

23

INFORME
ESPAÑA
2016

UNIVERSIDAD ICAI  PONTIFICIA ICADE
COMILLAS
M A D R I D

CÁTEDRA JOSÉ MARÍA MARTÍN PATINO
DE LA CULTURA DEL ENCUENTRO

Servicio de Biblioteca. Universidad Pontificia Comillas de Madrid

INFORME España 2016 / Cátedra J.M. Martín Patino ; [coordinación y edición Agustín Blanco y Antonio Chueca]. -- Madrid : Universidad Pontificia Comillas, 2016.

XLVII, 229 p.

En la portada: 23.

Es continuación de la colección CECS publicada por la Fundación Encuentro ISSN 1137-6228.

D.L. M 41290-2016. – ISBN 978-84-8468-663-7

1. Refugiados. 2. Integración social. 3. Situación política. 4. Situación social. 5. Familias. 6. España. 7. Países de la Unión Europea. I. Blanco, Agustín. II. Chueca, Antonio. III. Universidad Pontificia Comillas. Cátedra J.M. Martín Patino.

Coordinación y edición: Agustín Blanco y Antonio Chueca

Edita: UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS
Cátedra J. M. Martín Patino

ISBN: 978-84-8468-663-7
Depósito Legal: M-41290-2016

Imprenta Kadmos
Salamanca



Gracias a la Fundación Ramón Areces, la Cátedra José María Martín Patino de la Cultura del Encuentro elabora este informe. En él ofrecemos una interpretación global y comprensiva de la realidad social española, de las tendencias y procesos más relevantes y significativos del cambio.

El informe quiere contribuir a la formación de la autoconciencia colectiva, ser un punto de referencia para el debate público que ayude a compartir los principios básicos de los intereses generales.

ÍNDICE

PARTE PRIMERA: CONSIDERACIONES GENERALES

Agustín Blanco

1. El “problema moral” de la democracia.....	XIII
1.1. El malestar democrático	XV
1.2. Desprestigio de la política y los políticos	XVII
1.3. La lógica partidista	XXII
2. Una débil cultura política	XXVI
2.1. Desafección por la política	XXVI
2.2. Desconfianza	XXVIII
2.3. Déficit de participación social y política	XXXIII
2.4. Tolerancia.....	XL
2.5. Consenso	XLIII
3. (Re)descubrir la Política	XLV

PARTE SEGUNDA: LA NUEVA CIUDADANÍA NECESARIA

Miguel Á. Vázquez, Ramiro Viñuales y Javier Pérez

Introducción.....	3
1. Contexto	4
1.1. Repolitización y cambio en la percepción ciudadana: 15-M	4
1.2. Conflicto intergeneracional a debate. ¿Sólo los jóvenes?.....	11
1.3. Tecnopolítica	13
1.4. Visión mundial.....	19
2. Nueva ciudadanía y ciudadanía tradicional	21
2.1. Antes de nada, ¿a qué llamamos ciudadanía?.....	21
2.2. La nueva política como forma de ejercer la ciudadanía: pautas de diferenciación.....	23
2.3. Tejido social clásico y movimientos sociales.....	25
2.4. Municipalismo y procomún	26
3. Respuestas, innovaciones, retos	28
3.1. Movimientos ciudadanos de presión	29
3.2. Multimilitancia	30
3.3. Reivindicación de un Gobierno Abierto	32
3.4. Retos y riesgos para el ejercicio de la nueva ciudadanía.....	35
4. La ciudadanía necesaria	36
4.1. Una ciudadanía activa ante el cambio de era	37
4.2. Hacia una nueva ciudadanía global.....	38

PARTE TERCERA: DESARROLLO E INTEGRACIÓN SOCIAL

Capítulo 1

INNOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN EDUCATIVA EN ESPAÑA:**LAS ESCUELAS DEL NUEVO SIGLO 43***Xavier Martínez-Celorio*

Introducción.....	45
1. Cambio educativo genuino desde la autonomía escolar.....	48
2. Un mapa español de las escuelas avanzadas	54
2.1. Innovación y experimentación en la actual legislación educativa ..	54
2.2. Indicios de un ecosistema innovador	56
3. Diversidad de tendencias y de modelos disruptivos	64
3.1. La Escuela Nueva como inspiración recuperada.....	65
3.2. Globalización curricular y aprendizaje por proyectos (ABP)	69
3.3. El modelo Amara-Berri	72
3.4. El modelo Horizonte 2020 de los jesuitas	73
3.5. La alianza colaborativa Escola Nova 21	77
4. Conclusiones: hacia una nueva escuela del siglo XXI	80

Capítulo 2

LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES EN ESPAÑA 85*Gerardo Meil*

Introducción.....	87
1. La emergencia de la violencia contra las mujeres como un problema social	88
2. Definición y tipos de violencia contra las mujeres.....	94
3. Otras formas de violencia contra las mujeres	102
4. Características específicas de la violencia contra las mujeres en el contexto de las relaciones de pareja.....	105
5. El alcance de la violencia contra la mujer en España.....	110
5.1. Asesinatos de mujeres a manos de sus parejas o exparejas	111
5.2. Denuncias por violencia de género.....	114
5.3. Llamadas al teléfono de ayuda a las víctimas 016	117
5.4. Las encuestas de victimización (macroencuesta sobre violencia contra la mujer)	119
6. Conclusiones.....	133

Capítulo 3

LA CRISIS DE LOS REFUGIADOS EN EUROPA 137*Juan Iglesias, Gonzalo Fanjul y Cristina Manzanedo*

Introducción.....	139
1. La guerra en Siria y el desplazamiento masivo de población hacia los países vecinos	140
1.1. El asentamiento de los refugiados sirios en los países vecinos.....	141
1.2. De Beirut a Berlín: el segundo movimiento de los refugiados sirios	145
2. Europa, la tierra prometida.....	148
2.1. El flujo migratorio mixto hacia la UE. Cifras, rutas y letras.....	148
2.2. Con los pies en Europa. De la crisis migratoria a la crisis del sistema de asilo europeo	154

2.3. “The Winter is coming”. El tercer movimiento de los refugiados.	157
2.4. ¿Por qué falló Dublín, y con Dublín, el SECA?	160
3. La respuesta de Europa	163
3.1. Reforzar el control en la frontera sur europea frente a nacionales de terceros países	163
3.2. Superar la crisis: Dublín, reubicar y reasentar	167
3.3. Re-diseñar el sistema de protección internacional europeo	172
4. Conclusiones preliminares	173
ANEXO. El sistema común europeo de asilo (SECA).....	178
1. Sistema de Dublín	178
2. Eurodac	178
3. Normas comunes de asilo.....	179

PARTE CUARTA: REDES Y TERRITORIO

Capítulo 4

LA INTEGRACIÓN DIGITAL DE LAS FAMILIAS ESPAÑOLAS

Fernando Vidal

1. La década de la gran integración	185
1.1. Una integración tecnológica esférica y nuclear	185
1.2. Una expansiva infraestructura digital de alta calidad	188
2. Cada vez más hogares intensamente conectados.....	190
2.1. El uso de dispositivos digitales	190
2.2. Frecuencia con que se usan los dispositivos tecnológicos	192
2.3. Necesidad de dispositivos tecnológicos.....	195
2.4. Tipos de actividades realizadas con alta tecnología	198
3. El uso de Internet en la familia	200
3.1. Funcionalidades de Internet en la familia.....	200
3.2. Influencia de las TIC en la vida de las familias.....	203
3.3. Influencia de las TIC en la educación de los hijos	210
3.4. Educación sobre TIC	212
4. Desigualdad de clase y familia digital.....	213
5. Riesgos de los hogares y menores en Internet.....	220
5.1. Percepción de riesgo.....	220
5.2. Edad de acceso a TIC.....	222
5.3. Opinión respecto a la tecnología.....	225
Conclusiones.....	228

Parte Cuarta

REDES Y TERRITORIO

Capítulo 4
LA INTEGRACIÓN DIGITAL DE
LAS FAMILIAS ESPAÑOLAS

Fernando Vidal
Instituto Universitario de la Familia
Universidad Pontificia Comillas

1. La década de la gran integración¹

1.1. Una integración tecnológica esférica y nuclear

Todos los medios digitales están viviendo un doble proceso de integración: una *integración esférica* entre todos ellos y una *integración nuclear* en la vida cotidiana de cada hogar y persona. La integración esférica está llevando a que todos los dispositivos estén interconectados formando un único sistema y que, además, todos los servicios digitales tiendan a estar gestionados por un mismo operador. En años anteriores, los operadores estaban especializados en ofrecer telefonía, televisión o creación de *software*. Progresivamente esos dispositivos forman parte de los servicios integrados que ofrecen empresas cada vez más multifuncionales. Y además de integrar todos los dispositivos y servicios en sistemas más compactos, también hay una integración nuclear, que vincula más el núcleo de la vida cotidiana del hogar y cada persona al sistema digital.

Esa integración esférica ha llevado a la fusión de dos mundos que habían permanecido separados, la conexión *online* o virtual y el mundo presencial u *offline*. El crecimiento de la esfera digital ha integrado ambos en un continuo. Simbólicamente, en el año 2016, el fenómeno *Pokemon Go!* ha visualizado esa integración de lo virtual en el mundo real y las gafas virtuales –cuyas expectativas de comercialización son exponenciales– nos hacen integrarnos a nosotros mismos en entornos digitalmente contruidos. La mensajería instantánea es quizás el operativo digital que más se ha inscrito dentro de la realidad presencial y que mejor muestra cómo lo *online* y lo *offline* forman un único cuerpo práctico. La realidad virtual, la realidad aumentada de segunda generación y la comunicación multisensorial desdibujan la frontera entre los mundos *offline* y *online*. Los contenidos, flujos y procesos de Internet tienen tal peso en la vida que difícilmente se puede establecer una categoría de *realidad* diferente para ellos. Simplemente, lo virtual, lo digital e Internet son realidad, ya con tanta fuerza y contingencia como lo físicamente presencial.

¹ Este capítulo ha contado con la colaboración como ayudante de investigación de Janina Hamburger.

Otro fenómeno progresivamente implantado, el de los llamados *wearables*, también simboliza la imbricación de la tecnología digital dentro de nuestro mundo más íntimo: transforma nuestras prendas y equipamientos más pegados al cuerpo y a la vida cotidiana. Hay expectativas de un crecimiento asimismo exponencial de los *wearables*, que supere a las ventas de tabletas, libros electrónicos e incluso teléfonos móviles.

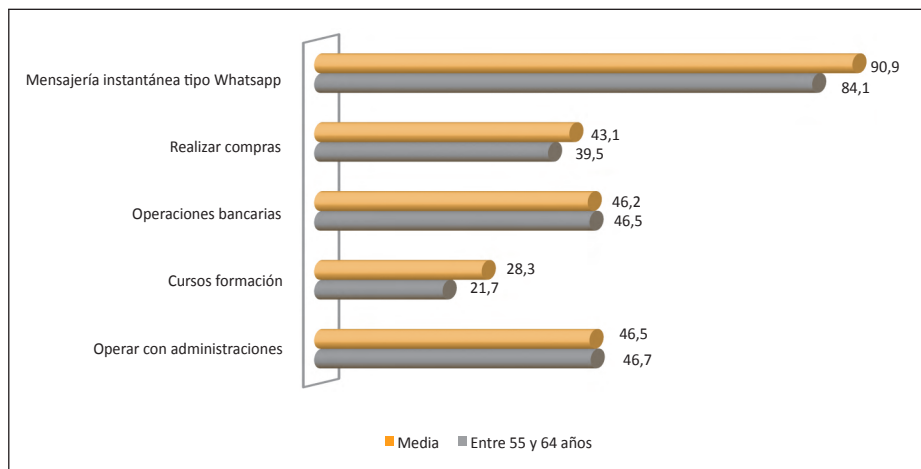
Una parte clave de la revolución tecnológica se está produciendo en los hogares y en el entretenimiento. Una vez que el mundo del trabajo se ha informatizado, ahora son el hogar y los estilos de vida –especialmente el tiempo libre y entretenimiento– los que están siendo reconvertidos digitalmente. En un reportaje publicado por Patricia Fernández en *El País Semanal* bajo el título “Viaje al centro de Microsoft”², el tecnólogo James Allard declaraba: “Microsoft lleva 30 años centrada en las actividades que se realizan entre las 9:00 y las 17:00. Nosotros, ahora, vamos a por el período de entre las 17:00 y las 21:00”. La entrada masiva en España de las plataformas digitales de música y de las de televisión como Netflix o Movistar+ ha supuesto un paso adelante en la integración digital del entretenimiento. Esa integración está afectando también a la edad, porque la barrera digital entre adultos y menores va desdibujándose progresivamente. La tecnología y la tecnofilia van penetrando masivamente en las costumbres de todas las generaciones, a excepción de los mayores de 65 años. Los estudios del informe *La Sociedad de la Información en España 2015*³ de Fundación Telefónica sostienen que durante el año 2015 la brecha intergeneracional casi se ha cerrado ya en el tramo entre 55 y 64 años (gráfico 1). En apenas un año aumentó un 48,5% el uso de Internet para comprar, un 41,9% para realizar cursos de formación, un 28,5% para operaciones bancarias o un 24,9% para operar con las Administraciones. Todas ellas son actividades que podríamos denominar productivas y que indican la progresión en la integración de las generaciones de mayor edad.

Esa integración esférica y nuclear nos conduce a un hecho del que cada vez somos más conscientes: *vivimos, nos movemos y existimos* en Internet. No sólo, pero cada vez más necesariamente. Nuestro vestir incorporará progresivamente *wearables*, nuestro entorno físico contiene realidades digitales que hacen que la gente se mueva por él siguiendo los códigos, un número progresivo de operaciones y actividades (pagar y sacar dinero, comunicación, horario, tomar notas, fotografía, ver las estrellas, identificar árboles, iluminar en la oscuridad, leer la prensa, etc.) las realizamos mediante el teléfono móvil... La mensajería instantánea ha sido la herramienta que ha decantado especialmente el hecho de que también las familias

² Fernández de Lis, P.: “Viaje al centro de Microsoft”, *El País Semanal*, 22 de enero de 2016.

³ Fundación Telefónica (2016): *La Sociedad de la Información en España 2015*. Disponible en http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/483/

Gráfico 1 – Realización de actividades en Internet según grupos de edad. En porcentaje. 2015



Fuente: Elaboración propia a partir de Fundación Telefónica (2016): *La Sociedad de la Información en España 2015*.

vivan en Internet. Junto con las potencialidades y utilidades, los padres expresan riesgos. La única vía es educar a los hijos y formarse uno mismo en el discernimiento para poder distinguir lo conveniente y lo bueno que sucede y viene por el mundo digital. Todos los consejos para las *familias digitales*⁴ señalan la necesidad de convertirse en usuarios con criterio. El gran reto de la integración digital de la vida familiar no es la pericia en el uso de aparatos, sino el desarrollo de la capacidad de discernimiento. En el libro *Cariño he conectado a los niños*, Guillermo Cánovas sostiene que “la aparición de los problemas no depende de la tecnología sino de los usuarios”⁵.

El resumen de este apartado es que la integración digital se va completando y cada vez más fusiona todos los sistemas y áreas de la realidad. La integración esférica fusiona dispositivos y sistemas. La integración nuclear abarca la realidad del hogar y la persona. El hogar se ha convertido en un escenario clave de dichos procesos de integración, lo cual genera potencialidades, pero también inseguridades e incertidumbres, sobre todo respecto a los hijos menores. El gran reto de la integración tecnológica es el desarrollo del discernimiento digital.

⁴ Abad, A. (2015): *Familias digitales*. Madrid: Ediciones Palabra; Jubany, J. (2016): *La familia en digital*. Barcelona: Eumo Editorial.

⁵ Cánovas, G. (2015): *Cariño he conectado a los niños*. Bilbao: Editorial Mensajero, p. 17.

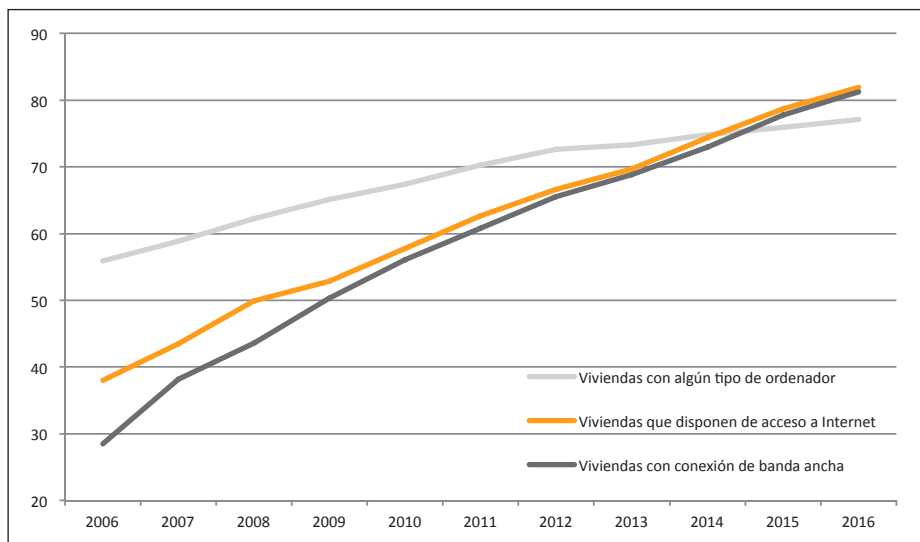
1.2. Una expansiva infraestructura digital de alta calidad

El mundo avanza aceleradamente hacia la completa digitalización, de modo que cada vez se puede hablar menos de la barrera entre lo digital y lo “real”. Desde el terreno práctico, todos los sistemas sociales y operativos están siendo recodificados desde principios digitales. De acuerdo con los datos ofrecidos por Naciones Unidas, en el planeta ya hay 3.000 millones de usuarios de Internet y se han alcanzado las 96,8 líneas de telefonía móvil por cada 100 habitantes: el 78,6% de esas líneas operan en países en vías de desarrollo y el 21,4% en países desarrollados. Media humanidad está en Internet y cuatro quintos en las redes de telefonía móvil.

La conexión digital de los hogares españoles se acerca a la totalidad. Según la *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares* que el INE ha publicado en 2016, el 96,7% de los hogares españoles está dotado de telefonía móvil y el 20,8% ya sólo tiene teléfono móvil, ha prescindido del teléfono fijo. Por otra parte, el 81,9% de los hogares tiene acceso a Internet, lo cual suma ya 13 millones de viviendas conectadas a la Red y, además, prácticamente la totalidad funciona con infraestructura de banda ancha, bien sea ADSL o red de cable. El 80,1% de los hogares pueden acceder a la Red mediante sus teléfonos móviles, un 48,3% de los hogares tienen también ADSL, el 37,5% disponen de fibra óptica o red de cable, el 8,1% puede acceder a otras conexiones fijas de banda ancha vía satélite o mediante wifi público o comunitario y, finalmente, hay un 6,6% que tienen Internet vía módem USB o una tarjeta. La infraestructura de red de cable o fibra óptica está extendiéndose con incrementos que casi alcanzan el 10% interanual. En los últimos diez años el acceso a Internet ha evolucionado del 38% de 2006 al 81,9% de 2016 y la conexión de banda ancha ha seguido una progresión aún más acelerada: en 2006 había un 28,5% de viviendas con acceso mediante banda ancha y en la actualidad se ha alcanzado el 81,2% (gráfico 2). Esta infraestructura digital sitúa a España como el país con mayor cobertura de fibra óptica en los hogares y en el que más rápidamente se está implantando. Esa ampliación se ha producido en el período de crisis económica, lo cual habla del esfuerzo realizado tanto por los hogares como por los operadores en un contexto de progresiva competencia. También la infraestructura de tecnología de telefonía móvil ha vivido una drástica renovación. El 76% de hogares españoles dispone de cobertura 4G y en las ciudades con más de 500.000 habitantes el 4G alcanza el 99,7% (en las que tienen entre 100.000 y 500.000 habitantes es el 99%).

Cuando desde el extranjero se juzga el potencial de España, se pondera muy positivamente la red de autovías y autopistas que cruzan todo el país y ofrecen una muy elevada movilidad logística que no sólo conecta internamente el país sino Europa con un continente africano en el que las clases medias no dejan de crecer. Ahora también se valora muy positivamente la infraestructura de alta tecnología que permite un gran potencial de desarrollo industrial y social. Igual que España es un país de magníficas autopistas

Gráfico 2 – Evolución del equipamiento TIC de las viviendas. En porcentaje. 2006-2016



Fuente: Elaboración propia a partir de INE: *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*, varios años.

para el transporte por carretera o con una potente red de alta velocidad ferroviaria, es un país de alta velocidad digital. Aun en medio de una gran crisis económica, esta segunda década del siglo XXI culminará la gran integración de los sistemas digitales en España. Ahora lo que falta es que ciudadanía y profesionales profundicen en su contribución a la cultura digital.

Ciertamente, quedan hogares y personas aún desconectadas. Según el informe *La Sociedad de la Información en España 2015*, aquellos hogares que no disponen de acceso a la Red argumentan en su mayoría (67,4%) que no necesitan Internet; en segundo lugar, que carecen de conocimientos para usarlo (41,3%); y la tercera razón es que los costes del equipo (25,6%) o de la conexión (20,7%) son demasiado gravosos. Estas dos últimas razones van perdiendo peso en la serie interanual.

No obstante, la conectividad en España aún tiene mucho que mejorar dentro del contexto europeo. La medición compleja de la digitalización sintetiza cinco variables: (a) conectividad, (b) capital humano (mide el nivel de capacidades de la población para usar medios digitales básicos), (c) uso de Internet, (d) integración de la tecnología digital y (e) expansión de los servicios públicos digitales. Ésos son los componentes del DESI –siglas inglesas del Índice de Economía y Sociedad Digital–, cuyos resultados de 2016 muestran que nuestro país figura en el puesto 15º de la Unión Europea (que implica 28 países, a los que se suman Noruega e Islandia). No obstante, España es uno de los países que más rápido está avanzando en el DESI, que

ya se sitúa por encima de la media europea (tiene una puntuación de 0,487 y la media europea es 0,478). A lo largo de 2015, nuestro país ha llegado a ocupar el cuarto puesto en velocidad de crecimiento del DESI. La conectividad es cada vez más amplia –aunque existen espacios vacíos en algunas zonas rurales–, hemos comentado ya la alta calidad de su infraestructura de fibra o red de cable y su Administración electrónica ocupa el 5º puesto en calidad en Europa. En cambio, tiene un bajo capital humano: sólo el 54% de españoles tiene las capacidades digitales básicas. Finalmente, según los UNPACS (Estudios de Naciones Unidas sobre la Administración Pública de los Países), España mejoró su posición entre el año 2012 y 2014: en la comparación internacional pasó del puesto 31 al 19. Además, tres de cada cuatro ciudadanos españoles se muestran satisfechos con la calidad de los servicios digitales de los organismos públicos.

En conclusión, España es un país de alta velocidad digital. La conexión digital de los hogares españoles se acerca a la totalidad y la red de cable o fibra se incrementa a un ritmo del 10% interanual.

2. Cada vez más hogares intensamente conectados

2.1. El uso de dispositivos digitales

El uso de nuevas tecnologías no cesa de crecer y, sobre todo, de integrarlo todo en un único sistema. Según datos de 2016 proporcionados por la encuesta de equipamientos del INE⁶, el 80,6% de los españoles (entre 16 y 74 años) usó Internet en los tres meses anteriores a ser encuestados, lo cual supone un crecimiento de casi el 2 puntos respecto al año anterior. El teléfono móvil lidera los medios para conectarse a la Red: lo ha usado el 93,3% de los internautas. El ordenador personal portátil es el siguiente medio más usado para acceder a Internet: lo ha hecho a través de él el 57,8% de los españoles. Tras ellos se sitúan los ordenadores personales fijos (45,4%), las tabletas (41,5%) o las *smart TV* (16,3%). Se considera internautas intensivos a aquellos que acceden a la Red cada día y suponen el 66,8% de la población entre 16 y 74 años, casi 23 millones de personas.

El *barómetro* del CIS publicado en marzo de 2016⁷ permite conocer numerosos datos sobre tecnología y familia. Por ejemplo, nos hace saber que, a excepción de los mayores de 65 años, todos los grupos de edades hacen un uso casi unánime del móvil. El 91,9% de todos los encuestados

⁶ INE (2016): *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares 2016*. Disponible en http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=resultados&idp=1254735976608

⁷ CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo 2016*. Disponible en http://www.cis.es/cis/openm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14272

han usado un teléfono móvil en los seis meses anteriores a la realización de la encuesta. Es en el tramo 25-44 donde más usuarios hay, el 98%. Les siguen los jóvenes de 18-24 años, con un 96,6%. Entre los mayores de 65 baja al 76% los que usan móvil. Es decir, el teléfono móvil es un dispositivo usado por casi la totalidad de nuestro país y con máxima expansión entre los jóvenes.

El uso del ordenador personal tiene una menor generalización y sigue un patrón marcado por la edad: cuanto más joven, más se usa el ordenador personal. Seguimos utilizando datos del CIS –mientras no se indique lo contrario– cuando indicamos que lo hace el 62,1% del conjunto de la población y el 88,8% de los que tienen 18-24 años. Con porcentajes similares pero menores, lo usan también el 85,4% de los que tienen 25-34 años y el 82,7% de los que tienen 35-44. Baja al 68,8% entre los de 45 y 54 años, el 53,1% del grupo de 55-64 y el 22,1% de los mayores de 65.

Un patrón similar sigue el uso de correo electrónico: cuanto más joven se es, más se usa el correo electrónico. Ha usado el correo electrónico en los últimos seis meses el 59,7% de los encuestados en España. Lo hace también el 90,7% de los jóvenes de 18-24. Se reduce al 86,3% en 25-34 años y al 84,3% en el grupo 35-44. Desciende mucho más, al 64,5%, entre los que tienen 45-54 y al 44,8% del grupo 55-64. Finalmente, usa el correo electrónico el 17,9% de los mayores de 65.

El uso de mensajería instantánea marca todavía más las diferencias por edades. Si en el conjunto del país la usa el 72,1%, entre los jóvenes de 18-24 años la utiliza el 99%. Baja al 96,3% en el grupo 25-34 y luego va descendiendo paulatinamente conforme la edad aumenta: 93,1% del grupo 35-44, 84,1% del 45-54, 65,8% del 55-64 y 25,3% de los mayores de 65. El impacto de la mensajería instantánea es absoluto entre los jóvenes de 18-24 años: la usa el 99%.

También la edad condiciona el uso de redes sociales. Participa en ellas el 47,5% de los encuestados y el 89,3% de los jóvenes de 18-24 años. También los jóvenes de 25-34 están altamente implicados en redes sociales, con un 81,1% de usuarios. A partir de ahí, se produce un descenso que acompaña al aumento de edad: hizo uso de redes sociales en los últimos 6 meses el 64,8% del grupo de 35-44, el 48,3% del 45-55, el 30,5% del 55-64 y el 8,5% de los mayores de 65 años. Las redes sociales son usadas por nueve de cada diez jóvenes de 18-24 años.

Idéntica progresión muestran los usuarios de tabletas y libros electrónicos. Los usó en el último medio año el 32,2% de todos los encuestados en España. Entre los jóvenes de 18-24 son mayoría (el 52,7%). Por debajo del 50% de usuarios se sitúan los jóvenes de 25-34 años (46,6%) y los de 35-44 (45,3%). Se reduce visiblemente el porcentaje de usuarios en la franja de

45-54 años (34,9%) y en la de 55-64 (22,8%). Entre los mayores de 65 años el porcentaje de usuarios de tabletas es del 9,4%. Más de la mitad de los jóvenes de 18-24 años usa tabletas y libros electrónicos, superior a todos los grupos de más edad.

Resumamos: cuatro quintos de los españoles usan Internet –uno de cada diez desde el móvil– y la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es mayor entre los jóvenes. Dentro de estos últimos, todos usan mensajería instantánea y nueve de cada diez están en redes sociales. El uso de dispositivos digitales en España es accesible y está masivamente extendido.

2.2. Frecuencia con que se usan los dispositivos tecnológicos

Todo el mundo es móvil. El 56,1% de jóvenes de 18-24 años usa el teléfono móvil continuamente y lo hace también el 46,4% de quienes tienen 25-34 años. Si vemos la población general que usa móvil, el 32,5% dice estar todo el tiempo haciendo uso de él. Dos de cada cinco personas entre 35-44 años lo hace y un tercio del grupo 45-54. En el tramo 55-64 años baja a uno de cada cinco y ya entre los mayores de 65 años es uno de cada diez. Otra opción que ofrece la encuesta es elegir que se usa el móvil no continuamente sino varias veces al día. Entonces, hallamos que el 93,5% de los jóvenes de 18-24 usa el móvil continuamente o varias veces al día y en el grupo 25-34 llega al 90,7%. El resto de grupos no andan lejos: usa continuamente o varias veces al día el móvil el 85% del grupo 35-44 y el 81,1% de los 45-54. En el tramo 55-64 años baja al 68,4% y desciende al 39,1% entre los mayores de 65 años. Entre los jóvenes de 18-24 años sólo un 6,5% lo usa una vez al día o menos.

Esa fuerte asociación del móvil a los jóvenes se refuerza con un dato: más de dos tercios de los padres (68,2%) han pedido ayuda a sus hijos para manejar los teléfonos móviles. En menor medida, un 41,7% de padres han pedido ayuda a sus hijos para usar Internet y no sólo lo han hecho los padres de mayor edad: lo hizo el 44,4% de los padres de 25-34 años, el 43,5% de los padres de 35-44 años y el 54,2% de los que tienen entre 45 y 54 años. En cambio, los padres mayoritariamente no han pedido ayuda a sus hijos para usar redes sociales –sólo lo hizo el 19,6% de ellos– y todavía menos para usar videojuegos –sólo el 8,2% de padres lo hizo–.

El comportamiento respecto al ordenador personal es diferente. En términos generales, entre los usuarios de ordenador uno de cada cuatro lo usa continuamente y el 56,3% de esa forma o varias veces al día. Otro quinto lo usa sólo una vez al día. Entre los jóvenes de 18-24 años el uso continuo o varias veces al día es mayor y alcanza al 69,8%, mientras que el grupo de 25-34 años, con un 60,6%, se acerca más a la media. En general, continúa

activo el patrón que sostiene que, a menor edad, más frecuencia de uso de dispositivos de alta tecnología.

Respecto al correo electrónico, cambia la pauta. Se usa con algo de mayor frecuencia en el grupo de 35-44 años, edad a partir de la cual su utilización decae. ¿Quiere decir que la juventud más dinámica ha sustituido parte del uso del correo por mensajería instantánea? Quizás, y por eso el correo electrónico está quedando más implantado en la mediana edad. Entre el conjunto de la población usuaria de correo electrónico, hay un 48% que lo usa continuamente o varias veces al día. Los jóvenes de 18-24 y 25-34 lo usan algo más, pero no se distinguen por una mucha mayor frecuencia: lo utilizan continuamente o varias veces al día el 48,9% (18-24 años) y el 51,6% (25-34). Entre los que tienen 35-44 años ese mismo patrón de uso alcanza el 55,6%. Ya es algo menor a los 45-54 años (43,1%) y similar a los 55-64 años (43,2%). Sólo uno de cada cuatro mayores de 65 años usa el correo electrónico continuamente o varias veces al día. En conclusión, el uso frecuente de correo electrónico es un medio intergeneracionalmente asumido con un uso similar. La coincidencia porcentual en las máximas frecuencias habla de su normalización y la ligera superioridad en la generación intermedia revela que parte de la comunicación de alta frecuencia de los jóvenes se encauza por otros medios, como veremos a continuación.

Efectivamente, al estimar la frecuencia de uso de la mensajería instantánea vuelve a recobrase de un modo acentuado el patrón que sostiene que, a mayor juventud, mayor frecuencia de uso de alta tecnología. Al estimar la pauta genérica entre los usuarios de mensajería, encontramos que un 44,3% la usa continuamente. Ese grupo crece hasta el 68,5% entre jóvenes de 18-24 años. Al agregar a los que la usan continuamente y varias veces al día, el conjunto de usuarios llega al 86% y ese mismo porcentaje sube hasta el 96,6% entre los jóvenes de 18-24 años: 19 de cada 20 jóvenes de 18-24 años usan mensajería instantánea continuamente o varias veces al día. En la franja juvenil de 25-34 años la intensidad de uso apenas se reduce e implica al 93,2%. No obstante, el porcentaje de uso intensivo de mensajería instantánea es también muy elevado en el siguiente grupo de edad, el 88,1%, y sólo baja al 83,2% en el tramo de 45-54 años y al 77,4% en el de 55-64 años. Incluso el uso entre los mayores de 65 años es alto, 69,2%. En conclusión, quien usa mensajería instantánea lo hace con una alta frecuencia y es especialmente intenso entre los jóvenes. Pese a su reciente incorporación a las nuevas tecnologías, la mensajería instantánea de bajo coste—que asocia teléfono y otras prestaciones— ha penetrado en las costumbres intergeneracionales muy rápida y extensivamente.

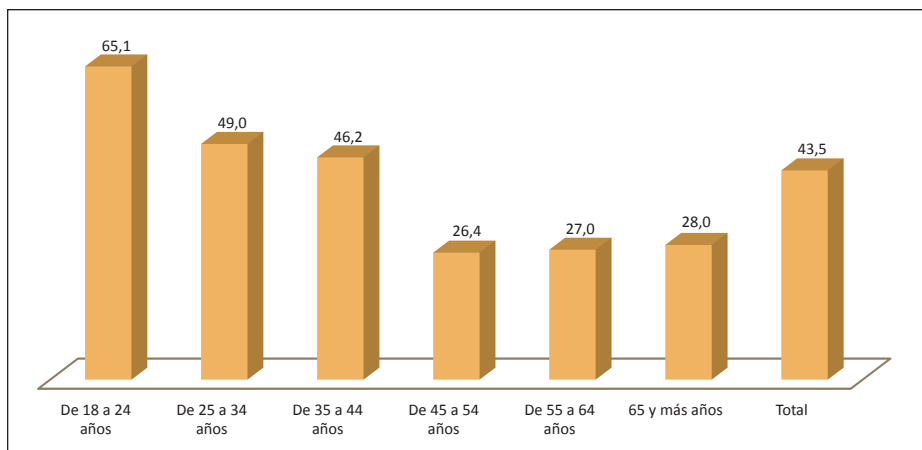
La generalización transgeneracional de la tecnología también se observa en el uso de tabletas y libros electrónicos. En términos generales, quienes los usan lo hacen continuamente o varias veces al día en un 37,5% de los casos. Entre los jóvenes de 18-24 años el porcentaje baja algo, al

35,2%. Es mayor entre los jóvenes de 25-34 años (37,5%) y su comportamiento es el mismo en el tramo de 35-44 años (37,8%) y de 45-54 años (37,2%). Finalmente, el grupo de 55-64 años es el que más usa tabletas y libros electrónicos continuamente o varias veces al día (43,1%). Los jóvenes han migrado al móvil del mañana mientras los adultos continúan con los dispositivos del hoy.

Las redes sí que suponen un comportamiento distintivo en la frecuencia de uso. Si el 16,6% de quienes las usan lo hace continuamente, entre los jóvenes de 18-24 años casi se dobla ese porcentaje al subir al 29%. Si agregamos el uso de alta frecuencia –continuamente o varias veces al día– el conjunto de usuarios sube al 43,5% y el de jóvenes de 18-24 años al 65,1% (gráfico 3). Dos de cada tres jóvenes de 18-24 años usan las redes sociales continuamente o varias veces al día. El porcentaje de alta frecuencia de uso de redes sociales se reduce al 49% entre los jóvenes usuarios de 25-34 años. Cerca, un 46,2% del grupo de 45-54 años son usuarios de redes que lo hacen continuamente o varias veces diarias. Esa pauta ya baja muy visiblemente al 26,4% en el tramo de 45-54 años, tiene un porcentaje similar en quienes tienen 55-64 años (27%) y sube ligeramente, al 28%, entre los de 65 y más años.

En resumen, la nueva generación es móvil: el 93,5% usa el móvil continuamente o varias veces al día y dos tercios las redes sociales también. Aunque hay una universalización transgeneracional de la alta tecnología, a menor edad, más frecuencia de uso de dispositivos de alta tecnología. La mensajería instantánea ha entrado masivamente en la vida cotidiana de la gente. Cada vez las tecnologías penetran más rápida y profundamente en la vida de la población, especialmente de los jóvenes.

Gráfico 3 – Personas que utilizan continuamente o varias veces al día las redes sociales virtuales por grupos de edad. En porcentaje. 2016



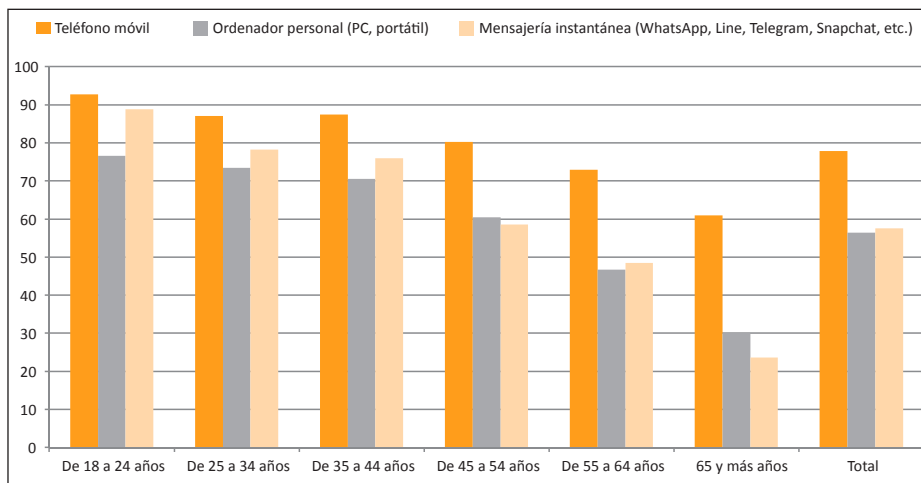
Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

2.3. Necesidad de dispositivos tecnológicos

La encuesta del CIS en 2016 sobre tecnologías aporta también información sobre el grado de necesidad que tienen los grupos jóvenes respecto a diferentes tipos de dispositivos tecnológicos. El teléfono móvil se ha convertido en un aparato considerado muy necesario especialmente entre los jóvenes. El 35,1% del total de los encuestados considera el móvil un aparato muy necesario en su vida cotidiana. Sólo el 15,6% lo estima poco necesario y el 6,2% nada. Entre los jóvenes de 18-24 años es un 1% el que no lo estima nada necesario y el 6,3% poco. En el siguiente tramo ese grupo desafecta aumenta: el 2,9% no lo considera nada necesario para su vida diaria y el 10% poco. El siguiente grupo de edad, de 35-44 años, mantiene una pauta similar –el 2% nada, el 10,4% poco–. Se incrementa el porcentaje de los que no lo ven necesario en el grupo de 45-54 años (15,7% poco, 4,1% nada), es más alto en el de 55-64 años (21,5% poco, 5,6% nada) y alcanza su máximo en la franja mayor de 65 años, ya que es poco necesario para el 22,6% y nada necesario para el 15,8% de los encuestados. Es decir, que cuanto más aumenta la edad, más se considera que el teléfono móvil es poco o nada necesario. Por el contrario, es en el tramo de edad joven donde se considera más necesario. El 49,3% de los encuestados entre 18-24 años lo valora muy necesario para su vida ordinaria y en el siguiente tramo joven de 25-34 años sube al 50%. A partir de esa edad, conforme aumente, disminuirá la alta necesidad de móvil: el 43,9% de los encuestados entre 35-44 años lo estima muy necesario y lo hace también el 34,6% de los de 45-54, el 27,3% de los que tienen 55-64 y el 19,2% de los mayores de 65. Cuanto más joven se es, más necesario se considera el teléfono móvil para la vida cotidiana.

En el caso del ordenador personal –sea de sobremesa o portátil– la progresión de valoración según la edad se acentúa más. Cuanto más joven, más necesitas un ordenador personal (gráfico 4). El 22,6% de los encuestados asigna la máxima valoración a la necesidad cotidiana de ordenador personal y entre los más jóvenes está cercano a doblar esa valoración: lo consideran muy necesario el 42%. La opinión de los jóvenes de 25-34 años se asemeja a la de los que tienen 35-44 años, 32,3% y 33,3%, respectivamente. Desciende severamente al 21% el porcentaje de los que entre 45-54 años dicen que el ordenador es muy necesario cotidianamente y ese mismo porcentaje baja al 13,8% entre quienes tienen 55-64 años. Sólo un 7,7% de los mayores de 65 años sostiene que el ordenador es muy necesario para su vida diaria. Por el contrario, el 48,5% de los mayores de 65 años dicen que no les es nada necesario. No obstante, en el grupo de 18-24 años también encontramos un 18,5% de jóvenes que dicen que no necesitan ningún ordenador personal en su vida ordinaria. Ese porcentaje de jóvenes que necesitan poco o nada el ordenador personal en su vida diaria aumenta al 26,6% en el tramo 25-34 años. Es decir, que uno de cada cuatro jóvenes españoles dice que necesita poco o nada el ordenador personal en su vida cotidiana.

Gráfico 4 – Personas que consideran muy o bastante necesarios en su vida cotidiana algunos aparatos y nuevas tecnologías por grupos de edad. En porcentaje. 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

De igual forma, cuanto más joven se es, más necesidad se tiene de conexión por Internet cada día. Le ocurre en grado máximo al 59,5% de los jóvenes de 18-24 años y al 48,3% de los que tienen 25-34. En menor medida, el 41,7% de las personas de 35-44 años consideran que la conexión a Internet es muy necesaria, el 28,2% de los que tienen 45-54, el 17,2% del grupo 55-64 y el 7,7% de los mayores de 65 años. En ese rango de mayor edad, sólo el 3,1% responde que no sabe.

Son los jóvenes también los que mayor valor otorgan al correo electrónico. Lo considera muy necesario el 20,6% de los encuestados en España y el 37,1% de los jóvenes de 18-24 años. Lo estima muy necesario también el 34% de quienes tienen 25-34 años. Desciende al 29,9% para los del grupo 35-44 años, al 19,4% entre los de 45-54 años, al 12,2% en el tramo 55-64 años y llega a su mínimo de nueve entre los mayores de 65, donde sólo el 5,3% cree que les es muy necesario. No obstante, uno de cada cuatro jóvenes considera que el correo electrónico le es poco o nada necesario en su vida diaria. El 18,5% de los jóvenes de 18-24 años cree que le es poco necesario y el 6,3% piensa que nada. En el siguiente grupo de jóvenes, 25-34 años, el 18,6% piensa que poco y el 9,4% nada.

Las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) son menos necesarias en términos generales: sólo el 7,1% de los españoles las valora muy necesarias en su vida diaria. Pero esa máxima valoración se dobla sobradamente entre los más jóvenes: el 17,1% de los jóvenes de 18-24 años considera muy necesarias las redes sociales. Un 47,8% de jóvenes en ese mismo tramo las estima poco o nada necesarias cotidianamente. La diferencia con

el siguiente tramo joven es considerable. Hay un 61,4% que las considera poco o nada necesarias y sólo el 12,3% cree que son muy necesarias. El porcentaje de quienes las valoran muy necesarias desciende según aumenta la edad: son el 10,6% de los que tienen 35-44 años, el 3,4% de los que tienen 45-54 años, el 4,2% del grupo de 55-64 años y el 2% de los mayores de 65 años. Los menores de 25 años valoran mucho más la necesidad diaria de las redes sociales.

Ese comportamiento diferenciado de los más jóvenes se aprecia también al estudiar su valoración de la mensajería instantánea (WhatsApp, Snapchat, Line, Telegram, etc.). Sólo el 21,8% del conjunto de españoles la considera muy necesaria para su vida diaria, mientras que el 39,1% cree que es poco o nada necesaria. Los más jóvenes doblan el porcentaje de quienes consideran muy necesaria la mensajería instantánea: lo hace así el 45,9% de los que tienen 18-24 años. También le da el máximo valor el 35,1% del grupo 25-34. Desde ahí, el aprecio no deja de descender: 32,3% del grupo 35-44, el 17,1% del 45-54, el 13,8% del 55-64 y el 4,9% de los mayores de 65. La lectura inversa sigue el mismo patrón. Sólo el 11,3% de los que tienen 18-24 años piensan que la mensajería instantánea es poco o nada necesaria en su vida diaria, pero en el siguiente tramo joven, 25-34 años, aumenta al 21,4% el porcentaje de desafectos. Sigue creciendo hasta que tampoco es necesario para el 63,6% de los mayores de 65 años.

La encuesta del CIS permite valorar la necesidad de dispositivos portátiles como tabletas y libros electrónicos. De nuevo la diferencia mayor la marcan los más jóvenes. Mientras que los valoran muy necesarios para su vida diaria el 6,9% del conjunto, entre los jóvenes ese porcentaje se incrementa hasta casi doblarse, al llegar al 12,2%. Conforme aumenta la edad, baja la necesidad diaria de tabletas y libros electrónicos.

Las mujeres sienten con mayor intensidad la necesidad del teléfono móvil: el 37,8% de ellas indican que es muy necesario, en comparación con el 32,3% de los varones. Así como el uso del móvil era sentido con mayor intensidad entre las mujeres, la necesidad de ordenador personal es mayor entre los varones: el 59,7% de ellos cree que es muy o bastante necesario, en contraste con el 53,3% de ellas. La conexión a Internet es señalada como más necesaria por los varones (67,8% frente al 62,6%) y también lo es el correo electrónico (55,3% los varones y 48,7% las mujeres). En el resto de dispositivos –mensajería instantánea, redes sociales o tabletas y libros electrónicos– el grado de necesidad es similar. El móvil se ha expandido con mayor intensidad entre las mujeres, mientras que el ordenador y el correo electrónico se hacen más necesarios para los varones.

En conclusión, el móvil es un dispositivo muy necesario para la gente, especialmente para jóvenes y mujeres. La necesidad de alta tecnología se agudiza conforme el usuario es más joven. Especialmente en herramientas de última generación, los jóvenes doblan la intensidad de necesidad.

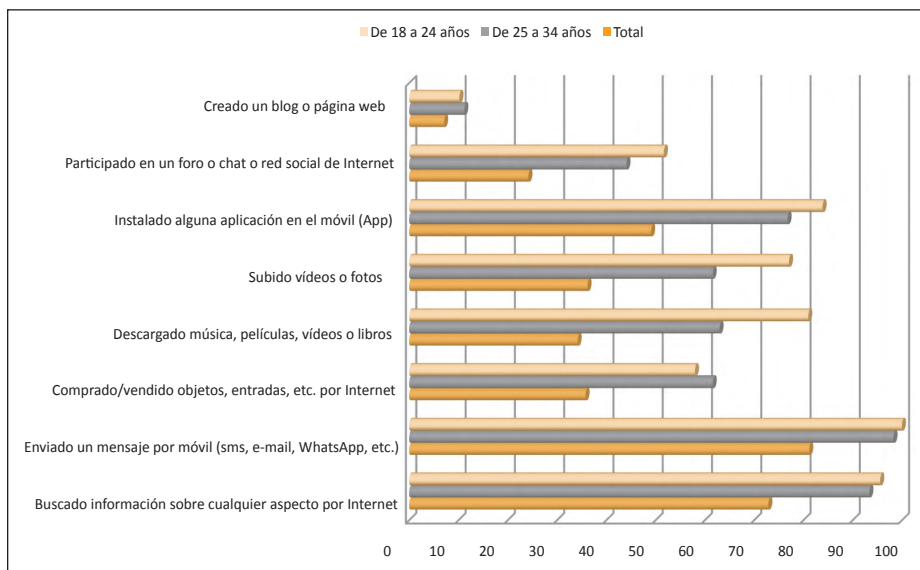
2.4. Tipos de actividades realizadas con alta tecnología

Quienes han usado dispositivos de alta tecnología han realizado diversas actividades y los jóvenes sostienen pautas distintivas (gráfico 5). La búsqueda de información es algo generalizado, pero se acentúa conforme baja la edad del entrevistado. En términos generales, ha usado tecnología digital para buscar información el 72,9% de los usuarios. Lo ha hecho también el 95,6% de los jóvenes de 18-24 años, el 93,4% de los de 25-34 años y el 92,6% del grupo de 35-44 años. Baja al 77,6% entre los que tienen 45-54 años, son tres de cada cinco en la edad de 55-64 años y el 30,4% entre los mayores de 65 años.

El 81,2% de los usuarios de alta tecnología ha enviado un mensaje por móvil en los últimos seis meses. Ese porcentaje es el 100% entre los jóvenes de 18-24 años, el 98,3% en los jóvenes de 25-34 años y el 97,2% del grupo 35-44 años. Luego baja al 90,4% en el tramo 45-54 y al 72,8% en el grupo 55-64 años. Dos de cada cinco mayores de 65 años también lo han hecho. El resultado es contundente: todos los jóvenes de 18-24 años que usan tecnología envían mensajes por teléfono móvil. Con todo, el envío de mensajes vía móvil es muy general al menos hasta los 64 años.

Es minoritario el grupo de usuarios que crean páginas web o blogs y el porcentaje es similar entre los menores de 45 años: lo hace el 10,2% de

Gráfico 5 – Personas que han realizado distintas actividades mediante nuevas tecnologías en los 6 últimos meses por grupos de edad. En porcentaje. 2016



Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

jóvenes entre 18-24 años, el 11,2% del grupo 25-34 y el 10,8% de quienes tienen 35-44 años. Baja al 7,7% cuando se tienen 45-54 años y por debajo del 3% entre los mayores de 55 años. Los jóvenes no crean blogs o webs en mayor medida que los adultos de edad media. Otras prácticas, como veremos a continuación, son más diferenciales.

La compra y venta de objetos, entradas y otros productos por Internet es más característica de los jóvenes. Lo hace el 58% de los jóvenes de 18-24 años y el 61,6% de quienes tienen 25-34 años. Baja al 50,6% en el grupo 35-44 años y al 31,8% en el siguiente tramo de 45-54 años. Sólo uno de cada cinco usuarios lo hace al tener 55-64 años. Al estimar el conjunto, la media de usuarios que compran y venden es del 35,8%. Es decir, que tres de cada cinco jóvenes de 18-34 años compran y venden por Internet.

Respecto a la actividad de descargar por Internet libros, música, películas u otros vídeos, hay un salto generacional entre los jóvenes menores de 25 años. Si en el conjunto de usuarios lo hace el 34,2%, entre los jóvenes de 18-24 alcanza el 81%. En el grupo de 25-34 años baja al 63% y en el siguiente tramo de 35-44 años es mucho menos de la mitad, el 42,6%. De nuevo desciende y es 1 de cada 4 usuarios de 45-54 años y el 15,3% del grupo 55-64 años. Sólo el 4,4% de los mayores de 65 años lo hace. Descargar música, libros o vídeos es una actividad mucho más frecuente entre los jóvenes de 18-24 años. Algo similar ocurre cuando estudiamos si los usuarios de alta tecnología han subido imágenes o vídeos. Lo ha hecho el 36,2% del conjunto y el 77,1% de quienes tienen 18-24 años. También el 61,6% de los jóvenes mayores de 24 años. De nuevo lo hace menos de la mitad del grupo de 35-44 años, el 48,6%. Subir o descargar es sobre todo cosa de los menores de 25 años.

También los jóvenes encuestados por el CIS se van a caracterizar por instalar aplicaciones en sus teléfonos móviles. Lo ha hecho el 83,9% de los que tienen 18-24 años y el 76,8% del grupo de 25-34 años. En menor medida, los que tienen 35-44 años, el 64,6%, y casi exactamente la mitad del grupo de 45-54 años (50,5%). Sólo el 30,8% del tramo 55-64 años y el 8,2% de quienes son mayores de 65. En resumen, instalar *apps* es una práctica mucho más habitual entre jóvenes menores de 25 años.

Se repite de nuevo esa pauta si consideramos si los usuarios han participado en un foro, chat o red social en Internet. Lo hizo casi uno de cada cuatro usuarios y entre los jóvenes de 18-24 años, más de la mitad (51,7%). También el 44,1% del grupo juvenil de 25-34 años. Entre los que tienen 35-44 años se redujo a un 32% y a partir de esa edad desciende hasta alcanzar el 3,1% de mayores de 65. La participación en chats y foros es sólo mayoritaria entre los jóvenes menores de 25 años.

Los jóvenes lanzan masivamente mensajes, instalan *apps* y descargan y suben contenidos a la Red. Sin embargo, la creación de blogs y *websites*

queda restringida a una de cada diez personas y no es mayor entre los más jóvenes.

3. El uso de Internet en la familia

3.1. Funcionalidades de Internet en la familia

¿Qué utilidades tiene el uso de medios digitales en la actividad familiar? Menos de la mitad de los usuarios utilizan tecnología digital para coordinar actividades domésticas entre los miembros de la familia (tabla 1). Es un 43,1% de los encuestados y entre ellos sólo el 12,2% lo hace con mucha intensidad. Al comparar las distintas edades, la frecuencia es similar, pero se eleva en el tramo 25-44 años, donde lo hace más del 48%. Es decir, que principalmente son las familias jóvenes las que usan Internet para organizar la vida doméstica.

Si bien se usa moderadamente para coordinar la actividad familiar del hogar, se utiliza en mucha menor medida para educar a hijos, sobrinos o nietos. Sólo lo hace mucho o bastante el 17% y el 39,3% dice no emplear nada los medios digitales para eso. En su conjunto, en el entorno familiar los medios digitales no se usan con fines educativos de hijos, sobrinos o nietos. Sumando a quienes los usan mucho o bastante, son el 15,2% en el grupo de 25-34 años, el 28% a los 35-44, el 22,9% a los 45-54, el 14,4% a los 55-64 y el 7,8% de los mayores de 65 años.

Sin embargo, en relación con el ocio se genera más actividad: el 35% de los usuarios utilizan los medios digitales para ocupar el ocio familiar. Entre los jóvenes de 18-24 años ese porcentaje se eleva por encima de la mitad, al 53,6%. En edades superiores de 25-44 años se sitúa ligeramente por encima del 40% y luego desciende. Sólo un tercio de usuarios emplea los medios digitales para actividades de ocio de la familia.

En resumen, las tecnologías digitales tienen un uso más bien moderado y minoritario en la vida familiar doméstica y más próxima. Sin embargo, los encuestados consideran que dichas tecnologías impactan positivamente para sentirse más cerca de los familiares con los que no se convive. Dos de cada tres usuarios de medios digitales atestiguan que les sirven para estar más cerca de los parientes con quienes no conviven. Ese porcentaje es más intenso entre los menores de 45 años (71,7% en el grupo de 18-24 años, 72,2% en el de 25-34 y 71,2% en el de 35-44), pero también es mayoritario en edades superiores: son el 63,6% en el grupo de 45-54, el 65,6% en el de 55-64 y el 55,4% entre los mayores de 65 años. Los medios digitales hacen un gran servicio mayoritario para intensificar las relaciones entre los parientes que no conviven.

Tabla 1 – “Nos gustaría que nos hablara sobre los usos de las TIC (Internet, teléfono móvil, etc.) en relación a su vida familiar; díganos por favor en qué medida: mucho, bastante, poco o nada, la utilización de estas tecnologías le ha servido para...” Por grupos de edad. En porcentaje. 2016

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
Coordinar las actividades domésticas entre los/as miembros de la familia							
Mucho	12,7	13,8	13,0	14,0	10,6	9,5	12,2
Bastante	31,7	35,5	35,0	32,2	27,2	23,9	30,9
Poco	26,8	23,8	24,4	23,6	26,9	21,3	24,2
Nada	27,3	24,6	24,8	26,6	30,3	33,0	27,8
No procede (no tiene familia, no tiene hijos/as, nietos/as, sobrinos/as, no vive con su familia)	0,5	0,9	1,6	1,2	2,5	1,6	1,4
No procede (no usa las TIC con su familia)	0,5	0,6	1,0	1,4	1,9	7,8	2,4
Educar a sus hijos/as y/o nietos/as y/o sobrinos/as							
Mucho	-	4,3	7,4	4,7	1,9	2,0	3,8
Bastante	6,3	10,9	20,6	18,2	12,5	5,8	13,2
Poco	12,2	17,5	21,8	25,0	20,0	11,5	18,6
Nada	19,0	23,2	29,8	40,2	51,1	61,2	39,3
No procede (no tiene familia, no tiene hijos/as, nietos/as, sobrinos/as, no vive con su familia)	53,7	37,2	15,4	8,9	9,7	6,7	18,3
No procede (no usa las TIC con su familia)	7,3	5,7	4,2	1,2	2,8	8,6	4,8
Ocupar el tiempo de ocio familiar							
Mucho	10,7	9,2	9,6	7,5	6,1	4,7	7,7
Bastante	42,9	31,5	33,8	28,5	21,7	12,9	27,3
Poco	23,9	33,2	27,0	26,9	24,7	13,5	24,6
Nada	22,0	23,5	26,8	34,1	43,6	54,8	35,4
No procede (no tiene familia, no tiene hijos/as, nietos/as, sobrinos/as, no vive con su familia)	-	1,1	1,4	0,9	1,1	2,0	1,2
No procede (no usa las TIC con su familia)	-	0,6	1,0	0,9	2,2	9,3	2,7
Estar más cerca de los/as familiares con los/as que no convive							
Mucho	20,5	24,6	24,2	23,4	21,7	21,7	22,9
Bastante	51,2	47,6	47,0	40,2	43,9	33,7	43,1
Poco	12,7	14,6	12,8	16,8	14,4	12,9	14,1
Nada	15,6	12,9	14,2	17,8	15,8	22,0	16,6
No procede (no tiene familia, no tiene hijos/as, nietos/as, sobrinos/as, no vive con su familia)	-	0,3	0,6	0,2	1,1	0,7	0,5
No procede (no usa las TIC con su familia)	-	-	1,0	0,9	1,4	7,1	2,0

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

Ese dato se refuerza al investigar si los padres comparten con sus hijos grupos de mensajería instantánea, porque se encuentra que, en general, más de dos tercios de los padres lo hacen. Es máximo el porcentaje entre los padres de edad intermedia, 45-54 años, donde lo hace el 72,6%. Entre padres de edad intermedia, siete de cada diez padres comparten con sus hijos un grupo de mensajería instantánea. Las madres comparten en clara mayor medida grupos de mensajería instantánea con sus hijos: el 72,1% de ellas en comparación con el 62,5% de ellos.

También ayuda a formarse idea del fenómeno el dato que revela si los padres comparten redes sociales con sus hijos. La mitad de los padres comparte con alguno o varios de sus hijos un mismo grupo en alguna red social de Internet. Ese porcentaje sube conforme baja la edad de los padres: lo hace el 53,8% de los padres de 25-34 años y el 46,5% de los padres de 55-64 años. De nuevo es mucho mayor la actividad compartida entre hijos y madre: el 54,2% de las madres comparten grupo con sus hijos en las redes sociales. Entre los padres varones ese mismo porcentaje se queda en un bajo 37,9%.

Coordina mucho mediante TIC actividades familiares el 14,2% de las mujeres y el 10,1% de los varones y también las mujeres usan mucho más las TIC para estrechar las relaciones con familiares con los que no se convive (lo hace el 26,4% de las mujeres y el 19,3% de los varones). El uso frecuente (la suma de mucho y bastante) es similar entre varones y mujeres para educar a hijos o nietos (17,7% y 16,7%, respectivamente) y en el empleo de TIC para actividades familiares de ocio (35,4% y 34,5%). Quizás las mujeres usan más las TIC para organizar actividades familiares simplemente porque hacen esa labor con mucha mayor frecuencia que los varones.

Hay varios aspectos que indican la progresiva integración digital de las familias. Uno de ellos es el avance de la digitalización de la educación formal. El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España señala el avance de los libros digitales en el uso de textos en las aulas. Hay un dato previo que debemos considerar. Aunque la digitalización crece, también se incrementa el porcentaje de usuarios que se mantiene o incluso vuelve a algunos formatos tradicionales, como es el caso del libro de papel, que el intelectual Juan Cruz ha calificado como “un objeto tecnológicamente perfecto”. El uso del libro electrónico no sólo se mantiene todavía por debajo del uso de libro de papel, sino que ha bajado la proporción de lectores que prefieren el formato electrónico (del 32% al 30%) al físico de papel. De 2013 a 2014 hubo un 1,9% menos de libros digitales en venta. Si bien esa observación parece cierta para el conjunto del mundo de libro, no lo es respecto a los libros escolares. Por el contrario, hubo un 10% más de libros escolares digitales. Actualmente el 30,6% de los libros de texto publicados en España son digitales y ese sector de libro electrónico ya supone el 19,9% del total de libros digitales que se producen en el país.

El estudio *La Sociedad de la Información en España 2015* de Fundación Telefónica muestra cómo la vida familiar se integra progresivamente en el sistema digital. Cada persona utiliza de media 4,6 canales para comunicarse con sus familiares y la investigación revela que 2,5 de esos canales funcionan mediante Internet. Más de la mitad de canales de comunicación cotidiana en la familia son digitales. El 58,4% de los encuestados sostiene que la mensajería instantánea ha intensificado la comunicación con sus familias e incluso el 52,8% afirma que le ha permitido recuperar relaciones familiares que estaban orilladas. Para el 73,9% fue el medio por el cual pudo organizar eventos familiares o participar en ellos. Entre los jóvenes de 14-19 años, asciende al 83,7% ese porcentaje de los que agradecen a Internet poder tomar parte en eventos de familia.

Junto con el incremento y la intensificación de las relaciones por Internet, existe también una preocupación por la seguridad y su actividad y por eso se ha iniciado un movimiento de racionalización de los usos. En términos generales, según los datos de Fundación Telefónica, el 31,7% de los usuarios creen que usan demasiado la mensajería instantánea y esa proporción sube hasta el 51,7% entre los jóvenes de 14-19 años. La racionalización del uso está presente en casi tres quintas partes de los encuestados. El 59,7% de ellos ha silenciado grupos y personas, el 44,1% ha bloqueado comunicaciones y el 56,8% ha tomado decisiones para evitar que la Red sea una distracción. Esa labor de racionalización es más intensa entre los jóvenes. Entre quienes tienen 20-24 años, el 79,1% ha silenciado y el 68% ha bloqueado comunicaciones. Incluso la encuesta encuentra un 11,2% de usuarios que expresa intención de dejar de usar mensajería instantánea, porcentaje que entre los jóvenes de 14-19 años sube hasta el 18,8%.

Resumiendo, aunque las TIC se usan moderadamente para organizar la vida familiar, educar a los hijos y entretenerse, se evalúan muy positivamente para contactar con los familiares con quienes no se convive. Más de la mitad de los canales de comunicación cotidiana en la familia son digitales. Junto con el uso masivo de comunicación digital, también se ha iniciado una racionalización de su utilización.

3.2. Influencia de las TIC en la vida de las familias

Para más de la mitad de los españoles (52%) las nuevas tecnologías han cambiado mucho la vida cotidiana de las familias del país. Sólo un 3,9% piensa que las TIC han cambiado poco o nada la vida diaria familiar. Los jóvenes de 18-35 años son los que sostienen con mayor intensidad que las TIC han cambiado la vida familiar ordinaria (más del 56% así lo piensa). Entre los jóvenes de 18-24 años tan sólo el 2% no cree que haya cambiado a las familias.

Sin embargo, cuando a los españoles se les pregunta si las TIC han cambiado a su familia particular, las opiniones son distintas (tabla 2). Mientras que un 52% piensa que las TIC han hecho variar mucho la vida diaria de las familias en general, sólo el 19,5% asume que sí ha cambiado mucho también la suya particular. No obstante, un tercio de los encuestados admite que su vida familiar ha sido bastante cambiada. En su conjunto, el 52,2% piensa que su vida familiar ha cambiado mucho o bastante por las TIC. Casi otro tercio cree que ha cambiado poco y un 12,9% declara que no ha cambiado nada. Si respecto a las familias en general hay sólo un 3,9% que dice que las TIC han cambiado poco o nada a las familias, cuando el encuestado tiene que decir si su propia familia ha cambiado, crece al 43,7% los que dicen que poco o nada han influido las TIC en su vida ordinaria. Los jóvenes de 18-24 años son los que admiten en mayor medida que las TIC han transformado mucho a sus propias familias: lo dice el 28,8%. En su conjunto, dos tercios (64,9%) de los jóvenes de 18-24 años admiten que sus familias han cambiado por las TIC. Son los encuestados de mayor edad, por encima de los 55 años, quienes creen en menor medida que las TIC hayan variado la vida de sus familias (sólo el 13% cree que mucho y la mayoría, el 52%, cree que poco o nada).

En lo que sí hay bastante acuerdo es en identificar cuál de los dispositivos tecnológicos ha cambiado más la vida de las familias en general y de la propia familia en particular: el teléfono móvil. Independientemente de que el encuestado disponga o no de él, el 46,3% de los españoles piensa que el móvil es el aparato que más influencia tiene en la familia. El teléfono móvil es el gran transformador de la vida diaria de las familias españolas y es algo en lo que hay un acuerdo similar en todos los grupos de edad. Son los adultos de 35-44 años los que señalan al teléfono móvil con mayor énfasis

Tabla 2 – “Independientemente de que Ud. las use, ¿hasta qué punto, mucho, bastante, poco o nada, cree que, en general, las nuevas tecnologías han cambiado la vida cotidiana de su familia en concreto?” Por grupos de edad. En porcentaje. 2016

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
Mucho	28,8	22,0	25,4	21,9	13,0	12,2	19,5
Bastante	36,1	44,0	36,2	33,9	33,4	20,4	32,7
Poco	30,7	26,0	30,5	29,4	37,7	30,8	30,8
Nada	2,9	7,7	6,5	10,7	14,3	25,9	12,9
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,0	2,5	1,1	7,0	2,5
N.S.	1,0	-	0,4	0,9	0,5	3,6	1,3
N.C.	0,5	-	-	0,7	-	0,2	0,2
Total	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo.*

y, así, el 48,8% lo reconocen como el aparato más influyente en la familia. En segundo lugar, hay un 24,4% de españoles que destacan la conexión a Internet como la nueva tecnología más influyente en la vida familiar diaria. Incluso entre los de 65 y más años es unánime otorgarle ese segundo lugar en influencia. A bastante distancia, un 7,5% piensa que es el ordenador el aparato más influyente en el día a día de la familia y un 6,7% sostiene que es el televisor. Un 5,1% señala a las redes sociales y el 4,8% dice que la mensajería instantánea ha sido la tecnología que más ha cambiado la vida cotidiana de las familias en España. Por edades hay algunas variaciones. Para los jóvenes de 18-24 años, si el primero es el móvil y el segundo la conexión a Internet, la tercera máquina más influyente en las familias no es el ordenador sino la mensajería instantánea (lo dice un 11,7% en comparación con el 4,8% general). Los jóvenes de 25-34 años le dan la tercera posición no al ordenador ni a la mensajería sino a las redes sociales (eso sostiene el 8,6%). Los mayores de 65 indican a la televisión como tercera tecnología más influyente en los hogares. En el conjunto de encuestados, un 0,2% prefiere declarar que ninguno de ellos ha cambiado a sus familias.

Ese 0,2% crece a un 9,6% cuando la pregunta no es genérica, sino que se refiere a la propia familia particular de cada uno: casi 1 de cada 10 encuestados dice que ningún aparato tecnológico ha modificado su vida familiar cotidiana. Mientras que al preguntar por el conjunto de familias no había ningún joven de 18-24 años que negara la influencia de alguna tecnología en su familia, cuando se pregunta por su propia familia el porcentaje se eleva al 4,9%. Por el contrario, el 42,1% de los españoles indica que el teléfono móvil ha cambiado la vida diaria de su familia. En coherencia también con la opinión vertida sobre el conjunto de las familias de España, también se considera que en segundo lugar lo que más ha contribuido a cambiar la vida de las familias ha sido la conexión de Internet. En cambio, mientras que al ver el conjunto de familias se decía que en tercer lugar el ordenador había sido lo más influyente, al referirse a la propia familia se destaca como tercera influencia a la televisión, en cuarta posición a la mensajería instantánea y en quinta posición al ordenador personal. El teléfono móvil ha cambiado la vida cotidiana de dos quintos de las familias españolas, según ellas mismas reconocen.

Los efectos de las TIC sobre los miembros de la familia también están en la preocupación de la gente. El 55,2% de los españoles piensa que el uso de nuevas tecnologías aísla más a cada miembro de su propia familia (tabla 3). Son más bien mayoría los que se inclinan por pensar también que en su familia particular las TIC vuelven más perezosas a las personas: lo piensa el 48,7% frente al 44,3% que dice que no es así. El 3,8% no sabe qué contestar. Los jóvenes de 18-24 años son los que piensan en mayor medida que las TIC hacen que los miembros de su familia sean más perezosos: lo sostiene el 53,7%. También es una mayoría, el 56,3%, la que cree que las TIC hacen que la gente de su familia desaproveche o desperdicie más su tiempo. De

Tabla 3 – "¿Cree Ud. que con el uso de nuevas tecnologías como Internet, teléfonos móviles, servicios de mensajería instantánea, iPods, los miembros de su familia, en general...?" Por grupos de edad. En porcentaje. 2016

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
Se aíslan más							
Sí	57,1	51,7	60,6	57,6	58,9	47,6	55,2
No	42,4	46,6	37,2	38,7	37,7	35,5	38,9
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,6	2,1	2,4	8,3	3,1
Se vuelven más perezosos							
Sí	53,7	51,4	52,4	52,8	48,3	39,5	48,7
No	45,9	46,9	44,3	42,8	46,7	41,7	44,3
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,6	2,1	1,9	8,2	3,0
Desaprovechan o desperdician más su tiempo							
Sí	65,4	57,4	59,1	61,7	55,4	46,4	56,3
No	33,7	41,4	38,2	34,2	37,7	34,4	36,6
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,6	2,1	1,9	8,2	3,0
Hablan menos con los familiares con los que conviven							
Sí	50,2	45,7	50,0	51,9	50,4	43,2	48,2
No	49,3	52,0	46,5	43,1	44,8	36,4	44,2
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,6	1,8	2,3	2,1	8,2	3,1
Se vuelven más eficientes o competentes							
Sí	42,9	37,1	37,8	33,7	35,3	28,6	34,8
No	52,2	57,4	53,5	56,5	52,0	41,5	51,4
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,8	2,3	2,1	8,5	3,2
Se relacionan más con familiares que viven lejos							
Sí	80,5	73,4	66,5	59,7	65,0	53,9	64,2
No	17,6	24,9	30,3	35,3	28,6	27,2	28,4
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	0,5	0,9	1,4	2,3	2,9	8,2	3,2
Hacen nuevos/as amigos/as							
Sí	63,4	52,3	48,6	47,4	49,3	34,0	46,8
No	34,6	44,0	47,0	43,3	38,5	32,5	40,1
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,2	2,1	2,4	8,5	3,0
Se relacionan más con sus amigos/as de siempre							
Sí	71,7	60,3	53,1	52,6	58,6	41,3	53,6
No	26,8	35,4	40,9	39,6	31,0	28,1	34,2
No procede (no usa TIC, no tiene familia)	-	0,3	1,8	2,1	2,4	8,2	3,1

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo.*

nuevo son los jóvenes de 18-24 años los más críticos y entre ellos alcanza el 65,4%. Dos tercios de los jóvenes de 18-24 años piensan que las nuevas tecnologías provocan que los miembros de su familia pierdan el tiempo. ¿Y los familiares de un hogar hablan menos entre sí por culpa de las TIC? Así lo cree el 48,2% frente al 44,2% que piensa que no al referirse a su propia familia. Los jóvenes de 18-24 años de nuevo son más críticos que la media (50,2%). En general, la mayoría de los españoles cree que las TIC hacen que los miembros de su familia estén más aislados, hablen menos entre ellos, se hagan más perezosos y desperdicien el tiempo. Es una minoría la que opina que las TIC hace a sus familiares más eficientes o competentes: lo dice uno de cada tres (34,8%). En este caso los jóvenes de 18-24 años son los que más valoran la aportación positiva que las TIC hacen a la eficiencia y competencia de los miembros de su hogar familiar.

Lo que sí se estima positivamente es que las TIC contribuyen a que la familia se relacione más con los parientes que viven lejos. Piensa que es así el 64,2%. Los jóvenes de 18-24 años de nuevo muestran una posición diferenciada y entre ellos el 80,5% sí cree que ayuda a esa relación con familiares lejanos. Las TIC son también útiles para que los miembros de la propia familia hagan amigos nuevos. Lo piensa el 46,8% de la población general respecto a su propio hogar y el 63,4% de los jóvenes de 18-24 años. También ayudan a reforzar los vínculos con los amigos consolidados: lo piensa el 53,6% del conjunto de encuestados y, con mucha mayor intensidad, el 71,7% de los jóvenes de 18-24 años.

Si enfocamos en mayor medida la atención en el impacto de las TIC sobre la calidad de los vínculos familiares, obtendremos información relevante. Las preguntas no se refieren a la familia del encuestado sino al estado general de las familias. Ya sabemos que se tiende a ser más pesimista cuando el encuestado juzga la situación general que cuando debe reconocer el impacto en su propia familia. Así, el 68,3% piensa que las TIC han hecho disminuir la comunicación entre padres e hijos (tabla 4). Los jóvenes de 18-24 años lo confirman y en mayor grado, ya que entre ellos piensa que también ha sido perjudicial el 71,2%. Sólo uno de cada diez encuestados sostiene que las TIC han aumentado la comunicación entre padres e hijos. Tampoco la comunicación en la pareja se ha visto favorecida: el 52% piensa que las TIC han disminuido dicha comunicación. En cierta contradicción con el anterior dato que afirmaba que las TIC ayudan a mejorar la comunicación con los parientes lejanos, el 40,4% de los encuestados creen que han hecho disminuir la relación con los abuelos. Sólo un 9,9% cree que haya mejorado. Para dos de cada cinco (39,7%), las TIC no han afectado a esa relación y ésta permanece igual.

Tabla 4 – “¿Considera Ud. que en los últimos años el uso de las nuevas tecnologías (Internet, teléfono móvil...), ha hecho que en la vida familiar haya aumentado o disminuido...?” Por grupos de edad. En porcentaje. 2016

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
La comunicación entre padres e hijos/as							
Ha aumentado	8,8	11,1	10,6	9,3	10,9	8,8	9,9
Ha disminuido	71,2	68,9	68,5	71,1	71,9	62,6	68,3
Permanece igual	16,1	18,3	17,5	16,9	13,5	16,5	16,5
La comunicación en la pareja							
Ha aumentado	23,9	12,3	7,7	7,1	3,4	3,6	7,9
Ha disminuido	46,8	53,4	56,1	51,3	57,6	46,3	52,0
Permanece igual	22,9	30,0	31,7	35,1	30,8	26,9	30,0
Las relaciones con los/as abuelos/as							
Ha aumentado	11,2	8,9	11,8	10,9	9,8	7,8	9,9
Ha disminuido	35,6	40,9	40,6	42,4	36,9	42,3	40,4
Permanece igual	49,3	44,0	38,4	39,9	41,1	34,0	39,7
El conflicto familiar							
Ha aumentado	58,5	52,0	58,1	58,5	51,2	41,8	52,4
Ha disminuido	8,8	10,0	7,1	6,6	6,6	7,5	7,6
Permanece igual	27,8	30,0	28,0	30,5	30,2	27,7	29,0
El hacer cosas juntos							
Ha aumentado	13,7	9,7	7,3	5,0	4,8	3,6	6,5
Ha disminuido	53,2	54,3	55,3	56,9	54,1	46,6	53,0
Permanece igual	26,8	32,0	33,7	33,5	35,0	29,4	32,0

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo.*

La mayoría de los españoles, el 52,4%, piensa que las nuevas tecnologías han aumentado los conflictos familiares. Los que sostienen en mayor grado esta percepción son los jóvenes de 18-24 años: un 58,5% de ellos lo sostiene. Para el 29%, sin embargo, las TIC no han influido en el nivel de conflicto doméstico, sigue igual. También una mayoría similar, el 53%, cree que las TIC han sido la causa de una disminución de la actividad común en la familia, se hacen menos cosas juntos. Sólo el 6,5% cree lo contrario, que ha aumentado la actividad juntos. Los jóvenes de 18-24 años tienen una visión algo diferente al resto de grupos de edad: un 13,7% de ellos sí cree que las TIC han colaborado a que la familia haga más cosas en grupo.

Las mujeres son más proclives (56,3%) que los varones (53,9%) a pensar que las TIC aíslan. También apoyan más la percepción de que vuelve más perezosos a los miembros de las familias (el 51% de mujeres lo piensan

y el 46,3% de los varones), que hacen perder el tiempo (57,5% de mujeres, 55% de varones) y que conducen a hablar menos con los familiares del hogar (49,4% de mujeres, 46,9% de varones). En cambio, apoyan en mayor medida que las TIC ayudan a entablar vínculos con los parientes lejanos (un 66,2% de mujeres y un 62,1% de varones lo piensan así) y a fortalecer las relaciones con los amigos de siempre (el 55,5% de mujeres y el 51,6% de varones). Las mujeres creen en ligera mayor medida que las TIC han perjudicado a la comunicación en la pareja: lo piensa el 53% de las mujeres y el 50,8% de los varones.

Las nuevas tecnologías han impactado sobre todo en abandonar las visitas a bibliotecas (dejó de hacerlo el 46,6%) y la lectura de libros, revistas o periódicos en papel (el 62,1% ya no lo hace por las TIC). Es llamativo que dos quintos (41,5%) de los encuestados creen que la gente ha dejado de pasear por causa de las TIC y el 45,8% que en general se pasa mucho menos tiempo sin hacer nada. En relación con la vida familiar, las nuevas tecnologías son la causa de que el 42,4% de los españoles hable menos cara a cara con su pareja y de que el 38,7% salga menos con amigos. Otras actividades que se han visto sustituidas por el uso de TIC han sido dormir (el 34,6% duerme menos por las TIC), oír la radio o ver la TV (39%), ir al cine (37%), practicar algún deporte (33,4%) o estudiar (36,4%). Sólo el 2,5% de los españoles dice que no cree que la gente use las TIC en detrimento de ninguna otra actividad que antes hiciera. Los datos de este párrafo se refieren a lo que el encuestado cree respecto a la población general. Varían sustancialmente cuando al encuestado se le pregunta qué efectos han tenido en su vida concreta. Más de dos quintos de los españoles declaran que las TIC no les han quitado tiempo de ninguna otra actividad que hicieran previamente, pero sólo el 2,5% piensa eso del resto de la gente. Si el 62,1% pensaba que la gente ha dejado de leer en papel por las TIC, sólo el 20% reconoce que él lo ha hecho y si el 46,6% cree que se ha dejado de ir a bibliotecas, sólo el 17,6% declara que él sí lo ha hecho por causa de las TIC. Afortunadamente, aunque el 42,4% piensa que se ha dejado de hablar con la pareja, en realidad sólo el 6,2% reconoce que a él le pasa. Y lo mismo ocurre con el impacto de las TIC en el tiempo para salir con amigos: sólo le pasa al 5,6%, pero el 38,7% cree que en general a la gente le sucede. Al aplicar la pregunta a su propia vida, menos encuestados confirman que hayan disminuido actividades por causa de las TIC: el 6,6% dejó de dormir, el 7,3% de pasear, el 9,6% de ir al cine, el 14,4% de ver TV u oír radio, el 6,3% de hacer deporte y el 3,5% de estudiar.

En resumen, las nuevas tecnologías ayudan positivamente a que en cada familia se avive la relación con los parientes lejanos y se hagan nuevos amigos. En cambio, aumenta el conflicto familiar, disminuyen la actividad compartida y perjudican a las relaciones con padres, hijos, abuelos y la pareja. Los jóvenes de 18-24 años son, por un lado, más críticos con los problemas que suponen las TIC y, a su vez, aprecian mejor algunos de sus

efectos positivos. Se comparte una idea general de que las TIC han reducido el tiempo que la gente dedicaba a otras actividades, pero pocos confirman que les haya pasado a ellos en su vida personal. Leer en papel y estar sin hacer nada son dos de las actividades más abandonadas por las TIC: lo ha hecho uno de cada cinco encuestados.

3.3. *Influencia de las TIC en la educación de los hijos*

La inmensa mayoría de la gente considera inevitable la influencia de las TIC en la educación de los hijos: está muy de acuerdo con ese diagnóstico el 40,1% de los encuestados y el 43,2% se muestra bastante de acuerdo (tabla 5). Frente a ese 83,3% de inevitabilidad, sólo un 6,1% piensa que cabría una alternativa de revertir dicha influencia de las TIC. Los que piensan en mayor medida que esa influencia no es inevitable son, sorprendentemente, los más jóvenes y –previsiblemente– los mayores de 65 años. El 84,9% de los jóvenes de 18-24 años piensan que es inevitable, pero en las franjas de edad superiores es aún más elevado, alcanzando el 90,2% en el grupo de 35-44 años y el 89,8% en el tramo 45-54 años.

Que la influencia pueda ser mayor o menor dependerá del contrapeso que puedan ejercer los padres. Por eso es importante conocer si se piensa que la información que los hijos puedan recibir por las TIC tiene más ascendente que lo que les puedan decir sus padres. En términos generales, el 69,4% piensa que la influencia de las TIC es mayor que la de los padres y que éstos no logran equilibrarla. De nuevo son los jóvenes de 18-24 años los que menos sostienen esa opinión: el 25,4% de ellos está muy de acuerdo con esa idea mientras que también están muy de acuerdo el 26% de los de 25-34 años, el 29,3% de los que tienen 35-44 años y el 34,2% del grupo 45-54 años.

Es decir, que, respecto a la influencia de las TIC, los adultos de edades intermedias tienen una opinión más pesimista sobre los jóvenes que éstos. Los adultos intermedios creen que como padres influyen menos en sus hijos de lo que los jóvenes realmente reconocen. Quizás haya diferentes factores explicativos: los jóvenes perciben el riesgo en menor medida, su experiencia de paternidad es mucho menor, quizás puedan ser menos autocríticos... Pero también pueden estar operando alarmismos que tienen su soporte empírico, pero que se exagera ante una realidad nueva. En todo caso, los jóvenes creen más en la influencia de sus padres de lo que los padres creen de sí mismos. No obstante, no podemos olvidar que, en cualquiera de los tramos de edad, son gran mayoría los que piensan que la influencia de las TIC es mayor que la de los padres. Por ejemplo, piensa así el 68,3% de los que tienen 18-24 años. Más de uno de cada tres personas en España piensa que las TIC influyen en los hijos más de lo que influyen sus padres.

Tabla 5 – “Independientemente de que Ud. tenga hijos/as o no, por favor, muestre su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la influencia de las TIC (Internet, teléfono móvil, ordenador, etc.) en la educación de los/as hijos/as”. Por grupos de edad. En porcentaje. 2016

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
La influencia de las TIC en la educación de los/as hijos/as es inevitable							
Muy de acuerdo	43,9	44,3	46,3	47,4	37,9	26,9	40,1
Bastante de acuerdo	41,0	43,1	43,9	42,4	44,0	43,4	43,2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6,8	4,6	3,5	5,2	6,4	9,0	6,0
Poco de acuerdo	6,8	6,0	4,5	2,7	5,6	4,4	4,7
Nada de acuerdo	0,5	1,1	1,0	0,9	1,3	2,7	1,4
En general la información que los/as jóvenes reciben por las TIC tiene más influencia que lo que les puedan decir sus padres							
Muy de acuerdo	25,4	26,0	29,3	34,2	27,3	27,7	28,7
Bastante de acuerdo	42,9	42,6	39,2	39,9	46,4	37,1	40,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14,6	18,6	15,6	15,0	10,3	9,9	13,7
Poco de acuerdo	10,7	6,6	10,0	8,0	7,7	7,7	8,3
Nada de acuerdo	2,0	3,1	2,4	1,4	1,3	2,2	2,1
Los/as jóvenes tienen dependencia de las nuevas tecnologías y eso es un problema para la educación en la familia							
Muy de acuerdo	45,9	44,9	43,7	49,2	44,6	42,5	44,9
Bastante de acuerdo	40,0	45,4	44,7	39,9	44,3	36,9	41,6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6,8	5,1	5,3	7,1	4,5	5,8	5,7
Poco de acuerdo	4,4	2,0	3,5	1,8	2,9	2,6	2,8
Nada de acuerdo	1,5	0,6	1,0	0,5	0,3	0,7	0,7
Los padres deben saber utilizar bien las TIC para poder educar con ellas a sus hijos/as							
Muy de acuerdo	46,3	52,3	49,8	49,2	40,8	35,5	45,0
Bastante de acuerdo	37,6	38,3	40,7	36,9	41,6	39,5	39,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10,7	6,0	5,3	8,4	8,2	6,8	7,2
Poco de acuerdo	2,9	2,6	2,0	2,3	4,5	3,2	2,9
Nada de acuerdo	1,5	0,3	1,0	0,5	0,5	2,0	1,0

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

El 86,5% de los españoles piensan que los jóvenes tienen dependencia de las nuevas tecnologías y es un problema para la educación en la familia. También los jóvenes de 18-24 años piensan lo mismo y así lo afirma el 85,9%. El grupo que sostiene dicha idea con más intensidad es el que tiene 25-34 años, donde el porcentaje alcanza el 90,3%. Las opciones al encuestar permiten elegir entre estar muy o bastante de acuerdo con esa sentencia y el apoyo al grado máximo de acuerdo es alto: el 44,9% está muy de acuerdo. En conclusión, más de cuatro quintos de los españoles piensan que la dependencia de los jóvenes respecto a las TIC es un problema para la educación en la familia. Las opiniones son muy similares en función del sexo del encuestado.

También una mayoría sostiene que los padres deben saber utilizar bien las nuevas tecnologías para poder educar con ellas a sus hijos: lo piensa el 84,3% y, muy especialmente, los jóvenes de 25-34 años y de 35-44 años, quizás muchos padres primerizos.

La conclusión es clara: una gran mayoría cree que la influencia de las TIC es inevitable, que influyen más que los padres y el 86,5% piensa que los jóvenes tienen excesiva dependencia de ellas.

3.4. Educación sobre TIC

Más de la mitad (el 54,5%) de los padres han hablado varias veces con sus hijos sobre el uso de las tecnologías digitales y un 24,6% lo ha hecho alguna vez; cuanto más jóvenes son los padres, mayor porcentaje ha hablado con sus hijos de este tema (tabla 6). Han hablado con los hijos sobre TIC en mucha mayor medida las mujeres: lo ha hecho varias veces el 60,7% en comparación con el 47,5% de los varones. Sólo el 10,3% de las mujeres dice que nunca ha hablado de TIC con sus hijos, en contraste con el 16,7% de los varones. Las madres lideran la conversación con sus hijos sobre los riesgos de Internet y las TIC. Lo ha hecho el 77,8% de los padres que tienen 25-34 años, el 68,3% de los padres de 35-44 años, el 62,4% de los del tramo 45-54 años, un tercio de los padres que tienen 55-64 años y el 28,1% de los padres con más de 65 años. En el proceso de negociación con los hijos sobre las nuevas tecnologías, influye de manera determinante la edad de dichos hijos. Por ejemplo, cuando los padres tienen 25-34 años los hijos son pequeños y en el 83,3% de los casos lo hablan y suele prevalecer la opinión de los padres. También prevalece la opinión de los padres en el 63,5% de

Tabla 6 – “¿Ha hablado Ud. alguna vez con sus hijos/as sobre los usos (potencialidades y riesgos) de las TIC (Internet, teléfono móvil, etc.)?” Por grupos de edad. En porcentaje. 2016

	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
Sí, he hablado de ese tema varias veces con ellos/as	77,8	68,3	62,4	33,1	28,1	54,5
Sí, alguna vez	5,6	25,4	21,8	30,8	25,0	24,6
Rara vez hemos hablado de ese tema	5,6	2,4	3,0	15,7	3,1	6,3
Nunca lo hemos hablado	11,1	4,0	10,1	20,3	43,8	13,3
N.S.	-	-	-	-	-	-
N.C.	-	-	2,7	-	-	1,2
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

las negociaciones con hijos cuando aquéllos tienen 35-44 años. Las alternativas están más repartidas cuando los padres son de mediana edad, de 45 a 54 años: el 34,9% hablan y prevalece la opinión paterna, pero el 28,9% dice que los hijos ya son suficientemente mayores como para organizar ellos mismos su dedicación a las TIC. Ese porcentaje que deja a los hijos plena libertad sube al 57,6% cuando los padres tienen de 55 a 64 años. Los porcentajes distribuidos por sexo no muestran grandes diferencias, pero en todo caso las mujeres tienden más a hacer prevalecer su opinión y son menos permisivas.

Las madres hablan más con sus hijos sobre nuevas tecnologías y también les piden más ayuda. El 74,2% de las madres han pedido ayuda a sus hijos para manejar el teléfono móvil (en comparación con el 60,5% de los padres), el 40,4% para usar el ordenador personal (entre los padres fue el 36,6%), el 46,5% para usar Internet (el 35,6% de los padres también lo hizo) y el 22,1% en la utilización de redes sociales (pidió ayuda también el 16,4% de los padres). Sólo para usar videojuegos hubo más padres que madres pidiendo ayuda a sus hijos (9,3% y 7,4%, respectivamente).

El dato central de este apartado, por tanto, es que más de la mitad de los padres han hablado con sus hijos sobre las TIC, sobre todo las madres, que son menos permisivas que los padres.

4. Desigualdad de clase y familia digital

El análisis de datos de uso de dispositivos digitales y vida familiar es complejo, pero permite algunas observaciones muy interesantes. En general, las clases más bajas están más incorporadas al mundo digital que las viejas clases medias y los obreros cualificados y también sufren más sus impactos negativos (y están expuestos a ello, pues aprecian más el acceso que la seguridad). La visión positiva sobre las TIC es mayor conforme más alta es la clase social y, en general, es más negativa en la clase más baja.

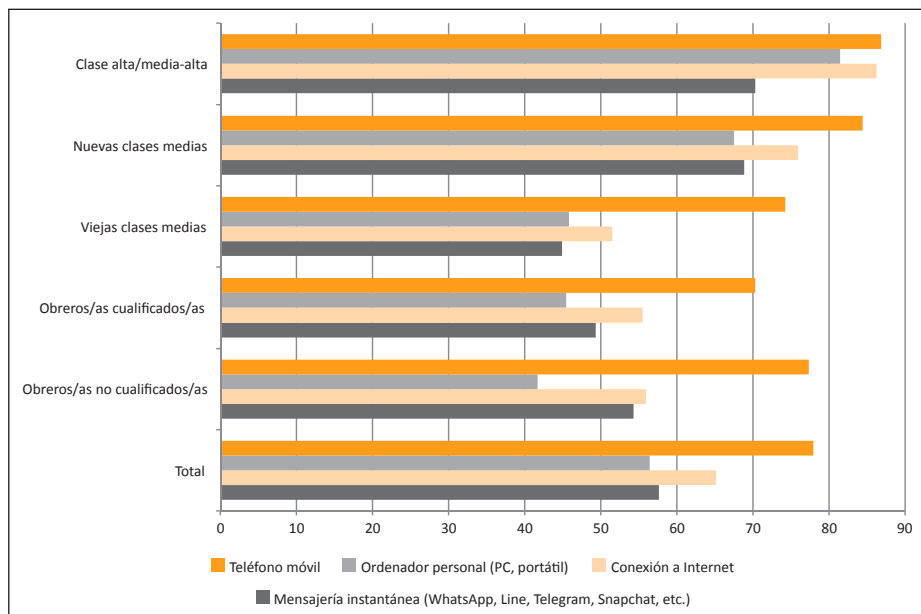
El estatus medio alto tiene un comportamiento distintivamente positivo respecto a la ciencia y tecnología como símbolo del progreso y medio principalmente para resolver problemas. Son menos proclives a señalar que las TIC resuelven problemas, pero también los crean: en la escala de 0 a 10, el estatus alto y medio alto le asigna una media de 6,69, que se eleva en el resto de las clases y alcanza su pico más alto en las viejas clases medias (7,09) y en los obreros no cualificados (6,93). También se sigue un continuo: en general, a menor estatus social, más se piensa que la ciencia y tecnología pueden ser negativos o incluso una pesadilla para nuestra sociedad. La media de los que en el estatus medio alto piensan que las TIC son una pesadilla se sitúa en 3,30 (en una escala de 0 a 10) y entre los obreros no cualificados llega al 4,46.

A menor estatus hay mayor tendencia a perder seguridad con tal de tener mayor accesibilidad. En la clase media alta la media es de 5,10 y ésta va aumentando hasta que entre los obreros cualificados toca el 6,06 y en los no cualificados se eleva a 5,94. Las nuevas clases medias tienen una media similar (5,88), más próxima al mundo obrero.

El teléfono móvil es mucho menos necesario en la vida cotidiana para las personas de estatus obrero. El 86,8% de las personas de estatus medio alto cree que es muy o bastante necesario, un porcentaje mayor que el 70,3% que piensa lo mismo entre los obreros cualificados o el 77,3% entre los obreros no cualificados. El uso de ordenador personal acentúa mucho más las diferencias. Lo considera muy o bastante necesario para la vida ordinaria el 81,4% de las personas de estatus medio alto y el 41,7% de los obreros no cualificados. También la necesidad diaria de conexión a Internet es muy sensible a las diferencias de estatus: en el medio alto es necesaria para el 86,2% y lo es también para el 56% de obreros cualificados o no. Se comprueban las necesidades desiguales también en la valoración del correo electrónico: lo considera necesario el 77,1% de quienes tienen estatus medio alto y el 37,7% de los obreros no cualificados. En todas estas valoraciones se observa una proporción bastante lineal: a menor estatus, menos necesidad se percibe de las TIC. Sucede también cuando se pregunta por el uso de tabletas y libros electrónicos. Respecto a la mensajería instantánea, sin embargo, las diferencias no son tan lineales: en la clase media alta (70,3%) existe una necesidad diaria mayor que en las nuevas clases medias (68,8%), pero entre los obreros no cualificados (54,3%) es mayor que entre los obreros cualificados (49,3%) y la vieja clase media (44,9%). En conclusión, excepto en el uso de la mensajería instantánea, la percepción de necesidad cotidiana de nuevas tecnologías disminuye conforme baja el estatus socioeconómico (gráfico 6).

Esa percepción de necesidad diaria se corresponde en cierto modo con el uso real de los dispositivos. Al preguntar si se han usado distintos tipos de TIC en los últimos seis meses, se hacen visibles diferencias notables. El 98,1% de la clase media alta usa el teléfono móvil y lo hace también el 96,4% de las nuevas clases medias. En cambio, entre las viejas clases medias ese nivel de uso desciende más de diez puntos, hasta el 86,2%. Es menor incluso que el uso que hacen los obreros cualificados (88%) y no cualificados (90,4%). El uso de la mensajería instantánea tiene un comportamiento parecido al del teléfono móvil: clases medias altas (89,9%) y nuevas clases medias (82%) se distancian mucho de las viejas clases medias (57,2%). Los obreros cualificados (63,7%) y no (66%) lo usan en mayor medida que esas viejas clases medias. Un patrón similar se observa en el uso de las redes sociales: clases medias altas 64,9%, nuevas clases medias 57,6%, viejas clases medias 35%, obreros cualificados 38,1% y obreros no cualificados 42,8%. Entre los obreros no cualificados hay un repunte que les hace superar en uso de TIC a las viejas clases medias y a los obreros cualificados, que permanecen menos actualizados en los dispositivos digitales.

Gráfico 6 – Personas que consideran muy o bastante necesarios en su vida cotidiana algunos aparatos y nuevas tecnologías por clase social. En porcentaje. 2016



Nota: El total incluye aquellas personas de las que no consta la clase social.

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

En el uso de ordenador personal el continuo es más proporcional: a menos clase social, menor uso de ordenador personal; lo hicieron en los últimos seis meses el 90,8% de la clase media alta y el 43,9% de los obreros no cualificados. También en el correo personal se detectan las diferencias continuas (a menor clase, menor uso): lo usa el 87,1% de la clase media alta y el 43,3% de los obreros no cualificados. En tabletas y libros electrónicos se sigue esa misma proporción lineal. En resumen, a menor clase social, menor uso de ordenador personal, tabletas, libros electrónicos y correo personal.

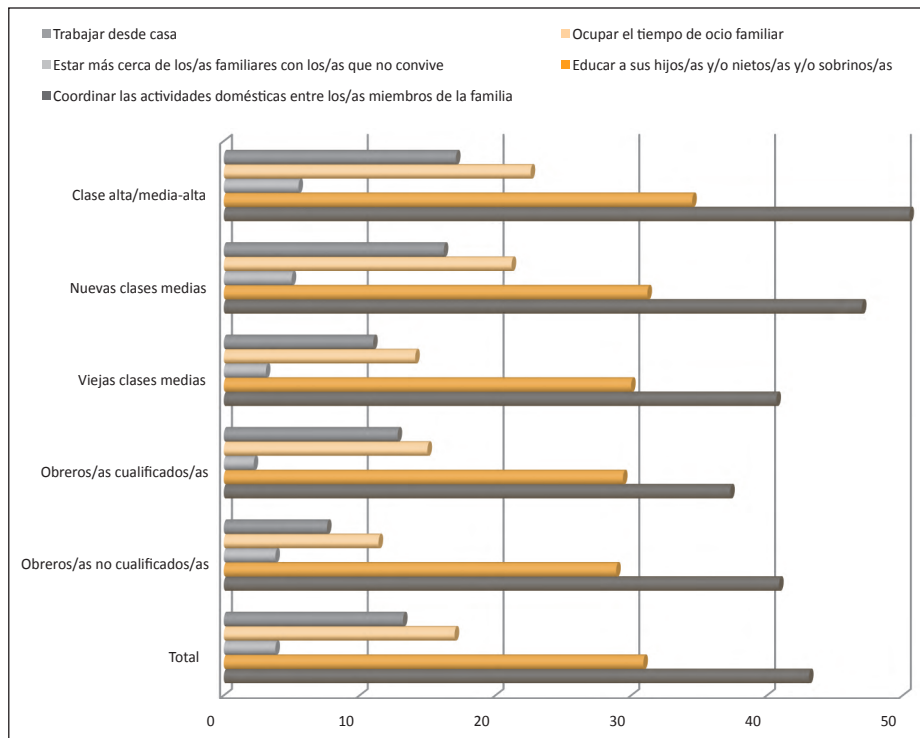
A menor clase social, menos se usa Internet para buscar información, menos se compra o vende por Internet y menos se crean *websites* o blogs. Por ejemplo, han creado webs o blogs el 13,1% de la clase media alta, el 7,9% de las nuevas clases medias, el 8,3% de las viejas clases medias, el 4,2% de los obreros cualificados y el 3,8% de los obreros no cualificados. En cambio, otras actividades digitales siguen el otro patrón que observamos antes: alto uso en clase media alta y nuevas clases medias, muy bajo en viejas clases medias y algo más alto que en estas últimas entre los obreros y especialmente en los obreros no cualificados. Sucede respecto a la mensajería instantánea, descargas de música, libros o vídeos, subida de imágenes o en la instalación de aplicaciones de móvil.

Dado ese contexto de necesidad y uso de medios digitales, también se detectan notables diferencias en la relación entre familia y cultura digital (gráfico 7). El uso de TIC para coordinar actividades domésticas es un hecho más frecuente en la clase media alta (el 50,5% lo hace mucho o bastante) y en las nuevas clases medias (47%). En las viejas clases medias lo hacen con frecuencia el 40,7%. Entre los obreros quienes menos lo hacen son los cualificados (37,3%) y los no cualificados coordinan actividad familiar con TIC en un porcentaje similar a las viejas clases medias, el 40,9%. Es decir, que las familias de viejas clases medias y los obreros cualificados tienen un comportamiento más tradicional y menos digital. Ese mismo patrón se aplica al uso de TIC para estar mucho más cercano a los parientes con los que no se convive. La educación de hijos, sobrinos o nietos mediante TIC es una actividad de nuevo más frecuente en las clases superiores: 22,6% en la clase media alta y 21,2% en las nuevas clases medias. Baja al 14,1% en la vieja clase media y se eleva casi un punto entre los obreros cualificados (15%). El menor porcentaje se da entre los obreros no cualificados, el 11,4%. Las diferencias tampoco son muy pronunciadas cuando se pregunta si las TIC ocupan el tiempo familiar de ocio: lo hace con frecuencia el 31,2% de la clase alta y el 31,5% de los obreros no cualificados; las clases intermedias presentan mayores diferencias (37,6% las nuevas clases medias, 28,6% las viejas clases medias y 33,7% los obreros cualificados).

La vieja clase media y los obreros cualificados se manifiestan menos digitalizados que el resto de clases superiores y la clase obrera no cualificada. Es un patrón que se ha repetido en distintos aspectos y que se vuelve a repetir cuando se considera si los padres comparten con sus hijos grupos de mensajería instantánea. Las viejas clases medias y obreras cualificadas vuelven a ser las menos digitalizadas cuando atendemos a otros aspectos como la conversación con los hijos sobre los riesgos y potencialidades de las TIC. El 66% de la clase media alta y el 64,9% de las nuevas clases medias hablan con sus hijos sobre dicho asunto. Esas proporciones se rebajan en la vieja clase media (46%) y entre obreros cualificados (48,1%), y es superior a estas dos últimas en la clase obrera no cualificada (49,5%), que se muestra más incorporada al mundo digital. No obstante, a menor clase social, menos se habla sobre el tiempo dedicado a dispositivos digitales: no hablan sobre esta cuestión el 10% de los de clase media alta y el 13,5% de los obreros no cualificados.

A mayor clase social, menor edad media se considera adecuada para usar dispositivos digitales como el teléfono móvil. Esto tiene la salvedad de que los obreros cualificados superan en su exigencia a los obreros no cualificados. Un patrón similar se sigue cuando se estima la edad para acceder al ordenador personal, el uso de Internet, redes sociales y videojuegos. Cuando se pregunta las edades a las que se percibe que los menores realmente empiezan a manejar las TIC, el patrón es el mismo: en general, conforme aumenta la clase social disminuye la edad de acceso, pero teniendo en cuenta que los obreros no cualificados acceden antes que las viejas clases medias y los obreros cualificados.

Gráfico 7 – Personas que consideran que las TIC (Internet, teléfono móvil, etc.) han servido mucho o bastante para... según clase social. En porcentaje. 2016



Nota: El total incluye aquellas personas de las que no consta la clase social.

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo.*

Ese patrón se aplica también a la opinión sobre la inevitabilidad de la influencia de las TIC en los hijos. El 52,5% de la clase media alta piensa que es muy inevitable y lo hace también el 43,3% de la nueva clase media. Nuevamente baja en el grupo de la vieja clase media (37,4%) y también entre los obreros cualificados (33,7%). Sin embargo, los obreros no cualificados lo piensan en mayor medida que los cualificados (36,4%). Las clases superiores y las nuevas clases medias se encuentran menos alejadas de los comportamientos de los obreros no cualificados en materia digital que de las viejas clases medias y obreros cualificados. En cambio, a menor clase social más se piensa que la influencia de la información que los hijos reciben por las TIC es mayor que la que reciben directamente de sus padres. También hay una proporción lineal respecto a si los padres deben saber usar bien las TIC para poder educar con ellas a sus hijos: a menos clase social, menos importancia se le da a que los padres deban saber usar las TIC para educar a sus hijos.

La difusión de vídeos o fotos comprometidas entre los hijos se considera el mayor riesgo al que están expuestos los menores en Internet por todas las clases, pero hay más que lo señalan como peligro en la clase media alta y entre los obreros no cualificados. En este caso, clases medias altas y obreros no cualificados comparten pauta de opinión.

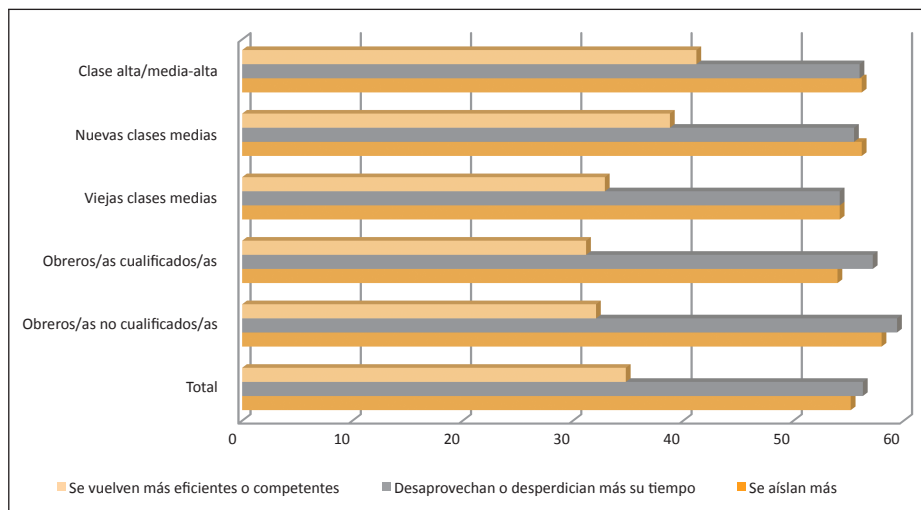
Al hablar de si las TIC han cambiado la vida cotidiana de las familias españolas, se puede decir que a menor clase social menos se sostiene esta idea: lo hace el 57,2% de la clase media alta y el 48,1% de la clase obrera no cualificada. Sin embargo, al preguntar si ha variado la vida diaria de la familia del encuestado, se cambia de patrón y aparece el esquema que da resultados superiores a la clase media alta (26,1%) y a la nueva clase media (22,6%) y marca una excepcionalidad entre los obreros no cualificados (17,6%), que tienen un porcentaje más alto que las viejas clases medias (15,9%) y los obreros cualificados (15,9%).

La excepcionalidad de los obreros no cualificados se hace sentir más cuando se pregunta si las TIC aíslan a los miembros de la familia: el 58% de ellos piensa que es así y lo hace también el 56,2% de la clase media alta y la nueva clase media (gráfico 8). Lo sostienen en menor medida que todos los anteriores la vieja clase media (54,2%) y los obreros cualificados (54%). También se comprueba al preguntar si las TIC hacen que las familias se relacionen más con sus parientes que viven lejos: los obreros no cualificados y la clase media alta lo afirman con el mismo porcentaje alto (66,3% y 66,6%, respectivamente) respecto a las clases intermedias. El mismo comportamiento existe al pensar si las TIC ayudan a que los familiares se relacionen más con sus amigos de siempre: lo piensan en mayor medida la clase media alta, la nueva clase media y los obreros no cualificados (con mayor intensidad que la nueva clase media).

La clase media alta y la clase obrera no cualificada tienen los máximos y similares porcentajes al creer que las TIC han aumentado la comunicación entre padres e hijos y la vinculación con los abuelos.

A menor clase social, más se piensa que las TIC hacen perezosos a los miembros de la familia (lo sostiene el 47,5% de la clase media alta y el 51,6% de los obreros no cualificados) y menos se piensa que se vuelvan eficientes y competentes (lo sostiene el 41,2% de la clase media alta y el 32,1% de los obreros no cualificados). Al averiguar si las TIC hacen perder el tiempo, los obreros son los que se manifiestan más críticos: el 57,2% de los obreros cualificados y el 59,4% de los no cualificados lo piensan. La vieja clase media es la menos crítica al respecto (54,2%) y las dos clases superiores se mantienen en un porcentaje intermedio. La clase obrera no cualificada es la más crítica sobre si las TIC hacen que los familiares conversen menos con el resto del grupo doméstico: lo piensa el 51,6% de ellos frente al 46,8% de la clase media alta. También es más crítica la clase obrera no cualificada

Gráfico 8 – Opinión sobre los efectos que el uso de nuevas tecnologías como Internet, teléfonos móviles, servicios de mensajería instantánea, iPods, tiene sobre los miembros de la familia por clase social. En porcentaje. 2016



Nota: El total incluye aquellas personas de las que no consta la clase social.

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo.*

cuando se considera si las TIC han hecho que el encuestado hable menos con su pareja. Es así para el 8,3% de los obreros no cualificados, el 6,6% de la clase media alta, el 6,3% de la nueva clase media y el 6,1% de la clase obrera cualificada. En las viejas clases medias es donde menos se reconoce esa relación causal (3,9%). La clase obrera no cualificada muestra un repetido carácter crítico al considerar que las TIC han aumentado los conflictos familiares: lo piensa el 55,6% en ese grupo, por encima de las otras clases.

En conclusión, la clase obrera no cualificada muestra un uso digital en muchos casos superior a la clase obrera cualificada y a las viejas clases medias. Las clases bajas son más críticas cuando consideran que las TIC hacen a los miembros de la familia más perezosos, no les hace competentes ni eficientes, hacen perder tiempo, hacen que los familiares y las parejas conversen menos entre sí y provocan el aumento de los conflictos familiares. Sin embargo, la clase obrera más baja –no cualificada– sí piensa que las TIC han aumentado la comunicación con los menores, tanto en el caso de padres-hijos como en el de nietos-abuelos. En esto la clase más baja coincide con la opinión de la más alta. La vieja clase media y la clase obrera cualificada muestran usos menos frecuentes de aparatos digitales y opiniones más conservadoras que los obreros no cualificados y las clases superiores. En resumen, la clase obrera no cualificada está más incorporada que las demás clases bajas a la vida digital y sostiene opiniones más críticas con el impacto de las TIC en sus familias. La clase media alta y las nuevas clases medias tienen usos mucho más frecuentes, pero comparten los temores de la clase más baja.

5. Riesgos de los hogares y menores en Internet

5.1. Percepción de riesgo

El informe *La Sociedad de la Información en España 2015* de Fundación Telefónica afirma que “el número de noticias relacionadas con problemas vinculados con la privacidad en Internet no ha parado de crecer durante los últimos años”. Los datos nos permiten diferenciar la mirada de la gente sobre el conjunto de la realidad digital y la experiencia práctica en su propia familia. Se detecta un juicio mucho más alarmista, duro y pesimista cuando los encuestados hablan sobre la realidad general de la gente o las familias. En cambio, cuando se refieren a su propio hogar o a sus propias prácticas personales, la visión es más positiva y moderada. Es decir, que existe un problema de confianza digital. Según el estudio realizado por Telefónica en julio de 2015 en los principales países en que opera (España, Alemania, Reino Unido, Brasil y Argentina), el 82% de los usuarios de Internet valoran con un 8,4 sobre 10 la importancia de la protección de la privacidad. Más de la mitad de los encuestados le otorgó el máximo valor, un 10. Un hecho puede resultar muy significativo de la prevención de los internautas: el 43% de los internautas –y el 54,4% de los jóvenes entre 20 y 24 años– desconecta la cámara de sus dispositivos o la tapa para que no se pueda grabar sin su permiso por parte de un agente externo.

Otros datos nos informan de la preocupación progresiva que los usuarios tienen sobre la fragilidad de sus datos en el sistema abierto de Internet. El 85,2% estima muy importante poder gestionar y eliminar los datos personales de aquellos sistemas u operaciones que quieran realizar. Según la encuesta realizada por Telefónica, la mayoría de los usuarios no está de acuerdo en ceder parte de la privacidad a cambio de ofertas personalizadas o de dinero. Así, solamente un 12,5% está muy de acuerdo en ceder sus datos para acceder a ofertas personalizadas, un 8,5% en caso de familias con niños pequeños; un 6,4% los cederían por dinero, un 3,3% entre 35 y 44 años y un 5,7% en el caso de las mujeres.

Según el CIS en 2016, cuatro de cada cinco personas en España (81,4%) cree que las nuevas tecnologías han hecho disminuir la protección de la intimidad en los hogares. En la preocupación por la seguridad están incluidos los errores que uno mismo comete enviando información o materiales a través de los medios digitales. La encuesta del CIS de marzo de 2016 confirma que cuanto más joven es el usuario en mayor medida señala haber hecho envíos de los que se arrepiente. En términos generales, el 8,6% de los usuarios se arrepiente de envíos y esa cifra se dobla en el tramo de 18-24 años, ya que llega al 17,6%. En el siguiente grupo, 25-34 años, baja al 15,2% y sigue un descenso paulatino al 12% en el tramo 35-44 años, un

5,6% en el de 45-54 años, un 4,7% en el de 55-64 años y un 1,6% entre los mayores de 65.

Con frecuencia los problemas no proceden de lo que uno envía sino de lo que otros han enviado a terceros sobre el usuario. Un 6,1% de los usuarios ha tenido problemas de ese tipo, porcentaje que se dobla entre los jóvenes de 18-24 años, al afectar al 12,2%. Entre los jóvenes de 25-34 años también es más alto: el 10,3% ha sufrido envíos sobre ellos realizados por otras personas. El resto de grupos igualan o bajan la media general. Por tanto, los jóvenes doblan el número de incidentes por envíos inapropiados que otros han hecho sobre ellos.

La percepción de inseguridad en Internet identifica con claridad cuáles son los riesgos más habituales a los que están expuestos los menores en Internet. Más de un tercio de los españoles cree que el mayor daño a los menores en Internet procede de la difusión de “fotos o vídeos comprometidos” y esa opinión se observa a todas las edades, pero especialmente son conscientes de dicha amenaza los jóvenes de 18-34 años. El 42% de los jóvenes de 18-24 y el 43,4% del grupo 25-34 sostienen que el mayor riesgo para los menores son esas fotos y vídeos inadecuados.

El segundo mayor riesgo en Internet para los menores es la excesiva información que se pueda dar sobre ellos mismos (el 22,9% lo señala como mayor riesgo) y el tercer riesgo más frecuente es el ciberacoso, ser acosado u hostigado por sus opiniones, actitudes o comportamientos (lo identifica como el mayor riesgo el 15,6%). La percepción de riesgo según el sexo del encuestado es muy similar.

Un estudio hecho público en 2016 por la compañía Kelisto establece que la adicción a Internet afecta a casi un millón de adolescentes españoles. El 32% de los adolescentes españoles –con edades entre 12 y 18 años– reconoce que pasa más de tres horas al día conectado a Internet y el 62% no planifica el tiempo que pasa ante las pantallas.

Un informe sobre acoso escolar a menores realizado por la Fundación ANAR muestra que uno de cada cuatro casos de acoso escolar en España es ciberacoso y que el 70% de las víctimas son chicas. La edad media de los que sufren acoso es 12,9 años y el adolescente tarda unos 9 meses en comunicar a alguien el episodio (es menos tiempo que el que se tarda en otros tipos de acoso, que alcanza los 14 meses). La edad del agresor suele ser similar a la de la víctima y actúa en grupo. El 47,1% de los casos de ciberacoso ha sido realizado por amigos de la víctima (mientras que en otros tipos de acoso sólo lo es en un tercio).

Los datos de este apartado indican que la mitad de los usuarios otorgan la máxima importancia a la protección de la privacidad, que no quieren ceder datos a cambio de dinero y cuatro quintos creen que las TIC han

perjudicado su intimidad. Un tercio de adolescentes pasa más de tres horas diarias ante pantallas y dos tercios no miden cuánto tiempo están. El principal problema para los menores es el acceso a imágenes inapropiadas, es decir, básicamente la circulación de pornografía.

5.2. *Edad de acceso a TIC*

La sociedad trata de deliberar acerca de la edad adecuada para que los niños tengan acceso a los medios digitales. El debate sobre el teléfono móvil es una de las cuestiones que más dudas suscita. En su conjunto, la población española considera que la edad adecuada para que los niños comiencen a usar un teléfono móvil se sitúa casi en los 14 años (13,87). La desviación típica es 2,46, lo cual muestra que hay un notable consenso en torno a la edad media de acceso. Tan sólo un 0,5% piensa que los niños pueden tener móvil antes de los 5 años y un 11,4% entre los 6 y 11 años. La mayor parte de los españoles creen que la edad adecuada para disponer de móvil oscila entre los 12 y 15 años y un 23% eleva esa edad por encima de los 16 años. El 5,6% de los encuestados no sabía establecer ninguna edad a tal efecto. Se aprecian diferencias significativas en función de la edad del encuestado. Los jóvenes de 18-24 años piensan que es posible que los niños accedan antes al uso de móvil y su media es menor que la general, 13,53 años. De hecho, hay un 14,1% que cree que podría ser antes de los 11 y el 61% piensa que entre los 12 y los 15 años. Los mayores de 65 años manifiestan la posición contraria y sostienen que la edad media para acceder al móvil debería ser 14,15 años. Mujeres y varones mantienen una idea similar sobre la edad media de acceso de los menores a la telefonía móvil, así como al ordenador personal o a los videojuegos. En cambio, las mujeres consideran que la edad de acceso a Internet y redes sociales debe ser algo más elevada: a Internet los varones indican 12,88 años y las mujeres 13,03; a redes sociales los varones dicen 15,19 años y las mujeres 15,32.

El móvil se considera que entraña mayores complicaciones para el niño en comparación, por ejemplo, con el ordenador. Los españoles piensan que la edad media para el acceso al ordenador podrían ser 11,36 años, pero existe una mayor dispersión en la opinión, tal como refleja la desviación típica de 3,58 –netamente superior a la que se encontraba respecto a la edad de iniciación al móvil–. Un 5,3% cree que el niño puede acceder al ordenador antes de los 5 años. La opinión mayoritaria se divide en dos grupos: un 37,8% cree que debe ser entre los 6 y los 11 años y un 37,4% que debe ser entre los 12 y los 15. El 11,3% eleva esa edad de acceso por encima de los 16 años.

La iniciación a videojuegos se admite que pueda ser incluso más precoz: 11,01 años. También hay una importante división de opiniones (la desviación típica es 3,41): un 40,4% cree que a los 6-11 años y el 32,1% a los 12-15. Un 4,4% piensa que antes de los cinco años y el 8,4% lo eleva por encima de los 16 años. De nuevo los jóvenes de 18-24 años creen que debería ser mucho antes –a los 10,07 años– y también los encuestados de 25-44 años piensan que podría ser antes, a los 10 años y medio aproximadamente. Es la gente mayor de 45 años la que sostiene que debería ser ya bien cumplidos los 11 años o incluso más cerca de los 12 que de los 11.

También el acceso a Internet de niños es considerado menos complicado que el uso de teléfonos móviles. La edad media para acceder a Internet la sitúan los españoles en 12,96 años, aunque la opinión no está tan compartida como respecto a los móviles (la desviación típica es 3,15). Por encima de los 55 años se considera que el menor debe tener ya bien cumplidos los 13 años o incluso casi 14 para que pueda acceder a Internet, y son los menores de 44 años quienes piensan que puede ser antes.

En cambio, existe bastante consenso en que el uso de redes sociales debe ser más tardío, a los 15,26 años, y este consenso es mayor que en las otras discusiones (la desviación típica es 2,31). Dos de cada cinco personas cree que entre los 12 y los 15 años y otros dos quintos piensa que en el intervalo 16-18 se debería poder iniciar el uso de redes sociales. Es relevante que una de cada diez personas no sabe qué edad responder. Los mayores de 45 elevan la edad de acceso y los menores de dicha edad la reducen hasta los 14,95 años en el caso de los encuestados de 18-24 años.

No obstante, entre la edad que se considera apropiada y la edad a la que realmente acceden a medios digitales la diferencia puede ser grande. Por ejemplo, mientras que en España se piensa que la edad media de un niño para empezar a usar el móvil deberían ser 13,87 años, la misma gente piensa que en la realidad los niños comienzan a usarlos a los 8,81 años (tabla 7). En consecuencia, en España se piensa que los niños acceden a usar teléfonos móviles cinco años antes de lo debido. Los más críticos son los jóvenes de 18-24 años, quienes piensan que en la vida real los niños acceden a los móviles a los ocho años y medio. Hay un importante consenso en que los niños inician su acceso al móvil entre los 6 y los 11 años (así lo piensa el 68,3%). No obstante, una de cada diez personas cree que los niños ya acceden a móviles con cinco o menos años. Muy pocos piensan que se accede a la telefonía móvil cuando se cumplen los 16 o más años, sólo el 1,4%. Un 6,9% no sabe cuándo comienzan los niños a usar móviles.

Tabla 7 – Edad a la que los entrevistados creen que los niños/as y jóvenes empiezan a utilizar diferentes tecnologías por grupos de edad de la persona entrevistada. En porcentaje. 2016

	De 18 a 24 años	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	65 y más años	Total
Teléfono móvil (llamadas y/o sms)							
Media	8,51	8,80	8,79	9,15	8,65	8,77	8,81
Desviación típica	2,79	2,80	2,70	2,62	2,66	2,74	2,71
Ordenador (aplicaciones, programas, juegos...)							
Media	7,81	7,85	7,78	8,17	8,16	8,46	8,06
Desviación típica	2,64	2,70	2,77	2,69	2,57	2,83	2,73
Uso de Internet (búsqueda de información, e-mail, WhatsApp, juegos...)							
Media	8,46	8,65	8,76	9,29	9,08	9,26	8,96
Desviación típica	2,78	2,71	2,62	2,47	2,43	2,69	2,62
Redes sociales virtuales (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.)							
Media	10,36	10,82	10,61	10,84	10,54	10,14	10,58
Desviación típica	2,71	2,54	2,59	2,66	2,74	2,81	3,00
Videojuegos (PlayStation, Xbox, Wii, Nintendo, etc.)							
Media	6,90	7,01	6,96	7,43	7,51	7,65	7,27
Desviación típica	2,45	2,32	2,49	2,50	2,42	2,80	3,00

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

También la iniciación a redes sociales es casi cinco años antes de lo debido. Se debería acceder –en opinión de los encuestados– a los 15,26 años y en realidad se sospecha que se hace a los 10,58 años. Los jóvenes de 18-24 años incluso creen que se comienza antes, a los 10,36 años. Es interesante que, así como las opiniones sobre la edad a que se debería acceder es objeto de controversia, el diagnóstico de cuál es la edad real de iniciación es más consensuada y las desviaciones típicas tienen, por tanto, valores más bajos. Los españoles comparten más el diagnóstico de la realidad digital que el juicio sobre lo que debería ser.

Se piensa que el acceso al ordenador puede ser previo al de Internet. El desajuste entre lo ideal y la realidad es menor que en el caso del móvil o las redes sociales. Se debería acceder al ordenador a los 11,36 años y en realidad se cree que los niños comienzan a los 8,06, más de tres años antes. La precocidad en el uso de Internet es mayor: se debería comenzar a los 12,96 años y en realidad se empieza a los 8,96; se accede a Internet cuatro años antes de lo que se cree que debería ser. Tanto en uno como en otro caso, los jóvenes de 18-24 años son los que afirman que en la práctica se empieza antes. A los videojuegos se empieza poco menos de cuatro años antes de lo que se debiera: tendría que ser a los 11,01 años y es a los 7,27. Los jóvenes de 18-24 años incluso piensan que se comienza antes, a los 6,9.

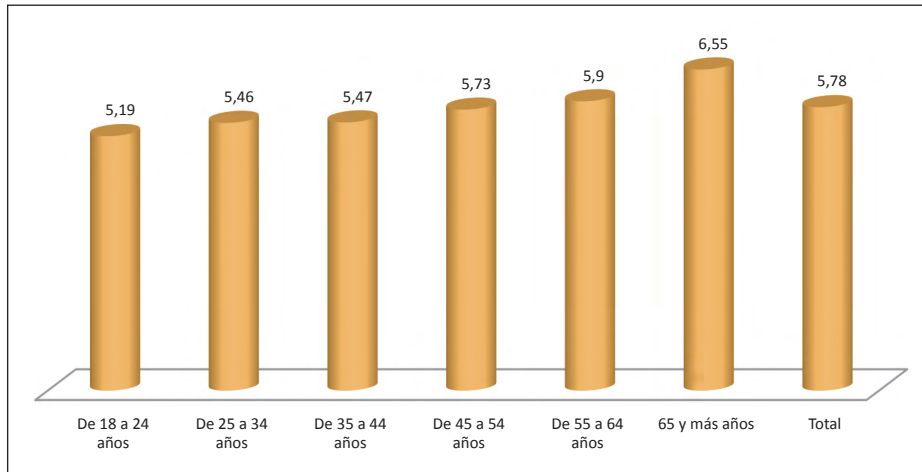
En resumen, el acceso real de los niños a los dispositivos digitales es excesivamente precoz. La gente en España cree que los niños comienzan a usar videojuegos a los 7,27 años, ordenador a los 8,06, móvil a los 8,81, Internet a los 8,96 y redes sociales a los 10,58. Antes de los 9 años los niños ya usan móvil, ordenador, Internet y videojuegos. En cambio, en opinión de los españoles, los niños deberían comenzar a usar el ordenador y videojuegos a los 11, Internet a los 13, móvil a los 14 y redes sociales más allá de los 15 años. En todos los casos, las mujeres opinan que en la realidad los menores acceden antes a las TIC que lo que piensan los varones.

5.3. Opinión respecto a la tecnología

El dilema *accesibilidad versus seguridad* ocupa un destacado lugar en las preocupaciones de los ciudadanos al usar las nuevas tecnologías. El barómetro del CIS de marzo de 2016 propone a los encuestados que señalen en una escala de 0 a 10 su posición entre ambos términos. La opción de tener el máximo acceso a la información aun perdiendo seguridad estaba expresada con el 0 y el 10 señalaba optar por la máxima seguridad aun perdiendo accesibilidad a la información. El conjunto de la población encuestada se situó en una media del 5,78, una posición moderada entre ambos términos, pero inclinada al lado de la seguridad. Entre los más jóvenes, los de 18 a 24 años, en cambio, la opinión es más compacta y su desviación típica es del 2,23 cuando se posicionan con un 5,19 en el dilema. Este grupo, por tanto, se sitúa también en esa posición intermedia, con mayor concentración en la centralidad que el resto de grupos de edad. Son quienes se manifiestan más a favor de la accesibilidad a riesgo de perder seguridad, pero aun así se inclinan favorablemente hacia la seguridad.

Los datos desagregados por edad muestran que conforme se es más mayor, más se inclinan los encuestados hacia el polo de la seguridad (gráfico 9). Los jóvenes de 25 a 34 años otorgan un valor medio de 5,46. Su resultado es prácticamente idéntico al del tramo 35-44 años, cuya media es 5,47. Es decir, que por debajo de los 25 años se da un salto a favor de la accesibilidad y la opinión es más consensuada. Efectivamente, la desviación típica en los tramos 25-34 y 35-44 es la misma, 2,48. Otro salto se da respecto a los mayores de 45 años y es una diferencia similar a la que existe entre los jóvenes de 18-24 respecto a los encuestados de 25-44 años. Quienes tienen 45-54 años tienden más a la seguridad y la media se sitúa en 5,73, aunque la opinión en este colectivo es la más dispersa, tal como queda expresado en una desviación típica de 2,69. Algo menos de dispersión en su opinión se observa en los que tienen entre 55 y 64 años: la media es 5,90 y la desviación 2,60. Como vemos, conforme sube la edad la balanza se inclina más a favor de la seguridad a costa de menor accesibilidad a la información. Llega a su máximo entre los mayores de 65 años, donde el salto es cualitativamente

Gráfico 9 – Valoración media respecto a seguridad y acceso a la información por grupos de edad. 2016



Nota: En una escala de 0 a 10, en la que el 0 significa tener el máximo acceso a la información aun perdiendo seguridad, y el 10 significa tener máxima seguridad aun perdiendo accesibilidad a la información.

Fuente: Elaboración propia a partir de CIS (2016): *Estudio 3131. Barómetro de marzo*.

superior: su media es 6,55 (muy lejos del 5,19 de los más jóvenes) y tienen un consenso mayor que los otros grupos adultos, 2,34 puntos. En conclusión, a más edad más se prioriza la seguridad en detrimento de la accesibilidad. Las mujeres asumen posiciones menos arriesgadas que los varones –la media femenina es 5,96, mientras que la de los varones es 5,58– y se sitúan más cerca de la opción de seguridad aun a costa de la accesibilidad.

Los posicionamientos frente a la tecnología no sólo son actitudinales sino identitarios. Las nuevas tecnologías son iconos emblemáticos de la identidad de las nuevas generaciones. La encuesta del CIS en 2016 revela las ideas que sobre nuevas tecnologías se mantienen según las distintas edades. El cuestionario ofrece al informante elegir su grado de acuerdo con diferentes afirmaciones haciendo uso de una escala de 0 a 10, donde 0 es “totalmente en desacuerdo” y 10 “totalmente de acuerdo”.

Respecto a la primera afirmación, “La ciencia y la tecnología son la máxima expresión de prosperidad en nuestra sociedad”, la población encuestada en su conjunto otorga un 7,11 a dicha opinión (la desviación típica es 2,27). Las medias por grupos de edad se ordenan en una escala de descenso que indica que a menor edad mayor creencia de que la ciencia y la tecnología son la máxima expresión de la prosperidad. En el grupo de 18-24 años la media es 7,49, un alto grado de acuerdo y más compartido que en otros grupos de edad, ya que la desviación es 2,02. Entre los jóvenes de 25 a 34 años la media baja a 7,25, con una desviación de 2,21. Cuanto menor es la edad, mayor consenso hay en las opiniones sobre ciencia y tecnología.

El apoyo a esta afirmación disminuye a 7,12 de media entre la gente de 35 a 44 años y llega a 7,09 entre los 45-54 años y a 6,87 en el grupo de 55-64. Se eleva algo, a 7,05, entre los mayores de 65 años. De nuevo, hay un gran salto en los menores de 25 años, mientras que las diferencias entre los otros grupos de edad son más graduales. En las edades superiores hay más gente que no sabe qué contestar: un 1% de los encuestados de 35-44 años responden que no saben y ese porcentaje sube al 3,4% entre los de 45-54 años, al 6,6% en los de 55-64 años y al 19,2% entre los mayores de 65 años. No obstante, no son los más jóvenes los que lo tienen más claro: entre los de 18-24 años hay un 2% que tampoco supo qué contestar, mientras que fue el 1,1% en el tramo 25-34 y el 1,0% en el de 35-44. Los varones tienen una media de 7,23 en comparación con el 7 de las mujeres, lo cual supone que apoyan una visión más emblemática de las TIC como motor del progreso.

Un patrón similar lo ofrece la afirmación “La ciencia y la tecnología sirven, sobre todo, para resolver problemas”. En conjunto se apoya esta idea, concediéndole una puntuación de 7,17 en la escala de 0 a 10. Entre los más jóvenes, de 18-24 años, recibe un 7,41, cifra visiblemente superior a la media. Con puntuación cercana se sitúan los de 25-34 años. El descenso se produce en el grupo de 35-44 años (7,12) y a partir de ahí no hay grandes diferencias en la puntuación: 7,07 en el de 45-54 y 7,09 en el de 55-64. Los de 65 y más años muestran una confianza algo mayor que la generación que les precede y otorgan un 7,12 de apoyo a dicha idea. Respecto a la unidad con que los grupos sostiene la opinión, se repite la pauta de la pregunta anterior sobre la prosperidad: los más jóvenes sostienen esa idea con mayor cohesión (su desviación típica es 1,96 y la desviación media general es 2,08). Nuevamente, a mayor edad más personas no saben qué responder (desde un 1,0% en el grupo de 18-24 años hasta un 15,5% entre los mayores de 65 años) y también en este caso los varones tienen un juicio más positivo (7,27) que las mujeres (7,06) de la tecnología.

¿La ciencia y la tecnología resuelven problemas pero también los creen? Así lo piensa la mayoría de la gente, ya que en la encuesta sostienen dicha opinión con un 6,84 de media. Los jóvenes son más críticos con la ciencia y la tecnología que el resto de grupos de edad. Piensa que la tecnología da soluciones, pero también problemas la mayor parte de los encuestados entre 18 y 24 años, con una media de 7,08; entre los de 25-34 años es de 6,93. El resto de grupos de edad le otorgan menos apoyo a esta idea, lo cual supone que tienen una aceptación menos crítica de la ciencia y tecnología. La diferencia con otras afirmaciones es que, en este caso, el grupo más joven es el que mayor desviación típica asocia a su media, 2,36 frente a 2,19 de desviación típica media en el conjunto de los encuestados. Es decir, que hay menor acuerdo entre los más jóvenes para ser críticos con la ciencia y la tecnología.

La tesis más negativa sostiene que “La ciencia y la tecnología son una fuente de pesadillas para nuestra sociedad”. En su conjunto los encuestados tienden a no apoyar esta idea –la media es 4,10– y los más jóvenes son quienes la rechazan en mayor medida: de media le dan un 3,45. En esto muestran mayor consenso interno que el resto de los grupos de edad: su desviación típica es 2,67 y la general es 2,77. Su opinión es visiblemente diferente a la de los jóvenes entre 25 y 34 años, quienes le otorgan de media 4,14. La media de estos últimos es superior a la asociada al tramo 35-44 años, 3,79, muy similar al del grupo siguiente de 45-54 años (4,15). No obstante, la progresión se mantiene en líneas generales, ya que el grupo de 55-64 años le da un 4,38 y los mayores de 65 años un 4,44. Anotemos que la opinión del grupo 25-34 se hace con mayor controversia interna, ya que la desviación típica es 2,82 (sólo superada por la división de pareceres en los mayores de 65, cuya desviación típica es 2,83). Las mujeres se muestran mucho más críticas con las TIC: su media es 4,30, muy por encima de la masculina (3,90).

Al mirar conjuntamente las cuatro opiniones podemos concluir que cuanto más joven es el encuestado más considera que la ciencia y la tecnología son la mayor expresión del progreso y que principalmente resuelven problemas. Son los más conscientes de que cabe un juicio prudente sobre ellas, ya que no sólo solucionan asuntos, sino que crean riesgos. No obstante, sostienen una crítica ponderada y se distancian del resto al rechazar las visiones catastrofistas. En mayor medida se unen al decir que el valor de la ciencia y la tecnología es solucionar problemas y con menos fuerza las consideran emblemas de la prosperidad. Entre la gente joven, la opinión de los menores de 25 años se diferencia visiblemente de los jóvenes mayores de 25 años. Los más jóvenes tienen opiniones más marcadas y consensuadas.

Conclusiones

Finalmente, resumimos en doce ideas las conclusiones que hemos analizado minuciosamente en este capítulo.

1. Esta segunda década del siglo XXI culminará la gran integración de los sistemas digitales en España. Ahora lo que falta es que ciudadanía y profesionales profundicen en su contribución a la cultura digital.

2. El gran reto de la integración tecnológica en las familias es el desarrollo del discernimiento digital.

3. La nueva generación es móvil. Las tecnologías penetran cada vez más rápida y profundamente en la vida de la población, especialmente entre los jóvenes.

4. Las TIC se usan moderadamente para organizar la vida familiar, educar a los hijos y entretenerse. Más de la mitad de los canales de comunicación cotidiana en la familia son digitales.

5. Las nuevas tecnologías ayudan positivamente a que en cada familia se avive la relación con los parientes lejanos y se hagan nuevos amigos. En cambio, aumentan el conflicto familiar, disminuyen la actividad compartida y perjudican las relaciones con padres, hijos, abuelos y la pareja.

6. Una gran mayoría cree que la influencia de las TIC es inevitable, que influyen más que los padres y el 86,5% piensa que los jóvenes tienen excesiva dependencia de ellas.

7. Más de la mitad de los padres han hablado con sus hijos sobre las TIC, pero sobre todo las madres, que son menos permisivas que los padres.

8. El principal problema para los menores es el acceso a imágenes inapropiadas, es decir, básicamente la circulación de pornografía.

9. Un tercio de los adolescentes pasa más tres horas diarias ante pantallas y dos tercios no miden cuánto tiempo están.

10. Un cuarto de los casos de acoso escolar en España es ciberacoso; el 70% de las víctimas son chicas y los agresores actúan en grupo.

11. El acceso real de los niños a los dispositivos digitales es excesivamente precoz.

12. Cuanto más joven, más se considera que las ciencias y tecnologías son la mayor expresión del progreso y que principalmente resuelven problemas. Se sostiene una crítica ponderada y se rechazan las visiones catastrofistas.