



Los retos de la Alfabetización Mediática e Informativa en España

Universidad Complutense de Madrid



Cofinanciado por la Unión Europea

© Universidad Complutense de Madrid

Se permite la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento siempre que se mencione la fuente y se haga sin fines comerciales.

Primera edición: Febrero de 2024.

Autores: Núñez Gómez, Patricia; Larrañaga, Kepa Paul; Mongui Monsalve, Mónica.

ISBN: 978-84-09-59441-2

Financiado por la Unión Europea. No obstante, los puntos de vista y las opiniones expresadas son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente las de la Unión Europea. Ni la Unión Europea ni la autoridad que concede la subvención pueden ser considerados responsables de los mismos

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



**Co-funded by
the European Union**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	7
<i>Premisas y supuestos</i>	9
<i>Metodología aplicada</i>	9
<i>Contexto de la alfabetización mediática e informacional en España</i>	10
1. Datos sociodemográficos de la muestra de niños, niñas y adolescentes	14
EL CAPITAL DIGITAL EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA	20
2. Los dispositivos usados en la infancia y adolescencia	23
3. El tipo de uso de las redes sociales por los niños, niñas y adolescentes	28
4. Habilidades en la resolución de problemas en el entorno digital	37
5. Las preocupaciones de los niños, niñas y adolescentes en el entorno digital	44
LOS DERECHOS DIGITALES DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES	48
6. Los derechos a proteger en el entorno digital	50
7. Qué competencias se requieren según los niños, niñas y adolescentes para usar Internet	53
CONCLUSIONES	58
ANEXO: LA PUBLICIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL	66
8. El consumo de la publicidad en la infancia y adolescencia en el entorno digital	66
9. Qué entienden por publicidad los niños, niñas y adolescentes	68
10. El caso de la red social Twitch	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	75
BIBLIOGRAFÍA	76

ÍNDICE DE FIGURAS

GRÁFICO 1. Porcentaje de población que en los últimos 12 meses ha utilizado alguna habilidad informática (1), por grupo de edad y comunidad autónoma. España 2021	13
GRÁFICO 2. Porcentaje de población de 16 a 74 años con al menos habilidades digitales básicas (1), por variables demográficas y socioeconómicas. España 2021	14
GRÁFICO 3. Sexo de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023	15
GRÁFICO 4. Edad de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023	16
GRÁFICO 5. CCAA de residencia de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023	17
GRÁFICO 6. Nivel de estudios de los padres de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023	18
GRÁFICO 7. Nivel de estudios de las madres de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023	19
GRÁFICO 8. Del 1 al 10, ¿cómo es de importante saber usar Internet y las redes sociales? (P9). España, 2023	21
GRÁFICO 9. Prueba de la homogeneidad de la varianza para las variables edad y P9.	22
GRÁFICO 10. ¿Cuáles de estos dispositivos tienes? (P6). España, 2023 ..	23
GRÁFICO 11. ¿A qué edad tienes el smartphone? (%). España, 2023.	24
GRÁFICO 12. ¿A qué edad tienes la Tablet? (%). España, 2023	25
GRÁFICO 13. Tener Tablet y Computadora en la infancia y adolescencia según la CCAA (%). España, 2023	26
GRÁFICO 14. Tener Smartphone en la infancia y adolescencia según la CCAA (%). España, 2023	27

GRÁFICO 15. ¿En cuáles de estas Redes Sociales tienes cuentas? (%) (P13). España, 2023	29
GRÁFICO 16. Redes Sociales en las que se tienen cuentas según la edad. España, 2023.	30
GRÁFICO 17. ¿En tu día a día cuánto usas las siguientes Redes Sociales...? (P18). España, 2023	32
GRÁFICO 18. ¿Cuáles son tu Redes Sociales favoritas? (%) (P15). España, 2023	33
GRÁFICO 19. De la lista que hay a continuación, ¿qué te gusta hacer en las redes sociales? (%) (P19). España, 2023	34
GRÁFICO 20. ¿Qué tipo de contenido creas en las redes sociales? (%) (P21). España, 2023	35
GRÁFICO 21. Piensa en tu red/redes sociales favoritas, ¿por qué lo es/son? (%) (P16). España, 2023	36
GRÁFICO 22. Del 1 al 5, ¿cuánto de hábil eres para resolver los siguientes problemas cuando usas Internet y las redes sociales? (%) (P10). España, 2023	38
GRÁFICO 23. Del 1 al 10, ¿crees que te han enseñado / has aprendido lo suficiente para que te sientas capacitado/a al usar Internet y las Redes Sociales? (P36). España, 2023.	40
GRÁFICO 24. Gráfico de medias. Análisis de comparación de medias de P36 según el factor edad.	42
GRÁFICO 25. En tu día a día, ¿cuáles serían para ti las capacidades necesarias que hay que tener por parte de los niños, niñas y adolescentes para usar bien Internet y las redes sociales? (P11). España, 2023	43
GRÁFICO 26. ¿Qué es lo que más te molesta al usar Internet y las redes sociales? (P12). España, 2023	46
GRÁFICO 27. De los siguientes, ¿cuáles son para ti los derechos de las personas más importantes a proteger en Internet? (P35). España, 2023	51

GRÁFICO 28. Del 1 al 5, ¿Cuánto de capaz te sientes para controlar...? (P37-P39-P41-P43-P45-P47). España, 2023.	54
GRÁFICO 29. ¿Qué cosas relacionas con la publicidad? (P29). España, 2023	67
GRÁFICO 30. ¿Recibes mucha o poca publicidad en los siguientes espacios? (P30). España, 2023	67
GRÁFICO 32. Valora las siguientes cuestiones sobre la publicidad (P34). España, 2023	68
GRÁFICO 31. ¿Crees que algo de lo que sigue sería publicidad? (P31). España, 2023.	71
GRÁFICO 33. ¿En qué se diferencia Twitch y la televisión? (P25). España, 2023	73
GRÁFICO 34. ¿Por qué te gusta la publicidad de Twitch? (P28). España, 2023	74

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Servicios de Internet usados por motivos particulares en los últimos 3 meses por naturaleza del servicio en la educación primaria y secundaria. España 2022.	11
CUADRO 2. Redes Sociales en las que se tienen cuentas según el sexo. España, 2023.	31
CUADRO 3. Pruebas de efectos inter-sujetos. Análisis de covarianza. Habilidades para solucionar los problemas que tengo al usar la tecnología (P10r1)	39
CUADRO 4. Correlación entre P36 y P41.	41
CUADRO 5. Análisis de regresión. Resumen del modelo con P36 predictora sobre P11 dependiente	44
CUADRO 6. Di con tus propias palabras, ¿qué es lo principal a hacer para poder controlar...? (P38-P40-P42-P44-P46-P48). España, 2023	56
CUADRO 7. Tabla de cruce de la variable P3 (edad) con la P34r2. España, 2023	69
CUADRO 8. ¿Conoces algún tipo de publicidad distinta a los anuncios de televisión? (P32). España, 2023.	70
CUADRO 9. ¿Sabes distinguir la publicidad que es distinta a los anuncios de televisión cuando la ves? (P33). España, 2023.	70
CUADRO 10. ¿Crees que Twitch es igual que la televisión? (P24). España, 2023	72
CUADRO 11. ¿Te gusta la publicidad de Twitch? (P27). España, 2023 . .	73

Introducción

Este informe presenta los principales resultados del análisis de una encuesta a niños, niñas y adolescentes de 7 a 18 años residentes en España sobre la Alfabetización Mediática e Informacional. El estudio ha sido realizado por el Departamento de Ciencias de la Comunicación Aplicada (Facultad de Ciencias de la Información) de la Universidad Complutense de Madrid, en el marco del proyecto del *Safer Internet Centre–Spain 3.0* que lidera INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad de España).

El objetivo general de la investigación fue realizar una encuesta a nivel nacional de España para analizar la alfabetización digital y las competencias digitales de los niños, niñas y adolescentes en orden al ejercicio efectivo y sin limitaciones de su ciudadanía digital.

Los objetivos específicos fueron:

- Identificar el capital digital que tienen los niños, niñas y adolescentes en España en orden al consumo de contenido digital, la creación, la colaboración, la sociabilidad, y la participación cívica.
- Determinar cuáles son las competencias que priorizan los niños, niñas y adolescentes españoles para el uso del entorno digital.
- Analizar el nivel de competencias digitales de los niños, niñas y adolescentes en España en relación con la Alfabetización Mediática e Informacional.

- Identificar las recomendaciones de los niños, niñas y adolescentes españoles para el logro de las competencias digitales y la aplicación, por tanto, del pensamiento crítico y creativo en la gestión de la información y del conocimiento digitales.

El estudio aplicó técnicas cuantitativas con el propósito de conocer las características sociodemográficas, y sobre todo las competencias digitales de los niños, niñas y adolescentes participantes. Con este propósito, se diseñaron dos cuestionarios dirigidos a niños, niñas y adolescentes entre los 7 y 18 años, residentes en todas las Comunidades Autónomas españolas (a excepción de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla). Se aplicaron dos cuestionarios a nivel nacional, uno a adolescentes de 13 a 18 años, y un segundo adaptado a los niños y las niñas de edades inferiores (7 a 12 años). Ambos cuestionarios consideraron 48 preguntas que incluían aspectos sociodemográficos de las participantes y su entorno familiar, así como todos los indicadores sobre Alfabetización Mediática e Informativa vinculados a varios bloques (capital digital, consumo de redes sociales, consumo publicitario, y ciudadanía digital y pensamiento crítico).

De esta forma, los cuestionarios fueron autoadministrados a una muestra representativa de 1.304 preadolescentes y adolescentes, siendo previamente validado y pretestado. Su aplicación, distribución y control se realizó entre en el mes de agosto de 2023 a través de la plataforma de investigación de BILENDI, —empresa que cuenta con el certificado ICC/ESOMAR—. 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.

Esta investigación se enmarca en la sociología de la infancia, el cual comprende que: 1) la infancia es una construcción social; 2) los niños y las niñas son también actores sociales que interactúan 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.

Premisas y supuestos

En esta investigación se establecen varias premisas:

1. La Alfabetización Mediática e Informativa en la infancia y adolescencia tendrá en cuenta la necesidad de considerar y visibilizar el capital digital de los niños/as y adolescentes, sobre todo al tenerse en cuenta los efectos de la sociabilidad en las redes sociales y los posibles efectos de la solidaridad social en el entorno digital.
2. La Alfabetización Mediática e Informativa no se considera un proceso unilateral donde los niños, niñas y adolescentes sean sujetos pasivos para ser instruidos y evaluados por etapas.
3. Por tanto, la Alfabetización Mediática e Informativa no es una instrucción ni un proceso de evaluación de las capacidades digitales, sino un fenómeno social.

De esta manera, se conjetura que:

- Los niños, niñas y adolescentes tienen un capital digital fruto de la solidaridad en las redes sociales diversas, establecidas y consolidadas entre distintos grupos sociales y poblacionales, también entre pares etarios.
- Los niños, niñas y adolescentes tienen necesidades específicas en relación con su uso de las plataformas digitales.
- El niño, niña y adolescente es un agente activo en el entorno digital y establece un criterio propio y compartido con otros sobre las cosas que le preocupan.

Metodología aplicada

La investigación recurrió a los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), como referencia para el diseño de la muestra. En este caso se fijó el tamaño de la muestra en 1304 personas encuestadas. Se ha aplicado una encuesta en todo el territorio de España, realizándose un muestreo aleatorio en ciudades por cuotas de edad, sexo, región de residencia, y nivel de estudios de los padres. Según los datos que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE) la población residente de niños, niñas y adolescentes de 7 a 18 años en España es de 5.873.205 en 2022. La muestra

representativa de niños, niñas y adolescentes ha sido de 1.304 sujetos. Se asume, por tanto, al 95% de nivel de confianza, un error muestral del 3%.

Una vez finalizado el trabajo de campo cuantitativo, se elaboraron diversas pruebas estadísticas utilizando el paquete estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences - versión 25). Además de los análisis de la frecuencia y tablas cruzadas que permitieron observar la asociación de variables, se aplicaron análisis de varianza (ANOVA) y covarianza (ANCOVA) para analizar información detallada sobre las diferencias de criterios y actuaciones de los distintos grupos poblacionales en función de las variables seleccionadas. Se dispuso, a su vez, del análisis de regresión lineal como procedimiento.

Contexto de la alfabetización mediática e informativa en España

Actualmente, la alfabetización mediática e informativa emerge como un aspecto esencial en la vida cotidiana, particularmente en un entorno donde las tecnologías de la información y la comunicación desempeñan un papel central. El análisis de este fenómeno se convierte en una tarea fundamental para comprender cómo niños, niñas y adolescentes interactúan con los medios digitales, gestionan información y participan en el ecosistema digital.

A continuación, se examinan diferentes figuras de datos procedentes del informe del Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes del gobierno de España: Las cifras de la educación en España, estadísticas e indicadores, en su edición del curso 2023-24. Estos datos buscan arrojar luz para una comprensión más completa sobre cómo la alfabetización mediática e informativa impacta en la participación ciudadana y la integración digital de los niños, niñas y adolescentes.

CUADRO 1. Servicios de Internet usados por motivos particulares en los últimos 3 meses por naturaleza del servicio en la educación primaria y secundaria. España 2022

Servicios de Internet usados en primaria y secundaria. España 2022	TOTALES, sistema educación	E. Primaria	E. Secundaria 1ª etapa	E. Secundaria 2ª etapa
Actividades de comunicación:	99,3	98,3	99,3	99,6
Recibir o enviar correo electrónico	86,0	57,7	79,9	89,9
Telefonar o realizar videollamadas a través de Internet	79,7	65,8	75,3	82,3
Participar en redes sociales (con un perfil de usuario)	67,6	46,3	64,9	71,0
Usar mensajería instantánea	97,0	93,9	97,2	97,3
Actividades de información:	91,2	73,6	88,6	94,2
Leer noticias, periódicos o revistas de actualidad on-line	77,4	56,9	69,6	80,6
Buscar información sobre temas de salud	70,5	51,8	64,5	74,9
Buscar información sobre bienes o servicios	75,7	47,6	66,8	77,9
Actividades relacionadas con la participación política y social:	22,1	12,5	18,7	22,1
Emitir opiniones sobre asuntos de tipo cívico o político en sitios web o en redes sociales	17,2	10,8	15,9	18,2
Tomar parte en consultas online o votaciones sobre asuntos cívicos o políticos	12,7	5,8	8,6	11,7
Actividades relacionadas con la búsqueda de empleo:	19,7	11,8	17,7	22,7
Buscar empleo o enviar una solicitud a un puesto de trabajo	19,7	11,8	17,7	22,7

Servicios de Internet usados en primaria y secundaria. España 2022	TOTALES, sistema educación	E. Primaria	E. Secundaria 1ª etapa	E. Secundaria 2ª etapa
Actividades de aprendizaje:	51,5	18,1	40,1	52,4
Realizar algún curso on-line (o parcialmente on-line)	28,1	5,8	16,0	24,7
Utilizar material de aprendizaje on-line que no sea un curso completo on-line	42,8	11,6	31,3	43,4
Comunicar con educadores o estudiantes mediante herramientas de audio o vídeo	30,1	9,1	22,7	29,1
Otras actividades:	76,5	50,5	66,7	79,8
Vender bienes o servicios	20,1	7,6	16,2	20,4
Utilizar Banca por internet	74,9	49,1	64,5	78,0

Fuente: Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. Las cifras de la educación en España. Estadísticas e indicadores. Edición del curso 2023-2024.

De acuerdo a los datos, se evidencia que las actividades preferentes para los niños, niñas y adolescentes tanto en primaria como en secundaria son aquellas vinculadas a la comunicación, destacando sobre estas el uso de aplicaciones de mensajería instantánea. También, hay en segundo lugar una preferencia por aquellas actividades relacionadas con el acceso a la información, por ejemplo, seguir las noticias de actualidad.

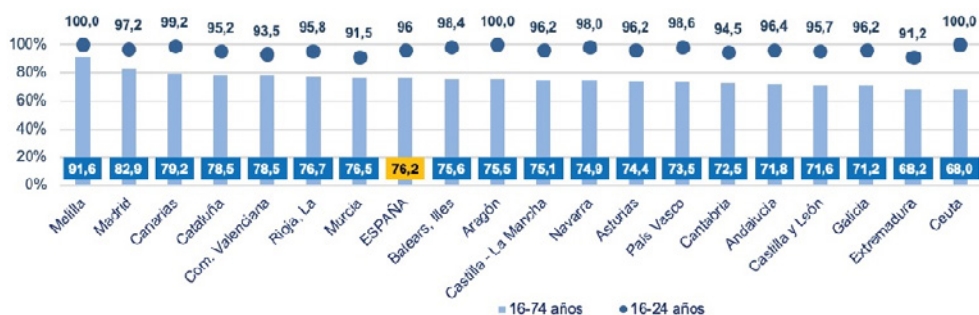
Entre aquellas actividades vinculadas al aprendizaje, destacan el uso de materiales digitales en línea, y bastante menos el uso de aquellas para la comunicación con profesores u otros estudiantes.

Aunque se dan actividades menos frecuentes, es reseñable el 11% de niños y niñas de primaria interesados por dar opiniones sobre asuntos de tipo cívico o político en plataformas digitales.

En referencia a las habilidades digitales que registra el Instituto Nacional de Estadística (ENI) en su encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares, cabe destacar la capacidad para descargar un software o cambiar su configuración, la transferencia de ficheros entre el ordenador y otros dispositivos, la

creación de presentaciones que integren texto, imágenes o tablas, la programación en un lenguaje de programación, el copiar o mover ficheros o carpetas y usar funciones básicas de una hoja de cálculo. Considerando estas habilidades, el Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deporte explota datos desagregados por edad, sexo, y CCAA.

GRÁFICO 1. Porcentaje de población que en los últimos 12 meses ha utilizado alguna habilidad informática (1), por grupo de edad y comunidad autónoma. España 2021

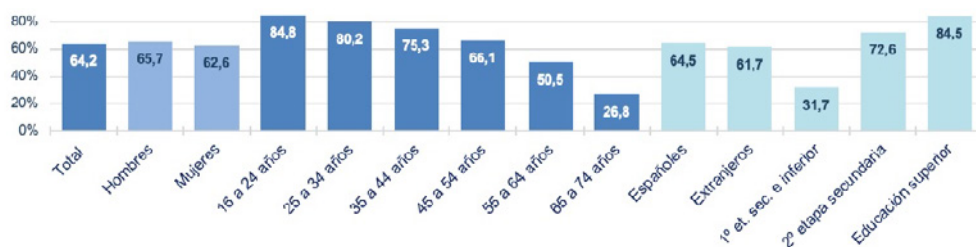


(1) Habilidades informáticas recogidas: descargar un software o cambiar su configuración; transferir ficheros entre el ordenador y otros dispositivos; crear presentaciones que integren texto, imágenes o tablas; programar en un lenguaje de programación; copiar o mover ficheros o carpetas y usar funciones básicas de una hoja de cálculo.

Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares - INE.

Según se observa en el gráfico 1, se destaca que los adolescentes y jóvenes españoles (de 16 a 24 años) utilizan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación con mayor frecuencia y al respecto disponen de las habilidades mencionadas anteriormente con mayor destreza que la población adulta en todas las comunidades autónomas de España.

GRÁFICO 2. Porcentaje de población de 16 a 74 años con al menos habilidades digitales básicas (1), por variables demográficas y socioeconómicas. España 2021



(1) Habilidades informáticas recogidas: descargar un software o cambiar su configuración; transferir ficheros entre el ordenador y otros dispositivos; crear presentaciones que integren texto, imágenes o tablas; programar en un lenguaje de programación; copiar o mover ficheros o carpetas y usar funciones básicas de una hoja de cálculo.

Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares - INE

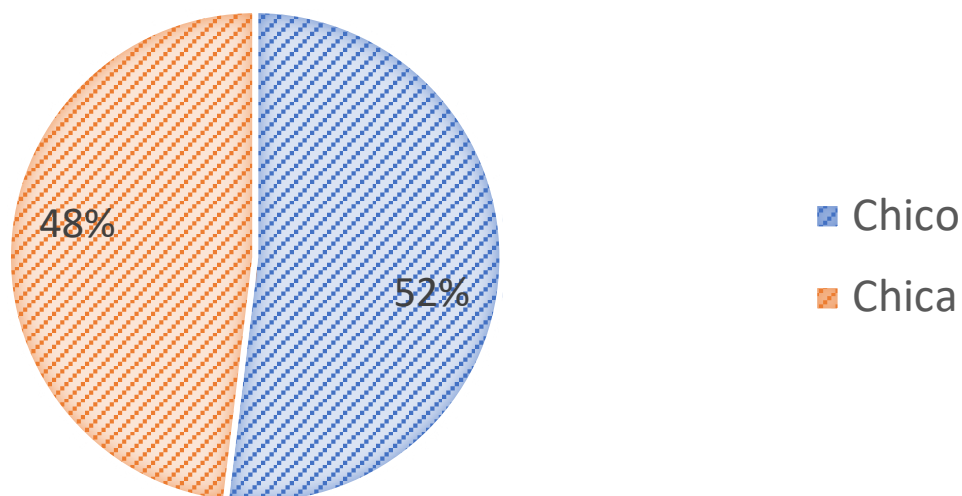
Los datos presentados en el gráfico 2 no sólo muestran que la población de adolescentes y joven española es la mayor usuaria de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, sino que, a su vez, tiene mayores habilidades digitales básicas que la población mayor de 25 años.

1. Datos sociodemográficos de la muestra de niños, niñas y adolescentes

Para comprender los resultados del informe, resulta fundamental comprender la diversidad y la complejidad de la población estudiada. En este contexto, se indica la distribución muestral de variables clave según: sexo, edad, comunidad autónoma de residencia, y nivel de estudios del padre y de la madre. Estos datos proporcionan una visión detallada y contextualizada de la muestra, permitiendo identificar patrones y tendencias. A continuación, se presenta la distribución muestral de dichas variables.

El gráfico 3 presenta una distribución demográfica detallada del sexo de los niños, niñas y adolescentes en la muestra correspondiente donde en términos porcentuales, las mujeres constituyen el 48% de la población estudiada, mientras que los hombres representan el 52%.

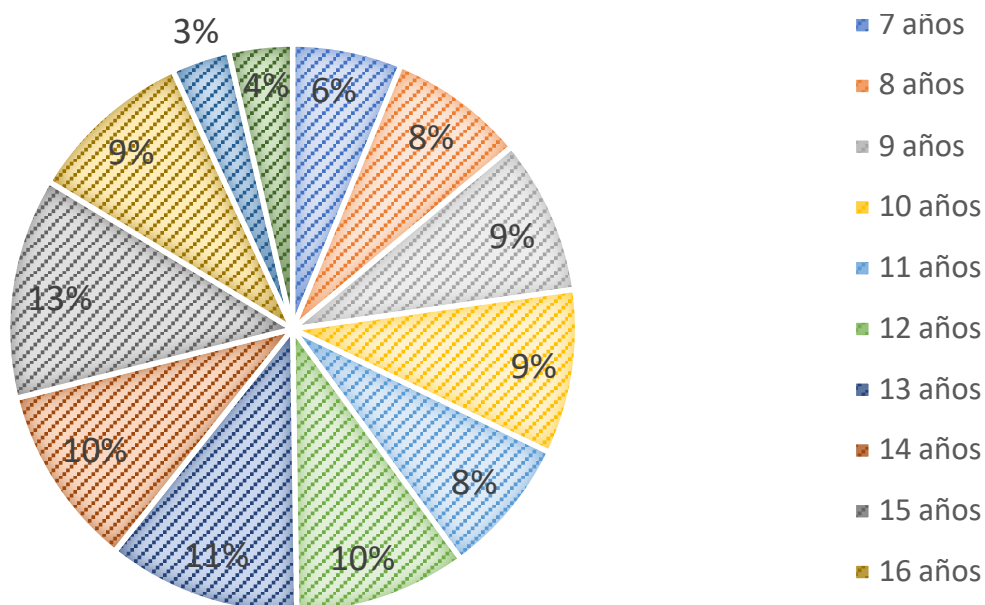
GRÁFICO 3. Sexo de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023



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

La población que se estudia comprende niños, niñas y adolescentes con edades entre los 7 y 18 años. Se opta por un enfoque que permite explorar la heterogeneidad de este grupo demográfico. El propósito es analizar las diferencias en cuanto al "capital digital" en relación con las distintos tipos y grados de consumo de los servicios y productos digitales, así como las habilidades desarrolladas, y los "derechos digitales", buscando comprender las diferencias y semejanzas entre los distintos grupos poblacionales de niños/as, preadolescentes, y adolescentes como medida de la Alfabetización Mediática e Informativa percibida.

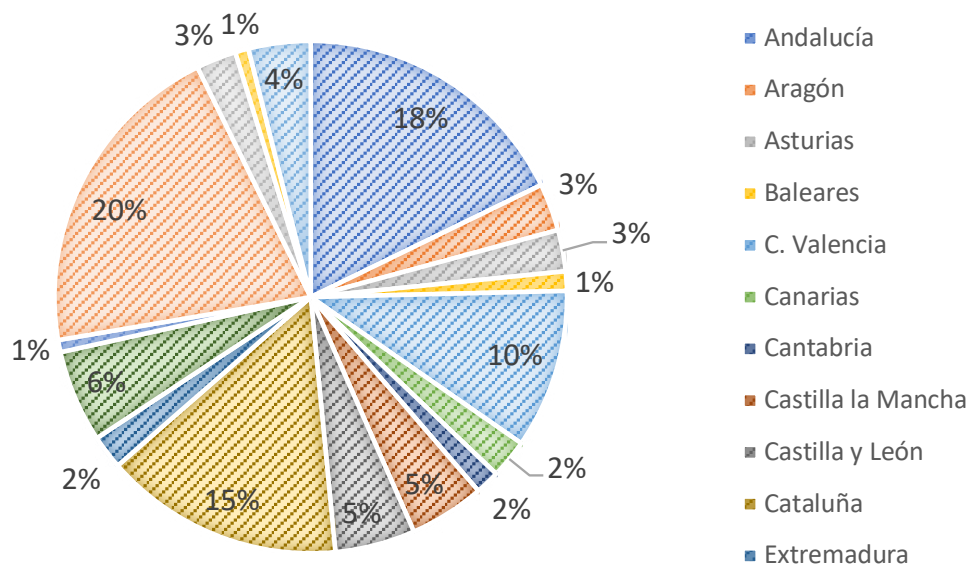
GRÁFICO 4. Edad de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023



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

En el gráfico 5 se presenta la distribución geográfica de la muestra según la Comunidad Autónoma de residencia en España. Los resultados destacan que el 20% de la población estudiada es Madrid, seguido por un 18% de Andalucía, un 15% de Barcelona y un 10% de Valencia. Ahora bien, aunque se trata de un estudio a nivel nacional, al aplicarse los cuestionarios a preadolescentes y adolescentes residentes en todas las Comunidades Autónomas españolas, no se incluyen los niños, niñas y adolescentes residentes en las ciudades autónomas de Melilla y Ceuta.

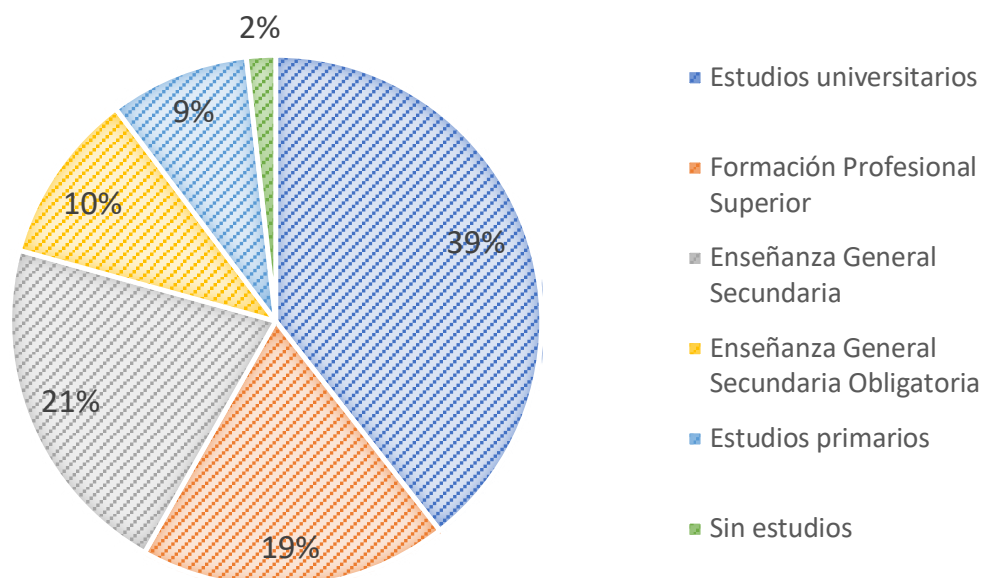
GRÁFICO 5. CCAA de residencia de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023



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

La investigación incluye la variable nivel de estudios tanto de los padres como de las madres de los niños/as y adolescentes encuestados. El objetivo principal es analizar la posible asociación de estas variables con el resto de las variables dependientes examinadas. Los resultados destacan que el 39% de los padres poseen estudios universitarios, seguido por un 21% con enseñanza general secundaria y un 19% con formación profesional superior. Estos datos ofrecen una visión clara y estructurada del perfil educativo de los padres en la muestra, proporcionando información esencial para comprender el contexto educativo y social de los participantes.

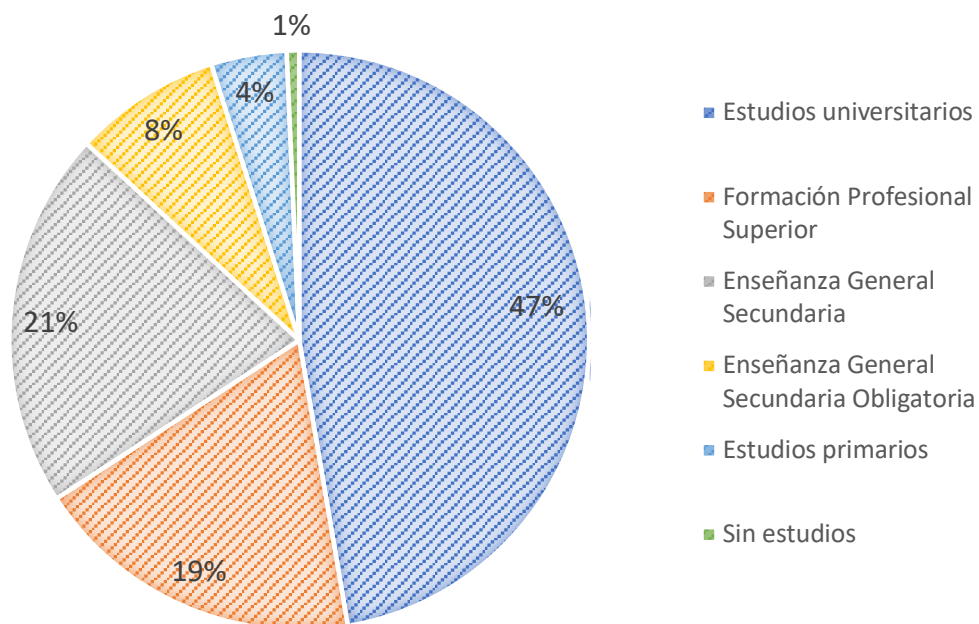
GRÁFICO 6. Nivel de estudios de los padres de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023



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

Para obtener una visión más precisa, se diferencia entre el nivel de estudio de padres y madres por si fuera significativa esta diferencia. Los resultados revelan que el 47% de las madres cuentan con estudios universitarios. Además, similar a la tendencia observada en los datos de los padres un 21% posee enseñanza general secundaria y un 19% tiene formación profesional superior.

GRÁFICO 7. Nivel de estudios de las madres de los niños, niñas y adolescentes de la muestra. España, 2023



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

EL CAPITAL DIGITAL EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA

Para llegar a definir el *capital digital* se atiende a los conceptos que establecieron autores como Pierre Bourdieu y James Coleman. Bourdieu define el capital social como: «[...] el conjunto de recursos actuales o potenciales relacionados con la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento y de interreconocimiento; o, en otros términos, a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no solo están dotados de propiedades comunes (...), sino que también están unidos por lazos permanentes y útiles» (Bourdieu, 1985, p. 2).

En sus análisis, Bourdieu presenta varios elementos clave. Primero, resalta la red social como un recurso que moviliza recursos. Segundo, destaca que en la red social se comparte conocimiento. En tercer lugar, Bourdieu señala la relevancia del reconocimiento de otros en la adhesión a las redes sociales. Además, destaca que la pertenencia a una red social es en sí mismo una forma de agencia y, por último, subraya que las relaciones generadas tienden a ser estables en una red social.

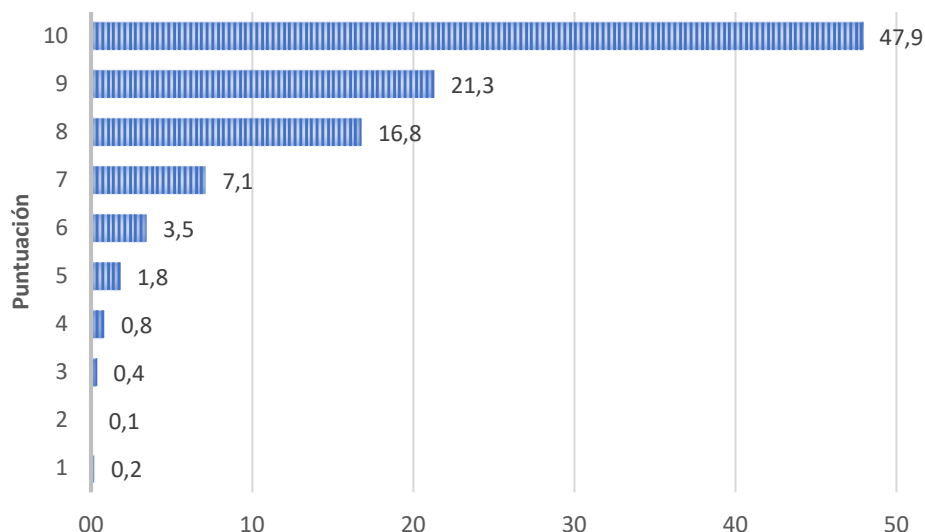
Coleman (1990) enfatiza el valor del capital social como activo y productivo. Para este autor, el capital social tiene un carácter productivo, permitiendo la consecución de ciertos objetivos que serían inalcanzables sin su presencia. «[...] Like other forms of capital, social capital is productive, making possible the achievement of certain ends that would not be attainable

in its absence (Al igual que otras formas de capital, el capital social es productivo, pues hace posible la consecución de determinados fines que no serían alcanzables en su ausencia)» Según lo dicho por Coleman destacan una serie de dimensiones que superan los recursos directos que aporta la red social, como (1) la expansividad de la red social, (2) los efectos no buscados de la actividad colaborativa, (3) las actividades de agencia social, (4) las normas de reciprocidad acordadas, (5) y la confiabilidad social.

En esta investigación y por razones operativas se define el *capital digital* como la productividad y efectos sociales directos e indirectos asociados a la gestión del entorno digital y sus recursos (software y hardware) con un resultado en el reconocimiento de la capacitación y en la capacidad de agencia social de sus usuarios y usuarias.

Al preguntar a los niños, niñas y adolescentes de la muestra sobre la importancia de Internet y las redes sociales, el 47,9% afirma, puntuando con un 10 (puntuación máxima), que es muy importante su uso en la infancia y la adolescencia.

GRÁFICO 8. Del 1 al 10, ¿cómo es de importante saber usar Internet y las redes sociales? (Pg). España, 2023

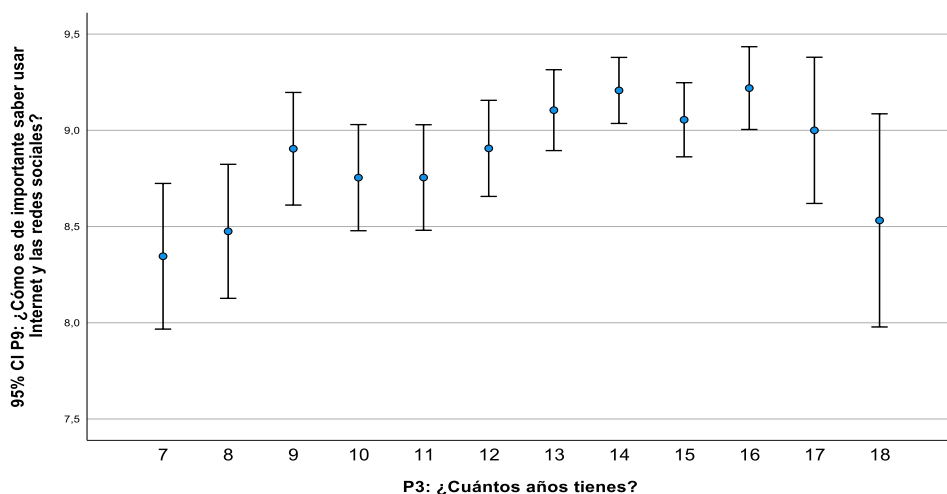


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Al realizarse un análisis de los datos que arroja el gráfico 8 se observa que:

1. La diferencia entre chicas y chicos no es estadísticamente significativa. Esto se evidencia al aplicarse la prueba de T de Student para muestras independientes, donde se acepta la hipótesis nula debido a que el valor es superior a 0,05 con un nivel de confianza del 95%.
2. Para analizar la asociación entre la edad de los niños, niñas y adolescentes y la respuesta a la pregunta P9, que indaga sobre la importancia de saber usar Internet y las redes sociales, se aplicó un análisis de la varianza sobre un factor dando la prueba de Levene de igualdad de las varianzas un valor de 0,001. Dado que este resultado indica una falta de homogeneidad de las varianzas, tal y como se observa en el gráfico 9, se descartó la conveniencia del análisis ANOVA de un factor por evitarse un error de Tipo II.

GRÁFICO 9. Prueba de la homogeneidad de la varianza para las variables edad y P9



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

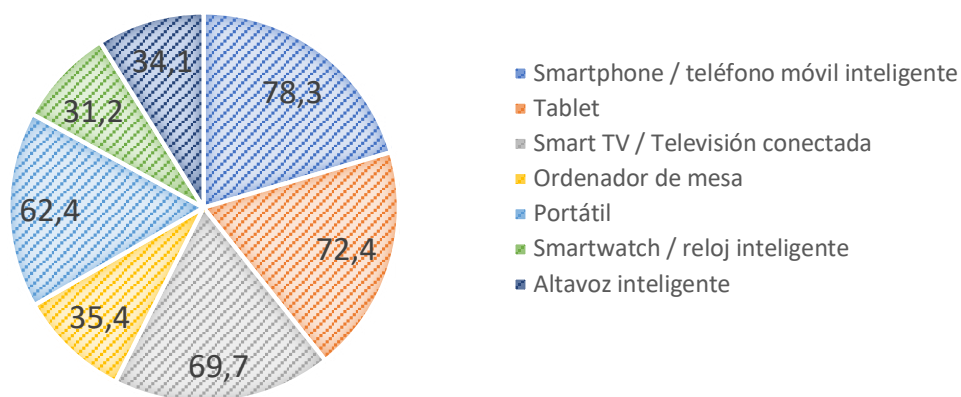
Con lo señalado anteriormente, se interpreta que tanto para las chicas como para los chicos, así como para todos los niños/as y adolescentes de 7 a 18 años que participaron en la investigación, Internet y las redes sociales son considerados de igual manera como muy importantes. Esto implica que no hay diferencias de opinión según el sexo y/o la edad.

A continuación, se analiza qué tipo de dispositivos usan los niños, niñas y adolescentes, y el tipo de uso que se realiza de las redes sociales. Este análisis se aborda desde una perspectiva de la sociabilidad en la infancia y la adolescencia, en concordancia con el concepto de capital digital definido para esta investigación. Finalmente, se concluirá con un análisis de las habilidades auto percibidas por los niños de la muestra, y los problemas que detectan en el uso del entorno digital.

2. Los dispositivos usados en la infancia y adolescencia

De acuerdo a los resultados del estudio, los niños, niñas y adolescentes españoles usan preferentemente el smartphone (78,3%), la Tablet (72,4%) y el computador portátil (62,4%).

GRÁFICO 10. ¿Cuáles de estos dispositivos tienes? (P6). España, 2023

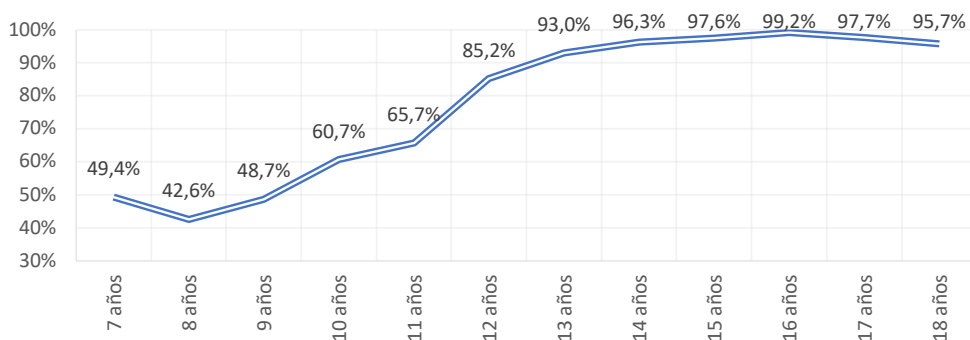


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Según se describe en la tabla cruzada que considera las variables de edad y del uso del smartphone, la prueba de chi cuadrado señala la

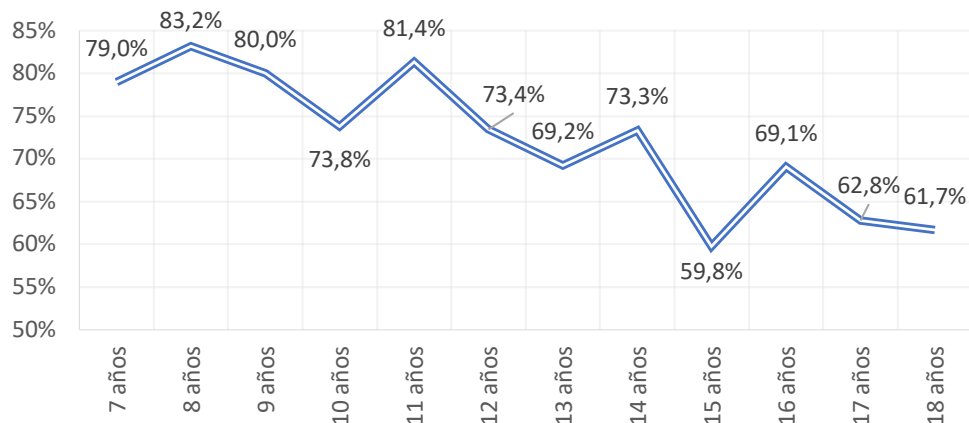
presencia de diferencias significativas (significación asintótica bilateral = 0,001). A partir de los 14 años, más del 95% de los adolescentes españoles tienen un smartphone y no se registran diferencias significativas con respecto al sexo.

GRÁFICO 11. ¿A qué edad tienes el smartphone? (%). España, 2023



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

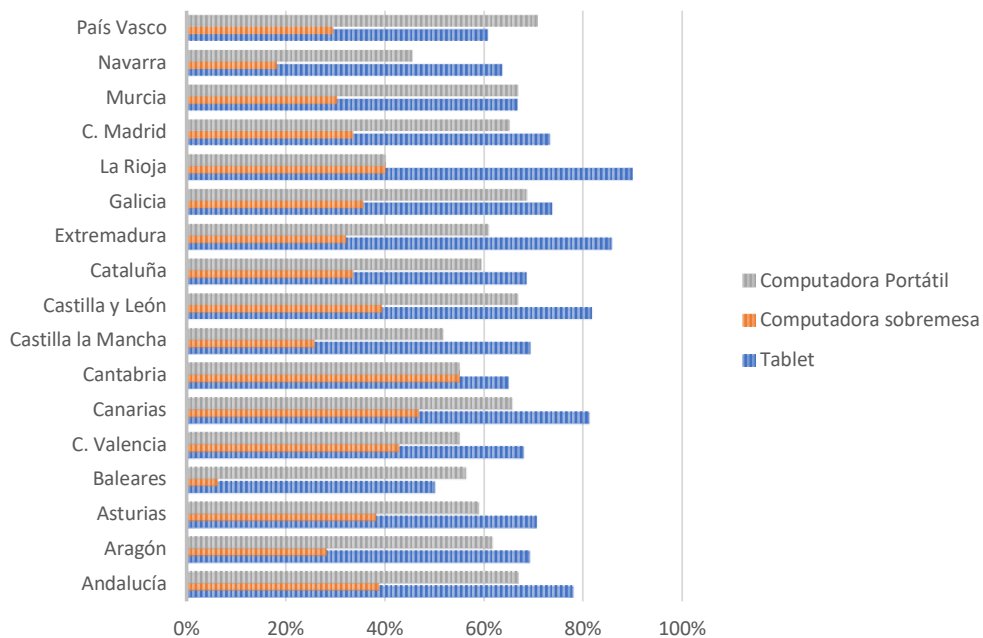
De igual manera, al analizar la relación entre la posesión de una Tablet y la edad, se constata la existencia de diferencias significativas (significación asintótica bilateral menor a 0,001). Los niños y las niñas de menor edad son los mayores usuarios de la Tablet, tal y como se observa en el gráfico 12. Efectivamente, la tendencia a tener una Tablet disminuye con el aumento de la edad, en contraposición a la propensión observada con los smartphones. En la adolescencia se sustituye la Tablet por el smartphone. Además, se destaca que la Tablet es un dispositivo que tiene un uso mayor entre las chicas (75,3%) frente a los chicos (69,7%).

GRÁFICO 12. ¿A qué edad tienes la Tablet? (%). España, 2023

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

Al analizarse el uso regional del smartphone, Tablet, y computadora portátil y de sobremesa no se aprecian diferencias significativas entre las comunidades autónomas españolas.

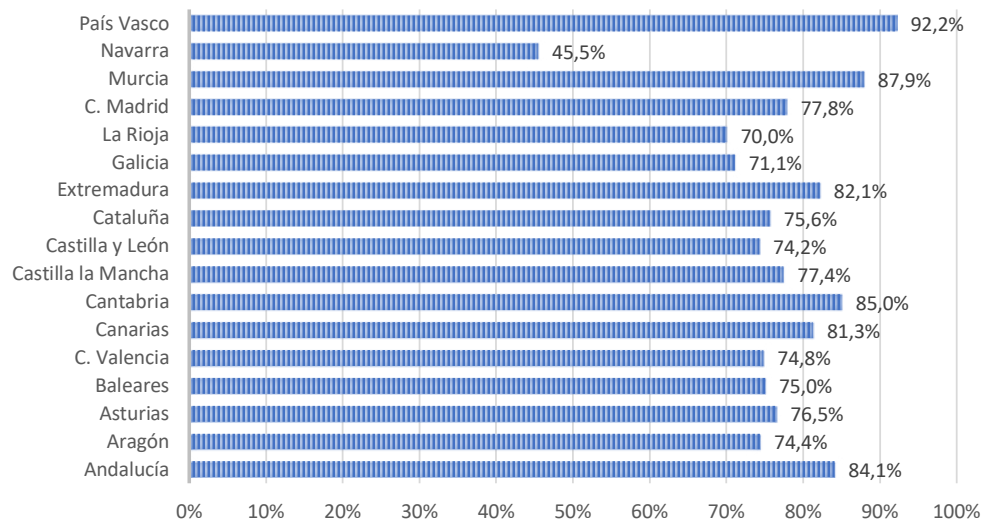
GRÁFICO 13. Tener Tablet y Computadora en la infancia y adolescencia según la CCAA (%). España, 2023



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

Posiblemente la mayor o menos disponibilidad de Tablet y Portátil, y por tanto las diferencias observables entre las comunidades autónomas, dependerían en parte de las medidas de política autonómica en el sector de la educación y, por tanto, la provisión de dispositivos en los centros educativos.

GRÁFICO 14. Tener Smartphone en la infancia y adolescencia según la CCAA (%). España, 2023



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

Tampoco se evidencia que existan diferencias significativas en tener Smartphone por parte de niños, niñas y adolescentes entre las comunidades autónomas. El Smartphone es el dispositivo por excelencia, y por tanto el recurso hardware principal sobre todo en la adolescencia.

En este estudio, se ha definido el capital digital como la productividad y efectos sociales directos e indirectos asociados a la gestión del entorno digital y sus recursos (software y hardware) con un resultado en el reconocimiento de la capacidad y en la capacitación sobre la agencia social de sus usuarios. De esta manera, el uso de los dispositivos, y en concreto del Smartphone en la preadolescencia y la adolescencia, están asociados al tipo de gestión, repercutiendo tanto en sus efectos sociales (posible sociabilidad a través de las redes sociales) y en la visualización y generación de contenido digital (productividad). Es determinante el análisis del software (Apps) usado en este dispositivo central, el Smartphone, para entender qué vínculo tienen las cuestiones referidas en el desarrollo del capital digital en la infancia y adolescencia.

3. El tipo de uso de las redes sociales por los niños, niñas y adolescentes

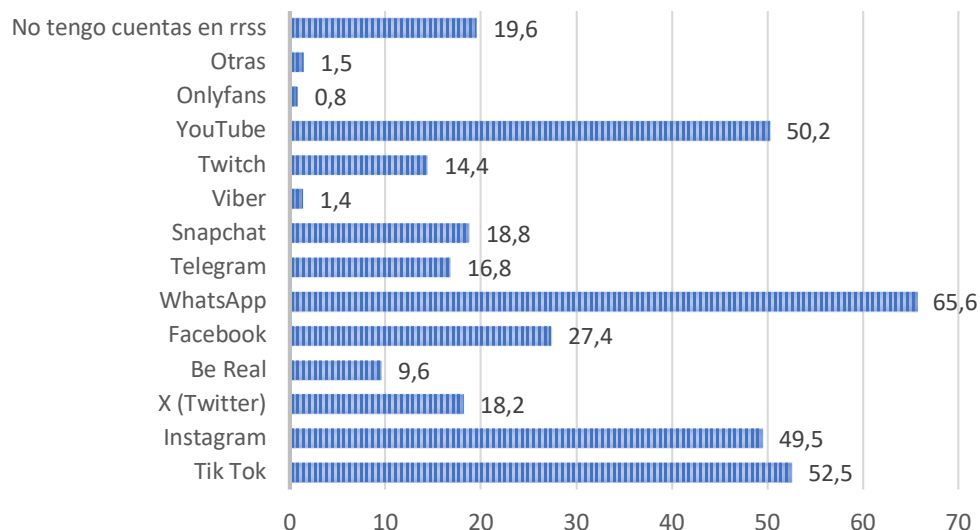
Según lo indicado por Bourdieu con respecto al impacto de las redes sociales se aprecian diversas cuestiones a tener en consideración, según los recursos que reporta al individuo el pertenecer a una red diversa:

1. Los efectos positivos de la sociabilidad en cuanto a la ganancia de la integración social en comunidades de pertenencia.
2. El valor dado al capital cultural y por tanto el intercambio de conocimiento en red.
3. El reconocimiento de los agentes sociales en su capacidad de agencia, y la valoración del prestigio de dichos actores sociales.
4. Y la movilización de recursos, en este caso digitales o digitalizados, que en algunos casos podrían considerarse productos de la actividad en red, y como tales producidos en el entorno digital como espacio social específico o complementario.

No hay que olvidar que las redes sociales en el entorno digital tienen peculiaridades que hay que tener en cuenta. (1) Son infraestructuras digitales con base, en su mayor parte, en un software propietario de una plataforma digital que regula el modelo de interacción en ese entorno; esto significa que no es un espacio social explorable ni redimensionado con respecto a fines propios o colectivizados, sino un espacio virtual con fines comerciales y publicitarios. (2) Las actividades a realizar, y por tanto el contenido que emerge de la interrelación entre usuarios y usuarias se limita por normas y valores no consensuados, sino aceptados contractualmente para el uso de la plataforma digital, y en muchos casos no entendidos, y por tanto no interiorizados. (3) Existen cauces muy escasos para generar tanto procedimientos y espacios virtuales alternativos, sobre todo porque los entornos digitales se basan en códigos especializados vinculados a los lenguajes de programación.

A pesar de las limitaciones inherentes al uso estandarizado de las plataformas digitales hay que tener en cuenta su diversidad, y la priorización de cada una por parte de los niños/as y adolescentes, además de las actividades y los contenidos digitales creados en las redes sociales.

GRÁFICO 15. ¿En cuáles de estas Redes Sociales tienes cuentas? (%) (P13). España, 2023

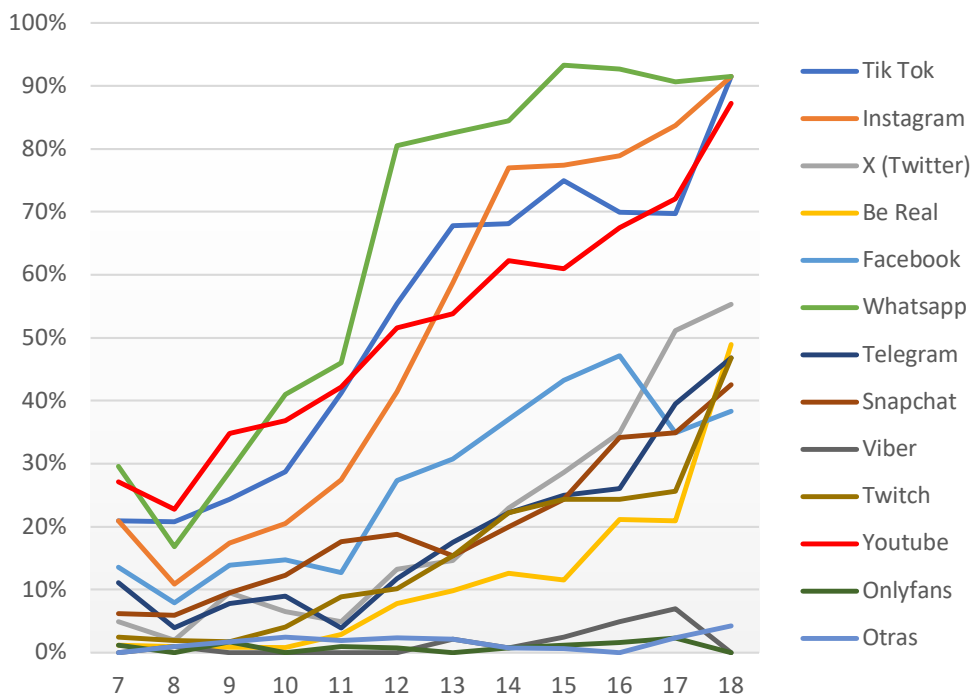


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Los niños, niñas y adolescentes de la muestra del estudio tienen cuentas de manera mayoritaria en WhatsApp (un servicio de mensajería instantánea), Tik Tok (una red para compartir vídeos cortos), YouTube (una red de creación de contenido), e Instagram (una red horizontal).

Se observan tres grupos de redes según su uso mayoritario con la edad. Un primer grupo, las redes primarias (Whatsapp, Instagram, Tik Tok, y Youtube); un segundo grupo, las redes secundarias (Twitter, Facebook, Snapchat, Telegram, Twitch, y Be Real); y un tercer grupo, las redes minoritarias (Viber, Onlyfans, y otras).

GRÁFICO 16. Redes Sociales en las que se tienen cuentas según la edad. España, 2023



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

Es observable que las denominadas redes primarias son predominantes a cualquier edad (de 7 a 18 años). De igual manera que las redes secundarias como las minoritarias.

Dentro del grupo de las redes secundarias, se incluyen una red social vertical mixta (Twitter), una red generalista (Facebook), una red de mensajería instantánea (Telegram), una red social de ocio (Twitch), así como diversas redes de contenido efímero (Snapchat y Be Real).

CUADRO 2. Redes Sociales en las que se tienen cuentas según el sexo. España, 2023

Cuentas en RRSS según el sexo	Más cuentas de CHICAS	Más cuentas de CHICOS	No es significativa la diferencia entre sexos
Tik Tok	X		
Instagram	X		
X (Twitter)			X
Be Real	X		
Facebook		X	
WhatsApp			X
Telegram			X
Snapchat	X		
Viber			X
Twitch		X	
YouTube			X
Onlyfans			X

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

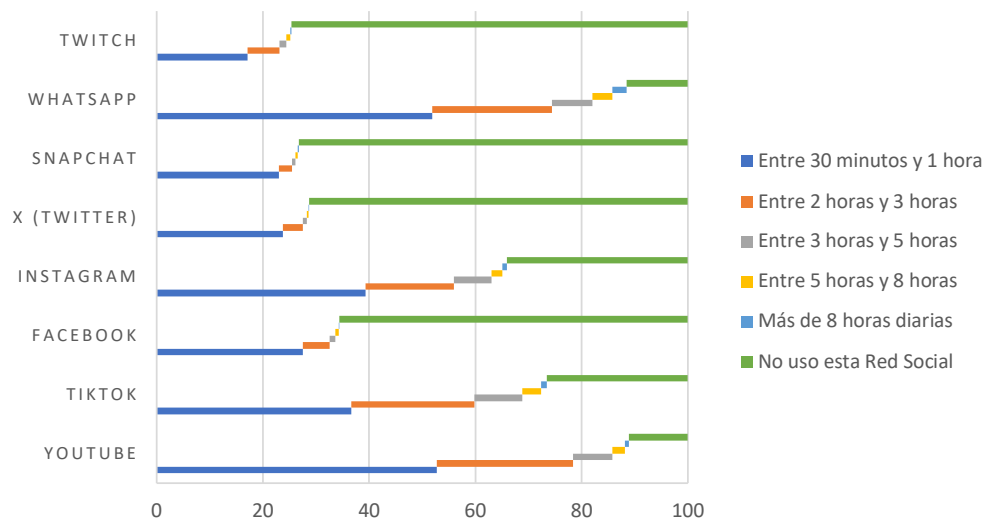
Al analizar las preferencias en las redes sociales según sexo, se evidencia que las chicas tienen una inclinación hacia plataformas en las que se comparten fotos y vídeos, así como aquellas en las que el contenido es efímero (desaparece tras un lapso). Los chicos prefieren redes sociales temáticas vinculadas, por ejemplo, al ocio. En cambio, no existen diferencias significativas entre chicos y chicas en las cuentas en los servicios de mensajería instantánea, y en las redes sociales Youtube y Onlyfans. Youtube, como red prioritaria tanto para chicos y chicas, y Onlyfans como red residual en cuanto al número de cuentas entre niños, niñas y adolescentes.

El gráfico 17 confirma que Youtube es una red social prioritaria por el número de horas que le dedican sus usuarios diariamente. La mayor parte, un 53%, la usa entre 30 minutos y 1 hora al día, y existe el 7,5% de los

usuarios/as que le dedican entre 3 y 5 horas diarias. También destaca el servicio de mensajería instantánea WhatsApp principalmente con un 52% de usuarios diarios que utilizan esta red durante 30 minutos y una hora, y un 7,6% de usuarios que dedican entre 3 y 5 horas a usar WhatsApp.

Con respecto a las otras dos redes sociales calificadas en este estudio como primarias: Tik Tok es utilizada durante más tiempo al día, el 36,8% (la usa más de 2 horas diarias), seguido de WhatsApp, el 36,6% (dice usarla más de 2 horas al día), y Youtube, el 36,2%.

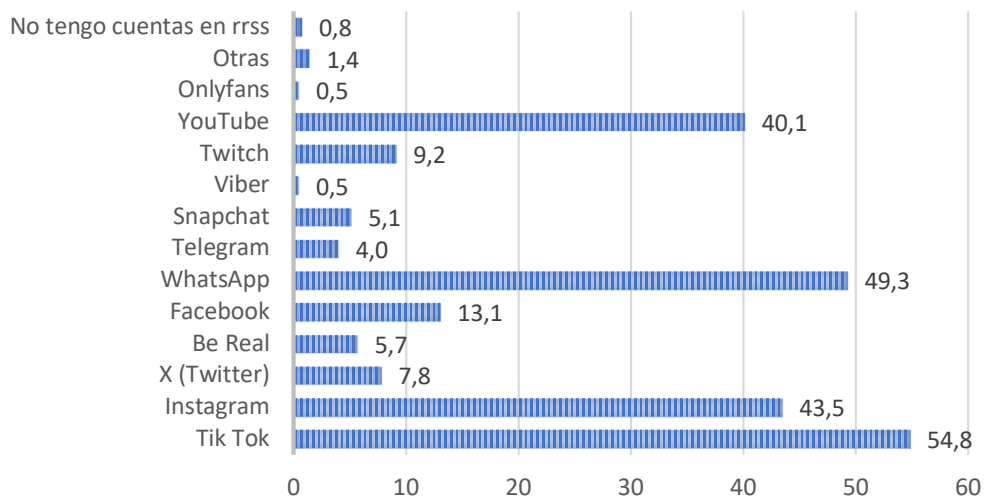
GRÁFICO 17. ¿En tu día a día cuánto usas las siguientes Redes Sociales...? (P18). España, 2023



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

Al preguntar a los niños, niñas y adolescentes encuestados/as sobre sus redes sociales favoritas (gráfico 18), se observa que estas coinciden con las redes donde tienen cuentas y las que utilizan con mayor frecuencia a diario, tales como Tik Tok, Whatsapp, Instagram, y Youtube.

GRÁFICO 18. ¿Cuáles son tu Redes Sociales favoritas? (%) (P15).
España, 2023



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

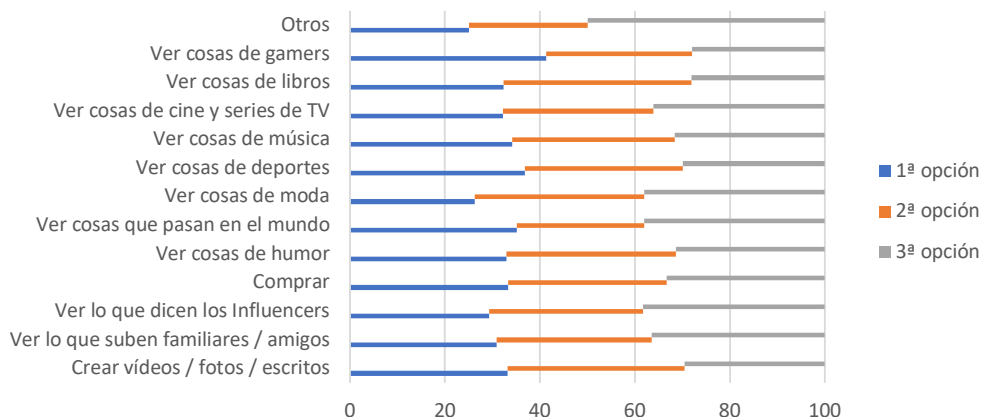
Al considerar las redes sociales primarias preferentes para las chicas, se destaca que TikTok es la red social favorita para el 59% de las chicas, en comparación con el 51% de los chicos. Asimismo, Instagram es la red preferida para 50% de las chicas frente al 37% de los chicos. En cuanto a las redes secundarias preferentes para las chicas, Be Real destaca como la favorita para el 8,6% de ellas, en contraste con el 3% de los chicos. Además, Snapchat es la preferida para el 8,6% de las chicas, y para el 4,3% de los chicos.

Tomando en cuenta las redes sociales favoritas de los chicos, se observa que hay dos redes sociales de categoría secundaria en este estudio. Twitch es la red social favorita para 11,7% de los chicos frente al 6,5% de las chicas. Y Facebook, lo es para el 16,7% de los chicos y en cambio lo es para el 9,2% de las chicas encuestadas.

Ahora bien, entre el listado que se presenta en el gráfico 19, se destacan numerosas actividades que realizan los niños, niñas y adolescentes relacionadas con el ocio y el entretenimiento en las redes sociales, entre estas las que son preferentes como ver cosas de "gamers",

deportes, música, el humor, entre otros. Además, se observan otras actividades vinculadas con las noticias donde un 35% elige en primera opción "ver las cosas que pasan en el mundo", así como otras relacionadas con el consumo y las relaciones sociales.

GRÁFICO 19. De la lista que hay a continuación, ¿qué te gusta hacer en las redes sociales? (%) (P19). España, 2023



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

Mención aparte son aquellas actividades para la creación de contenido (vídeos, fotos, y escritos). Un 33,2% de los niños, niñas y adolescentes encuestados/as seleccionan como primera opción la actividad creativa. Un 36% de los chicos, y un 31% de las chicas.

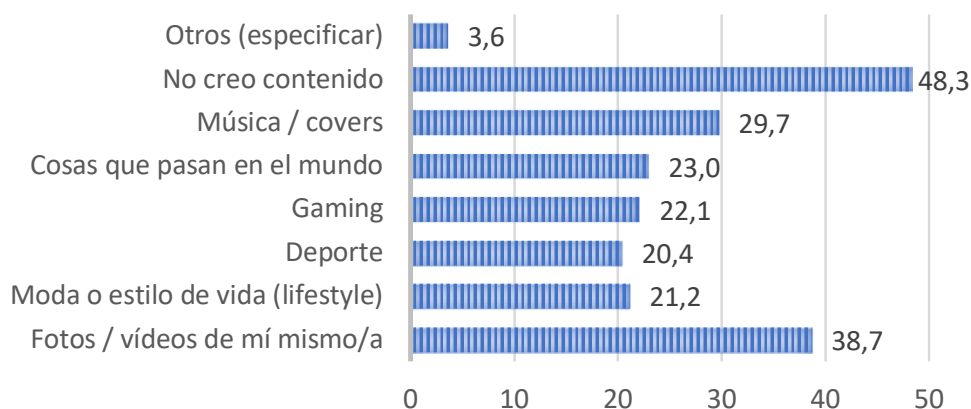
Y concretamente, al preguntar sobre el tipo de contenido digital que se crea en las redes sociales, destacan las siguientes observaciones:

1. Existen preferencias significativas según el rol asignado. Las chicas tienen preferencia por actividades como la moda o el estilo de vida, y los chicos prefieren aquellas actividades como el Gaming y el deporte.
2. Hay actividades de creación que son comunes entre chicos y chicas como son hacer fotos y vídeos, "covers", interés sobre los sucesos.
3. Según la edad se constatan diferencias significativas en actividades vinculadas a la moda (el 12,5% de los niños/as de 7 años frente al

30% de los adolescentes de 17 años), pero no en el resto de las actividades.

4. Además, existen otras actividades creativas que señalan los niños, niñas y adolescentes encuestados: dibujos y diseños propios, y actividades relacionadas con el humor.

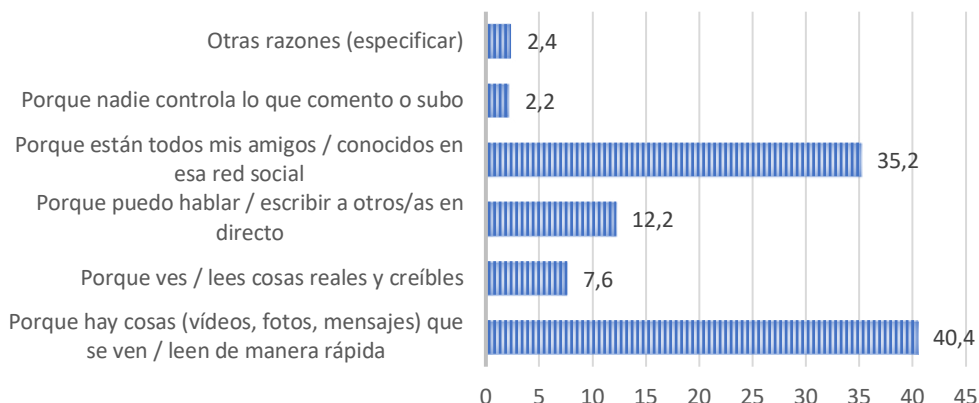
GRÁFICO 20. ¿Qué tipo de contenido creas en las redes sociales? (%) (P21). España, 2023



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

Se ha abordado la cuestión de qué redes sociales son importantes en la infancia y adolescencia, y para qué se usan. Además, se ha explorado la razón detrás de la importancia de estas redes sociales como se muestra en el Gráfico 21.

GRÁFICO 21. Piensa en tu red/redes sociales favoritas, ¿por qué lo es/son? (%) (P16). España, 2023



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

Se constatan una serie de preferencias principales en el uso de las redes sociales entre los niños, niñas y adolescentes españoles, destacando: (1) El consumo rápido de contenido (visualización, y lectura); (2) la sociabilidad, al ser los entornos donde se encuentran las amistades; y (3) la inmediatez en la relación con el otro.

Las características mencionadas anteriormente son una impronta vinculada a los espacios digitales que atienden al tipo de alcance que tienen las redes sociales: lo global y lo masivo. Todo proceso que incrementa el grado de complejidad en la interacción entre personas, complejiza de igual manera su gestión. Además de las condiciones vinculadas con el alcance de las redes sociales de Internet (entornos globales y masivos), se suman varios aspectos adicionales: (1) se trata de un espacio social digital programado mediante algoritmos y códigos especializados; (2) la intensificación del uso de los servicios digitales ofertados por las Plataformas digitales; (3) el uso de avatares en Internet y el anonimato posibilita la proliferación de identidades personales; e (4) Internet es un espacio virtual no restrictivo donde se encuentran usuarios/as de productos y servicios digitales y los ofertantes de esos mismos productos y servicios en una relación asimétrica. A todo lo anterior, se añade la aparición de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial.

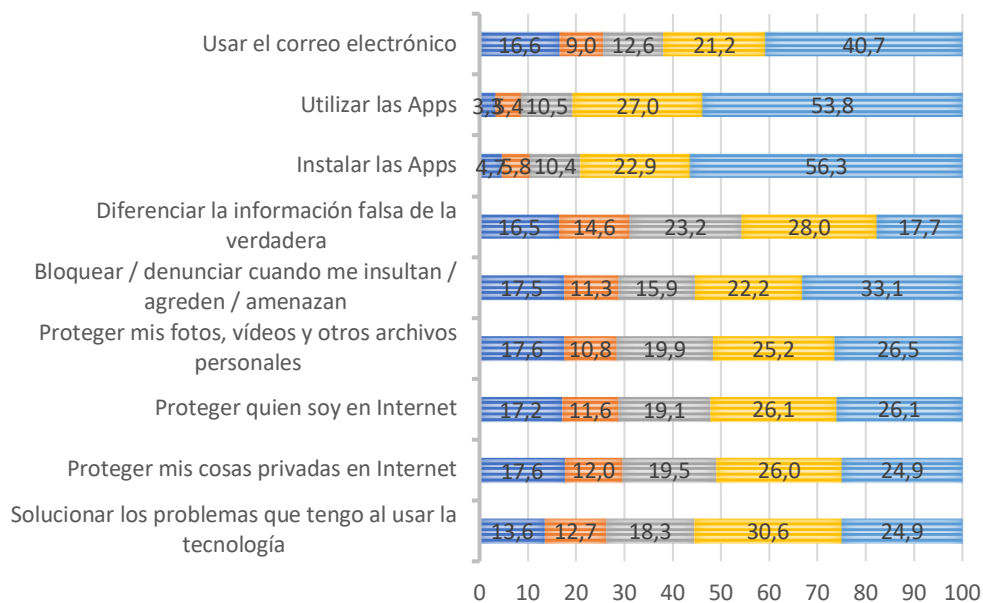
4. Habilidades en la resolución de problemas en el entorno digital

En la era digital, la habilidad en el uso de Internet y las redes sociales no puede ser el no-uso. Tampoco se puede pretender que el uso de Internet y las redes sociales en la infancia y la adolescencia dependa de manera restrictiva de un enfoque capacitista y prescriptivo, vetándose el uso del entorno digital hasta que se logre una suficiencia competencial, estipulada en un entorno reglado.

Este estudio plantea dos aspectos fundamentales; por una parte, la percepción personal de los niños, niñas y adolescentes en relación con su habilidad para dar una respuesta a los problemas con el uso de Internet y las redes sociales. Y, por otra parte, conocer cuáles son las habilidades necesarias frente a las que se consideran suficientes para conocer el tipo de entorno digital que experimentan en su cotidianidad. Esta última cuestión (ítem P11) se formuló como pregunta abierta, brindando a todos los niños, niñas y adolescentes encuestados la oportunidad de ofrecer respuestas que no estuvieran sujetas a las categorías prefijadas por los investigadores/as.

El gráfico 22 presenta varios aspectos a tener en cuenta: (1) los niños, niñas y adolescentes se sienten más hábiles con el uso del software del ecosistema digital móvil; (2) manifiestan tener una menor habilidad al enfrentar la información falsa en las redes sociales; (3) Se sienten más hábiles con el uso de las herramientas de bloqueo y denuncia; (4) y podrían estar manifestando una mayor incertidumbre con todas aquellas cuestiones vinculadas con la protección de la privacidad y la identidad personal.

GRÁFICO 22. Del 1 al 5, ¿cuánto de hábil eres para resolver los siguientes problemas cuando usas Internet y las redes sociales? (%) (P10). España, 2023



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

Al analizar la habilidad en la resolución de problemas en relación con el sexo del usuario/a, no se observan diferencias significativas. En cambio, las diferencias son ostensibles al considerar la edad del usuario, como parecía evidente. Aunque, aplicándose un análisis de la covarianza, eliminando los efectos de la edad (covariable) con el sexo como variable independiente y dependiente la variable P10r1 ("habilidad para resolver los problemas que tengo al usar la tecnología"), se observa que el sexo podría tener efecto al ser significativo a un 5%, por ejemplo, en relación con la P10r1. Se constata, entonces, la importancia que tiene la variable edad por su efecto.

CUADRO 3. Pruebas de efectos inter-sujetos. Análisis de covarianza. Habilidades para solucionar los problemas que tengo al usar la tecnología (P10r1)

Variable dependiente: P10r1: Habilidad para solucionar los problemas que tengo al usar la tecnología						
Origen	Tipo III de suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	Eta parcial al cuadrado
Modelo corregido	1795,257a	2	897,629	144,882	<,001	,182
Intersección	182,343	1	182,343	29,431	<,001	,022
P3, edad	1785,688	1	1785,688	288,220	<,001	,181
P2, sexo	22,731	1	22,731	3,669	,056	,003
Error	8060,429	1301	6,196			
Total	61735,000	1304				
Total corregido	9855,686	1303				

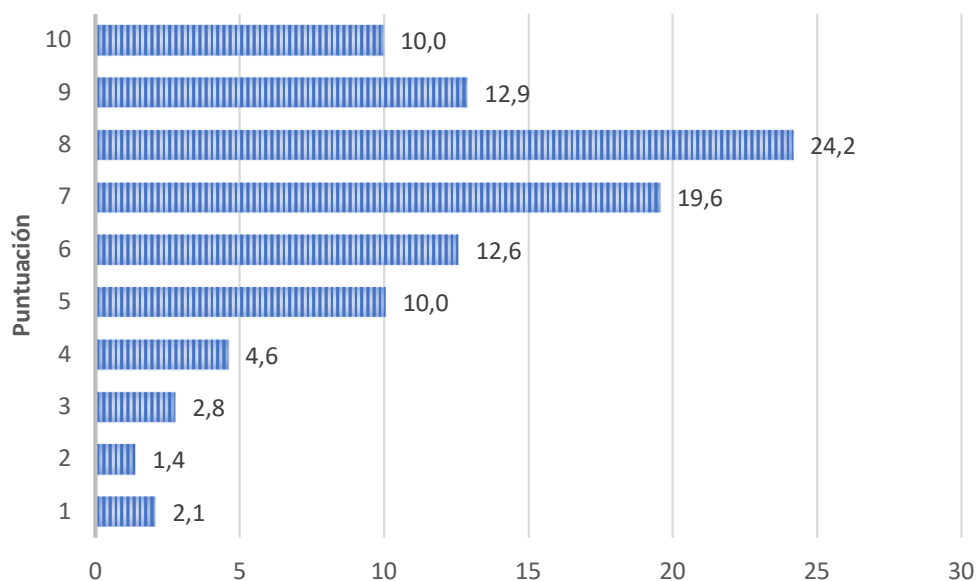
a. R al cuadrado = ,182 (R al cuadrado ajustada = ,181)

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

La cuestión por dilucidar sería si esa diferencia se debe más a la instrucción (alfabetización) o a la experiencia acumulada por el uso y/o posiblemente a ambos factores. En otras palabras, se indaga la relación entre lo considerado necesario (capacidades digitales que perciben como necesarias a adquirir por parte de los niños, niñas y adolescentes, P11) y lo suficiente (el nivel de alfabetización, P36).

En relación con las capacidades suficientes en el uso de Internet y las redes sociales en la infancia y la adolescencia, se advierte que un 42% de las niñas, niños y adolescentes puntúan la alfabetización recibida en la horquilla del 5 al 7. Adicionalmente, un 11% suspende la alfabetización recibida. Por lo tanto, se evidencia que hay una significativa cantidad de niños/as y adolescentes que perciben que no han aprendido lo suficiente para su capacitación en el uso de Internet y las redes sociales, considerando el 7 como calificación de corte.

GRÁFICO 23. Del 1 al 10, ¿crees que te han enseñado / has aprendido lo suficiente para que te sientas capacitado/a al usar Internet y las Redes Sociales? (P36). España, 2023



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

Al analizar la intersección entre la P36 (nivel de alfabetización) con una serie de variables vinculadas a las capacidades percibidas por los usuarios/as, como la P37 (control del tiempo); P39 (control de la información falsa); P41 (control de la privacidad); P43 (control del contenido digital); P45 (control de la Inteligencia Artificial); P47 (control de la publicidad), se destaca una correlación más marcada entre la P36 y la P41, es decir, entre el nivel de alfabetización y la gestión de la privacidad. En todos los cruces de variables, se confirma la hipótesis del investigador (H1) y por tanto, se evidencia que la P36 tiene efectos, tal como se observa en la lectura de la chi-cuadrado de Pearson al ser significativa a menos de 0,001.

CUADRO 4. Correlación entre P36 y P41

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintóticoa	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	,604	,026	27,338	<,001 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	,626	,022	28,955	<,001 ^c
N de casos válidos		1304			

a. No se presupone la hipótesis nula.

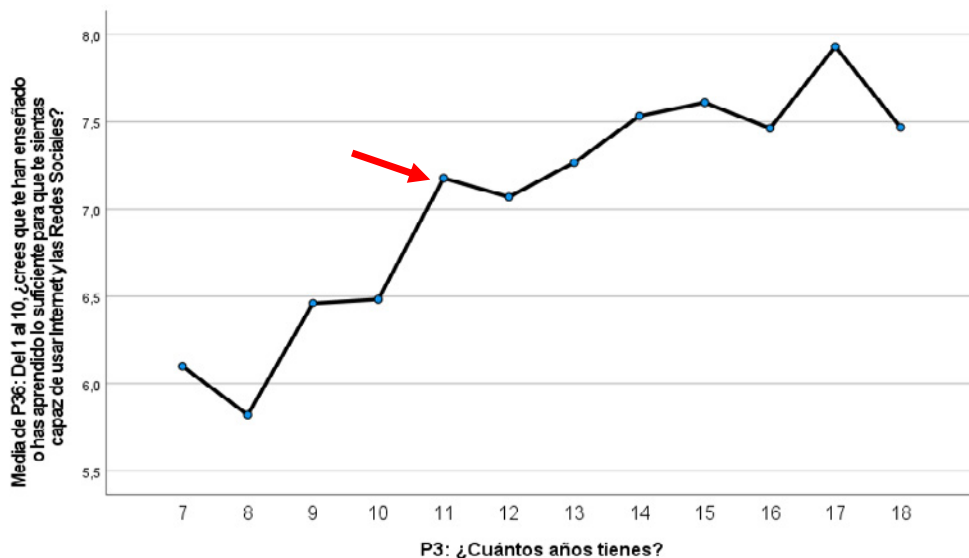
b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

c. Se basa en aproximación normal.

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

Se observan correlaciones menores entre la variable P36, y las variables: P45 (control de la Inteligencia Artificial); P47 (control de la publicidad). Como se preveía, la edad resulta ser la variable que tiene efectos sobre la P36. Concretamente, se confirma que a menor edad, menor percepción de estar alfabetizado digitalmente.

GRÁFICO 24. Gráfico de medias. Análisis de comparación de medias de P36 según el factor edad



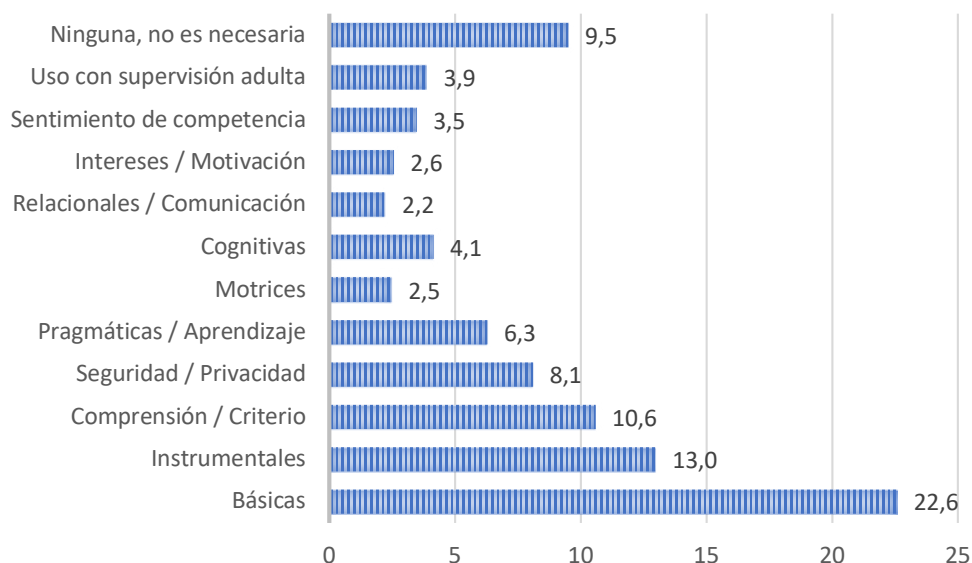
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Como se aprecia en el gráfico 24, se registra un cambio significativo con la edad de 11 años, momento coincidente con el inicio de la Educación Secundaria Obligatoria. Este cambio denota la mayor incidencia de los efectos de las actividades escolares y extraescolares relacionadas con la alfabetización digital.

Al consultar (en respuesta abierta y posteriormente categorizada) a los niños, niñas y adolescentes sobre las capacidades necesarias para un buen uso de las redes sociales, el 22,6% sugiere que es necesario adquirir capacidades básicas, y el 9,5% cree que no es necesaria ninguna capacidad. Se destaca la importancia de las capacidades de tipo práctico-instrumentales (13%), aquellas capacidades necesarias relacionadas con el pensamiento crítico y cognitivas (14,7%), las habilidades relacionales vinculadas a los efectos prácticos del aprendizaje con otros (12,4%) que agrega el uso con supervisión adulta, las relacionales / comunicación, y las pragmáticas / aprendizaje; además, de la necesidad de las capacidades sobre seguridad (8,1%). Mención aparte tiene la importancia que dan los

niños, niñas y adolescentes encuestados/as a sentirse valorados como competentes al usar el entorno digital (3,5%).

GRÁFICO 25. En tu día a día, ¿cuáles serían para ti las capacidades necesarias que hay que tener por parte de los niños, niñas y adolescentes para usar bien Internet y las redes sociales? (P11). España, 2023



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

Se ha realizado un análisis de regresión lineal con el objetivo de determinar en qué medida las variables P36 (*¿Crees que te han enseñado / has aprendido lo suficiente para que te sientas capacitado/a al usar Internet y las Redes Sociales?*) predice la variables P11 (*En tu día a día, ¿cuáles serían para ti las habilidades necesarias que hay que tener por parte de los y las adolescentes para usar bien Internet y las redes sociales?*). Bajo condiciones de distribución normal, homogeneidad de las varianzas y no colinealidad, se verifica que la variable P36 tiene efectos sobre la P11. Por tanto, se acepta la hipótesis del investigador (H1), dando como resultado lo señalado en el cuadro 5.

CUADRO 5. Análisis de regresión. Resumen del modelo con P36 predictora sobre P11 dependiente

Resumen del modelob									
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F
1	,075a	,006	,005	29,247	,006	6,750	1	1207	,009

a. Predictores: (Constante), P36: Del 1 al 10, ¿crees que te han enseñado o has aprendido lo suficiente para que te sientas capaz de usar Internet y las Redes Sociales?

b. Variable dependiente: P11: Habilidades necesarias

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

Se constata que la variable P36 explica un tanto por ciento muy pequeño de la varianza ($R^2 = 0,005$) de la variable dependiente.

La cuestión que se indaga busca determinar qué efecto tiene la alfabetización mediática e informativa sobre los tipos de capacidades necesarias que creen los niños/as que hay que tener para el buen uso de las redes sociales en el día a día. A partir de lo expuesto, se sospecha que esta alfabetización podría no estar teniendo los efectos esperados, y por tanto se aleja de las necesidades de uso que tienen los niños, niñas y adolescentes. De esta manera, en esta relación entre necesidad y suficiencia, se evidencia un déficit en la necesidad. No se cubren las necesidades y expectativas que tienen los niños, niñas y adolescentes con la alfabetización digital.

5. Las preocupaciones de los niños, niñas y adolescentes en el entorno digital

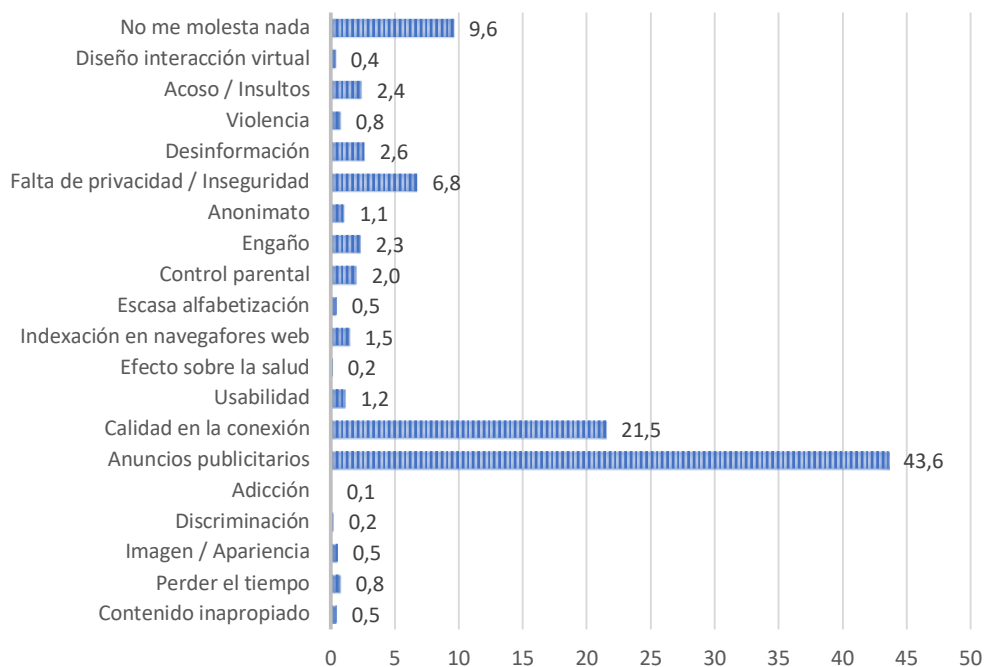
Los niños/as y adolescentes expresan una serie de preocupaciones como usuarios/as que son de Internet. Para conocer sus preocupaciones reales y minimizar el sesgo introducido por los investigadores, se ha seguido la misma metodología utilizada en la P11, es decir una pregunta con respuesta abierta y posterior codificación / categorización. En este

caso, la P12 se formuló de la siguiente manera: “¿Qué es lo que más te molesta al usar Internet y las redes sociales?” Se optó por usar el verbo “molestar” y no el verbo “preocupar” para evitar inducir respuestas vinculadas en esencia con la protección, permitiendo así que las respuestas abarquen cuestiones más generales que podrían quedar ocultas.

Resulta notable que el 44% señale que le molesta los anuncios publicitarios, mientras que el 21% expresa inquietudes sobre la calidad en la conexión. Ambas cuestiones vinculadas a la experiencia de uso. Además, se destaca también un 7% que indica preocuparle la falta de privacidad y la seguridad, junto con un 2,4% que menciona la existencia de situaciones de acoso en las redes sociales, y un 0,8% indica la violencia. A su vez, destaca otro 1,1% que señala el anonimato como molestia / preocupación, o el engaño o la desinformación. Todas estas preocupaciones están vinculadas con la protección de los derechos digitales.

Existe otro grupo de preocupaciones residuales como la adicción y la pérdida del tiempo, que contrastan con el criterio adulto, al ser cuestiones preferenciales sobre el uso de los dispositivos en la infancia y adolescencia. Cabe destacar que el 9,6% de los niños, niñas y adolescentes dicen no molestarles nada, coincidiendo con el porcentaje de aquellos que sostienen que no es necesaria ninguna habilidad para usar bien Internet. Se podría presuponer que el factor edad (niños de menor edad) puede explicar este porcentaje al ser usuarios/as con una experiencia restrictiva y/o tener poca experiencia en el uso de Internet.

GRÁFICO 26. ¿Qué es lo que más te molesta al usar Internet y las redes sociales? (P12). España, 2023



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

Al analizar la variable independiente de sexo sobre la P12, se constata que no es significativa, es decir, ser chico o chica no tiene efectos significativos en lo que más molesta al usar Internet y las redes sociales. Sin embargo, se observa ciertas cuestiones donde las prioridades de chicos y chicas son distintas, sobre todo lo relacionado con el acoso / insultos (preocupa al 3% de las chicas frente al 1,8% de los chicos) y la violencia (1% de las chicas frente al 0,6% de los chicos). Relacionado con lo anterior, destaca la preocupación por el anonimato en el uso de las redes sociales (1,6% de las chicas frente al 0,6% de los chicos).

Las preocupaciones relacionadas con la protección de los derechos digitales (privacidad, seguridad, acoso, anonimato, engaño, desinformación) tienen tendencia a tener mayor incidencia sobre todo a partir de la edad de los 12 años. De igual manera, el control parental suele generar mayor

preocupación hasta los 11 años, reduciéndose a mayores edades. En cambio, las molestias de los anuncios publicitarios y la calidad de la conexión es una preocupación que tiende a ser más constante en cualquiera de las edades.

Dada la preocupación mostrada por los niños, niñas y adolescentes participantes en el estudio, se anexa a este informe un análisis específico de la publicidad en Internet y las redes sociales.

LOS DERECHOS DIGITALES DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES

La Observación General n°25 del Comité de Derecho del Niño de Naciones Unidas establece el fundamento de la regulación internacional de los Derechos Digitales de los niños, niñas y adolescentes. La visión positiva que defiende el Comité de Derechos del Niño en esta Observación, comprende un conjunto amplio de los principios generales de la Convención sobre los Derechos del Niño: el derecho a la vida, la supervivencia y el desarrollo (artículo 6 de la CDN), el derecho a la no discriminación por motivo de su raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen nacional, étnico o social, posición económica, impedimentos físicos, nacimiento o cualquier otro (artículo 2 de la CDN); el interés superior del niño como condición inexcusable para todas las medidas que tomen las instituciones y autoridades públicas o privadas (artículo 3.1. de la CDN); y el respeto a su opinión (artículo 12 de la CDN).

El Comité fundamenta la protección de los derechos digitales en la infancia y adolescencia por la adquisición de una autonomía progresiva por parte de los niños/as como usuarios/as del entorno digital. Para el logro efectivo de esta autonomía se considera esencial la información pública y el asesoramiento a las familias, priorizándose el papel de acompañantes que tienen las familias en el proceso de inmersión positiva de los niños/as en Internet y las redes sociales.

De igual forma, el logro de una perspectiva en positivo del uso de Internet en la infancia y la adolescencia requeriría de los Estados Parte: (1) El avance legislativo en todas aquellas normas y estándares que posibiliten la regulación de Internet teniendo en cuenta su carácter global y transnacional; (2) la garantía de un acceso igualitario y significativo a Internet superando tanto la 1ª brecha digital de acceso como la 2ª brecha digital de alfabetización; (3) impedir los procesos automatizados de generación de perfiles de consumo de los niños, niñas y adolescentes mediante la segregación de datos parciales; (4) la defensa de los derechos políticos y civiles de los niños/as en el entorno digital aplicándose, por ejemplo, el consentimiento informado; (5) un lenguaje adaptado a los niños y niñas en todas aquellas cuestiones que requieran del consentimiento para el uso de Apps.

Al respecto, el gobierno español presentó en julio de 2021 la Carta de Derechos Digitales de España. En sus consideraciones previas aborda una serie de aspectos fundamentales recogidos por la Constitución Española al señalar que "la dignidad de la persona, los derechos inviolables que le son inherentes, el libre desarrollo de la personalidad, el respeto a la ley y a los derechos de los demás, son el fundamento del orden político y de la paz social", conectando así con la idea de un humanismo tecnológico. Destacan especialmente los siguientes epígrafes:

- El epígrafe II sobre "Los derechos a la identidad en el entorno digital" como derecho que es sobre la propia identidad, su gestión y desarrollo.
- El epígrafe XVII sobre el "Derecho a la educación digital" al señalarse que "el sistema educativo debe tender a la plena inserción de la comunidad educativa en la sociedad digital y un aprendizaje del uso de los medios digitales dirigido a una transformación digital de la sociedad centrada en el ser humano", y la promoción de planes de estudio que contemplen "el aprendizaje de los derechos digitales y de un uso ético de las herramientas digitales [...]", y el desarrollo del pensamiento crítico.
- El epígrafe XXV sobre los "Derechos ante la inteligencia artificial" cuando se establece que "las personas tienen derecho a solicitar una supervisión e intervención humana y a impugnar las decisiones automatizadas tomadas por sistemas de inteligencia artificial que produzcan efectos en su esfera personal [...]".

El modelo que defiende este estudio se corresponde con el progreso hacia fórmulas de interdependencia e integración social entre todos los usuarios/as de las redes sociales de Internet, sobre todo para facilitar una autonomía progresiva de sus usuarios/as, también de los niños, niñas y adolescentes. Más si el conjunto de amenazas que contribuyen a tomar las medidas de protección singulares en Internet se relaciona con la gestión de entornos digitales globales y masivos.

El horizonte hacia el que transita la alfabetización digital de los niños, niñas y adolescentes es la ciudadanía digital amparada en la defensa a los derechos en el entorno digital. Según la UNESCO, la ciudadanía digital implica poseer un conjunto de competencias que faculta a la ciudadanía para acceder, recuperar, comprender, evaluar y utilizar información con fines creativos. Esto incluye compartir información y contenidos de los medios en todos los formatos, utilizando diversas herramientas de manera crítica, ética y eficaz. El propósito es participar y comprometerse en actividades personales, profesionales y sociales, permitiendo a personas de cualquier edad acceder, comprender, analizar, producir y utilizar el entorno digital de forma crítica, ética y creativa.

6. Los derechos a proteger en el entorno digital

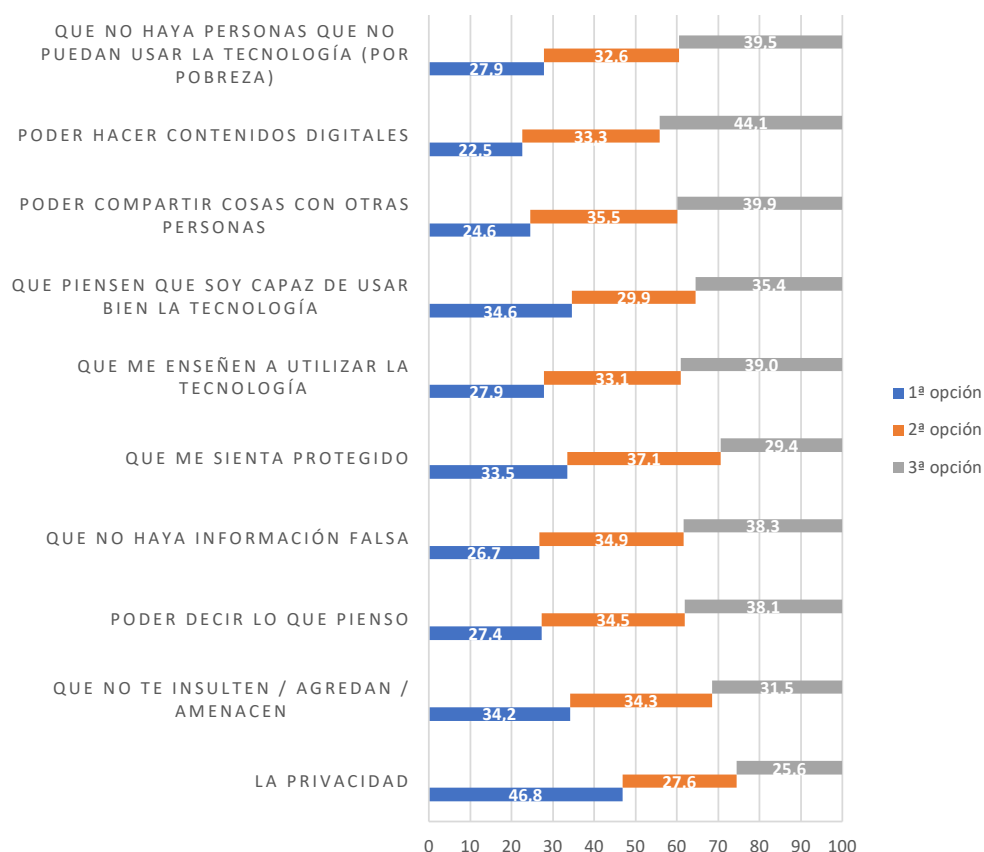
Hasta ahora en este informe se han abordado las habilidades digitales, respondiendo a la pregunta sobre “qué saben hacer” los niños, niñas y adolescentes en el entorno digital (habilidades). Además, se ha analizado la diferencia entre las capacidades necesarias y suficientes, al referirse a las cualidades y aptitudes que posibilitan el “poder hacer en el entorno digital” desde una perspectiva de las necesidades en el uso del entorno digital en la infancia y adolescencia.

Ahora, se procederá a indagar las competencias requeridas para un desempeño óptimo en el entorno digital (con experiencia y conocimiento) desde la perspectiva de los derechos a proteger en el entorno digital. En primer lugar, se analizan a continuación los derechos más importantes a proteger / defender en Internet y las redes sociales.

Los niños, niñas y adolescentes priorizan el derecho a la privacidad con un 47% de respuestas como primera opción, a la que se agrega impedir las

agresiones y amenazas (34,2% como primera opción) y sentirse protegido/a (33,5% como primera opción). Destaca a su vez, el 34,6% de quienes señalan como primera opción el derecho a sentirse valorados como buenos usuarios/as de Internet y las redes sociales. Esto se suma a la libertad de expresión con “poder decir lo que pienso” (27,4%) y “poder compartir cosas con otras personas” (24,6%) como opciones principales. Estas consideraciones, junto al 26,7% preocupado por la información falsa, son cuestiones que quedan vinculadas al derecho de acceso a la información.

GRÁFICO 27. De los siguientes, ¿cuáles son para ti los derechos de las personas más importantes a proteger en Internet? (P35). España, 2023



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

En relación a esta situación, la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales española (2018) incluyó entre otros aspectos, derechos digitales que conciernen expresamente a los niños y niñas (entendiéndose que a los niños y niñas usuarios/as de las TIC les afectan todos los derechos digitales). Entre los derechos digitales que de manera expresa se refieren en la mencionada ley, se observa la inclusión de la asignatura de competencia digital tanto en primaria y secundaria, el uso equilibrado y responsable de los dispositivos digitales por parte de los niños y niñas para "garantizar el adecuado desarrollo de su personalidad y preservar su dignidad y sus derechos fundamentales". Asimismo, se produce el descenso de 16 a 14 años en la edad para el consentimiento a terceras personas u organizaciones para el tratamiento de datos personales, y se incluye la penalización de la publicación de imágenes de niños y niñas en las redes sociales sin su consentimiento pues supondría una "intromisión ilegítima en sus derechos fundamentales". Se observa que la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales se focaliza en la defensa de los derechos de protección digitales mediante el desarrollo curricular y por tanto la alfabetización, el uso restrictivo a edades determinadas de los servicios en plataformas digitales, y la privacidad en la infancia y adolescencia.

Es importante considerar que los derechos digitales, en defensa de los derechos fundamentales debería tener en cuenta el conjunto de derechos relacionados con el acceso a la información (consagrados en el artículo 17 de la Convención sobre los Derechos del Niño de Naciones Unidas), tal y como demandan los niños, niñas y adolescentes participantes en este estudio sobre la libertad de expresión.

De esta forma, esta investigación asume como premisa que la defensa de los derechos digitales de los niños, niñas y adolescentes tiene como fin el amparo de la ciudadanía digital en la infancia y adolescencia. En este sentido se asume que "si bien el pleno desarrollo de la ciudadanía digital supone, potencialmente, la oportunidad de participar y dar voz a personas de todas las edades, esto solo será posible si antes se proporciona a las personas el acceso a la información y a los servicios que proporciona la red, además de a las competencias necesarias para un uso adecuado" (Lebrusán et al., 2022).

De acuerdo a los resultados, al analizar la relación entre la P35 (¿cuáles son para ti los derechos de las personas más importantes a proteger en Internet?) con la edad y el sexo, se observa que no hay cruce de variables significativo sobre las 10 cuestiones planteadas, es decir, no se detectan efectos evidentes. Esto indica que no hay diferencia en la respuesta entre chicos y chicas, y más aún que no hay diferencia en la respuesta según la edad (7 a 18 años). Además, se constatan niveles de correlación de Pearson muy bajas, excepto en un caso no superan el 0,1 (tanto positivas como inversas).

Únicamente, se verifica que la opción de respuesta P35r6, que se refiere a "Que me enseñen a utilizar la tecnología", muestra una correlación significativa con el nivel de estudios del padre. Así, el 48% de los niños/as y adolescentes encuestados con padres con estudios universitarios eligen esta opción como su preferencia principal, frente al 4% de aquellos cuyos padres no tienen estudios y el 13% cuyos padres cuentan con estudios primarios.

7. Qué competencias se requieren según los niños, niñas y adolescentes para usar Internet

Tal y como se ha referido con anterioridad la capacidad se definía como las cualidades y aptitudes que posibilitan el "poder hacer en el entorno digital" mientras que la competencia digital alude a un desempeño óptimo en Internet y las redes sociales.

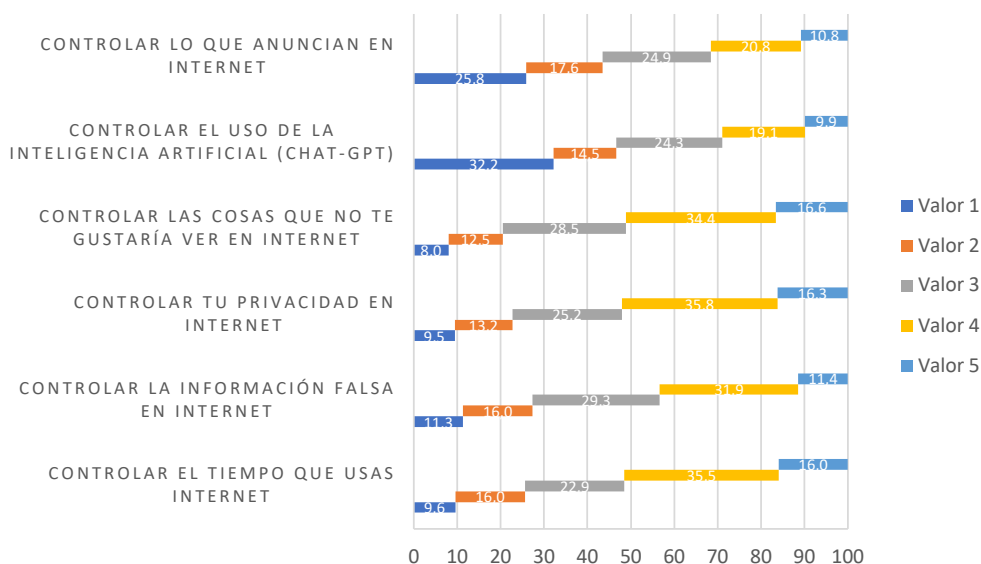
Dicho lo anterior, con el siguiente análisis se pretende saber según el tipo y nivel de competencias digitales de protección alcanzadas qué recomendaciones se deberían de atender para lograr las competencias digitales determinadas.

El gráfico 28 expone las valoraciones en una escala del 1 al 5 (donde 1 es muy poco capaz y 5 muy capaz) en diferentes aspectos vinculados con el entorno digital desde una perspectiva de la protección de los derechos digitales. Así, se han considerado distintas variables como el tiempo de uso, la información falsa, la privacidad, el contenido inadecuado, la Inteligencia Artificial (IA), y la publicidad en Internet.

Según los resultados obtenidos, más de la mitad de los niños, niñas y adolescentes que han participado en el estudio expresan sentirse capaces de controlar aspectos como el tiempo de uso de las plataformas digitales,

el contenido en Internet, y la privacidad en las redes sociales (con una puntuación superior a 4). En cambio, se sienten menos capaces de controlar la información falsa, la publicidad, y la Inteligencia Artificial.

GRÁFICO 28. Del 1 al 5, ¿Cuánto de capaz te sientes para controlar...? (P37-P39-P41-P43-P45-P47). España, 2023



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

Cuando se analizan los datos por sexo se observan efectos significativos entre el cruce de las variables P45 (controlar la Inteligencia Artificial) y la P47 (controlar lo que anuncian en Internet). En el caso de la P45, el 44% de los chicos dicen no sentirse capaces de controlar la IA (puntuaciones inferiores a 2) frente al 50% de las chicas. En relación con la P47, el 24% de los chicos expresan no sentirse capaces de controlar la publicidad (puntuaciones inferiores a 1) en comparación con el 28% de las chicas. En cambio, todos los cruces de las variables P37-P39-P41-P43-P45-P47 ⁽¹⁾

⁽¹⁾ P36 (nivel de alfabetización) con una serie de variables vinculadas a las capacidades percibidas por los usuarios/as, como la P37 (control del tiempo); P39 (control de la información falsa); P41 (control de la privacidad); P43 (control del contenido digital); P45 (control de la Inteligencia Artificial); P47 (control de la publicidad)

señalan efectos sobre la variable edad, como cabría presuponerse por la mayor experiencia y conocimientos en el uso del entorno digital en la adolescencia.

Para profundizar en los efectos de las variables señaladas en relación con la edad, se aplica un análisis de varianza sobre un factor (edad). Dado que se presupone la no existencia de homogeneidad en las varianzas se aplican las siguientes pruebas de comparaciones múltiples post hoc de las medias: T2 de Tamhane y T3 de Dunnet. Los resultados indican la existencia de dos subgrupos definidos, por una parte, los niños, niñas y preadolescentes de 7 a 12/13 años y, por otra parte, los adolescentes a partir de los 13/14 años hasta los 18 años. Esta desagregación por edades en dos subgrupos distintos es muy evidente a partir de los 13/14 años en todas las variables, excepto en la P47 (controlar lo que anuncian en Internet) pues la comparación entre las medias deja de ser significativa en función de la edad.

Se podría conjeturar que la experiencia y el conocimiento del uso de las plataformas digitales (redes sociales) sobre todo a partir de los 14 años (edad de consentimiento a terceras personas u organizaciones para el tratamiento de datos personales en España) es significativo a la hora de mostrar la percepción de capacitación en el uso del ecosistema digital en la adolescencia.

También se puede hipotetizar que la publicidad en las redes sociales tiene un efecto suficientemente homogéneo sobre los niños, niñas y adolescentes como para no sentirse capacitados de controlar su efecto al usar el entorno digital. Si se observa la primera recomendación (cuadro 6) relacionada con el "control de la publicidad" para lograr un uso óptimo de Internet y las redes sociales, la primera afirmación (que no es recomendación) es que resulta imposible controlar lo que anuncian en Internet.

Con base en los datos analizados anteriormente el cuadro 6 se segmenta en dos grupos distintos. Por una parte, se encuentra el grupo de las variables P38, P42, P44, y por otra parte, el grupo de las variables P40, P46, P48 cada una con un tratamiento individualizado.

CUADRO 6. Di con tus propias palabras, ¿qué es lo principal a hacer para poder controlar...? (P38-P40-P42-P44-P46-P48). España, 2023

Recomendaciones de niños/as para controlar el entorno digital	P38: Controlar el tiempo que usas Internet	P42: Controlar tu privacidad en Internet	P44: Controlar las cosas que no te gustaría ver en Internet	P40: Controlar la información falsa en Internet	P46: Controlar el uso de la Inteligencia Artificial	P48: Controlar lo que anuncian en Internet
1ª Recomendación	Control parental	No compartir contenido personal	Evitar el contenido inapropiado	Estar informado / Tener criterio	Estar alfabetizado	No es posible controlar la publicidad
2ª Recomendación	Autogestión del tiempo	Configuración privada en las redes sociales	Bloquear / Eliminar	Consultar a adultos	Limitar su uso	Bloquear / No aceptar cookies
3ª Recomendación	Uso de Apps	Control parental	Navegar por webs seguras	Contrastar otras fuentes	Adquirir experiencia con el uso	Evitar los anuncios

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

Para analizar el cuadro 6 se tienen en cuenta los siguientes tipos de actuaciones:

- Actuaciones individuales
- Actuaciones de apoyo / acompañamiento
- Actuaciones con tecnología

En este punto se retoman varios de los aspectos señalados con anterioridad:

- (1) Los niños, niñas y adolescentes se sienten más hábiles con el uso del software del ecosistema digital móvil;
- (2) manifiestan tener una menor habilidad al enfrentar la información falsa en las redes sociales;
- (3) Se sienten más hábiles con el uso de las herramientas de bloqueo y denuncia;
- (4) y podrían estar manifestando una mayor incertidumbre con todas aquellas cuestiones vinculadas con la protección de la privacidad y la identidad personal.

El análisis de las variables P38, P42, P44, arroja según lo anteriormente establecido que para el control del tiempo de uso y la privacidad en el

entorno digital, los niños, niñas y adolescentes encuestados contemplan el apoyo y/o acompañamiento de sus padres o adultos tutores (1ª recomendación en la P38 del control parental, y 3ª recomendación en la P42). En cuanto al control del contenido digital visualizado (P44) se opta por recomendar actuaciones individuales y el uso de herramientas digitales como el bloqueo. El uso de herramientas digitales (Apps) también es notorio para el control del tiempo de uso de las redes sociales. Además de consolidarse la idea expuesta en un apartado anterior, al manifestar tener habilidad en el uso de las herramientas digitales, tales como las de bloqueo y denuncia, a las que se pueden añadir todas las Apps necesarias (por ejemplo, del ecosistema móvil). En general se observan recomendaciones cabales para optimizar el uso de Internet y las redes sociales. Esto podría indicar que todos aquellos temas relacionados con la privacidad, la adicción, y el acceso a contenidos inapropiados son cuestiones tratadas, por ejemplo, en las sesiones de alfabetización y aprendidas tanto por propia experiencia como con otras personas.

Al analizarse las variables P40, P46, P48, se generan recomendaciones que requieren de la consulta a terceras personas y, por lo tanto, peticiones de apoyo y/o acompañamiento, sobre todo al ser cuestiones en las que manifiestan tener menos habilidades. Destaca en el caso de la información falsa en Internet (P40) que la primera recomendación, al ser la respuesta más frecuente señalada por los niños, niñas y adolescentes encuestados, es tener criterio. Este criterio no se plantea como un objetivo a alcanzar en el futuro, sino como una capacidad que debe ser demostrada en el presente para enfrentar las situaciones que los participantes experimentan en su vida diaria. Se evidencia que tanto en el control de la información falsa (P40) como de la IA (P46) se pasa por alto el uso de un software de apoyo para impedir los posibles efectos perniciosos. En lugar de esto, se sugieren soluciones más vinculadas con la experimentación y el apoyo en las capacidades propias y ajenas en la búsqueda de respuestas efectivas. En relación con la variable P48, que aborda el control de lo que anuncian en Internet, la primera recomendación se revela como una queja de los niños, niñas y adolescentes posiblemente relacionada con el funcionamiento del ecosistema digital y la importancia de la publicidad en el mantenimiento de un software que es propiedad de las plataformas digitales. Dada la relevancia que adquiere este tema, se trata de manera independiente en el apartado anexo a este informe.

CONCLUSIONES

En la fase inicial de esta investigación sobre la Alfabetización Mediática e Informativa en la infancia y adolescencia, el grupo de investigadores formuló los siguientes enunciados sobre la posición de los niños y niñas con la alfabetización en el uso del entorno digital: *enunciado 1* - los niños, niñas y adolescentes tienen un capital digital fruto de la solidaridad en las redes sociales diversas, establecidas y consolidadas entre distintos grupos sociales y poblacionales, también entre pares etarios; *enunciado 2* - los niños, niñas y adolescentes tienen necesidades específicas en relación con su uso de las plataformas digitales; y *enunciado 3* - el niño, niña y adolescente es un agente activo en el entorno digital y establece un criterio propio y compartido con otros respecto a las cuestiones que les preocupan.

En consecuencia, en estas conclusiones queremos exponer, basándonos en el análisis realizado, hasta qué punto se ha cumplido esta previsión y qué aspectos comprende.

Para estructurar las conclusiones se toman en cuenta los objetivos específicos planteados en el estudio:

- Analizar el nivel de competencias digitales de los niños, niñas y adolescentes en España en relación con la Alfabetización Mediática e Informativa.

- Identificar el capital digital que tienen los niños, niñas y adolescentes en España en orden al consumo de contenido digital, la creación, la colaboración, la sociabilidad, y la participación cívica.
- Determinar cuáles son las competencias que priorizan los niños, niñas y adolescentes en España para el uso del entorno digital.
- Identificar las recomendaciones de los niños, niñas y adolescentes en España para el logro de las competencias digitales y, por ende, aplicar el pensamiento crítico y creativo en la gestión de la información y del conocimiento digitales.

¿Qué nivel de competencias digitales tienen los niños, niñas y adolescentes en España?

Con base en el enunciado (2): "los niños, niñas y adolescentes tienen necesidades específicas en relación con su uso de las plataformas digitales", se evidencia que al medirse el efecto entre la "alfabetización suficiente" (pregunta P36) sobre las "capacidades necesarias" consideradas por los niños, niñas y adolescentes (pregunta P11), se sospecha que esta alfabetización podría no estar teniendo los efectos esperados, y por tanto se aleja de las necesidades de uso que tienen los niños, niñas y adolescentes. De esta manera, en esta relación entre necesidad y suficiencia, la necesidad queda deficitaria. No se cubren las necesidades y expectativas que tienen los niños, niñas y adolescentes con la alfabetización digital.

Para indagar este déficit entre "necesidad" y "suficiencia" se ha analizado tanto el capital digital de los niños, niñas y adolescentes, como las competencias que consideran prioritarias.

El capital digital de los niños, niñas y adolescentes en España

En esta investigación y por razones operativas, se define el *capital digital* como la productividad y efectos sociales directos e indirectos asociados a la gestión del entorno digital y sus recursos (software y hardware). Esto se traduce en el reconocimiento de la capacitación y en la capacidad de agencia social de sus usuarios y usuarias.

Dado que al mencionarse el concepto Capital Digital explícitamente se hace referencia al valor de la red social, hay que tener en cuenta que

las redes sociales de Internet tienen ciertas peculiaridades: (i) Son infraestructuras digitales que se basan en su mayoría en un software propietario de una plataforma digital que regula el modelo de interacción en ese entorno. Esto implica que no se trata de un espacio social explorable ni redimensionado con respecto a fines propios o colectivizados, sino un espacio virtual con fines comerciales y publicitarios. (ii) Las actividades a realizar, y por tanto el contenido que emerge de la interrelación entre usuarios y usuarias se limita por normas y valores no consensuados, sino aceptados contractualmente para el uso de la plataforma digital. En muchos casos, estos no son plenamente comprendidos ni interiorizados. (iii) Existen cauces muy escasos para generar procedimientos y espacios virtuales alternativos, sobre todo porque los entornos digitales se basan en códigos especializados (lenguajes de programación).

A pesar de las limitaciones por el uso estandarizado de las plataformas digitales, especialmente en redes sociales, se tiene en cuenta su diversidad, su priorización por cada uno de los niños/as y adolescentes, y el tipo de actividades y contenidos digitales generados en dichos entornos.

En términos de frecuencia de uso, se observa que los niños, niñas y adolescentes en España usan preferentemente el smartphone (78,3%), la Tablet (72,4%) y el computador portátil (62,4%). A partir de los 13 años más del 93% de los adolescentes disponen de Smartphone.

Dado que los ecosistemas móviles se han diseñado para priorizar el uso de las redes sociales, se analiza detalladamente su uso. Los niños, niñas y adolescentes en España tienen, de manera mayoritaria, cuentas en Whatsapp (un servicio de mensajería instantánea), Tik Tok (una red para compartir vídeos cortos), Youtube (una red de creación de contenido), e Instagram (una red horizontal).

Este estudio revela una serie de preferencias en el uso de las redes sociales entre los niños, niñas y adolescentes: (iv) El consumo rápido de contenido (visualización, y lectura); (v) la sociabilidad, al ser estos entornos donde se encuentran las amistades; y (vi) la inmediatez en la relación con el otro.

Las características mencionadas anteriormente constituyen una impronta vinculada a los entornos digitales que atienden a un tipo de

alcance global y masivo. Sin embargo, es imperativo considerar que todo proceso que incremente el grado de complejidad en la interacción entre personas, también complejizaría la gestión de la red social.

Además de las condiciones vinculadas con el alcance de las redes sociales de Internet (entornos globales y masivos) y su complejidad, se deben agregar los siguientes aspectos: (vii) se trata de un espacio social digital programado mediante algoritmos y códigos especializados; (viii) la intensificación del uso de los servicios digitales ofertados por las Plataformas digitales; (ix) el uso de avatares en Internet y el anonimato posibilita la proliferación de identidades personales; e (x) Internet es un espacio virtual no restrictivo donde se encuentran usuarios/as de productos y servicios digitales con los ofertantes de esos mismos productos y servicios en una relación asimétrica. A todo lo anterior, se añade la aparición de nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial.

Las competencias digitales prioritarias para los niños, niñas y adolescentes en España

En este estudio se ha consultado a los niños, niñas y adolescentes mediante respuesta abierta y posteriormente categorizada, sobre las capacidades necesarias para un buen uso del entorno digital. El 22,6% sugiere que es necesario adquirir capacidades básicas, y el 9,5% considera que no es necesaria ninguna capacidad. Se destaca la importancia de aquellas capacidades relacionadas con el pensamiento crítico y cognitivas (14,7%), así como las capacidades de tipo práctico-instrumentales (13%), las habilidades relacionales vinculadas a los efectos prácticos del aprendizaje con otros que incluye el uso con supervisión adulta, las habilidades relacionales / comunicativas, y las pragmáticas / aprendizaje (12,4%). También se observa la necesidad de las capacidades sobre seguridad (8,1%). Cabe mencionar la importancia que otorgan los niños, niñas y adolescentes encuestados/as a sentirse valorados como competentes al usar el entorno digital (3,5%).

Los datos del estudio indican que: (xi) los niños, niñas y adolescentes se sienten más hábiles con el uso del software del ecosistema digital móvil; (xii) manifiestan tener una menor habilidad al enfrentar la información falsa en las redes sociales; (xiii) se sienten más hábiles con el uso de las

herramientas de bloqueo y denuncia; (xiv) y podrían estar manifestando una mayor incertidumbre con todas aquellas cuestiones vinculadas con la protección de la privacidad y la identidad personal.

Las preocupaciones relacionadas con la protección de los derechos digitales, tales como privacidad, seguridad, acoso, anonimato, engaño, desinformación, tienen tendencia a tener mayor incidencia sobre todo a partir de los 12 años de edad. De igual manera, el control parental suele generar mayor preocupación hasta los 11 años, reduciéndose a mayores edades. En cambio, las molestias de los anuncios publicitarios y la calidad de la conexión es una preocupación que tiende a ser más constante en cualquiera de las edades. Se observa un cambio significativo a la edad de 11 años en la percepción de haber alcanzado un mayor nivel de competencias digitales, coincidiendo con el inicio de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO). Esto se traduce en una mayor incidencia de los efectos de las actividades escolares y extraescolares de alfabetización digital.

Según lo explicado y en referencia al capital digital en la infancia y adolescencia, se puede señalar en relación con los enunciados 1 y 2 que:

- En el ecosistema digital se complejiza la gestión de las interacciones sociales sobre todo al cruzarse distintos intereses tanto de los usuarios como de las plataformas digitales.
- La edad es un factor que se asocia de manera recurrente con las variables en estudio, más que el resto de los factores como el sexo, la comunidad autónoma de residencia, y el nivel de estudios de los padres.
- Se observan mayores correlaciones entre el nivel de alfabetización, la privacidad y aquellas otras cuestiones vinculadas con la protección en el entorno digital.
- Existe una preferencia predominante en el uso de las redes sociales entre los niños, niñas y adolescentes: la sociabilidad, ya que son entornos donde se encuentran las amistades.
- Las actuaciones de alfabetización están, en esencia, orientadas a valores vinculados a la protección de la infancia y la adolescencia en el entorno digital.
- El diseño del ecosistema digital está orientado a fines comerciales vinculados a la publicidad.

De esta manera, en relación con el *enunciado 1* – que sugiere que los niños, niñas y adolescentes tienen un capital digital fruto de la solidaridad en las redes sociales diversas, establecidas y consolidadas entre distintos grupos sociales y poblacionales, también entre pares etarios–, y el *enunciado 2* –que plantea que los niños, niñas y adolescentes tienen necesidades específicas en relación con su uso de las plataformas digitales–, se podría decir que dada la correlación entre la edad y distintas variables relacionadas con la alfabetización y su proceso, se establecen varios supuestos: (1) la percepción de estar alfabetizado no está vinculado a la edad, sino más bien al paso del ciclo formativo de primaria a secundaria con actuaciones específicas (curriculares o no) de alfabetización digital en el entorno escolar, es decir, con actividades programadas para ciertas edades; (2) los niños, niñas y adolescentes se ven limitados en sus acciones de agencia por el diseño comercial del ecosistema digital, que está orientado a objetivos donde sus actuaciones de agencia son reconocibles y prestigeadas, especialmente en el ámbito de la difusión publicitaria, como es el caso de los actores conocidos como “influencers” en las redes sociales.

Considerando los posibles efectos positivos de la sociabilidad entre niños, niñas y adolescentes en el entorno digital en cuanto a la ganancia de la integración social en comunidades de pertenencia, se observa que el reconocimiento de la capacidad de agencia de los actores en el entorno digital está supeditado, entre otros, por la orientación a fines comerciales del prestigio de dichos agentes. De esta manera, se destaca la importancia del sentido de la movilización recurrente de los recursos digitales.

¿Qué recomiendan los niños, niñas y adolescentes en España para el logro de las competencias digitales y su aplicación?

Con base en el *enunciado 3* – el niño, niña y adolescente es un agente activo en el entorno digital y establece un criterio propio y compartido con otros sobre las cosas que le preocupan–, se ha analizado su relación con los derechos digitales en la infancia y la adolescencia como valor a defender en cualquier acción en el entorno digital que suponga un desempeño óptimo (competencia digital). Según lo constatado en el cruce de variables entre la pregunta P35 (¿cuáles son para ti los derechos de las personas más importantes a proteger en Internet?) y las variables

independientes de edad y el sexo, no se identificaron efectos significativos en ninguna de las 10 cuestiones planteadas en la P35.

Más de la mitad de los niños, niñas y adolescentes que han participado en el estudio se sienten capaces (con una puntuación superior a 4) de controlar el tiempo de uso de las plataformas digitales, el contenido en Internet, y la privacidad en las redes sociales. En cambio, se sienten menos capaces de controlar la información falsa, la publicidad, y la Inteligencia Artificial.

Se evidencia que todos los cruces de las variables relacionadas con el grado de capacitación en aspectos como el tiempo de uso, la información falsa, la privacidad, el contenido inadecuado, la Inteligencia Artificial, y la publicidad en Internet, revelan efectos significativos en función de la variable edad, como cabría presuponerse por la mayor experiencia y conocimientos en el uso del entorno digital en la adolescencia.

Se podría especular que la experiencia y conocimiento adquirido en el uso de las plataformas digitales (redes sociales), especialmente a partir de los 14 años (edad de consentimiento para el tratamiento de datos personales en España) es significativo a la hora de mostrar un sentimiento de capacitación en el uso del ecosistema digital en la adolescencia, excepto para controlar lo que anuncian en Internet.

En relación con las recomendaciones de niños, niñas y adolescentes para el logro de un desempeño óptimo en un entorno de defensa de derechos digitales, se destacan los siguientes aspectos:

- Respecto al control del tiempo de uso y la privacidad en el entorno digital, se contempla la necesidad del apoyo y/o acompañamiento de padres o adultos tutores.
- En cuanto al control del contenido digital visualizado, se recomendarían actuaciones individuales y el uso de herramientas digitales como el bloqueo y la denuncia de los contenidos digitales no apropiados.
- Se evidencia que tanto en el control de la información falsa (P40) como de la IA (P46) se obvia el uso de un software de apoyo para impedir los posibles efectos perniciosos. En su lugar, se recurre a soluciones más vinculadas con la experimentación y el apoyo en

las capacidades propias y ajenas en la búsqueda de respuestas efectivas.

- En relación con el control de lo que se anuncia en Internet, existe una queja generalizada por la imposibilidad de evitar los efectos de la publicidad en el entorno digital. (Ver anexo).

Estas recomendaciones respaldan el enunciado 3, confirmando la capacidad de establecer criterios propios y compartidos con otros sobre las cosas que les preocupan en el entorno digital.

ANEXO: LA PUBLICIDAD EN EL ENTORNO DIGITAL

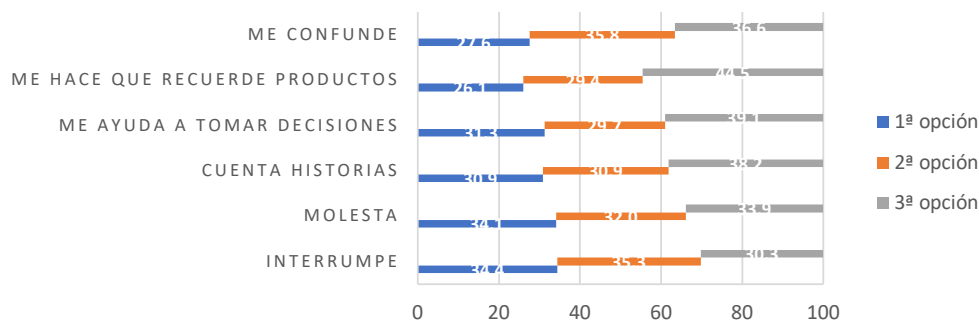
A continuación, se presenta la información sobre distintos indicadores que dan respuesta al tipo de consumo publicitario en la infancia y la adolescencia, la definición de la publicidad en la infancia y adolescencia, y un análisis específico del caso de la red social Twitch.

La inclusión de estos datos en el informe sobre Alfabetización Mediática e Informativa se justifica por la existencia de una queja generalizada entre la infancia y adolescencia debido a la dificultad de impedir los efectos de la publicidad en el entorno digital.

8. El consumo de la publicidad en la infancia y adolescencia en el entorno digital

En el gráfico 29 se observa el peso de las variables "la publicidad me molesta" (34,1% seleccionada en 1ª opción y el 32% en 2ª opción) y "la publicidad me interrumpe" (34,4% seleccionada en 1ª opción y el 35,3% en 2ª opción).

GRÁFICO 29. ¿Qué cosas relacionas con la publicidad? (P29). España, 2023

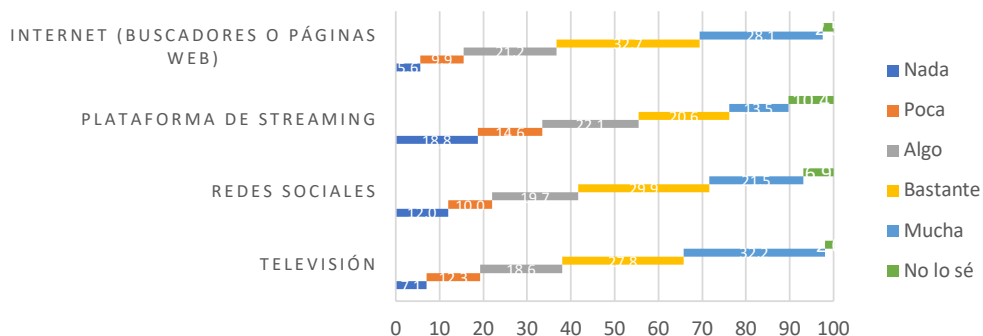


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

No se observan efectos de las variables independientes (sexo, edad, CCAA de residencia, y estudios de los padres) sobre el conjunto de variables de la P29.

De acuerdo con la información presentada en el gráfico 30, los niños, niñas y adolescentes afirman estar expuestos/as a una cantidad considerable de publicidad. En detalle, el 60,8% manifiesta recibir mucha / bastante publicidad en Internet, mientras que el 51,4% señala lo mismo en el caso de las redes sociales.

GRÁFICO 30. ¿Recibes mucha o poca publicidad en los siguientes espacios? (P30). España, 2023



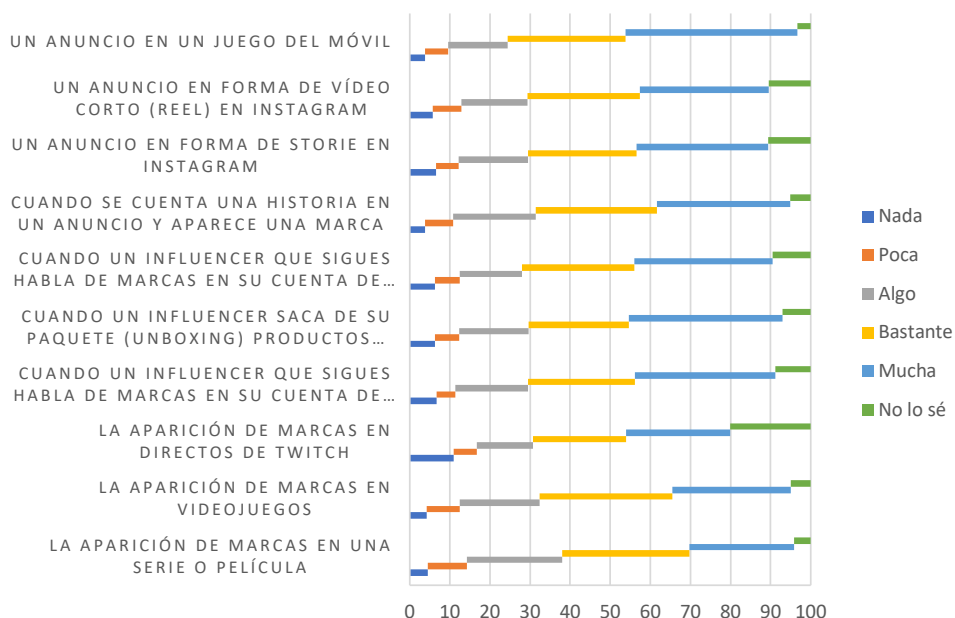
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta realizada.

Se observan efectos de la variable independiente "edad" sobre la dependiente (P30) en los espacios relacionados con el entorno digital (Internet, plataformas de streaming, y las redes sociales). Esto queda claro debido al menor uso de los espacios en el entorno digital en edades más tempranas. El resto de las variables independientes (sexo, CCAA de residencia, y estudios de los padres), las pruebas aplicadas no indican efectos significativos sobre la variable P30.

9. Qué entienden por publicidad los niños, niñas y adolescentes

Ante la diversidad de tipos de anuncios y la forma de publicitar en Internet, se ha llevado a cabo un análisis para comprender qué identifican los niños/as y adolescentes por publicidad. En relación con el gráfico 32, es relevante señalar que más de la mitad de los/as encuestados/as afirman ser capaces de distinguir cuando algo es publicidad (54%).

GRÁFICO 32. Valora las siguientes cuestiones sobre la publicidad (P34). España, 2023



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

Se constata que es significativo el efecto de la variable "edad" sobre la variable P34r2 (¿crees que sabes cuando algo es publicidad?).

CUADRO 7. Tabla de cruce de la variable P3 (edad) con la P34r2.
España, 2023

P34r2	P3: ¿Cuántos años tienes?											
	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Nada	10,7%	14,3%	8,9%	8,9%	7,1%	3,6%	10,7%	5,4%	17,9%	5,4%	3,6%	3,6%
Poca	15,2%	9,6%	8,8%	14,4%	5,6%	11,2%	7,2%	5,6%	10,4%	8,0%	1,6%	2,4%
Algo	6,1%	11,8%	10,7%	10,7%	6,7%	9,4%	12,6%	9,9%	11,0%	7,2%	2,4%	1,6%
Bastante	4,7%	5,7%	8,7%	7,7%	9,6%	8,7%	11,1%	11,9%	14,0%	10,0%	3,6%	4,3%
Mucha	2,1%	2,1%	3,8%	8,0%	7,1%	14,3%	11,3%	13,4%	12,6%	13,4%	5,0%	6,7%
No lo sé	14,6%	12,2%	22,0%	9,8%	9,8%	4,9%	4,9%	0,0%	9,8%	9,8%	2,4%	0,0%
Total	6,2%	7,7%	8,8%	9,4%	7,8%	9,8%	11,0%	10,4%	12,6%	9,4%	3,3%	3,6%

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

En relación con lo anterior, se observa que los niños, niñas y adolescentes están familiarizados con diversos tipos de publicidad, más allá de los anuncios emitidos en televisión, alcanzando un porcentaje del 52,5%.

CUADRO 8. ¿Conoces algún tipo de publicidad distinta a los anuncios de televisión? (P32). España, 2023

P32: ¿Conoces algún tipo de publicidad distinta a los anuncios de televisión?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	684	52,4	52,5	52,5
	No	300	23,0	23,0	75,5
	No lo sé	320	24,5	24,5	100,0
	Total	1304	99,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	0,1		
Total		1305	100,0		

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

Adicionalmente, se destaca que un 56% de los/as encuestados/as saben distinguir la publicidad que se transmite en televisión, reconociéndola como anuncio. Se constata que la edad tiene efectos sobre el tipo de respuesta a las preguntas P32 y P33.

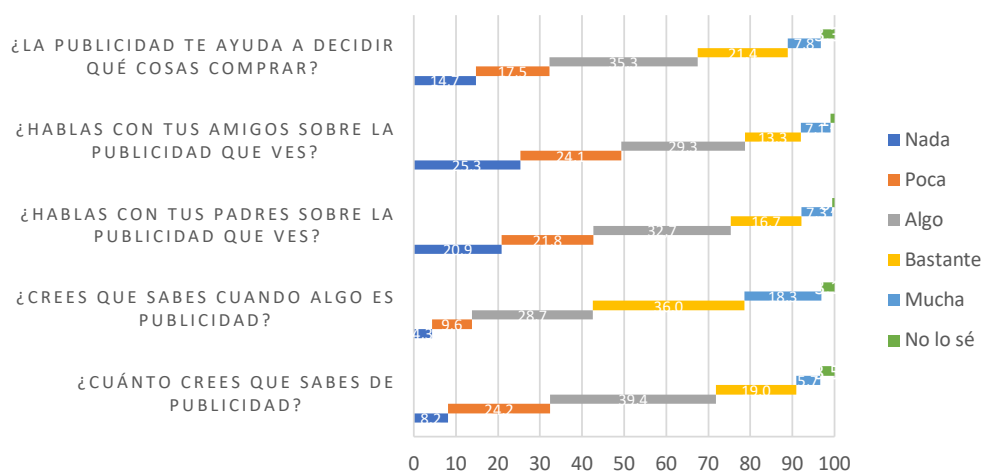
CUADRO 9. ¿Sabes distinguir la publicidad que es distinta a los anuncios de televisión cuando la ves? (P33). España, 2023

P33: ¿Sabes distinguir la publicidad que es distinta a los anuncios de televisión cuando la ves?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	726	55,6	55,7	55,7
	No	225	17,2	17,3	72,9
	No lo sé	353	27,0	27,1	100,0
	Total	1304	99,9	100,0	
Perdidos	Sistema	1	0,1		
Total		1305	100,0		

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

Según se aprecia en el gráfico 31, la gran mayoría de los niños, niñas y adolescentes son capaces de distinguir un anuncio, incluso cuando se emite en distintos formatos y plataformas digitales. No obstante, se observa que el 20% de los niños, niñas y adolescentes encuentran más difícil identificar los anuncios en la red social Twitch. El caso de esta plataforma de videojuegos se analiza en el apartado posterior.

GRÁFICO 31. ¿Crees que algo de lo que sigue sería publicidad? (P31). España, 2023



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

10. El caso de la red social Twitch

Se analiza de manera separada la red social Twitch dada su peculiaridad y al ser la plataforma en la que los niños, niñas y adolescentes tienen más dificultades para discriminar cuando algo es anuncio y cuando no lo es.

Los resultados indican que el 69% de los/as encuestados/as creen que Twitch no es igual a la televisión.

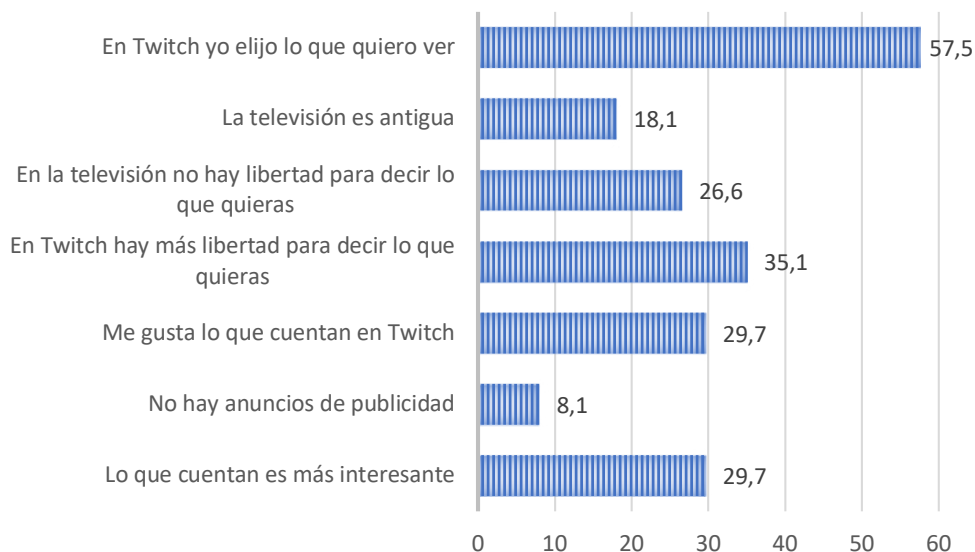
CUADRO 10. ¿Crees que Twitch es igual que la televisión? (P24).
España, 2023

P24: ¿Crees que Twitch es igual que la televisión?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	68	5,2	26,3	26,3
	No	178	13,6	68,7	95,0
	No lo sé	13	1,0	5,0	100,0
	Total	259	19,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1046	80,2		
Total		1305	100,0		

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

Además, es notable que, según el 57,5% de los encuestados/as, la diferencia principal entre Twitch y la televisión radica en la libertad de elección del contenido a visionar. Asimismo, el 35% identifica la mayor libertad de expresión en la red social como otra distinción clave. También se constata que sólo el 8% de los niños/as y adolescentes encuestados opinan que en Twitch no hay anuncios de publicidad.

GRÁFICO 33. ¿En qué se diferencia Twitch y la televisión? (P25). España, 2023



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

Cuando se les pregunta a los niños/as y adolescentes si les agrada la publicidad en la red social Twitch, la mayoría (53%) señalan que no les gusta.

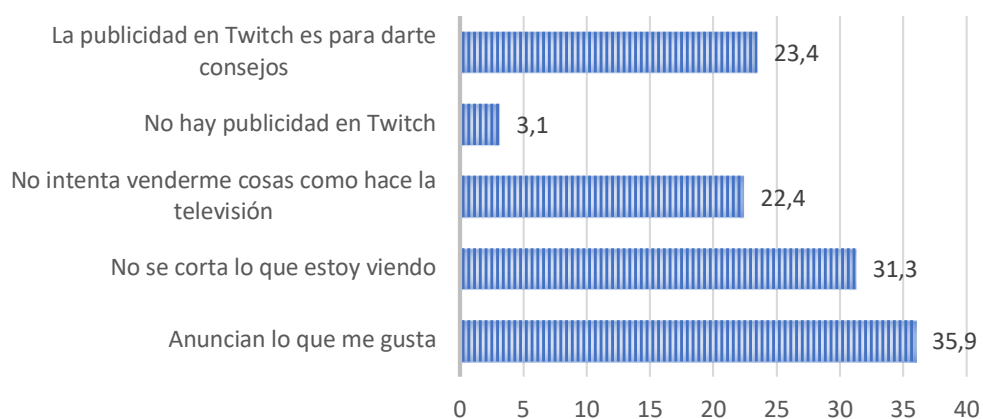
CUADRO 11. ¿Te gusta la publicidad de Twitch? (P27). España, 2023

P27: ¿Te gusta la publicidad de Twitch?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	69	5,3	35,9	35,9
	No	101	7,7	52,6	88,5
	No lo sé	22	1,7	11,5	100,0
	Total	192	14,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1113	85,3		
Total		1305	100,0		

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

Considerando que hay un porcentaje de personas (36%) que afirma disfrutar de la publicidad en Twitch, se profundiza sobre esta cuestión. Según se evidencia en el gráfico 34, la mayor parte de este grupo (36%) manifiesta que les gusta el contenido que se anuncia. Además, un 31% destaca la importancia de que no se interrumpa la emisión que están viendo. De igual forma, un 23% percibe que los anuncios en Twitch se asemejan más a consejos que a publicidad estrictamente comercial.

GRÁFICO 34. ¿Por qué te gusta la publicidad de Twitch? (P28). España, 2023



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

A pesar de que el 64% de los chicos encuestados son usuarios de Twitch en comparación con el 36% de las chicas encuestadas, no se aprecian efectos de la variable sexo sobre las variables P24, P25, P27. No obstante, se identifican efectos en algunas de las respuestas a la variable P28, específicamente en la P28r3 (No intentan venderme cosas como hace la televisión), la P28r4 (No hay publicidad en Twitch), y la P28r5 (La publicidad en Twitch es para darte consejos).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bourdieu, Pierre, «Le capital social», Actes de la recherche en science sociales, no. 31.

Coleman, James, Foundations of social theory, Harvard University Press (Belknap), Cambridge (Ma), 1990.

Comité de Derechos del Niño (2021): Observación General N°25 relativa a los derechos de los niños en relación con el entorno digital.

Naciones Unidas. Disponible en:

<https://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6QkG1d%2FPPRiCAqhKb7yhsqIkirKQZLK2M58RF%2F5FovEG%2BcAAx34gC78FwvnmZXGFO6kx0VqQk6dNAzTPSRNxomyCaUSrDC%2Fod3UDPTV4y05%2BgGMEoqMZvhgUPKTXcO12>

Instituto Nacional de Estadística -INE (2021): Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Disponible en:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176741&menu=ultiDatos&idp=1254735976608

Lebrusán, I.; Larrañaga, K. P. y Monguí Monsalve, M. M. (2022).

La digitalización como oportunidad para el desarrollo de la ciudadanía en la infancia y la adolescencia. Polít. Soc. (Madr.)59(3), 75974. <https://dx.doi.org/10.5209/poso.81906>

BIBLIOGRAFÍA

Comisión Europea (2012): Estrategia Europea en favor de una Internet más adecuada para los niños. Disponible en:
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=COM%3A2012%3A0196%3AFIN>

Comisión Europea (2018): Directiva Europea de Servicios Audiovisuales. Disponible en:
<https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

Comisión Europea (2021a): Estrategia de la Unión Europea sobre los Derechos de la Infancia. Disponible en:
https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/rights-child/eu-strategy-rights-child-and-european-child-guarantee_es

Comisión Europea (2021b): Plan de Acción de Educación Digital 2021-2027. Disponible en:
<https://education.ec.europa.eu/es/plan-de-accion-de-educacion-digital-2021-2027>

Consejo de Europa (2010): Carta del Consejo de Europa sobre la educación para la ciudadanía democrática y la educación en derechos humanos. Disponible en: <https://rm.coe.int/1680487829>

España (1990): "Instrumento de Ratificación de la Convención sobre los Derechos del Niño, adoptada por la Asamblea General de las

- Naciones Unidas el 20 de noviembre de 1989", Boletín Oficial del Estado, 31 de diciembre de 1990(313), pp. 38897-38904.
- España (2016): "Real Decreto 1631/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria", Boletín Oficial del Estado, de 5 de enero de 2007(5), pp. 1-183.
- España (2018): "Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales", Boletín Oficial del Estado, 6 de diciembre de 2018(294), pp. 119788-119857.
- España (2020): "Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación", Boletín Oficial del Estado, 30 de diciembre de 2020(340), pp. 122868-122953.
- España (2021): "Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia", Boletín Oficial del Estado, 5 de junio de 2021(134), pp. 68657-68730.
- España (2021): "Real Decreto 1150/2021, de 28 de diciembre, por el que se aprueba la Estrategia de Seguridad Nacional 2021", Boletín Oficial del Estado, 31 de diciembre de 2021(314), pp. 167795-167830.
- Grupo de Trabajo en Ciudadanía Digital - GTCD (2020): Estrategia de Ciudadanía Digital para una Sociedad de la Información y el Conocimiento. Presidencia de la República, Uruguay. Disponible en: <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/>
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital -MINECO (2019): Estrategia España Digital 2025. Disponible en: https://portal.mineco.gob.es/ca-es/ministerio/estrategias/Pages/00_Espana_Digital_2025.aspx
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital -MINECO (2021): Plan Nacional de Competencia Digitales. Disponible en: https://portal.mineco.gob.es/RecursosArticulo/mineco/ministerio/ficheros/210127_plan_nacional_de_competencias_digitales.pdf

Naciones Unidas (1989): Convención sobre los Derechos del Niño.

Disponible en:

<https://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>

Parlamento Europeo y Consejo Europeo (2018): Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de noviembre de 2018. Disponible en:

<https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

