME CUALES SON LAS TRES REDES SOCIALES, BLOGS O FOTOLOGS QUE CONOCES O DE LOS QUE FORMAS PARTE? (Espontánea)

(Orden de preguntas: P42.A / P42.A.O / P42.B / P42.B.O / P42.C / P42.C.O)

P42.A. (Primera mención)

- 1-Blogger
- 2-Delicious
- 3-Facebook
- 4-Flickr
- 5-Fotolog
- 6-Habbo
- 7-Hi5
- 8-Indymedia
- 9-Jaiku
- 10-Metroflog
- 11-MySpace
- 12-Netvibes
- 13-Picasa
- 14-SecondLife
- 15-Sonico
- 16-Tumblr
- 17-Tuenti
- 18-Twitter
- 19-Wordpress
- 20-YouTube
- 95-Otros/as (especificar)
- 96-Ninguna
- 98-NS
- 99-NC

(Si P42.A=<95)

(No rep.P42.A selec)

P42.B. (Segunda mención)

- 1-Blogger
- 2-Delicious
- 3-Facebook
- 4-Flickr
- 5-Fotolog
- 6-Habbo
- 7-Hi5
- 8-Indymedia
- 9-Jaiku
- 10-Metroflog
- 11-MySpace
- 12-Netvibes
- 13-Picasa
- 14-SecondLife
- 15-Sonico
- 16-Tumblr
- 17-Twenti
- 18-Twitter
- 19-Wordpress
- 20-YouTube
- 95-Otros/as (especificar)
- 97-Ninguna más
- 98-NS
- 99-NC

(Si P42.B=<95)

(No rep.P42.A ni P42.B selec)

P42.C. (Tercera mención)

- 1-Blogger
- 2-Delicious
- 3-Facebook
- 4-Flickr
- 5-Fotolog
- 6-Habbo
- 7-Hi5
- 8-Indymedia
- 9-Jaiku
- 10-Metroflog
- 11-MySpace
- 12-Netvibes
- 13-Picasa
- 14-SecondLife
- 15-Sonico
- 16-Tumblr
- 17-Twenti
- 18-Twitter
- 19-Wordpress
- 20-YouTube
- 95-Otros/as (especificar)
- 97-Ninguna más
- 98-NS
- 99-NC

P42.A.O. (Si P42.A=95) ENCUESTADOR: ANOTAR TIPOLOGIA (RED SOCIAL, BLOG, FOTOLOG) DEL TEXTO ESPECIFICADO EN LA PREGUNTA ANTERIOR.

- 1-Blog
- 2-Red Social
- 3-Fotolog

P42.B.O. (Si $P42.B=95$) ENCUESTADOR: ANOTAR TIPOLOGIA (RED SOCIAL, BLOG, FOTOLOG) DEL TEXTO ESPECIFICADO EN LA PREGUNTA ANTERIOR.

- 1-Blog
- 2-Red Social
- 3-Fotolog

P42.C.O. (Si $P42.C=95$) ENCUESTADOR: ANOTAR TIPOLOGIA (RED SOCIAL, BLOG, FOTOLOG) DEL TEXTO ESPECIFICADO EN LA PREGUNTA ANTERIOR.

- 1-Blog
- 2-Red Social
- 3-Fotolog

43. (Si $P42.A=<95$) Texto de pregunta filtrado:

A. ($P42.B=<95 \cap P42.C=<95$) DE LOS TRES QUE ME HAS CITADO ANTES CUAL ES TU PREFERIDO/A O CUAL ES EL QUE MÁS USAS?

- 1-Respuesta de P42.A
- 2-Respuesta de P42.B
- 3-Respuesta de P42.C

B. ($P42.B=<95 \cap P42.C>95$) DE LOS DOS QUE ME HAS CITADO ANTES CUAL ES TU PREFERIDO/A O CUAL ES EL QUE MÁS USAS?

- 1-Respuesta de P42.A
- 2-Respuesta de P42.B

C. ($P42.B>95 \cap P42.C>95$) No preguntar nada, saltar P43.

(Si $P42.A>95$) No preguntar nada, saltar P43 y pasar a P61.

Creación de variables filtro = F , F2

Si $P43.A=1 \cap P42.A=1,9,12,18,19 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= P42.A$

Si $P43.A=1 \cap P42.A=2,3,6,7,8,14,15,16,17 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= P42.A$

Si $P43.A=1 \cap P42.A=4,5,10,11,13,20 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= P42.A$

Si $P43.A=1 \cap P42.A=95 \cap P42.A.O=1 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= \text{texto de open de } P42.A$

Si $P43.A=1 \cap P42.A=95 \cap P42.A.O=2 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= \text{texto de open de } P42.A$

Si $P43.A=1 \cap P42.A=95 \cap P42.A.O=3 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= \text{texto de open de } P42.A$

Si $P43.A=2 \cap P42.B=1,9,12,18,19 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= P42.B$

Si $P43.A=2 \cap P42.B=2,3,6,7,8,14,15,16,17 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= P42.B$

Si $P43.A=2 \cap P42.B=4,5,10,11,13,20 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= P42.B$

Si $P43.A=2 \cap P42.B=95 \cap P42.B.O=1 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= \text{texto de open de } P42.B$

Si $P43.A=2 \cap P42.B=95 \cap P42.B.O=2 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= \text{texto de open de } P42.B$

Si $P43.A=2 \cap P42.B=95 \cap P42.B.O=3 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= \text{texto de open de } P42.B$

Si $P43.A=3 \cap P42.C=1,9,12,18,19 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= P42.C$

Si $P43.A=3 \cap P42.C=22,3,6,7,8,14,15,16,17 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= P42.C$

Si $P43.A=3 \cap P42.C=4,5,10,11,13,20 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= P42.C$

Si $P43.A=3 \cap P42.C=95 \cap P42.C.O=1 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= \text{texto de open de } P42.C$

Si $P43.A=3 \cap P42.C=95 \cap P42.C.O=2 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= \text{texto de open de } P42.C$

Si $P43.A=3 \cap P42.C=95 \cap P42.C.O=3 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= \text{texto de open de } P42.C$

Si $P43.B=1 \cap P42.A=1,9,12,18,19 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= P42.A$

Si $P43.B=1 \cap P42.A=2,3,6,7,8,14,15,16,17 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= P42.A$

Si $P43.B=1 \cap P42.A=4,5,10,11,13,20 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= P42.A$

Si $P43.B=1 \cap P42.A=95 \cap P42.A.O=1 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= \text{texto de open de } P42.A$

Si $P43.B=1 \cap P42.A=95 \cap P42.A.O=2 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= \text{texto de open de } P42.A$

Si $P43.B=1 \cap P42.A=95 \cap P42.A.O=3 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= \text{texto de open de } P42.A$

Si $P43.B=2 \cap P42.B=1,9,12,18,19 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= P42.B$

Si $P43.B=2 \cap P42.B=2,3,6,7,8,14,15,16,17 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= P42.B$

Si $P43.B=2 \cap P42.B=4,5,10,11,13,20 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= P42.B$

Si $P43.B=2 \cap P42.B=95 \cap P42.B.O=1 \rightarrow F=1$ (Blog) y $F2= \text{texto de open de } P42.B$

Si $P43.B=2 \cap P42.B=95 \cap P42.B.O=2 \rightarrow F=2$ (Red Social) y $F2= \text{texto de open de } P42.B$

Si $P43.B=2 \cap P42.B=95 \cap P42.B.O=3 \rightarrow F=3$ (Fotolog) y $F2= \text{texto de open de } P42.B$

Si $P42.A > 95 \rightarrow F=4$ (NINGUNO / NS / NC)

Si se trata de un Blog ($F=1$) pasa a P51

Si se trata de una Red Social ($F=2$) pasa a P44

Si se trata de un Fotolog ($F=3$) pasa a P56

Si no ha especificado ninguno o ns / nc ($F=4$) pasar a P61

(Si F=2) Comunidades/redes

“Mantener texto de “F2” en cabecera del cuestionario”

Ahora te vamos a hacer unas preguntas sobre tu participación en “substitución de texto (F2)”

44. ¿CON QUÉ FRECUENCIA ACTUALIZAS LA INFORMACIÓN, LAS FOTOS, LOS VIDEOS... ?

- 1-Nunca
- 2-A veces
- 3-A diario
- 4-Semanalmente
- 5-Permanentemente
- 8-NS
- 9-NC

45. Puedes decirme si utilizas mucho, poco, nada tu “red social” para las siguientes acciones que te citaré: (rotar)

- 1-hablar con amigos
- 2-hablar con familiares
- 3- hablar con profesores o monitores
- 4- Hablar con gente con la que no te ves a menudo
- 5- Hablar sobre lo que me interesa/gusta
- 6- Enviar fotos, vídeos, textos que yo hago
- 7- Solucionar dudas relacionadas con los estudios
- 8- Enviar/recibir fotos, vídeos o cosas divertidas que encuentro por Internet
- 9- Jugar
- 10- Pedir o buscar información sobre lo que me interesa
- 11- dar mi opinión
- 12- Mirar lo que hace o dicen los contactos de mi lista de amigos

46. PUEDES DECIRME LOS DOS MOTIVOS MENOS IMPORTANTES O PARA LOS QUE NUNCA UTILIZAS TU COMUNIDAD/RED “F2”. (Señalar las dos menos importantes) (Múltiple dos opciones) (No mostrar los seleccionados en P45) (Espontánea)

ELIMINAR PREGUNTA

47. ¿CUANTOS AMIGOS TIENES EN “F2”?
_____**48. PUEDES DECIRME ¿QUIEN HAY EN TU LISTA DE AMIGOS DE “F2”?***(Multirespuesta) (Espontánea)*

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

49. PUEDES DECIRME ¿QUIEN NO HAY O NUNCA PONDRIAS EN TU LISTA DE AMIGOS DE “F2”? (no mostrar opciones citadas en P48)*(Multirespuesta) (No mostrar los seleccionados en P48) (Espontánea)*

- 1-Mis padres o tíos
- 2-Mis hermanos o primos
- 3-Amigos
- 4-Profesores
- 5-Compañeros de clase
- 6-Monitores
- 7-Gente que no me cae bien
- 8-Exnovios o exnovias
- 9-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 13-Nadie
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS

99-NC

50. ¿EN TU COMUNIDAD/RED SOCIAL “F2”, PUEDES DECIRNOS:¿QUÉ DATOS, DE LOS SIGUIENTES QUE TE LEEREMOS, PUBLICAS EN TU PERFIL? (SI/NO) (rotar) (Privacidad, concepto de espacio público)(nota cliente)

	Si	No	NS	NC	(filtros en los que ha de aparecer ese ítem, en caso contrario no mostrarlo)
1-Tu nombre y apellidos					
2-Si eres chico o chica					
3-Tu edad					
4-Un nick					
5-Un foto tuya					
6-El nombre de tu instituto/colegio					
7-La empresa en que trabajas					
8-El teléfono móvil					
9-Tu dirección de Messenger					(Si P33=1)
10-Tu email					(Si P28=1)
11-Tu blog o fotolog					[P42.A=1,9,12,19 ∪ P42.A=5,11,13 ∪ (P42.A=95 ∩ P42.A.O=1,3)] [P42.B=1,9,12,19 ∪ P42.B=5,11,13 ∪ (P42.B=95 ∩ P42.B.O=1,3)] [P42.C=1,9,12,19 ∪ P42.C=5,11,13 ∪ (P42.C=95 ∩ P42.C.O=1,3)]
12-La ciudad					
13-Tus intereses y aficiones					
14-Fotos de tus amigos					
15-Tu teléfono de casa					
16-Videos					
17-Tu dirección postal					

(Si F=1) BLOGS***“Mantener texto de “F2” en cabecera del cuestionario”***

Ahora te vamos a hacer unas preguntas sobre tu Blog en “substitución de texto (F2)”

51. ME PUEDES DECIR, ¿CON QUE FRECUENCIA ACTUALIZAS TU BLOG “F2”?

- 1-Nunca
- 2-A veces
- 3-Semanalmente
- 4-Una vez al día
- 5-Varias veces al día
- 6-A todas horas
- 8-NS
- 9-NC

52. Puedes decirme si utilizas mucho poco o nada tu “bloc” para las siguientes acciones que te citaré: (rotar)

- 1-Publicar información sobre lo que me interesa o me gusta
- 2-publicar fotos, videos o textos que yo hago
- 3- Publicar trabajos o actividades relacionadas con los estudios
- 4- publicar fotos, videos o textos que encuentro por internet

53. PUEDES DECIRME LOS DOS MOTIVOS MENOS IMPORTANTES O PARA LOS QUE NUNCA UTILIZAS TU BLOG “F2”. (Señalar las dos menos importantes) (Múltiple dos opciones) (No mostrar seleccionados en P52) (Espontánea)

Eliminar pregunta

54. ¿RECIBES COMENTARIOS EN TU BLOG “F2”?

- 1-Pocos
- 2-Suficientes
- 3-Bastantes
- 4-Demasiados
- 5-Ninguno
- 8-NS

9-NC

55. (Si P54<5) ¿QUIEN ESCRIBE COMENTARIOS EN TU BLOG? (multirespuesta) (ESPONTÁNEA)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 13-Nadie
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

(Si F=3) FOTOLOGS

“Mantener texto de “F2” en cabecera del cuestionario”

Ahora te vamos a hacer unas preguntas sobre tu fotolog en “substitución de texto (F2)”

56. Puedes decirme si utilizas mucho, poco o nada tu “fotolog” para: las siguientes acciones que te citaré

- 1-comunicarte con amigos
- 2-comunicarte con familiares
- 3- comunicarte con profesores o monitores
- 4- comunicarte con gente con la que no te ves a menudo
- 5- escribir sobre lo que me interesa/gusta
- 6- publicar fotos, vídeos, textos que yo hago
- 7- Publicar fotos, vídeos o cosas divertidas que encuentro por Internet
- 8- para escribir las cosas que me pasar o los sitios a donde voy

9- para escribir o comentar en los fotologs de mis amigos/as

57. PUEDES DECIRME LOS DOS MOTIVOS MENOS IMPORTANTES O PARA LOS QUE NUNCA UTILIZAS TU FOTOLOG "F2". (Señalar las dos menos importantes) (Múltiple dos opciones) (No mostrar seleccionados en P56) (Espontánea)

ELIMINAR pregunta

58. ¿CUANTOS AMIGOS TIENES EN "F2"?

59. DIME ¿QUIEN HAY EN TU LISTA DE AMIGOS DE "F2"?
(Multirespuesta) (Espontánea)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

60. DIME ¿QUIEN NO HAY O NUNCA PONDRIAS EN TU LISTA DE AMIGOS DE "F2"? (no mostrar opciones citadas en P48) (Multirespuesta) (No mostrar seleccionados en P59) (Espontánea)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos

- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 13-Nadie
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

**PARA TODOS LOS CHICOS/CHICAS
VIDEOJUEGOS**

61. ¿JUEGAS A VIDEOJUEGOS HABITUALMENTE?

- 1-Si
- 2-No (preguntar p63 y pasar a pregunta núm. 77)

62. (Si P61=1) ¿ME PUEDES DECIR LA EDAD A LA QUE EMPEZASTE A JUGAR?

63. (Si P61=2) ¿PORQUÉ MOTIVO PRINCIPAL NO JUEGAS HABITUALMENTE A VIDEOJUEGOS? (no leer)

- 1-No tiene consola
- 2-No le dejan sus padres
- 3-No le interesan
- 95-Otros (especificar)

64. (Si P61=1)¿ME PUEDES DECIR CUANDO ACOSTUMBRAS A JUGAR?

- 1-Por la mañana
- 2-Al mediodía
- 3-Por la tarde
- 4-Por la noche (De 20:00h a 24:00h)
- 5-De madrugada
- 6-A cualquier hora

- 7-A la hora del patio
- 8-Los fines de semana
- 98-NS
- 99-NC

65. (Si P61=1) ¿CUANTO TIEMPO DEDICAS A JUGAR A LA SEMANA?

_____ HORAS _____ MINUTOS (*Reagrupar en tramos en matriz final*)
(mínimo 0, máximo 100)

66. (Si P61=1) ¿DÓNDE JUEGAS HABITUALMENTE?

- 1-En mi habitación
- 2-En el comedor/salón
- 3-En casa de mis amigos
- 4-En el colegio/trabajo
- 5-En cyber-cafés
- 6-En el esplai, centros sociales, parroquiales o scouts
- 7-Biblioteca pública
- 8-Telecentro
- 9-En tiendas
- 10-En cualquier sitio porque tengo na PSP o una NDS
- 95-En otros lugares (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

67. (Si P61=1) ¿HABITUALMENTE JUEGAS SOLO?

- 1-Si
- 2-No

68. (Si P67=2) ¿CON QUIÉN SUELES JUGAR? (*Espontánea*)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores

- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

**69. (Si P61=1) HABITUALMENTE ¿HABLAS DE VIDEOJUEGOS CON...?:
(Rotar)**

El código 13 sacarlo de la rotación y no preguntarlo y en la matriz imputar directo según criterio:

Si P69 [? [1,11] ∪ 95]=1 Imputar P69(13)=2.

Si P69 [1 ∩ 2 ∩ 3 ∩ 4 ∩ 5 ∩ 6 ∩ 7 ∩ 8 ∩ 9 ∩ 10 ∩ 11 ∩ 95]=2 Imputar P69(13)=1.

	Si	No	NS	NC
1-Tus padres				
2-Familiares				
3- Amigos				
4- Compañeros de clase				
5- Profesores o monitores				
6- Gente que conozco online pero no personalmente				
7- Amigos de mis amigos				
8- No nadie				
9- Otros (especificar)				

70. (Si P61=1)¿USAS INTERNET PARA JUGAR?

- 1-Si
- 2-No

71. (Si P70=1)¿CON QUIÉN SUELES JUGAR POR INTERNET? (Espontánea)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos

- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 13-Nadie
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

72. (Si P70=1)¿QUIEN DECIDE EL TIPO DE JUEGO AL QUE JUEGAS EN INTERNET? (Espontánea)

- 1-Mis padres
- 2-Mis tíos
- 3-Mis hermanos
- 4-Mis primos
- 5-Amigos
- 6-Profesores
- 7-Compañeros de clase
- 8-Monitores
- 9-Gente que no me cae bien
- 10-Exnovios o exnovias
- 11-Gente que conozco online pero no personalmente
- 12-Novios o novias
- 13-Nadie
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

73. (Si P61=1)¿CÓMO CONSIGUES LOS VIDEOJUEGOS? (Leer opciones)

- 1-Los compras
- 2-Te los compran
- 3-Te los regalan

- 4-Los alquileras
- 5-Te los dejan
- 6-Los intercambias
- 7-Te los bajas
- 8-Los copias
- 95-Otros (especificar)
- 98-NS
- 99-NC

74. (Si P73=7,8) PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE TE COPIAS O PIRATEAS LOS VIDEOJUEGOS:

- 1-Puedes tener más
- 2-Es más fácil que ir a una tienda
- 3-Los puedo conseguir antes que los demás
- 4-Porque no se han publicado en España
- 8-NS
- 9-NC

75. (Si P61=1) SI EXISTEN NORMAS EN TU CASA SOBRE EL USO DE LOS VIDEOJUEGOS, ¿PUEDES DECIRNOS CUALES SON? (Multirespuesta)

- 1-En los días en que me puedo conectar
- 2-En los momentos del día que me puedo conectar
- 3-El tiempo que puedo estar conectado
- 4-El tipo de páginas que puedo visitar
- 5-Las personas con las que puedo comunicarme
- 6-En el lugar dónde me puedo conectar
- 7-No, yo ya sé lo que puedo y lo que no puedo hacer con los videojuegos
- 95-Otros (especificar)

76. (Si P61=1) A CONTINUACIÓN TE LEERÉ UN SEGUIDO DE AFIRMACIONES, DIME SI ESTAS DE ACUERDO O NO CON ELLAS: (Rotar)

	Si	No	NS	NC
1-Con los videojuegos aprendo cosas				
2-La mayoría de los videojuegos son violentos				
3-Nunca juego a videojuegos no recomendados para mi edad				

4-Prefiero salir con mis amigos que jugar a videojuegos				
5-Después de jugar estoy más relajado				
6-Los videojuegos sólo sirven para pasar el rato				
7-Los videojuegos pueden crear adicción				
8-Los videojuegos me permiten hacer amigos				
9-Prefiero jugar a videojuegos que ver la tele				

Móvil

77. ¿TIENES MÓVIL?

- 1-Si
- 2-No

78. (Si P77=1) ¿DESDE CUANDO HACE QUE TIENES MÓVIL?

- 1-Menos de 1 año
- 1-Hace 1 año
- 2-Hace 2 años
- 3-Hace 3 años
- 4-Hace 4 años o más
- 8-NS
- 9-NC

79. (Si P77=1) NORMALMENTE ¿PARA QUÉ UTILIZAS MÁS EL MÓVIL?

- 1-Enviar SMS
- 2-Llamar

80. (Si P77=1) ¿EXISTE UN MÁXIMO DE DINERO QUE TE PUEDES GASTAR EN EL MÓVIL DE FORMA MENSUAL?

- 1-Si
- 2-No

81. (Si P77=1) ¿QUÉ CANTIDAD APROXIMADAMENTE? (Variable 4 dígitos)

(ENCUESTADOR: EN CASO DE QUE NO LO SEPA, SUGERIR TRAMOS)

_____ (Reagrupar en tramos en matriz final)
 (5 / 10 / 15 / 20 / 25 / 30 / 40 / Más de 40)

82. (Si P77=1)¿PUEDES DECIRME, LAS 4 ACTIVIDADES O ACCIONES QUE CONSIDERAS MÁS IMPORTANTES QUE EL MOVIL TE PERMITE HACER?: (Espontánea) (4 menciones, importa el orden)

(Agrupadas en función de los conceptos propuestos por Jenkins: afiliación, expresión, solución de problemas y circulación)(Nota cliente)

P82.A. Primera mención

- 1-Saber que hacen tus amigos
- 2-Hacer fotos
- 3-Pasar el rato jugando
- 4-Que tus padres te controlen
- 5-Escuchar música
- 6-Navegar por Internet
- 7-Hacer videos
- 8-Escuchar la radio

P82.B. Segunda mención

- 1-Saber que hacen tus amigos
- 2-Hacer fotos
- 3-Pasar el rato jugando
- 4-Que tus padres te controlen
- 5-Escuchar música
- 6-Navegar por Internet
- 7-Hacer videos
- 8-Escuchar la radio

P82.C. Tercera mención

- 1-Saber que hacen tus amigos
- 2-Hacer fotos
- 3-Pasar el rato jugando
- 4-Que tus padres te controlen
- 5-Escuchar música
- 6-Navegar por Internet
- 7-Hacer videos
- 8-Escuchar la radio

P82.D. Cuarta mención

- 1-Saber que hacen tus amigos
- 2-Hacer fotos
- 3-Pasar el rato jugando
- 4-Que tus padres te controlen
- 5-Escuchar música
- 6-Navegar por Internet
- 7-Hacer videos
- 8-Escuchar la radio

83. (Si P77=1)¿EN CASA TE LIMITAN EL USO DEL MÓVIL?

- 1-Si
- 2-No
- 3-No, yo ya se lo que puedo hacer y lo que no con el móvil

84. (Si P83=1)¿QUÉ TIPO DE LIMITACIÓN TIENES?

- 1-A qué horas puedes llamar/enviar sms
- 2-A qué hora te pueden llamar/recibir sms
- 3-A quién puedes llamar
- 4-Quién te puede llamar
- 5-Dónde puedes usar el móvil
- 95-Otros (especificar)

85. (Si P77=1)PARA ACABAR, TE LEERÉ UN LISTADO DE OPINIONES, ¿PUEDES DECIR SI ESTAS DE ACUERDO O NO CON CADA UNO DE ELLAS? (Rotar)

(Agrupadas en función de los conceptos propuestos por Jenkins: afiliación, expresión, solución de problemas y circulación)(Nota cliente)

	Si	No	NS	NC
1-Con el móvil me entero de lo que pasa a mi alrededor				
2-Me molesta que con el móvil me puedan hacer fotos quien quiera, cuando quieran y donde quieran.				
3-El móvil me permite saber lo que hacen mis amigos				
4-Con el móvil me va mejor en los estudios				
5-El móvil me sirve para hacer amigos				
6-El tener el móvil encendido facilita que me controlen				

7-No salgo sin el móvil				
8-Con el móvil puedo intercambiar fotos, videos con mis amigos				
9-Con el móvil me lo paso bien				
10-Con el móvil puedo las hacer fotos de todo lo que quiero, cuando quiero y donde quiero.				
11-Con el móvil aprendo cosas				

FIN BLOQUE A CONTESTAR POR LOS CHICOS/CHICAS

