



ANEXO

Barómetro de Consumo Digital en la Adolescencia

ANEXO: DIAGNÓSTICO SOBRE EL USO DE LAS VLOP (Very Large Online Platforms) POR LOS Y LAS ADOLESCENTES EN ESPAÑA

Tabla de contenido

1. Introducción	<u>129</u>
a. Exigencias de la DSA (Reglamento Europeo de Servicios Digitales) a las VLOP <u>130</u>	
b. Metodología aplicada	<u>130</u>
2. El uso de las VLOP por los y las adolescentes españoles.....	<u>134</u>
3. Percepción de la seguridad en el uso de las VLOP en la adolescencia en España.....	<u>143</u>
4. Conclusiones	<u>151</u>

Tabla de ilustraciones

Gráfico 1.

Edad de los y las adolescentes de la muestra. España, 2025..... [132](#)

Gráfico 2.

Género de los y las adolescentes de la muestra. España, 2025..... [133](#)

Gráfico 3.

¿En qué región de España vives? España, 2025..... [134](#)

Gráfico 4.

¿Cuáles son los dispositivos que más usas? (%). España, 2025. [135](#)

Gráfico 5.

¿Consideras que usas de manera intensa los dispositivos digitales? (%). España, 2025. [136](#)

Tabla 1.

¿Cuáles son los formatos que más consumes cuando usas tus dispositivos? (%). España, 2025. [137](#)

Gráfico 6.

¿Qué contenidos son tus favoritos? (%). España, 2025..... [138](#)

Gráfico 7.

¿Cuáles de las siguientes son tus Redes Sociales favoritas? (%). España, 2025. ... [139](#)

Gráfico 8.

Nivel de preferencia de las VLOP como Redes Sociales favoritas entre adolescentes. (%). España, 2025. [140](#)

Gráfico 9

Las Redes Sociales favoritas según la edad del usuario/a (%). España, 2025.. [141](#)

Gráfico 10

Las Redes Sociales favoritas según el sexo del usuario/a (%). España, 2025... [142](#)

Gráfico 11.

¿Cómo te sientes de expuesto a riesgos del consumo digital como compras impulsivas, estafas o insatisfacción con compras online? Respuesta en escala del 0 al 10 (%) España, 2025..... 144

Tabla 2.

Resumen del modelo de regresión lineal entre las variables P12 y P32. 145

Gráfico 12.

¿Es frecuente entre la gente de tu edad que se hagan denuncias por el consumo de productos en Internet y las Redes Sociales o por ser usuario de espacios digitales de consumo? Respuesta en escala del 0 al 10 (%) España, 2025..... 146

Gráfico 13.

¿Recibes mucha o poca publicidad en los siguientes espacios? (%). España, 2025. 147

¿Qué tipos de Derechos Digitales son los más desprotegidos? (%) España, 2025. 148

Gráfico 14.

¿Qué tipos de Derechos Digitales son los más desprotegidos? (%) España, 2025. 148

Gráfico 15.

¿Cuál es el nivel de protección de tus Derechos Digitales? Respuesta en escala del 0 al 10 (%) España, 2025. 149

Gráfico 16.

¿En qué tipo de espacios / lugares sientes más seguridad en la protección de tus Derechos Digitales? (%) España, 2025. 150

1. Introducción

Los fenómenos del consumo en la adolescencia han adquirido dimensiones en su mayor parte problematizadas por el tipo de consumo digital realizado por los y las adolescentes. Estas problematizaciones se relacionan con un enfoque crítico con las prácticas de consumo de esta población, la vulnerabilidad de las personas niñas como consumidoras, el consumismo en la infancia y la adolescencia y el papel de la publicidad, o el nivel de competencia de los niños y las niñas frente a la publicidad persuasiva. El debate se sitúa en cuestionar la capacidad en la decisión de compra de los niños, niñas y adolescentes.

Frente a estos fenómenos del consumo digital en la infancia y la adolescencia la Unión Europea ha dado respuesta con la aprobación de diferentes Directivas. Destacando sobre la reglamentación de la publicidad en las redes sociales de Internet, la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, sobre los servicios de comunicación audiovisual. Y el más reciente Reglamento de Servicios Digitales (DSA) que entró en vigor en 2024. Reglamento que se aplica en los servicios de intermediación en el entorno digital, protegiendo a los niños, niñas y adolescentes frente a los delitos digitales además de salvaguardar sus derechos como consumidores en el entorno digital.

En este sentido, el objetivo general de este diagnóstico fue analizar la percepción de las personas adolescentes de los riesgos en sus actividades de consumo digital, haciéndose hincapié en la seguridad y protección, y teniéndose en cuenta cuáles son los VLOP (Very Large Online Platforms) más populares entre los y las adolescentes en España.

Los objetivos específicos fueron:

1. Analizar el uso de servicios y plataformas que contemplen las VLOP en España.
2. Identificar la percepción de los riesgos en dichos servicios/plataformas por parte de las personas adolescentes en España.

a. Exigencias de la DSA (Reglamento Europeo de Servicios Digitales) a las VLOP

La aprobación del Reglamento de Servicios Digitales (DSA en sus siglas en inglés) lleva a la clasificación de las VLOP (Very Large Online Platforms) como aquellas con más de 45 millones de usuarios y usuarias europeos mensuales. Esta clasificación trae una serie de obligaciones para las plataformas digitales, especialmente en lo relativo a la protección de niños, niñas y adolescentes que utilizan las redes sociales . Entre ellas se incluyen:

1. La prohibición de la publicidad dirigida,
2. la evaluación de riesgos para que no queden afectados los derechos de los niños, niñas y adolescentes,
3. el diseño de servicios que respeten el mejor interés de los niños,
4. la política de transparencia en algoritmos y contenidos,
5. el acceso a contenidos adecuados mediante filtros y su categorización,
6. los mecanismos de denuncia accesibles, y
7. la supervisión de la Comisión Europea.

b. Metodología aplicada

El estudio aplicó técnicas cuantitativas con el propósito de medir variables relacionadas con el uso en el entorno digital en la adolescencia. Para este propósito, se diseñó un cuestionario dirigido a adolescentes entre los 12 y 17 años, residentes en todas las Comunidades Autónomas españolas (a excepción de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla). Se aplicó un cuestionario a nivel nacional que contenía 55 preguntas que incluían aspectos sociodemográficos de las participantes y su entorno familiar, junto a ítems sobre el tipo de plataformas digitales preferentes, tipo de uso y consumo de las VLOP (Very Large Online Platforms), y los riesgos percibidos por parte de los y las adolescentes.

Para el cálculo de la muestra se recurre a los datos del Instituto Nacional de Estadística

(INE), aplicándose una encuesta en todo el territorio del estado español, mediante un muestreo aleatorio en ciudades. Según los datos publicados en el Instituto Nacional de Estadística (INE) la población residente de adolescentes de 12 a 17 años en España a enero de 2024 es de 3.120.964. La muestra representativa de adolescentes ha sido de 652 sujetos. Se asume, dado el tamaño poblacional, al 96% de nivel de confianza, un error muestral del 4%.

Así, los cuestionarios fueron autoadministrados a una muestra representativa de 652 adolescentes, siendo previamente validado y pretestado. Su aplicación, distribución y control se realizó en el mes de agosto de 2025 a través de la plataforma de investigación de QUALTRICS, empresa registrada por ESOMAR, y que por tanto cumple con códigos éticos y profesionales en la investigación. Por motivos éticos del estudio, para el caso de las participantes menores de 16 años se solicitó autorización expresa de su padre, madre y/o tutor.

Una vez finalizado el trabajo de campo cuantitativo, se realizó una explotación de los datos recabados utilizando el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences - versión 25). Aplicándose análisis de la frecuencia y tablas cruzadas que permitieron observar la asociación de variables, se aplicaron análisis sobre el modelo lineal univariado con análisis de la varianza (ANOVA) y el análisis de regresión lineal sobre variables predictoras para medir la asociación entre variables.

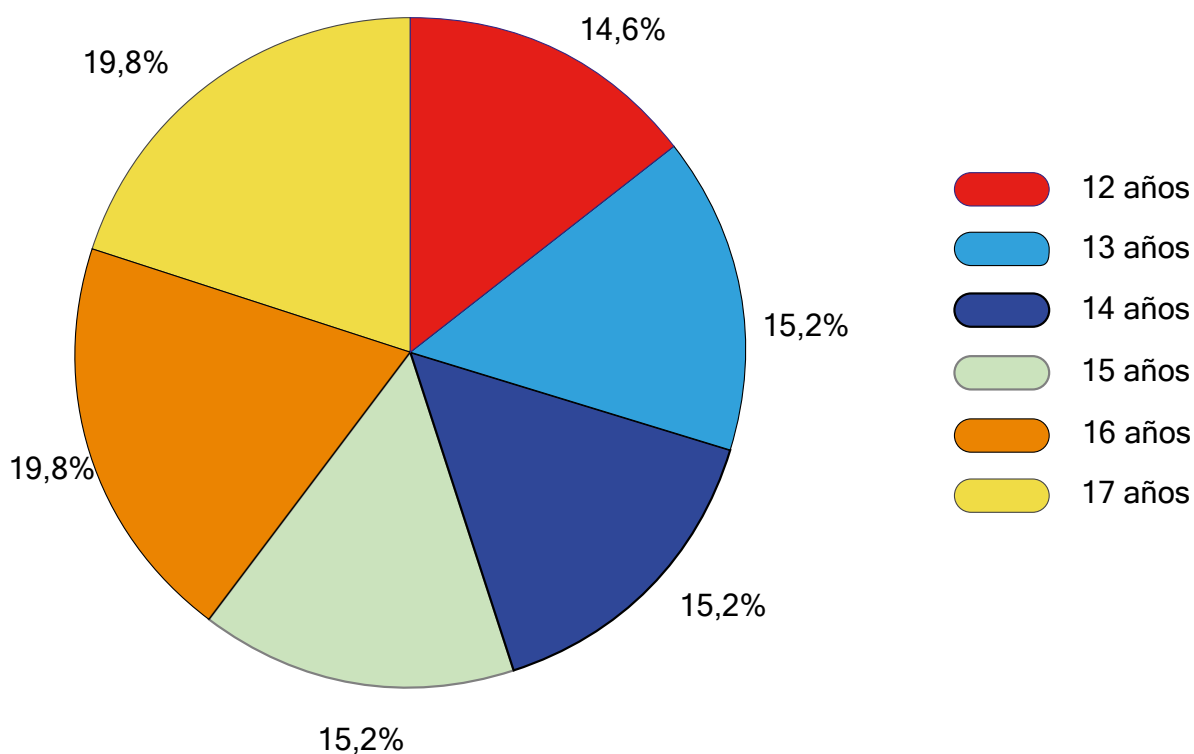
Esta investigación se enmarca en los postulados y paradigmas que defiende la sociología de la infancia como disciplina científica. Este marco comprende que: 1) la infancia es una construcción social; 2) los niños y las niñas son también actores sociales que interaccionan con el resto de grupos etarios, construyen y contribuyen a los cambios que se producen en la sociedad; 3) la infancia es un fenómeno social y una estructura permanente y estable integrada en la organización de la vida social; y 4) los niños y las niñas son una minoría social y como tales experimentan sus rasgos definitorios: discriminación en materia de derechos, acceso al poder y de prestigio, como la subordinación al grupo dominante.

Según la distribución de la muestra por la edad, un 29,8 % de la muestra son preadolescentes menores de 14 años, y el 70,2 % son adolescentes. Hay que tener en cuenta las posibles diferencias de necesidades y puntos de vista entre las personas menores y mayores de 14 años, y tenerlo en cuenta como factor que explique la

heterogeneidad poblacional. El porcentaje de adolescentes de 16 y 17 años es algo mayor teniendo en cuenta el objeto de estudio, el consumo en el entorno digital.

Gráfico 1.

Edad de los y las adolescentes de la muestra. España, 2025.

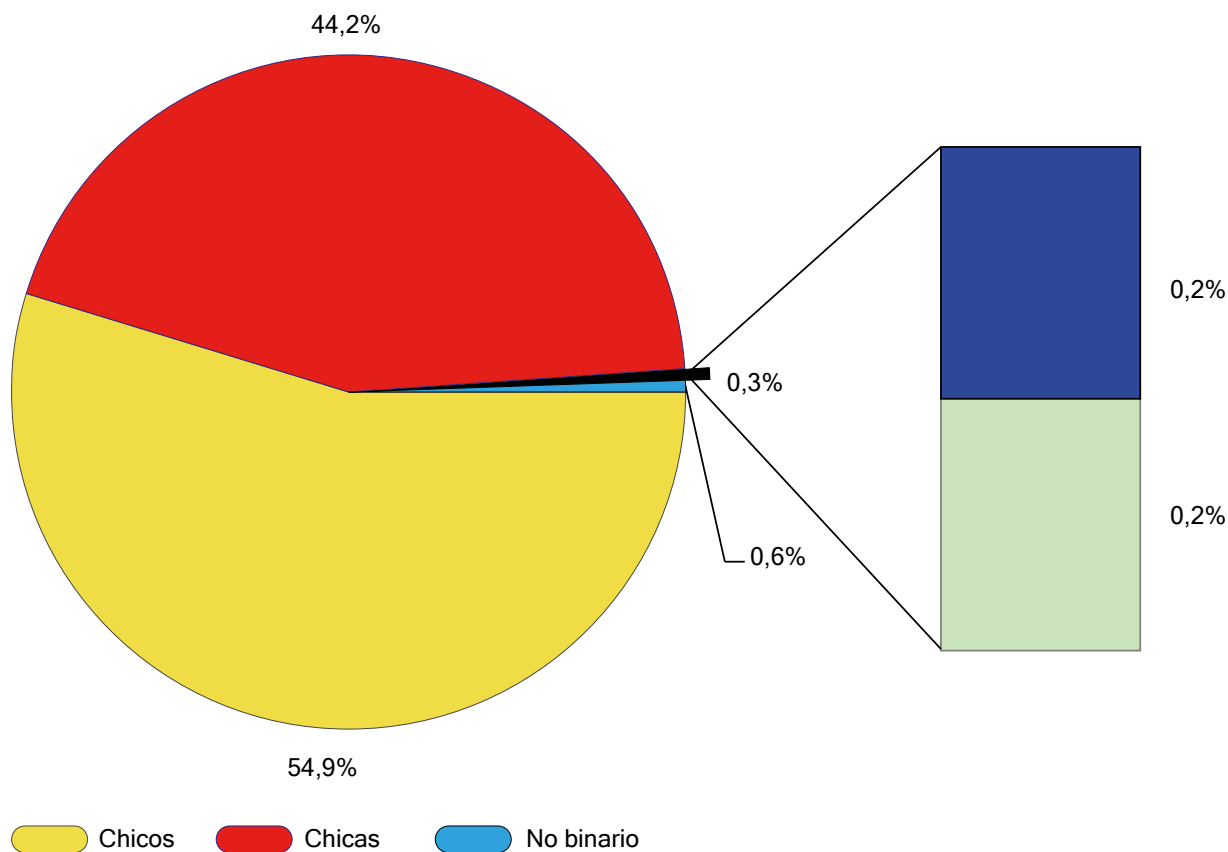


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

En cuanto a la distribución de la muestra por género aunque se han incluido en las categorías de respuesta a adolescentes con otras identidad de género, las personas que han optado por estas, es residual y se codifican como valores perdidos para la aplicación de las pruebas estadísticas, concretamente para los análisis de la varianza.

Gráfico 2.

Género de los y las adolescentes de la muestra. España, 2025.

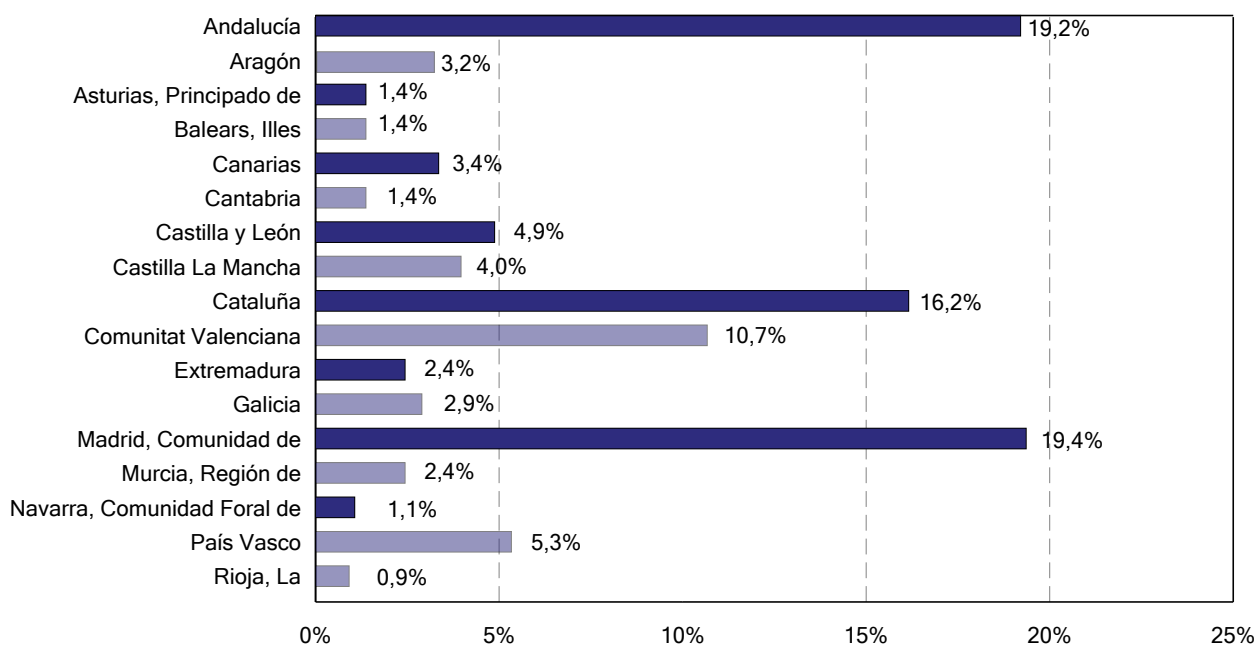


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Se ha aplicado la encuesta a adolescentes residentes en todas las Comunidades Autónomas españolas, aunque no se incluyen los y las adolescentes residentes en las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. Habiendo una representación mayor de las comunidades autónomas con mayor población de adolescentes, y una posible sobre representación de los adolescentes del País Vasco.

Gráfico 3.

¿En qué región de España vives? España, 2025.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

2. El uso de las VLOP por los y las adolescentes españoles

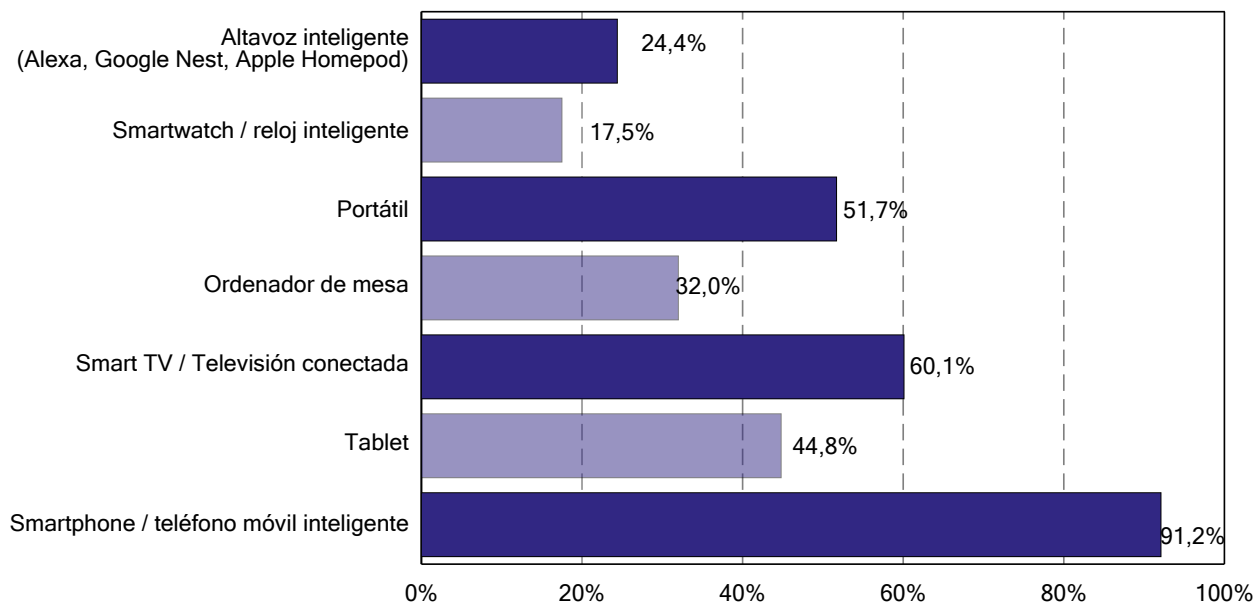
En relación con el uso de las VLOP por parte de los y las adolescentes españoles se analizan a continuación una serie de variables vinculadas como los dispositivos digitales que más usan, la intensidad de uso de estos dispositivos, y los formatos y contenidos digitales favoritos en la adolescencia.

Al analizarse los datos de uso de dispositivos por edad entre los y las adolescentes participantes en el estudio, es notorio que el smartphone toma mayor protagonismo durante la adolescencia, mientras que la Tablet presenta una mayor relevancia durante la preadolescencia (12 a 13 años). Este cambio de tendencia alrededor de los 14 años evidencia una transición en las preferencias tecnológicas, en la que el uso del Smartphone acompaña los ritos de paso de la pubertad hacia la adolescencia, con toda una serie de fenómenos sociales asociados de nivel relacional, al aumentar progresivamente la necesidad de vinculación y experimentación con otros grupos etarios, lo que refuerza el papel del dispositivo móvil en las dinámicas de sociabilización

y comunicativas.

Gráfico 4.

¿Cuáles son los dispositivos que más usas? (%). España, 2025.

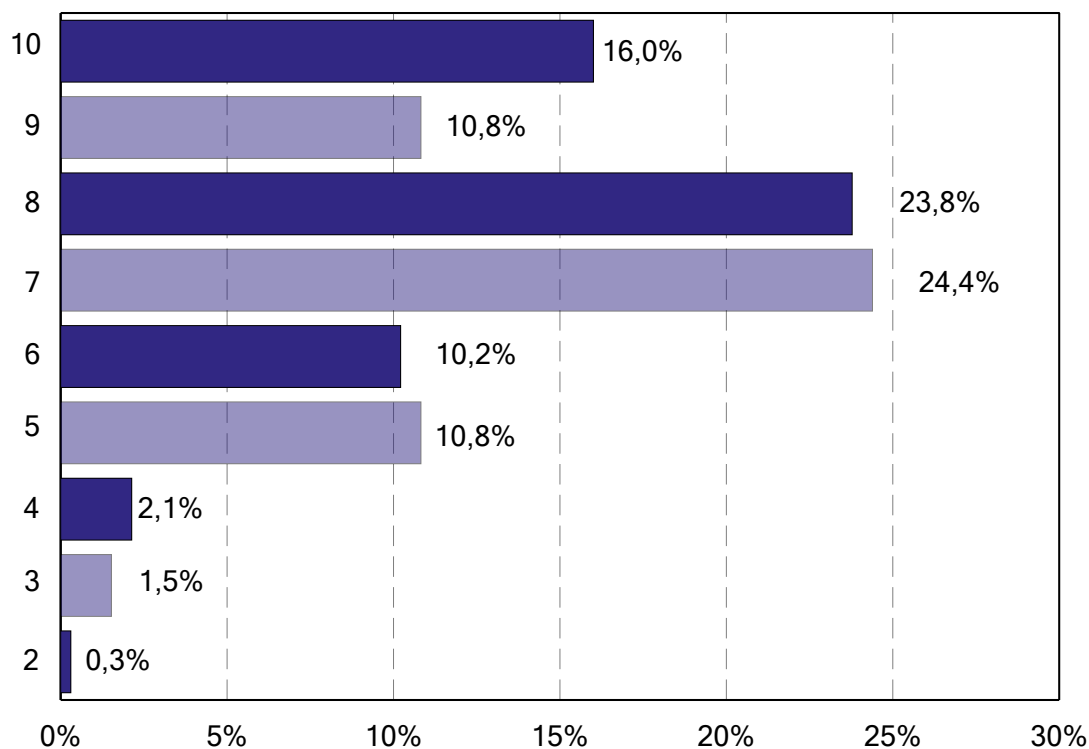


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Los y las adolescentes españoles perciben que su intensidad de uso de los dispositivos digitales es alta o muy alta, el 75 % de los y las encuestadas dan una puntuación mayor a 7 puntos, y de estos el 16,8 % mayor a 9 puntos.

Gráfico 5.

¿Consideras que usas de manera intensa los dispositivos digitales? (%). España, 2025.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

La intensidad de uso de los dispositivos digitales se sitúa en las edades donde se dan los ritos de paso a la adolescencia. Estos ritos se tratarían de experiencias significativas en la transición a la edad madura, donde el entorno digital actúa no como el ritual en sí mismo, sino como un elemento que lo acompaña y facilita. Las principales transiciones se sitúan entre los 13 y 14 años, momento en el que se observan mayores oscilaciones en la intensidad de uso de los dispositivos. Es observable que existe una relación clara entre el aumento de la edad y el uso más intensificado de los dispositivos digitales.

Tabla 1.

¿Cuáles son los formatos que más consumes cuando usas tus dispositivos? (%).
España, 2025.

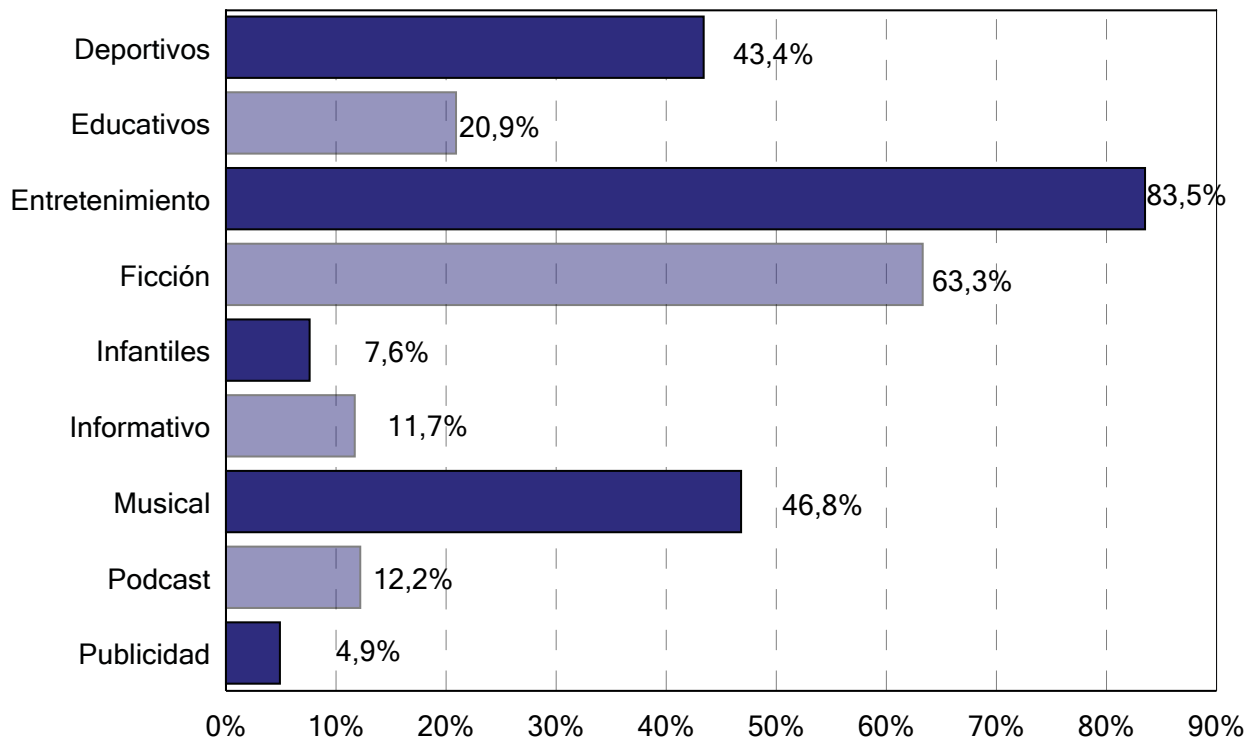
	Películas	Series	Publicidad	Juegos Online	Streaming	Vídeos en RRSS	Directos	Realidad Virtual	Podcast	Educativos	Musicales
0	1,7%	1,2%	7,9%	1,7%	2,0%	1,2%	4,6%	15,4%	12,5%	4,7%	3,4%
1	6,6%	4,9%	30,3%	6,7%	8,8%	3,4%	15,1%	28,5%	27,0%	16,6%	12,7%
2	6,1%	6,6%	15,7%	4,6%	5,5%	3,4%	9,1%	11,1%	10,8%	10,4%	7,9%
3	9,9%	5,8%	11,0%	5,2%	5,5%	4,6%	6,6%	7,9%	9,8%	11,6%	5,9%
4	7,5%	8,4%	7,2%	4,6%	5,9%	4,9%	6,9%	7,9%	6,1%	11,4%	8,5%
5	14,0%	12,3%	8,1%	8,5%	10,5%	8,1%	12,2%	6,9%	9,1%	12,0%	10,8%
6	13,1%	12,7%	4,4%	7,3%	10,7%	10,8%	11,3%	5,5%	6,6%	10,2%	11,6%
7	16,2%	14,3%	6,1%	15,2%	17,2%	17,7%	12,2%	6,3%	8,2%	8,8%	12,0%
8	14,2%	17,8%	3,8%	19,1%	16,9%	18,4%	10,8%	5,3%	5,3%	7,6%	13,6%
9	4,4%	5,8%	2,9%	14,9%	8,8%	14,3%	5,8%	2,4%	1,2%	2,7%	5,8%
10	6,4%	10,2%	2,6%	12,2%	8,1%	13,3%	5,5%	2,7%	3,4%	3,8%	7,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

La categoría "contenido de entretenimiento" se compone de otras subcategorías (ficción, deportivo, musical, infantil) con distintos niveles de preferencia, destacando los contenidos de ficción (63 %) seguido de los musicales y deportivos, y en menor grado existe una preferencia inferior por los contenidos informativos e infantiles. La categoría contenido educativo (21 %) tiene una preferencia inferior, en todo caso se está mencionando el contenido educativo en formato digital y/o audiovisual. Parece evidente que la mayor parte del contenido digital producido está dirigido al ocio digital, y por tanto al entretenimiento de los y las adolescentes y, por tanto, su uso educativo es limitado.

Gráfico 6.

¿Qué contenidos son tus favoritos? (%). España, 2025.

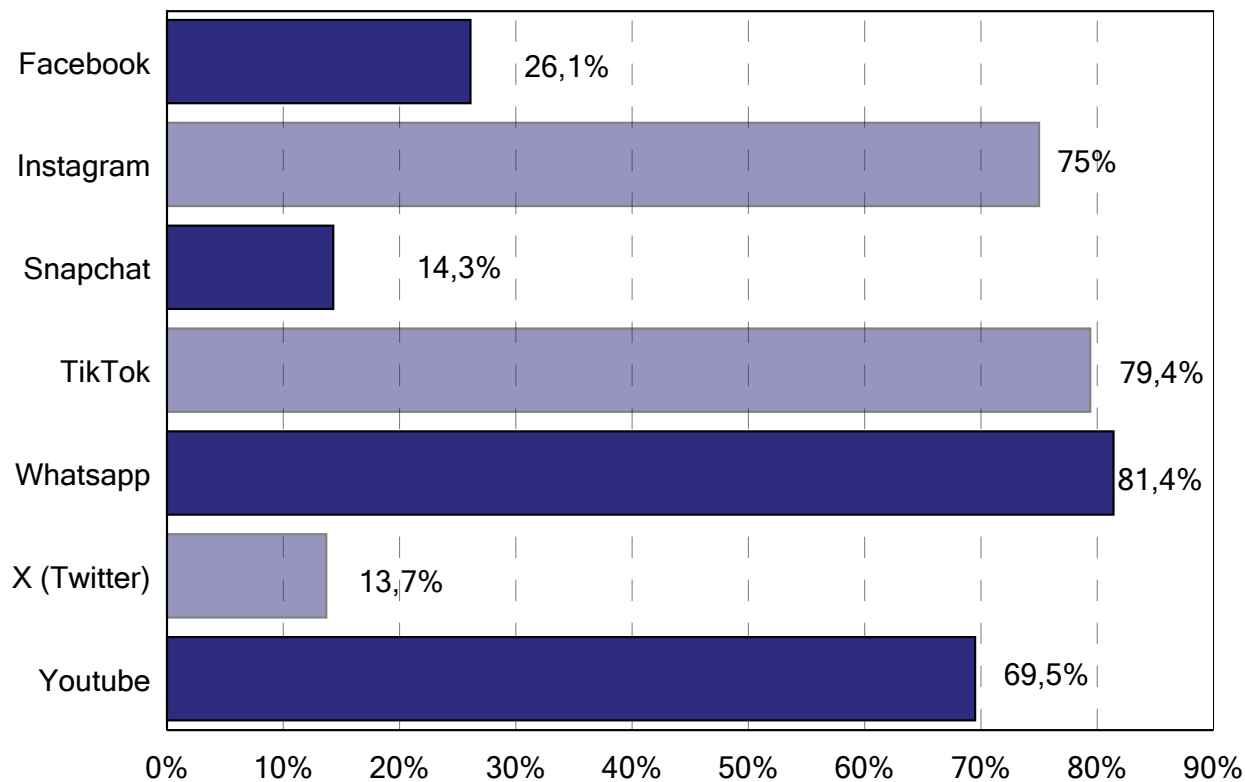


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

De las Redes Sociales señaladas como favoritas por parte de los y las adolescentes participantes en la encuesta son VLOP: Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, WhatsApp, X (Twitter), YouTube. El 64 % de las Redes Sociales favoritas de los y las adolescentes españoles son VLOP.

Gráfico 7.

¿Cuáles de las siguientes son tus Redes Sociales favoritas? (%). España, 2025.

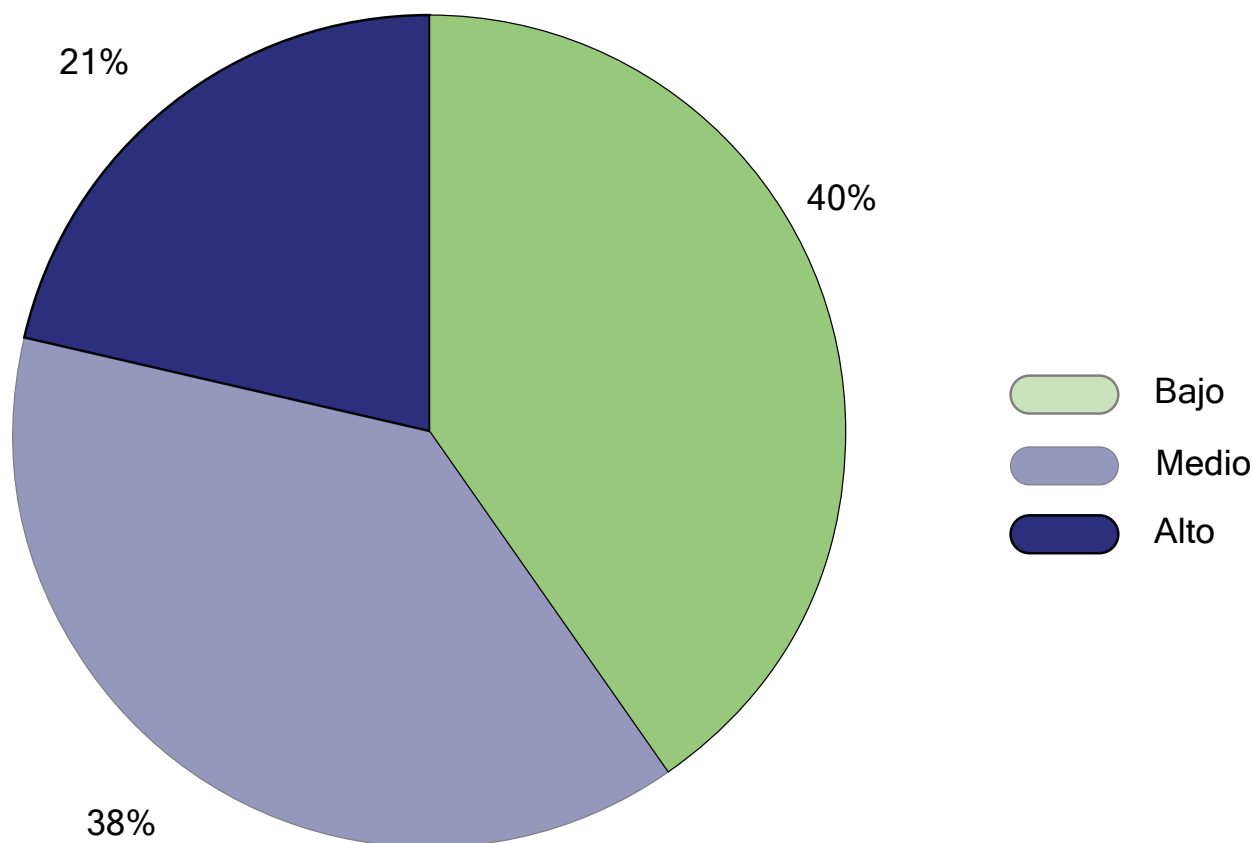


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Las Redes Sociales mayoritarias de los adolescentes son VLOP: el 60% de las personas participantes declara un nivel de preferencia medio o alto (Gráfico 8). Es decir, cuando los y las adolescentes consultados seleccionan sus redes sociales favoritas, en su mayoría eligen las VLOP.

Gráfico 8.

Nivel de preferencia de las VLOP como Redes Sociales favoritas entre adolescentes. (%). España, 2025.

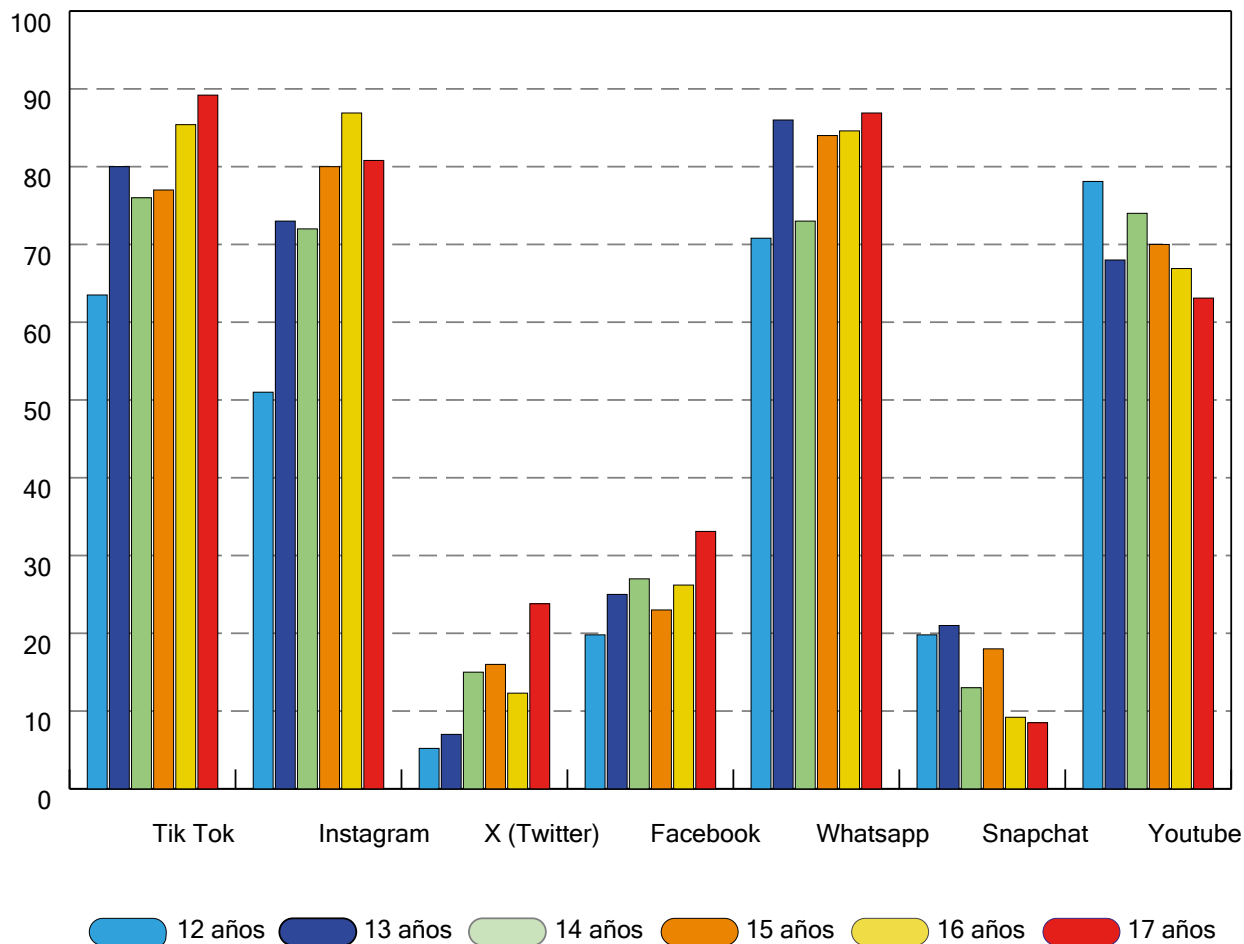


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Según la edad del usuario, la preferencia por las Redes Sociales mayoritarias aumenta con la edad, menos en el caso de YouTube que es mayormente preferida por los preadolescentes (78 % de los adolescentes con 12 años), seguramente por su difusión y uso sin necesidad de tener una cuenta activa para las personas menores de 14 años (según la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales vigente).

Gráfico 9

Las Redes Sociales favoritas según la edad del usuario/a (%). España, 2025.

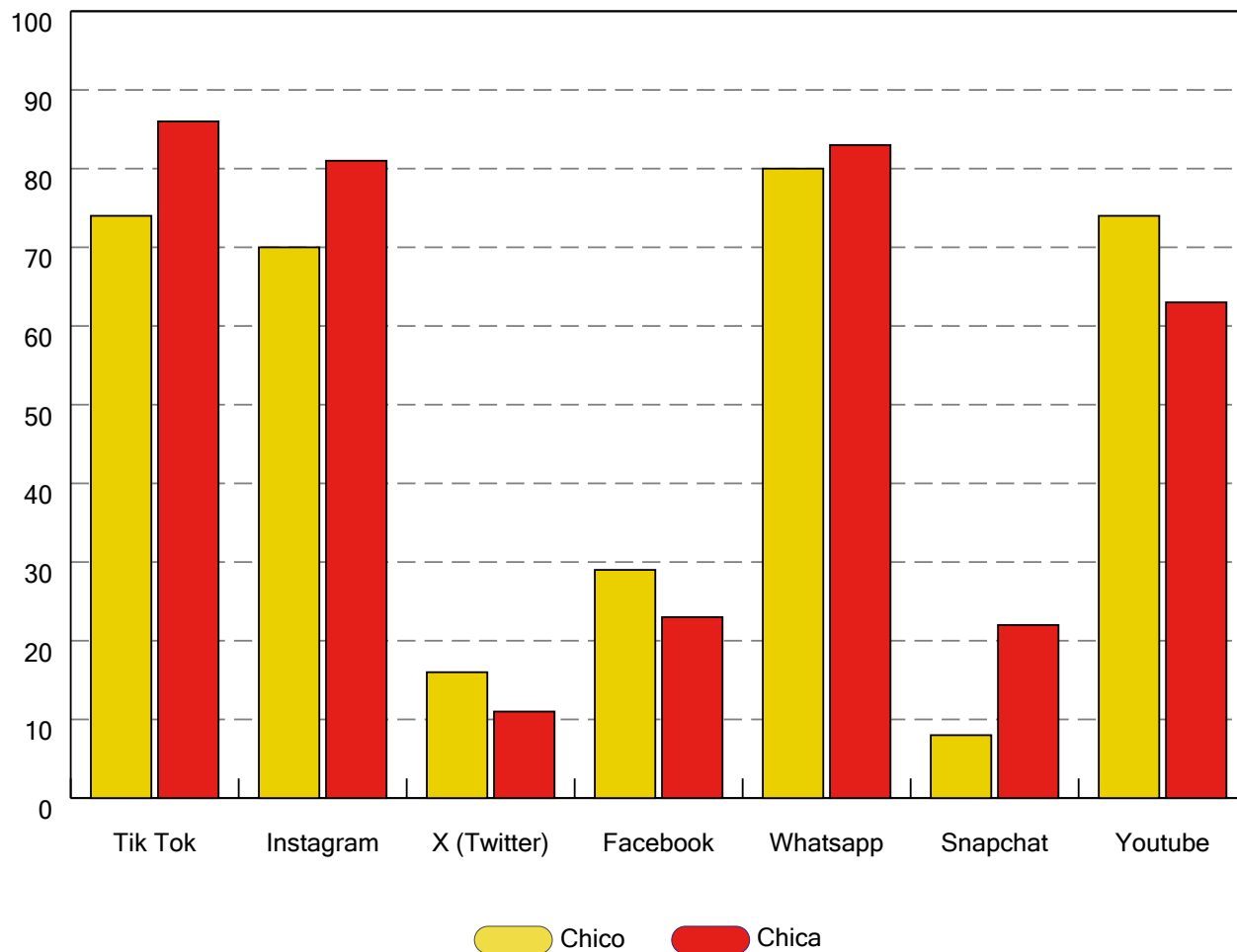


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Las preferencias de las Redes Sociales según el sexo del usuario/a son semejantes en cuanto a las VLOP mayoritarias, aunque entre las chicas existe una preferencia mayor por TikTok e Instagram, y entre los chicos existe una mayor preferencia de YouTube.

Gráfico 10

Las Redes Sociales favoritas según el sexo del usuario/a (%). España, 2025



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

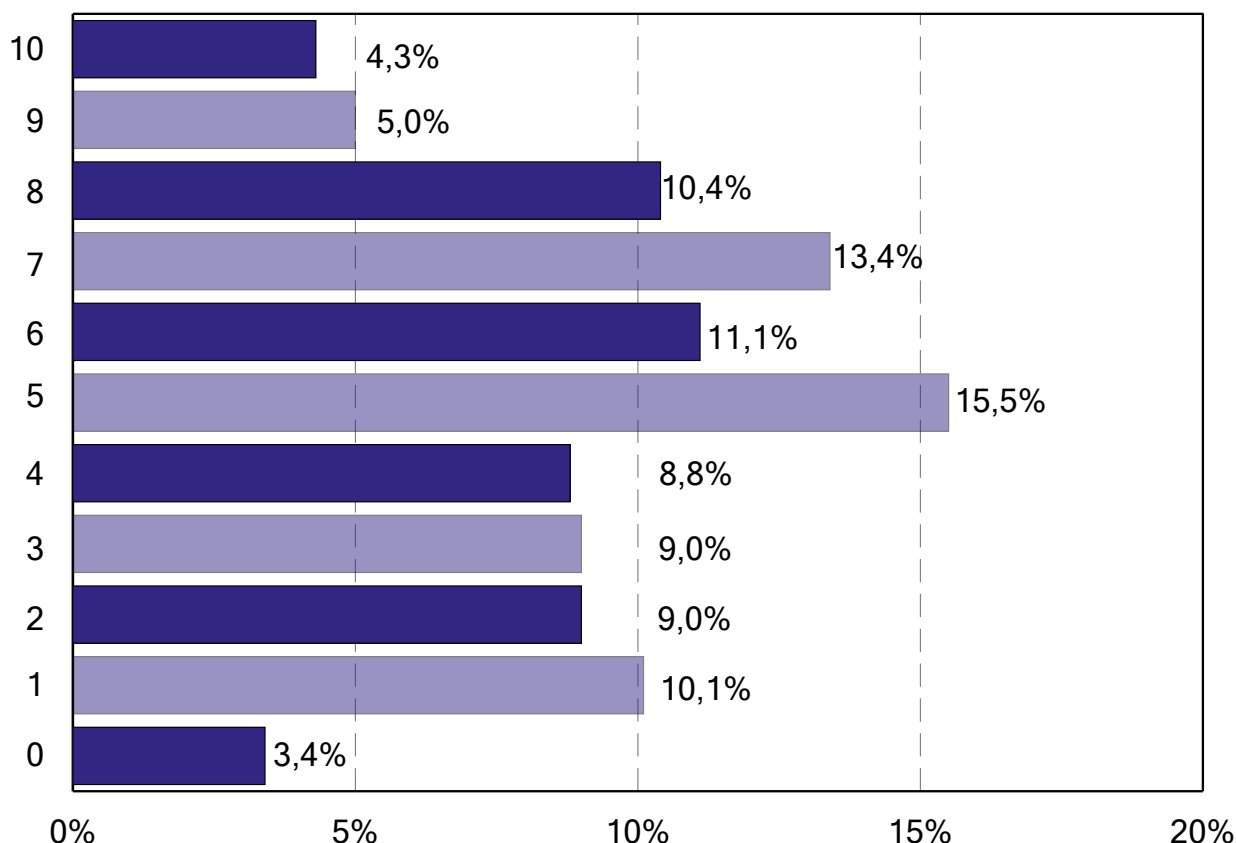
3. Percepción de la seguridad en el uso de las VLOP en la adolescencia en España

A continuación, se indaga sobre la exposición a riesgos en el entorno y espacios digitales. En primer lugar, se analiza la percepción en la exposición de riesgos en relación con el consumo digital aplicándose varias pruebas estadísticas estándar para conocer la influencia de este factor sobre los y las adolescentes, además de analizarse la influencia del uso de las VLOP. En segundo lugar, se explora otros distintos factores de interés vinculados al consumo digital y sus riesgos.

De acuerdo a los resultados, el 44% de los y las adolescentes se sienten expuestos a riesgos cuando consumen en las plataformas digitales. En todo caso, hay que considerar tal y como expone David Buckingham en sus postulados que existe un sistema de medios dominado por el mercado, y condicionado por las estructuras de las plataformas digitales.

Gráfico 11.

¿Cómo te sientes de expuesto a riesgos del consumo digital como compras impulsivas, estafas o insatisfacción con compras online? Respuesta en escala del 0 al 10 (%) España, 2025.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Habría que indagar sobre el peso de este último factor: el diseño de las plataformas digitales, ya que ni la edad (Chi-cuadrado de Pearson: 0,496) ni el género (Chi-cuadrado de Pearson: 0,485) son significativos. Es decir, no existen diferencias significativas con base en estas variables independientes.

Se aplica una regresión lineal con el objetivo de determinar en qué medida la variable P12: *¿Cuáles de las siguientes son tus Redes Sociales favoritas?* predice la variable P32: *¿Cómo te sientes de expuesto a riesgos del consumo digital como compras impulsivas, estafas o insatisfacción con compras online?*

Tabla 2.

Resumen del modelo de regresión lineal entre las variables P12 y P32.

R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Estadísticos de cambio			Sig. Cambio en F	Durbin - Watson
					Cambio en F	gl1	gl2		
,094a	0,009	0,007	2,668	0,009	5,808	1	654	0,016	1,779

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

a.- Predictores: (Constante), Usuarios RRSS VLOP

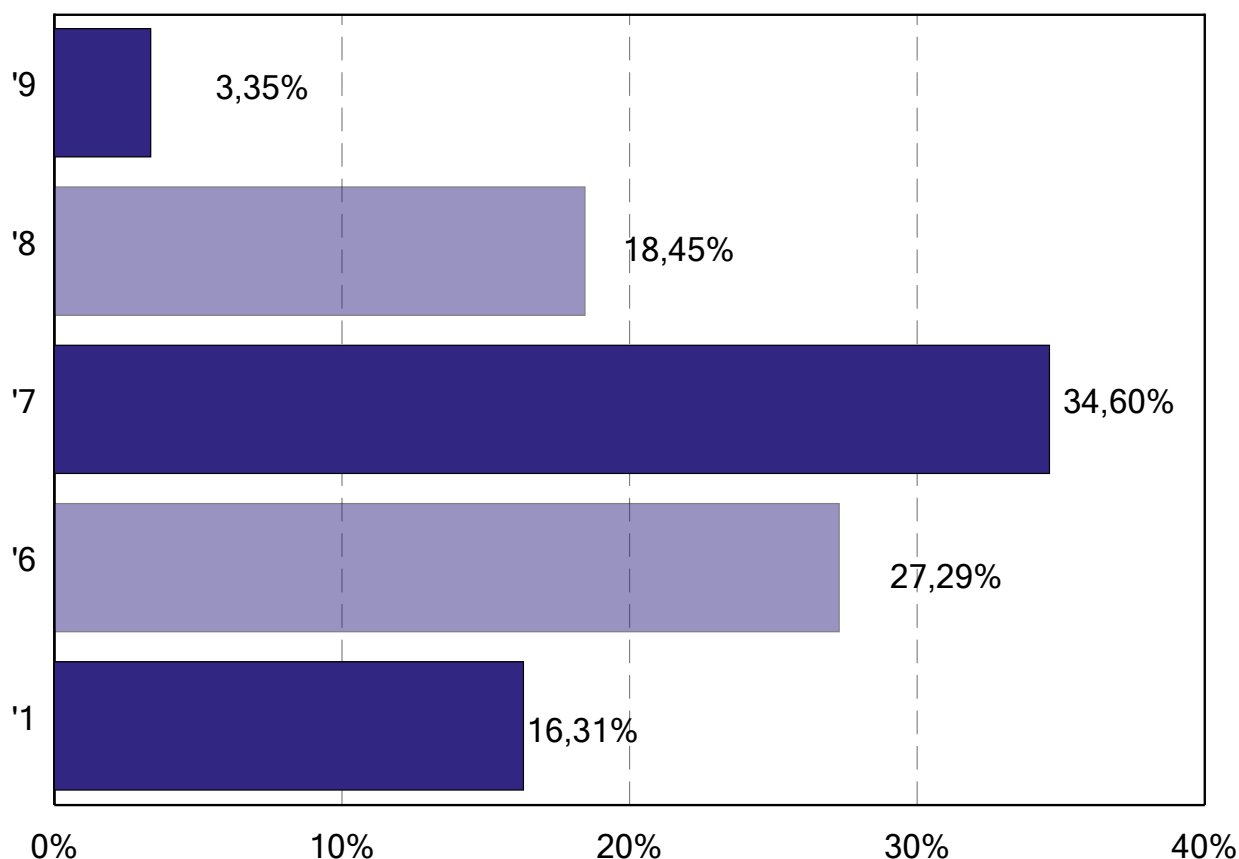
b.- Variable dependiente: Del 1 al 10, ¿Cómo te sientes de expuesto a riesgos del consumo digital como compras impulsivas, estafas o insatisfacción con compras online? - Respuesta

Bajo condiciones de distribución normal, homogeneidad de las varianzas y ausencia de colinealidad, se verifica que la variable P12 tiene una correlación positiva (escala de -1 a +1) aunque muy débil con la variable P32 (0,094 siendo significativa al 0,016). El coeficiente de determinación R² (0,007) indica que el uso de Redes Sociales clasificadas como VLOP tiene una influencia mínima sobre la percepción de estar expuesto a riesgos en el consumo digital.

Para profundizar en esta cuestión, se analizan a continuación distintas variables relacionadas con la percepción del riesgo, como las denuncias vinculadas al consumo de contenidos, productos y servicios digitales, la publicidad recibida en distintos espacios, los derechos digitales en la adolescencia, y los espacios de protección.

Gráfico 12.

¿Es frecuente entre la gente de tu edad que se hagan denuncias por el consumo de productos en Internet y las Redes Sociales o por ser usuario de espacios digitales de consumo? Respuesta en escala del 0 al 10 (%) España, 2025.



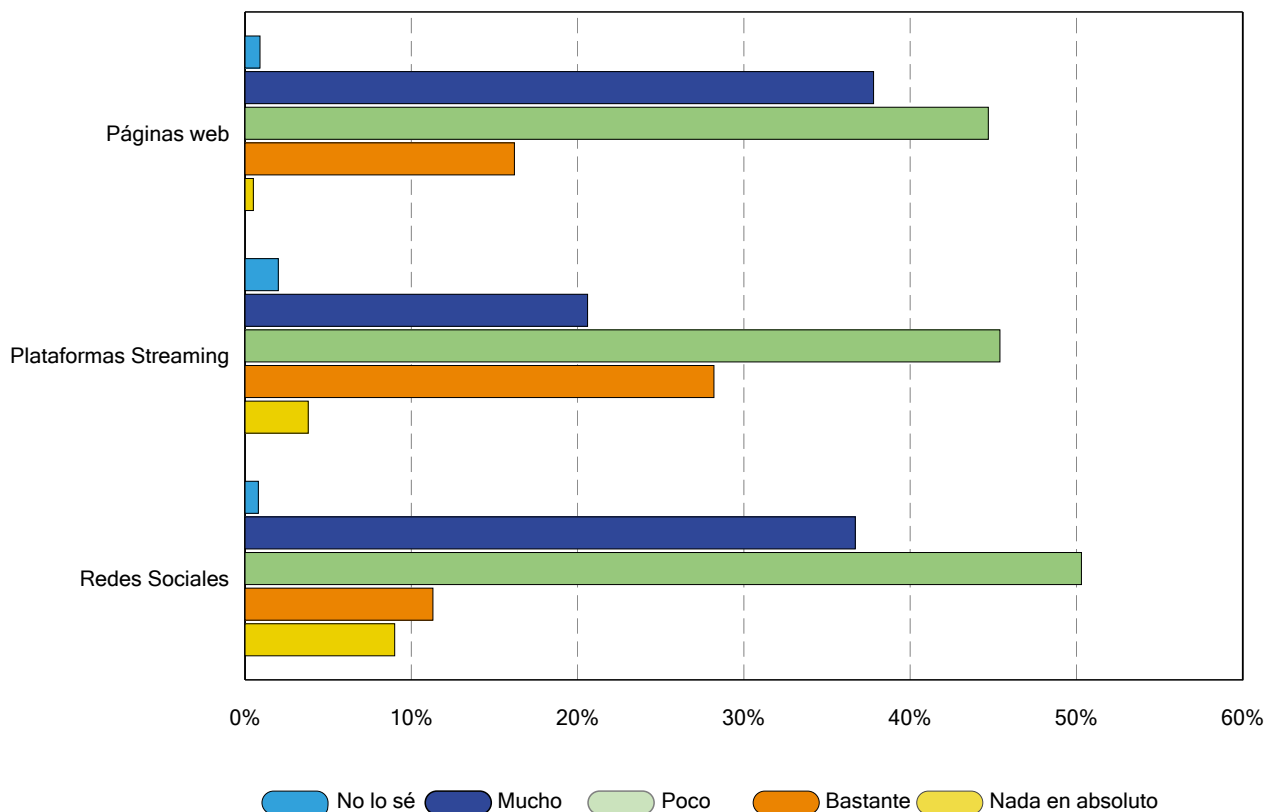
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

En cuanto al análisis de las denuncias vinculadas al consumo de productos en las plataformas digitales, en una escala del 1 al 10, el 84 % de los y las adolescentes dicen que son frecuentes ese tipo de denuncias y reclamaciones sobre el consumo de contenidos, productos y servicios en Internet.

Sobre todo, resulta patente las valoraciones en relación con la cantidad de publicidad recibida en distintos espacios digitales, siendo notorio que las y los adolescentes consultados opinan que reciben demasiada publicidad tanto en las páginas web (82,5 %), las plataformas de Streaming (66 %), y más aún en las Redes Sociales (87 %), tal y como se observa en el Gráfico 13.

Gráfico 13.

¿Recibes mucha o poca publicidad en los siguientes espacios? (%). España, 2025.



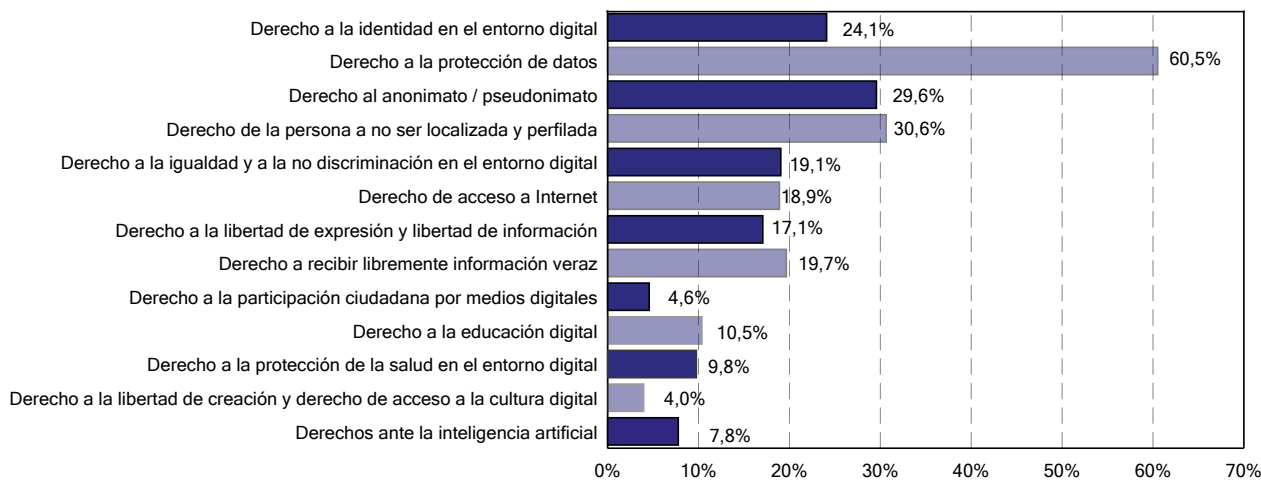
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Sobre los tipos de derechos digitales que los y las adolescentes consideran que están más desprotegidos, en un primer nivel destacan los derechos a: la protección de datos, la no localización y el perfilado comercial, el anonimato en las Redes Sociales, la identidad, y la no discriminación. Así, en primer lugar, se identifican como preferentes los derechos de protección. En un segundo nivel los y las adolescentes destacan los derechos sobre las libertades civiles, de acceso a la información, y sobre la calidad de los contenidos digitales. Y, en un tercer nivel quedan los derechos vinculados con la educación, la salud, y las nuevas tecnologías digitales como la Inteligencia Artificial.

Parece que existe una identificación directa de la seguridad en el entorno digital con los derechos de protección del niño, y menos con los derechos civiles y políticos.

Gráfico 14.

¿Qué tipos de Derechos Digitales son los más desprotegidos? (%) España, 2025.



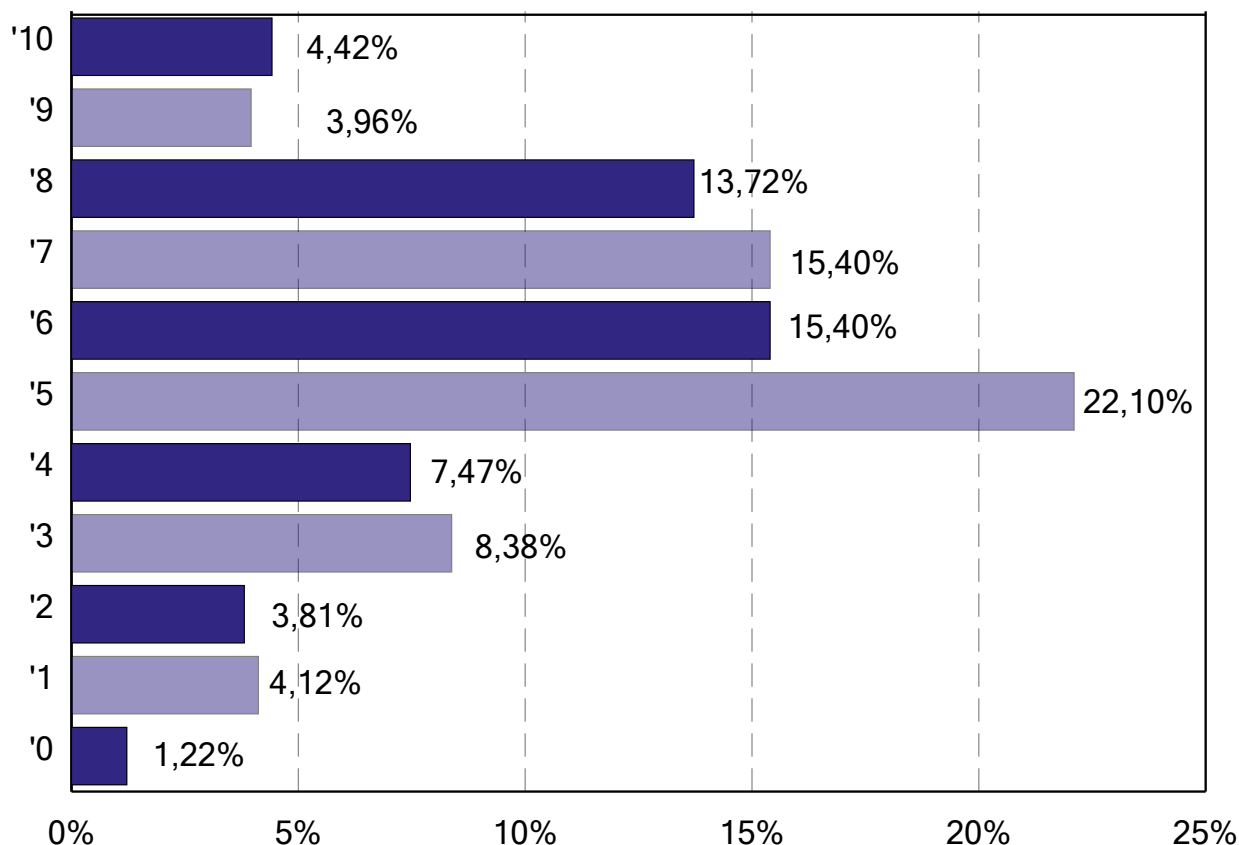
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Aplicados diferentes tipos de pruebas de análisis de la varianza con distintos factores (una vez aceptadas las condiciones para su realización), todas arrojan como resultado la aceptación de la hipótesis nula, esto quiere decir que no hay diferencia significativa entre los distintos grupos consultados con respecto a su percepción del nivel de protección de sus derechos digitales.

En cuanto a la percepción que tienen los y las adolescentes encuestados sobre el nivel de protección de sus derechos digitales, el 47% cree que estos derechos no están suficientemente protegidos (puntuaciones inferiores a 6 puntos).

Gráfico 15.

¿Cuál es el nivel de protección de tus Derechos Digitales? Respuesta en escala del 0 al 10 (%) España, 2025.



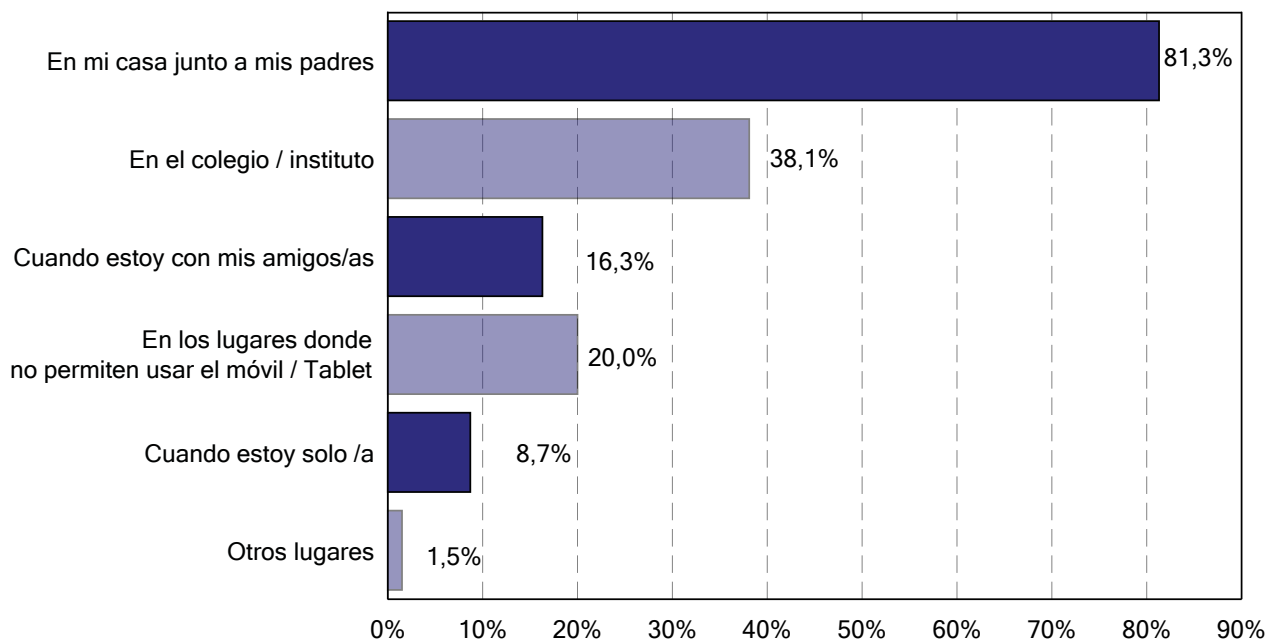
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

También en este caso, según los diferentes tipos de pruebas de análisis de la varianza aplicadas con distintos factores, todos arrojan como resultado la aceptación de la hipótesis nula, quiere decir que, no hay diferencia significativa entre los distintos grupos con respecto a su percepción del nivel de protección de sus derechos digitales.

Al consultar a las personas adolescentes sobre los espacios y lugares donde se sienten más seguros y protegidos, destaca en el domicilio familiar al tener el apoyo de sus padres y madres (81 %) y, en segundo lugar, en el centro educativo (38 %).

Gráfico 16.

¿En qué tipo de espacios / lugares sientes más seguridad en la protección de tus Derechos Digitales? (%) España, 2025.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Esta investigación parte de la premisa de que los cuidados y apoyos mutuos entre las personas son esenciales frente a escenarios digitales complejos, especialmente ante contenidos donde se muestran imágenes explícitas de violencia o de discriminación por razón de raza, sexo, etnia u origen, entre otros. La exposición a estos materiales - de fuerte carga emocional y de contenidos difíciles de interpretar (Pathos)- requiere procesos de acompañamiento y mediación que faciliten su interpretación y eviten efectos patológicos. En este sentido, los procesos de apoyo y acompañamiento en la interpretación se fundamentan en la dimensión relacional y en la capacidad colectiva de dotar de sentido a las experiencias digitales.

4. Conclusiones

El Reglamento de Servicios Digitales (DSA en sus siglas en inglés) clasifica las VLOP (Very Large Online Platforms) como aquellas con más de 45 millones de usuarios y usuarias europeos mensuales. Esta clasificación obliga a las plataformas digitales a una serie de exigencias cuando los usuarios de las Redes Sociales son niños, niñas y adolescentes. Se hace hincapié en este diagnóstico en el análisis de los riesgos para que no queden afectados los derechos de la infancia y adolescencia.

A modo de resumen se presentan algunas de las ideas fuerza de este diagnóstico sobre el uso de adolescentes de las VLOP (Very Large Online Platforms) en España:

- Los y las adolescentes españolas perciben que su intensidad de uso de los dispositivos digitales es alta o muy alta. En una escala del 1 al 10, el 75% de los encuestados dan una puntuación mayor a 7 puntos, y de estos el 16,8 % mayor a 9 puntos.
- La mayor parte del contenido digital producido está dirigido al ocio digital, y por tanto al entretenimiento de los y las adolescentes. Su uso educativo es limitado.
- Las Redes Sociales mayoritarias de los adolescentes son VLOP. Tienen un nivel de preferencia medio y alto para el 60 % de los encuestados.
- El 44% de los y las adolescentes consideran que se sienten expuestos a riesgos cuando consumen en las plataformas digitales. Aunque el uso de Redes Sociales VLOP tiene escasos efectos sobre la percepción de estar expuesto a riesgos en el consumo digital.
- El 84% de las personas adolescentes dicen que son frecuentes las denuncias y reclamaciones sobre el consumo de contenidos, productos y servicios en Internet.
- Los y las adolescentes opinan que reciben demasiada publicidad tanto en las páginas web (82,5 %), las plataformas de Streaming (66 %), y más aún en las Redes Sociales (87 %).

- Los y las adolescentes consideran que los derechos digitales más desprotegidos son los derechos a la protección de datos, la no localización y el perfilado comercial, el anonimato en las Redes Sociales, la identidad, y la no discriminación.
- El 47% de las personas adolescentes perciben que los derechos digitales no están suficientemente protegidos.
- Las personas adolescentes dicen sentirse más seguros y protegidos en el domicilio familiar al tener el apoyo de sus padres y madres (81 %) y en el centro educativo (38 %).



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID