Observatorio e-igualdad
UCM

LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN LA JUVENTUD ESPAÑOLA

Diciembre 2010 | Estudio Cuantitativo

GOBIERNO DE ESPAÑA
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados en Ciencias Políticas y Sociología

Este trabajo ha sido realizado por el Observatorio e-Igualdad UCM en el marco del proyecto e-igualdad.net

La brecha digital de género en la juventud española

CONTENIDO

1. Presentación del estudio 4
1.1. Introducción a la cuestión 4
1.2. Planteamiento de las hipótesis de trabajo 7
1.3. Metodología del estudio 8
2. Revisión de la literatura 9
3. Descripción de la brecha digital de género entre la población joven en España 21
3.1. Datos disponibles en la TIC-H: estructura, alcance y limitaciones 21
3.2. La población de 10 a 15 años: análisis de los datos 22
3.3. La población de 16 a 24 años: análisis de los datos 23
4. El uso de las TIC entre jóvenes de 3º de ESO. La brecha digital de género entre los/as e-usuarios/as más jóvenes: estudio de caso 62
4.1. Diseño de la encuesta 62
4.2. Trabajo de campo 83
4.3. Análisis de resultados 103
5. Conclusiones generales 121
6. Referencias bibliográficas 129

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

1. PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

1.1. INTRODUCCIÓN A LA CUESTIÓN

La problemática de las barreras de acceso a la Sociedad de la Información (SI) y la existencia de brechas digitales de género ocupa un lugar relevante en la literatura académica y en las agendas políticas. El impacto de la difusión de las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC) presenta diferencias entre mujeres y hombres que se manifiestan en la desigualdad en el acceso, la intensidad de uso y el tipo de utilización de Internet. A su vez, esas diferencias afectan a las empresas y a la sociedad en su conjunto, desaprovechando la oportunidad de alcanzar mayores niveles de capital humano y bienestar social.

Analizar la situación de la incorporación a las TIC desde una perspectiva de género conlleva la necesidad de diferenciar la existencia de varias brechas digitales, de carácter y alcance diferente. Las diferencias en el acceso a las TIC marcan el perfil de la primera brecha digital de género, aquélla que impide que las mujeres se incorporen y participen en la SI en igualdad de condiciones. Las diferencias en la intensidad y las pautas de uso (conectadas a su vez con las de acceso, formación y habilidades) implican importantes efectos cualitativos que delimitan la segunda brecha digital de género. Las diferencias en el aprovechamiento de las aplicaciones más innovadoras de Internet advierten de la presencia de una nueva brecha cuyas implicaciones se proyectan hacia el futuro, en la medida en que están relacionadas con los entornos en los que se diseñan y construyen las aplicaciones tecnológicas.

En anteriores trabajos realizados por este equipo de trabajo, y en concreto por el Observatorio e-Igualdad UCM, ya se puso de manifiesto la tendencia hacia la intensificación progresiva de las brechas digitales de género, así como la persistencia

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

de la tercera brecha digital de género entre la juventud. Hasta el punto de que se está lejos de poder afirmar que el mero paso del tiempo tenderá a corregir la situación de desigualdad digital de género.

La presencia de una tercera brecha digital de género relativa a las aplicaciones que están a la cabeza del desarrollo de Internet, afecta de manera especialmente significativa a la generación más joven y pone en entredicho la posibilidad de que la brecha digital de género se auto-corrija con el tiempo. Esta circunstancia tiene serias implicaciones de cara al futuro, puesto que si no se interviene, esas desigualdades no se resolverán. Por tanto se hace evidente la necesidad de considerar la brecha digital de género en términos dinámicos.

Es pues evidente la conveniencia de atender a las generaciones más jóvenes como actores principales de la SI. Esta situación es aún más acuciante desde la perspectiva de la igualdad de género, por cuanto se comprueba que aspectos esenciales de la brecha digital de género no sólo permanecen entre los jóvenes, sino que incluso se manifiestan con mayor intensidad. Todos estos elementos confirman la necesidad de abordar el tema mediante un estudio monográfico detallado como el que hemos llevado a cabo.

La oportunidad de efectuar un estudio como el que aquí se recoge se fundamenta en las siguientes circunstancias:

1. Importancia de la superación de la brecha digital de género.
2. Necesidad de identificación de las causas concretas que la producen.
3. Insuficiencia de los datos secundarios existentes (estadísticas no especializadas)
4. Conveniencia de realizar un diseño ad hoc para poder explicar el por qué de la situación de la brecha digital de género.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

En consecuencia, confiamos en que este trabajo contribuya a un mejor conocimiento de la situación de acceso, usos, necesidades y demandas de mujeres y hombres jóvenes en la SI. En concreto establecer los distintos perfiles de usuarias y usuarios de entre 10 y 24 años y conocer los elementos motivadores del uso de Internet entre las y los adolescentes. La finalidad última es avanzar en la previsión de tendencias futuras, de manera que resulte útil para la toma de decisiones sobre la problemática.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

1.2. PLANTEAMIENTO DE LAS HIPÓTESIS DE TRABAJO

Como punto de partida de la investigación, se sitúan dos circunstancias observadas en nuestros anteriores trabajos sobre la materia. A partir de ellas, es posible definir dos hipótesis de trabajo concretas:

i. La amplia mayoría de personas jóvenes (hasta 24 años, ambos sexos) se hayan efectivamente incorporados a las TIC, en particular a Internet (nativos digitales; superación de la primera brecha digital). Entre ellos la brecha digital de género es reducida, más allá de especificidades en los tipos de usos básicos (a nivel de segunda brecha digital).

ii. Existe un grupo de vanguardia (locomotora) de menor volumen pero de importante peso específico que hace usos avanzados de Internet, con importantes diferencias de género: ello determina la existencia de la tercera brecha digital de género.

> H1: Perpetuación en el tiempo de las desigualdades por no corrección generacional/natural de la tercera brecha digital de género.
>
> H0: No perpetuación: corrección en el futuro.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

1.3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Para la realización del presente estudio se han seguido las siguientes actuaciones concretas:

- Análisis bibliográfico.
- Análisis de datos secundarios, empleando la edición más reciente de la encuesta sobre equipamiento y uso de las TIC en los hogares españoles, del Instituto Nacional de Estadística.
- Realización de encuesta mediante aplicación web a 400 estudiantes de tercero de ESO pertenecientes a 10 institutos de cinco comunidades autónomas españolas.
- Análisis de los datos primarios recogidos mediante la encuesta realizada.
- Elaboración del presente documento de informe.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La investigación relativa a las TIC y la población usuaria infantil y juvenil es relativamente amplia. No obstante la literatura se ha aproximado a esta temática desde diferentes perspectivas. Algunos estudios se han centrado en cuestiones relacionadas con el acceso a las nuevas tecnologías (en concreto al móvil, ordenador e Internet).

Según el trabajo cuantitativo de **Pavón et al. (2000), "¿Qué buscan los adolescentes en Internet?"**, nunca las nuevas tecnologías habían tenido un papel tan preponderante en la vida cotidiana de la ciudadanía. No obstante, en las últimas décadas, una parte considerable de la investigación académica así como de la financiada a través de organismos públicos y privados, se ha centrado en el estudio de la relación de las TIC y la población infantil y juvenil. De acuerdo con Garitaonandia (2010), en esta última década se han realizado en España importantes trabajos de campo (cuantitativos a través de encuestas) relacionados con la utilización de Internet, bien centrados en el público infantil o en la población adulta (Fundación Protégeles, 2002; Valor y Sieber, 2003; CEACCU, 2005; REDES, 2006; y Gordo y Macías, 2006). La mayoría de los estudios centran su atención en los hábitos de navegación y utilización de la red, y algunos, como veremos, prestan atención a cuestiones relacionadas con la seguridad en los/as menores en la red (acceso a contenidos nocivos, riesgos en los chats, los menores como víctimas de amenazas, etc.). Las principales conclusiones ponen de manifiesto que el consumo comparativo de la población infantil y juvenil, respecto al resto de la población, es mayor y sustancialmente diferente, si bien hay variaciones por países. Una de las principales conclusiones es que el porcentaje de personas usuarias aumenta con la edad: menores de 6 años 14%, de 6 a 11 años 14%, de 12 a 15 años (74%) y de 16 a 17 años 82%. Así, de acuerdo con los datos del Eurobarómetro (2004), en la EU-25

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

la media de uso de Internet de los menores de 18 años es del 50% y España se encontraría en un nivel intermedio (46%).

En el desarrollo del proyecto de **Bringué y Sádaba y (2009) sobre "Generaciones Interactivas"**, se encuestaron online a casi 13.000 niños/as y adolescentes (entre 6 y 18 años), de diversas nacionalidades (primero en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú, Venezuela y España) y matriculados en Primaria, ESO y Bachillerato. Las preguntas estaban relacionadas con el uso y valoraciones acerca de Internet, los móviles, los vídeojuegos y la televisión. Los resultados ponen de relieve la realidad de los/as menores españoles en su relación con las TIC. Se pone de manifiesto que estamos frente a una generación altamente equipada (equipamiento tecnológico en los hogares), multitodo (capacidad para hacer varias cosas al mismo tiempo de las TIC es atractiva), movilizada (con teléfono móvil), interactiva (la interactividad de las pantallas es atractiva), emancipada (disponen de sus propias tecnologías) y autónoma (a menudo saben más de las TIC que las personas adultas de su entorno), que "se divierte en digital" (ocio), que necesita relacionarse a través de Red (comunicación) y, en consecuencia, esta nueva generación interactiva está expuesta a nuevos riesgos y oportunidades.

Otra parte importante de la literatura se ha centrado en cuestiones relativas a las habilidades tecnológicas y digitales, y los tipos de usos que hacen del teléfono móvil, el ordenador e Internet. De acuerdo con Sádaba y Bringué (2009), atendiendo a la diversidad y la profundidad de los enfoques, una de las grandes áreas de la investigación existente en torno a este tema se refiere a las pautas de consumo (cuestiones relativas al equipamiento tecnológico de los hogares, acceso de los/as jóvenes a las TIC, tiempo de uso, lugar de acceso y compañía, etc.).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

El estudio **"Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil" (2004)** analiza la relación de la juventud con la tecnología, en particular sus intereses y actitudes ante Internet y la telefonía móvil. Para ello, en el año 2002, realizaron dos encuestas online en todo el territorio español (una referida a Internet y otra al uso del móvil) a jóvenes de entre 14 y 22 años. En esta encuesta, se exploran aspectos relativos a perfiles de usuarios/as, nivel de conocimientos sobre las tecnologías, y usos y actitudes. Entre las principales conclusiones, podemos destacar algunas: 1) La mitad son autodidactas pero la mayoría afirman tener un nivel medio de conocimientos de tecnología; 2) un 44% hacen un uso intensivo (diario) desde el hogar y un 42% realizan la conexión mediante módem telefónico; 3) la frecuencia de conexión depende de variables como edad, sexo y nivel de conocimientos. Por ejemplo, frente a un 45% de chicos, sólo un 39% de chicas se conectan varias veces al día; 4) la mayoría usa Internet por diversión y para comunicarse; 5) además de presentarlos/as como "heavy users" (usuarios/as intensivos/as) de estas dos nuevas tecnologías, el informe revela que la mayoría de los y las jóvenes (el 90%) influyen de manera notable en la adquisición de nuevas tecnologías en el hogar; 6) El bajo poder adquisitivo y el no disponer de tarjeta de crédito hace que sólo un 37% de los jóvenes navegantes encuestados haya realizado alguna compra en Internet en los últimos seis meses (música, telefonía móvil y libros); 7) la mayoría tiene (89,2%) tiene móvil, y alrededor de 50% realiza una llamada desde su teléfono móvil casi todos los días, aunque es más útil para enviar mensajes que para llamar.

De acuerdo con el informe de la **Fundación Auna, "La generación 'e'" (2005)**, estamos frente a una generación de jóvenes menores de 18 años que ha crecido rodeados de las nuevas tecnologías. No obstante, parece existir una evolución en la forma en la que los jóvenes, a medida que van creciendo, se enfrentan a las nuevas tecnologías. El primer contacto con las TIC se realiza a una edad muy temprana (a partir de los 3 años), aunque de forma esporádica y con carácter exploratorio. A medida que van

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

creciendo (en concreto los pre-adolescentes), comienzan a hacer un uso más experto e intensivo tanto de la telefonía móvil como de Internet. Por ejemplo, los datos para España muestran que más del 50% de los chicos y chicas con edades comprendidas entre los 10 y 14 años accede regularmente a Internet, para fines fundamentalmente relacionados con la comunicación (correo electrónico y chats), aunque es necesario tener en cuenta diferencias de género significativas (chicas: comunicación y educación; niños: juegos online).

Varios estudios se han dedicado a describir y profundizar en la brecha digital (por cuestiones de nacionalidad o de edad), así como en la brecha digital de género. Respecto a la brecha digital, es muy interesante el estudio de **Prensky (2001) sobre los "nativos/as" e "inmigrantes" digitales**. La generación de jóvenes que ha nacido y crecido inmersa en el desarrollo de las nuevas tecnologías, es la generación de los "nativos digitales". La metáfora de Prensky alude al colectivo de jóvenes y niños/as que han crecido rodeados de pantallas, teclados y ratones informáticos, y que usan con destreza, sin esfuerzo, de manera intuitiva, frecuente e intensiva, las nuevas tecnologías para su vida privada. Los/as nativos/as digitales son, de alguna manera, *escribas* en la nueva Sociedad de la Información y el Conocimiento. De hecho, se estima que en la UE-25 los menores de 18 constituyen en 50% de la población usuaria de Internet, no sólo con fines lúdicos sino también como parte integral de su socialización y formación.

Por otro lado están los/as "inmigrantes digitales", personas que han tenido una infancia analógica y que están más habituadas a usar artefactos tangibles (leer libros que compran en librerías o que toman prestados de bibliotecas, tomar notas en cuadernos de papel, etc.). En consecuencia, su aprendizaje TIC se ha realizado a menudo de manera formal pero, de manera parecida a la de las personas emigrantes que llegan a un nuevo territorio, hablan con "acento", desconocen el lenguaje y la

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

cultura, y tienen conductas como imprimir las webs para guardarlas, llamar por teléfono para verificar la recepción de un correo electrónico, etc.

La brecha entre "nativos/as" e "inmigrantes" digitales plantean un gran reto desde un punto de vista educativo, en tanto en cuanto a menudo progenitores, educadores y profesorado se ven superados/as por la generación digital en el manejo de los nuevos medios. Es el alumnado menor de veinte años el que constituye la primera generación nacida en el contexto de la SI y que hace un uso intensivo de las distintas tecnologías audiovisuales, informáticas y digitales. En consecuencia, a la escuela llegan nuevas generaciones de usuarios/as etiquetados/as como la Generación Red o e-Generation que demandan que se articule un modelo de integración de las TIC en la educación actual. Para satisfacer estas demandas, además de las necesarias infraestructuras, el reto es que, como investigaciones previas han demostrado (Cassany y Ayala, 2008; Castaño y Vázquez, 2010; Vázquez y Castaño, 2010), el profesorado que está al frente está constituido por personas que no siempre poseen las competencias digitales necesarias para liderar el proceso, los/as "inmigrantes digitales".

La democratización y la mejora de las condiciones de vida, el incremento de la población estudiantil en las últimas décadas, las demandas de mayor cualificación profesional y la revolución de las nuevas tecnologías en el contexto de la Sociedad de la Información y el Conocimiento permiten entender los cambios que están teniendo lugar en los centros educativos. Tanto la construcción del Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES), iniciado formalmente con la **Declaración de Bolonia (1998)**, como en nuestro país el **plan "España.es 2004-2005" (2003)**, pretenden impulsar la Sociedad de la Información (SI) con objeto de integrar las TIC en el proceso educativo y lograr que las nuevas generaciones dispongan de las cualificaciones técnicas necesarias.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

En este sentido, varios estudios inciden en la **naturaleza y el grado de satisfacción conseguido a través de aprendizajes por medio de las TIC en España**. Mientras que algunas investigaciones ponen el énfasis en los aspectos positivos y beneficiosos del usos de las nuevas tecnologías en las escuelas (aumento de la motivación, mejora en la conducta y la autonomía del alumnado, etc.) (BECTA, 2002; González Salamanca, 2006; Bonales et al., 2007)[1]; otros estudios inciden en algunas de las principales desventajas que conlleva la introducción de las TIC en el aula (alto grado de distracciones, dispersión y pérdida de tiempo al buscar la información precisa, aprendizajes incompletos y superficiales, etc.) (Castro, 2008[2]; Duarte da Silva et al., 2003).

Algunos estudios que han indagado sobre los **factores que dificultan y/o facilitan la introducción de las TIC en el aula**, ponen de relieve las limitadas infraestructuras (Comisión Europea, 2006; Observatorio de las Telecomunicaciones de Red.es, 2007; Sigalés, Mominó, Meneses y Badia, 2008; Sigalés, Mominó y Meneses, 2009). No obstante, diversos estudios aseguran que la integración y uso de las tecnologías en las escuelas está condicionada no sólo por factores de índole infraestructural y de recursos sino también por actitudes, concepciones y destrezas del profesorado (Cope y Ward, 2002[3]; Gértrudix y Gértrudix, 2007). Recientemente, y de acuerdo con el trabajo de Vázquez (2010), en la mayoría de las profesoras de secundaria se detecta una actitud de cierta resistencia, desasosiego, e incluso desconfianza, respecto al uso de las nuevas tecnologías en el contexto educativo y, muy especialmente, respecto a su inclusión en el aula. Por ejemplo, algunas de ellas tienen una opinión bastante particular respecto a los cursos virtuales. Sin embargo, a pesar de la actitud poco

[1] Citado en Quintero, D. M., Ávila, G. P. y Riascos, S. C. (2009) Inclusión de las TIC en la educación superior. Estudio de casos. Conferencia en el e-espacio de los contenidos digitales de la UNED. Disponible en http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?pid=bibliuned:23221 (Noviembre 2010).
[2] Ibídem 1.
[3] Citado en D. González Salamanca (2006) La inclusión digital: capacitación, integración y desarrollo. Estudio de caso y modelos de buenas prácticas. "Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Centro Escolar. Estudio de caso" Disponible en http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?pid=bibliuned:23226 (Noviembre 2010).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

entusiasta, las profesoras de secundaria no se podrían considerar personas tecnófobas. Este es un matiz necesario tras los estudios realizados previamente con este colectivo por nuestro equipo de investigación (Vázquez y Añino, 2008). Las nuevas tecnologías les suscitan un cierto desencanto e incluso ansiedad. Las perciben como una especie de "imposición" y de pérdida de control.

Otra parte de la literatura ha dedicado sus esfuerzos a explicar la **persistencia de la brecha digital de género**, en tanto en cuanto existen diferencias de género en términos de acceso, habilidades informáticas y competencias navegadoras, así como respecto a la intensidad y las pautas de uso de Internet (Castaño, 2003; Castaño, Martín, Vázquez y Añino, 2007; Castaño, Martín y Vázquez, 2008; Castaño, Martín, Vázquez y Martínez, 2010). De acuerdo con el informe de **Eurydice (2005), "How boys and girls in Europe are finding their way with information and communication technology"**, existen diferencias de género respecto al acceso y uso de ordenadores e Internet entre los/as adolescentes-jóvenes. Si bien casi todos los/as adolescentes de 15 años han usado un ordenador, los chicos lo han hecho desde hace más tiempo y de forma más frecuente que las chicas. Respecto a los usos, las actividades más populares con los juegos y las búsquedas de información, mientras que entre las menos frecuentes encontramos la programación y el cálculo matemático. No parece haber diferencias de género respecto a la comunicación y los procesadores, pero si en el caso de juegos y programación. Mientras que los niños dicen que aprenden a usar las nuevas tecnologías solos o con amigos, las niñas lo hacen en la escuela o con sus familias. Es posible atribuir diferencias de acuerdo con los niveles de "computarización" en el hogar y en la escuela. La mayoría del alumnado dice que es capaz de llevar a cabo tareas sencillas: abrir y guardar un documento, hacer dibujos, imprimir un documento, consultar Internet, escribir y enviar un correo electrónico, etc. No obstante, los niños aseguran ser más competentes que las niñas a la hora de desempeñar tareas complejas: crear o editar un documento, mover documentos,

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

copiar un documento de un disquete, descargar documentos o música, adjuntar archivos a un correo electrónico, crear una presentación de PowerPoint, eliminar virus, construir una página Web, etc.

El informe **"How do boys and girls differ in their use of ICT?" (2008)**, explora las diferencias en el usos de las nuevas tecnologías, tanto dentro y fuera de la escuela como con fines educativos y lúdicos, de los niños y las niñas. Algunas de las hipótesis que se han investigado se refieren a los usos que realizan las niñas, el impacto que las TIC tienen en ellas y hasta qué punto están en una situación de desventaja ante el uso creciente en la escuela. Entre las principales conclusiones, podemos destacar que hay tantas diferencias entre chicos y chicas como entre el colectivo de chicas. En consecuencia, la variable género debe ser analizada en combinación con factores como el estatus socioeconómico o el grupo étnico. También se sugiere que no es bueno perpetuar estereotipos/prejuicios en tanto en cuanto no se corresponden con la realidad. Por ejemplo, no es verdad que la tecnología les resulte más atractiva a los niños que a las niñas. Ya que esto da lugar a que las niñas estén menos motivadas, además de crear la autopercepción de menos habilidades que los niños, a la hora de usar la tecnología. Como consecuencia, las escuelas, en tanto en cuanto es un espacio especialmente importante para las niñas ya que es allí donde ellas dicen que acceden y aprenden a usar las TIC), tienen un papel crucial a la hora de ofrecer apoyo necesario, a través de las estrategias pedagógicas adecuadas, tanto a niños como a niñas con objeto de promover un uso de pleno e igualitario de las nuevas tecnologías.

Desde el **Observatorio e-igualdad 2006-2007 y el Centro e-igualdad 2008-2009** se ha avanzado en el estudio de las posibles explicaciones de la desventaja tecnológica femenina. En este sentido, uno de los trabajos más recientes, **"La segunda brecha digital" (Castaño et al., 2008)** muestra que conforme la brecha de género en el acceso a Internet se va reduciendo, adquiere cada vez más importancia la segunda brecha

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

digital, que refleja las diferencias entre mujeres y hombres respecto a los usos y las habilidades de Internet y se constituye en barrera para la plena incorporación de las mujeres a la sociedad de la información. La investigación ofrece una reflexión fundamentada en datos acerca de la posición de las mujeres en la sociedad de la información, las oportunidades y barreras que favorecen o dificultan la superación de las desigualdades de género, y cómo pueden incorporarse a los ámbitos donde se genera la innovación tecnológica y se toman las decisiones que marcan el futuro. Esta brecha pone de manifiesto la necesidad de impulsar mejoras decididas para la inclusión de las mujeres en los estudios, la investigación y en los empleos TIC.

Varios estudios también prestan atención al contexto socio-económico (personal y familiar) y a como este puede influir y/o determinar actitudes y motivaciones de la infancia y la juventud respecto al uso de las TIC así como a sus preferencias por estudios/profesiones relacionadas con las nuevas tecnologías. De acuerdo con Garitaonandia (2010), tanto la infancia como la juventud han integrado en su vida el ordenador y el uso de Internet. Pero la motivación para usar Internet varía con la edad. Mientras que los/as más pequeños les motiva la diversión y el ocio, en los más mayores prima el factor comunicación (mensajería instantánea y correo electrónico) y el uso escolar. El estudio de **Sainz (2007), "Aspectos psicosociales de las diferencias de género en actitudes hacia las nuevas tecnologías en adolescentes"**, pone el énfasis en como las nuevas tecnologías no son neutras desde el punto de vista de género y aborda las diferencias de género respecto al uso de la nuevas tecnologías de la perspectiva del modelo de elección de logro de Eccles (1985). En esta investigación se pone de manifiesto la importancia de centrar la atención de la adolescencia y juventud, en tanto en cuanto momento vital en el que se construye la identidad de género a través de la influencia de diversos agentes de socialización (familia, escuela, grupo de pares y medios de comunicación). Una de las conclusiones más interesantes de este trabajo es que las chicas parecen tener tienen una menor intención de trabajar

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

en algo relacionado con las nuevas tecnologías que los chicos, principalmente como consecuencia de los estereotipos transmitidos a través de los diferentes agentes de socialización y, en consecuencia, de sus actitudes menos positivas hacia el ordenador y la informática. Así mismo, parece existir una correspondencia entre los usos del ordenador y los roles de género: mientras que las chicas invierten más tiempo en juegos de entretenimiento o de simulación de situaciones de la vida cotidiana, los chicos pasan más horas en juegos con un gran componente de violencia y competición. En consecuencia, se argumenta la necesidad de poner en marcha estrategias para reducir las diferencias de género en el uso de las nuevas tecnologías.

De acuerdo con Sádaba y Bringué (2009) entre las grandes áreas de investigación en este campo, encontramos una centrada en analizar los **contenidos y sus efectos (beneficios, peligros y riesgos),** y otra en investigar las **medidas de protección para salvaguardar la integridad de los/as menores**. De acuerdo con el informe **"Los menores en la Red: comportamiento y navegación segura"**, Internet se han convertido en el "territorio natural" de la infancia y la juventud; de hecho, en el año 2005 ya había más niños/as que adultos conectados a la red (Auna Fundación, 2005). Ante estos datos, el informe presenta dos posicionamientos enfrentados: uno favorable a Internet como herramienta para la educación, y otra contraria, por la necesidad de proteger a la "infancia-juventud digital" ante los riesgos que implica. Con objeto de impulsar un uso seguro de Internet se proponen dos vías complementarias: 1) la lucha frente a contenidos lícitos y 2) la protección de menores frente a contenidos y comportamientos nocivos. Respecto a esta segunda cuestión, se pone el énfasis no sólo en la necesidad de poner a disposición de los progenitores y educadores/as herramientas que permitan bloquear y filtrar contenidos, sino también en diseñar estrategias socio-educativas que permitan que los menores aprendan a tomar decisiones apropiadas para que puedan realizar una navegación segura.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Ante el panorama tecnológico actual y los rápidos avances, las TIC se presentan como herramientas que suponen no sólo oportunidades sino también retos. En consecuencia, y como ya se ha indicado, una gran parte del interés se ha centrado en explorar no sólo los beneficios de estas herramientas (por ejemplo, en el ámbito educativo), sino también los contenidos nocivos (violencia y pornografía) y los peligros que puede conllevar así como en desarrollar medidas protectoras y reguladoras para salvaguardar la integridad (física y psicológica) de los/as menores. De acuerdo con el informe de la **Fundación Auna, "La generación 'e'" (2005)**, la variable edad es determinante respecto al acceso y usos que la infancia y la juventud hace de las TIC. Las nuevas tecnologías se presentan como herramientas asociadas tanto a beneficios y oportunidades (mejoras en el aprendizaje para leer y escribir, fomento de la creatividad, acceso a contenidos educativos, potenciar y mejorar las relaciones y la comunicación, etc.), como a riesgos reales, que aumentan en la etapa de la preadolescencia y adolescencia (pornografía, contacto con personas "indeseables", contenidos violentos, etc.), y potenciales (pérdidas de visión, problemas de espalda, obesidad, etc.). En este sentido todo apunta a la necesidad de tutelar el tiempo de acceso y restringir determinados usos, de acuerdo con las necesidades de cada edad, por parte de familiares y educadores/as. En este sentido, el informe asegura que si bien un 60% de los progenitores establece restricciones en el uso de TV para sus hijos/as de entre 7 y 11 años, sólo un 49% impone algún tipo de limitación en el uso de Internet. En resumen, el mensaje que se envía desde esta investigación es el siguiente: "Aunque las preocupaciones sean lícitas, no se debe culpar a la RED de los vicios de la sociedad ni, menos aún, prohibir o tener una actitud reticente hacia su uso por parte de los menores, sino fomentar una utilización responsable de la misma".

Desde la década de los noventa también se ha prestado atención a **los consumos excesivos y las adicciones**. Actualmente se hace hincapié en los riesgos que supone el uso de Internet y el control parental que se ejerce al respecto. El proyecto

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

internacional, **Oportunidades y riesgos para los niños y jóvenes en Internet. EUKids Online en Safer Internet Plus Programme (2006-2009)**, reflexiona sobre el nivel de conocimiento que se tiene sobre cómo los/as menores utilizan Internet y otras tecnologías online con objeto de promover su seguridad. Se trata de evitar el acceso de este colectivo a contenidos ilegales y nocivos (considerando las diferencias culturales), y no deseado (SPAM). Para ello, se identifican factores de riesgo relativos a la seguridad en la red y se hacen recomendaciones tanto a progenitores/educadores como a personal responsable de para diseñar políticas sobre esta temática. Una de las principales conclusiones respecto al control de las TIC es que España es el segundo país de la EU-25 (después de Portugal) más permisivo. Sólo 2 de cada 3 hogares españoles controlan la navegación de sus hijos/as. Este proyecto pone también de relieve el interés creciente sobre el acceso a contenidos no apropiados (contenidos violentos y sexuales), la utilización de chats con desconocidos, la cesión de datos personales, las adicciones a la red, el aislamiento social.

3. DESCRIPCIÓN DE LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO ENTRE LA POBLACIÓN JOVEN EN ESPAÑA

3.1. DATOS DISPONIBLES EN LA TIC-H: ESTRUCTURA, ALCANCE Y LIMITACIONES

Al igual que en trabajos anteriores realizados por este grupo de investigación, la edad es la principal variable independiente que utilizamos en este análisis. Se analizan datos de la población adolescente y de jóvenes de entre 10 y 24. Para ello se han usado los datos de un cuestionario realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) a jóvenes de 10 y 15 años, que ofrece datos muy limitados debido a su corta extensión y a la dimensiones de la muestra, pero que la única información de la que se dispone respecto a este grupo de edad. Respecto al grupo de edad de jóvenes de 16 a 24 años, los datos los hemos obtenido de la encuesta TIC-H, que no sólo se realiza a una muestra representativa de toda la población sino que además resulta mucho más completo.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

3.2. LA POBLACIÓN DE 10 A 15 AÑOS: ANÁLISIS DE LOS DATOS

Los datos no muestran diferencias significativas entre chicos y chicas respecto a la utilización de ordenador (últimos tres meses), 95,1% y 94,4% respectivamente. Si bien estudios anteriores han puesto de manifiesto que, atendiendo a la distribución por edad y género, el acceso a Internet está correlacionado de forma inversamente proporcional con la edad, no parecen aflorar diferencias notables en el acceso que realiza la población adolescente. Al analizar los datos de la población de entre 10 y 15 años, tampoco observamos diferencias notables de género respecto a la utilización de Internet (últimos tres meses), 86,3% los chicos y 87% las chicas. Usan Internet para realizar trabajos escolares (94%) y para cuestiones relacionados con el ocio (86,6%), y los principales lugares de uso son la vivienda y el centro de estudios.

Respecto al uso del móvil, la diferencia relativa de género es significativa. Frente al 64% de los niños, el 73% de las niñas usa teléfono móvil, existiendo una brecha de género del 12,2.

Esta breve descripción pone de relieve la falta de significatividad interpretativa (sentido) de los datos disponible en la TIC-H sobre los/as niños/as de entre 10 y 15 años. Es decir, ni el tamaño de la muestra (es un grupo muy pequeño) ni las variables que es posible analizar permiten explicar las diferencias de género que emergen. En consecuencia, este análisis pone de manifiesto la necesidad de realizar una encuesta *ad hoc* que nos permita contar con la información adecuada para profundizar en este colectivo de usuarios.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

3.3. LA POBLACIÓN DE 16 A 24 AÑOS: ANÁLISIS DE LOS DATOS

El objetivo de este apartado es presentar una descripción de la e-inclusión de las chicas y chicos de entre 16 y 24 años en España de acuerdo con los datos de la TIC-H. Para ello, además de una primera aproximación descriptiva se presenta un estudio de correlaciones de acuerdo con una selección de las variables (dependientes e independientes) más significativas, pero siendo el género la variable transversal.

En este grupo de edad tampoco se observan diferencias significativas respecto del uso del móvil y del ordenador, si bien la tendencia parece ser ligeramente favorable a las chicas. El 97,8% de chicos y el 98,3% de chicas usan el teléfono móvil, así como el 95% y el 97,2%, respectivamente, el ordenador. La mayoría lo utiliza el ordenador desde la vivienda y con bastante frecuencia (en el último mes). No obstante, los chicos lo utilizan ligeramente más desde el cibercafé (brecha -21,1) y las chicas desde el centro de estudios (brecha 11,6).

Respecto a las **tareas relacionadas con la informática** que realizan, tampoco se detectan brechas significativas cuando se analizan los datos relativos a tareas sencillas (copiar o mover ficheros, copiar/cortar y pegar, etc.). No obstante, a medida que las tareas se hacen más complicadas (usos más avanzados), la brecha de género vuelve más significativa: comprimir ficheros (-8,7) o usar lenguaje de programación (-34,8). Así, frente a un 72,6% de chicos que realizan la primera tarea sólo encontramos un 66,3% de chicas; mientras que la segunda tarea 28,3% y 18,5% respectivamente.

Uso dispositivo móvil para acceso a Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
teléfono móvil banda ancha	23,4%	16,4%	20,0%	**-29,9**
otro teléfono móvil	14,8%	8,8%	11,9%	**-40,8**
ordenador de mano	10,4%	5,3%	7,9%	**-48,8**
ordenador portátil wireless	39,5%	34,0%	36,8%	**-14,0**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

El **uso de Internet** por parte de este grupo de edad es mayoritario, 94,2% de chicos y 96,2% de chicas. No se aprecian diferencias de género respecto a la frecuencia de ni el lugar de uso, salvo en el caso de acceso desde el centro de estudios desde donde se conectan un 48,2% de chicas y un 40,9% de chicos (brecha de 15,2). Pero encontramos diferencias significativas respecto al uso del dispositivo móvil para acceso Internet, con una brecha ligeramente favorable a los chicos.

Servicio usado de Internet	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	91,3%	93,3%	92,3%	**2,2**
telefonear a través de Internet	33,6%	29,1%	31,4%	**-13,4**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	78,9%	82,5%	80,7%	**4,4**
buscar información sobre bienes y servicios	75,9%	73,9%	74,9%	**-2,5**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	47,5%	39,8%	43,8%	**-16,1**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar por Internet	78,6%	73,0%	76,1%	**-7,2**
viajes y alojamiento	47,3%	57,8%	52,4%	**18,2**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	57,7%	47,2%	52,6%	**-18,1**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	55,6%	61,8%	58,7%	**10,0**
descargar software (excluido el de juegos)	63,6%	50,0%	56,9%	**-21,4**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	80,6%	75,7%	78,2%	**-6,0**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	62,6%	52,9%	57,8%	**-15,6**
suscripción servicio de noticias	11,5%	16,0%	13,5%	**27,8**
búsqueda empleo	33,9%	35,9%	34,9%	**5,3**
temas de salud	41,3%	46,7%	44,0%	**11,5**
banca electrónica	23,1%	22,2%	22,6%	**-4,1**
ventas de bienes y servicios	7,4%	3,3%	5,4%	**-55,7**
información de educación y cursos	56,8%	67,5%	62,1%	**15,8**
realizar algún curso vía Internet	9,1%	10,0%	9,5%	**9,4**
Aprendizaje	53,7%	60,4%	57,0%	**11,0**
páginas web Administración en últimos 3 meses	34,4%	34,8%	34,6%	**1,1**
páginas web Administración en últimos 12 meses	41,6%	45,7%	43,6%	**8,8**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	16,8%	19,7%	18,3%	**14,7**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	25,2%	26,0%	25,6%	**3,0**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	9,0%	11,7%	10,4%	**22,9**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	13,9%	14,8%	14,3%	**6,7**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Respecto a los usos de Internet, la mayoría usa el correo electrónico (92,3%), envían mensajes a chats y usan mensajería instantánea (80,7%) y buscan información sobre bienes y servicios (74,9%), sin apreciarse diferencias de género.

Sin embargo, encontramos brechas de género muy significativas, y favorables a las chicas, en el caso de información relacionada con viajes y alojamientos (18,2%) e información sobre educación y cursos (15,8%). Las brecha de género, favorable a los chicos, es bastante significativa respecto a escuchar radio/ver televisión vía Internet (-18,1) y descargar software (excluido el de juegos) (-21,4). Mientras que sería, favorable a los chicos y ligeramente significativa, en el caso de búsquedas de información sobre bienes y servicios para posteriormente realizar compras (-16,1), leer o descargar noticias (-15,6) y venta de bienes y servicios (-55,7).

Productos/servicios comprados en Internet (últimos 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Alimentación	2,0%	3,4%	2,6%	**41,8**
bienes hogar	9,7%	10,3%	9,9%	**5,7**
Medicamentos	0,2%	0,0%	0,1%	**-100,0**
películas, música	11,9%	13,8%	12,8%	**14,0**
libros, periodicos...	15,4%	17,6%	16,4%	**12,9**
material deportivo, ropa	33,0%	26,9%	30,3%	**-18,7**
software de juegos de ordenador	18,7%	6,7%	13,5%	**-64,2**
otro software de ordenador	10,8%	10,5%	10,7%	**-3,0**
equipo informático	19,7%	9,7%	15,3%	**-50,8**
equipo electrónico	22,9%	17,5%	20,6%	**-23,5**
servs. de telecomunic.	9,7%	5,6%	7,9%	**-42,4**
acciones, seguros	3,0%	3,2%	3,1%	**4,6**
alojamiento vacaciones	28,4%	46,4%	36,3%	**38,9**
otros servicios para viajes	33,0%	55,2%	42,7%	**40,3**
entradas para espectáculos	26,8%	31,0%	28,6%	**13,6**
otros productos o servicios	16,2%	14,2%	15,4%	**-12,3**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Al analizar los datos relativos a las **compras a través de Internet**, observamos una brecha de género ligeramente significativa: 41,7% de chicos frente al 32,7% de chicas (-21,5). Si bien no se observan diferencias notables respecto al tipo de compra realizada, podemos señalar que los chicos tienden a comprar más software de juego de ordenador (18,7% frente al 6,7%, una brecha de -64,2) así como productos y servicios informáticos (19,7% frente a 9,7%, una brecha de -50,8). Por su parte, las chicas compran más productos/servicios relacionados con viajes y alojamiento.

Frente a estas brechas de género bastante significativas, encontramos una brecha significativa y dos brechas muy significativas, en este caso favorables a las chicas. Por un lado, respecto a descargas a través de páginas Web de películas (63,4% frente a 55,5%, siendo a brecha de 12,6). Por otro, respecto a las compras de alojamiento y vacaciones (46,4% frente a 28,4%, siendo la brecha 38,9) y a otros servicios para viajes (55,2% frente a 33%, siendo la brecha 40,3).

Encontramos diferencias de género notables, respecto a la forma de pago a través de Internet. La brecha es muy significativa respecto a pago usando tarjetas de crédito/débito a través de Internet, 72,3% de chicas frente a 55,8% chicos (una brecha de 22,9). También encontramos una brecha bastante significativa respecto al pago aportando datos de tarjeta/cuenta prepago a través de Internet, pero esta vez favorable a los chicos: 18,8% frente a 9,1%, con una brecha de -51,8.

Problemas comercio electrónico (últ. 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
fallos técnicos en la página web	23,3%	72,7%	50,4%	**67,9**
dificultades de información sobre garantías	31,3%	39,6%	35,9%	**20,9**
retrasos entrega	10,5%	48,2%	31,2%	**78,3**
costes finales mayores a los indicados	4,6%	37,4%	22,6%	**87,7**
entregas defectuosas	2,8%	,9%	1,8%	**-67,1**
fraude	53,6%	5,9%	27,5%	**-88,9**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Problemas comercio electrónico (últ. 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
problemas en reclamaciones e indemnizaciones	14,3%	,0%	6,5%	**-100,0**
otros problemas	17,9%	,0%	8,1%	**-100,0**

Es interesante mencionar que al analizar los datos relativos a los problemas con el comercio electrónico, hay diferencias notables entre chicos y chicas. Se detectan tres brechas muy significativas en tanto en cuanto ellas han tenido más problemas relacionados con fallos técnicos de la página Web (72,7% frente a 23,3%, una brecha de 67,9), retrasos en la entrega (48,2% frente a 10,5%, una brecha de 78,3) y costes mayores superiores a los indicados (37,4% frente a 4,6%, una brecha de 97,7). También encontramos una brecha significativa, favorable a las chicas, respecto a dificultades relativas a la información de garantías (una brecha de 20,9), así como dos brechas bastante significativas, favorables a los chicos, respecto a los fraudes (una brecha de -88,9) y a problemas en reclamaciones e indemnizaciones (brecha de -100).

A hora de valorar los aspectos a los que otorgan más importancia a la hora de realizar compras a través de Internet, los chicos valoran más que las chicas que los precios sean más bajos y que tengan la oportunidad de comprar bienes no disponibles en la zona, con brechas ligeramente significativas (-9) y significativas (-16,4) respectivamente. Por su parte las chicas valoran más las razones de conveniencia, así como la fácil utilización de la página Web y la seguridad sobre derechos legales, con brechas muy significativas (14,8) y significativas (10,8 y 7) respectivamente.

Motivos de no haber comprado por Internet (últ. 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
no necesario	64,7%	64,8%	64,8%	**0,2**
prefiere comprar en tienda	68,2%	75,5%	72,0%	**9,7**
difícil encontrar información	5,1%	7,8%	6,5%	**34,9**
por falta de conocimientos	12,2%	18,5%	15,4%	**34,4**
entrega productos problemática	24,0%	22,2%	23,1%	**-7,7**
seguridad en el pago	45,4%	56,5%	51,1%	**19,8**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Motivos de no haber comprado por Internet (últ. 12 meses)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
privacidad	44,1%	53,2%	48,8%	**17,0**
confianza sobre reclamaciones	39,9%	45,0%	42,5%	**11,2**
no disponibilidad de tarjeta	21,2%	22,2%	21,7%	**4,6**
conexión lenta a Internet	5,7%	4,3%	5,0%	**-24,8**
otras razones	11,3%	10,6%	10,9%	**-6,2**

Respecto a los motivos de no haber comprado por Internet en los últimos 12 meses, sólo encontramos tres brechas de género significativas al analizar los datos relativos a la preferencia de comprar en tienda, la falta de conocimientos y la privacidad. Así, un 75,5% de chicas arguye el primer motivo frente a un 68,2% de chicos (brecha de 9,7); un 18,5% arguye el segundo motivo frente al 12,2% de chicos (brecha de 34,4); y un 53,2% frente a 44,1% el tercer motivo. No obstante, la brecha más significativa se refiere a motivos relacionados con la seguridad de pago, con una brecha de 19,8.

Para llevar a cabo el estudio de correlaciones, como ya se ha indicado, hemos realizado una selección de variables significativas, tanto individuales (nivel de estudios terminados y situación laboral) como contextuales (hábitat e IT hogar).

NIVEL DE ESTUDIOS

Las correlaciones se han realizado con datos relativos a jóvenes analfabetas, así como con aquellos/as que han terminado estudios de primaria, primero y segundo de secundaria, formación profesional y estudios universitarios.

La mayoría de los niños y niñas con estudios de primaria usan el **teléfono móvil**: el 93,1% niñas y el 87,8% niñas. La mayoría (el 56,4%) también usa el **ordenador** con bastante frecuencia, diariamente lo hace el 50% de los niños y el 67,3% de las niñas. La mayoría se conecta desde la vivienda (72,5%). Pero mientras que las niñas lo hacen es menor medida que los niños desde el centro de estudios (brecha de 27,3), los niños

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

optan por el cibercafé (brecha -47,7). Respecto a las **tareas informáticas** que realizan no se aprecian diferencias de género significativas, salvo en aquellas más complejas. Por ejemplo, el 47,7% comprimen ficheros y el 62% conectan/instalan dispositivos, existiendo una brecha de género favorable a los niños de -22,6 y -14,2 respectivamente.

El 77,8% ha usado **Internet** alguna vez. No encontramos diferencias de género significativas respecto al acceso ni al lugar de uso. La mayoría se conecta desde la vivienda, y sólo un 16,6% usa el dispositivo móvil para acceder a Internet.

Servicio usado de Internet (jóvenes con estudios de primaria)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	69,9%	73,3%	71,1%	**4,6**
telefonear a través de Internet	26,3%	35,2%	29,4%	**25,4**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	67,4%	81,2%	72,2%	**17,1**
buscar información sobre bienes y servicios	58,2%	41,6%	52,5%	**-28,5**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	33,2%	37,1%	34,3%	**10,6**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	57,9%	59,9%	58,5%	**3,4**
viajes y alojamiento	22,8%	30,5%	25,4%	**25,2**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	33,9%	30,5%	32,7%	**-10,0**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	37,1%	39,7%	38,0%	**6,7**
descargar software (excluido el de juegos)	37,6%	45,6%	40,3%	**17,5**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	65,8%	73,5%	68,4%	**10,5**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	29,3%	35,8%	31,6%	**18,2**
suscripción servicio de noticias	6,2%	17,4%	10,6%	**64,2**
búsqueda empleo	22,7%	20,3%	21,9%	**-10,7**
temas de salud	19,2%	36,5%	25,2%	**47,3**
banca electrónica	7,3%	5,1%	6,6%	**-31,2**
ventas de bienes y servicios	3,1%	1,5%	2,6%	**-50,0**
información de educación y cursos	39,0%	47,4%	41,9%	**17,8**
realizar algún curso vía Internet	4,9%	1,1%	3,6%	**-78,4**
Aprendizaje	32,1%	41,1%	35,2%	**22,1**
páginas web Administración en últimos 3 meses	12,2%	10,7%	11,7%	**-12,2**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes con estudios de primaria)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
páginas web Administración en últimos 12 meses	18,0%	17,4%	17,8%	**-3,2**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	0,3%	7,1%	2,7%	**96,0**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	1,6%	7,1%	3,5%	**77,4**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	1,7%	2,1%	1,9%	**16,8**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	3,0%	2,1%	2,7%	**-29,8**

Respecto a **los usos que hacen de Internet** el 71,1% usa el correo electrónico. Encontramos diferencias de género significativas (favorables a las niñas): telefonean a través de Internet, envían mensajes a chats/uso de mensajería instantánea, consultan información sobre viajes y alojamiento, y descargan software (juegos no incluidos), ya que las brechas son del 25,4, 17,1, 25,2 y 17,5 respectivamente. Por su parte, los niños tienen buscar información sobre bienes y servicios en mayor medida que las niñas, con una brecha de -28,5.

Sólo el 18,3% realiza compras por Internet. Las niñas compran material deportivo y ropa asís como entradas para espectáculos (brechas de 73,5 y 61,9 respectivamente), mientras que los niños optan por el software de juegos de ordenador (brecha -71,4%) y los equipos informáticos (brecha -79,2). Entre los motivos de no haber comprado por Internet, la mayoría arguye que no les resulta necesario (66,2%), no obstante el 69,5% subraya que prefiere comprar en tienda (brecha de género de 23,2).

La mayoría de los/as adolescentes con estudios de primero de secundaria usa el **teléfono móvil** y ha usado el **ordenador** alguna vez, el 98,6% y el 96,7% respectivamente. La mayoría ha usado el ordenador desde la vivienda (91,7%). Respecto a las tareas relacionadas con la informática no hay diferencias de género significativas.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

El 95,2% se ha conectado a **Internet** alguna vez y el 91,8% lo ha hecho en el último mes. Respecto al lugar de conexión de Internet, el 80,1% lo hace desde la vivienda, si detectarse diferencias de género. La brecha es favorable a los chicos respecto al uso del teléfono móvil de banda ancha (-42,1) y al ordenador portátil wireless (-31,1) como dispositivos móviles para acceso a Internet. Al analizar **los usos de Internet** que realizan, observamos que el 89,8% usa el correo electrónico. Los chicos optan más por buscar información sobre bienes y servicios/información usada para comprar (brecha -40,9) y usada para comprar por Internet (-34,9), escuchar la radio y/o ver televisión vía Internet (-28,6) y descargar software (excluido juegos) (-33,4). las chicas prefieren conectarse a Internet para buscar información sobre temas relacionados con la salud (21), información de educación y cursos (12,2) y consultar páginas web de la administración (27,8).

Servicio usado de Internet (jóvenes con primera etapa de secundaria)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	89,3%	90,2%	89,8%	1,0
telefonear a través de Internet	31,1%	25,8%	28,5%	-17,2
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	81,3%	79,2%	80,2%	-2,5
buscar información sobre bienes y servicios	65,1%	66,0%	65,5%	1,4
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	42,0%	24,8%	33,5%	-40,9
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	73,1%	47,6%	63,7%	-34,9
viajes y alojamiento	34,1%	44,6%	39,3%	23,6
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	59,7%	42,7%	51,3%	-28,6
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	57,3%	60,6%	58,9%	5,4
descargar software (excluido el de juegos)	60,0%	40,0%	50,1%	-33,4
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	83,0%	76,3%	79,7%	-8,1
leer ó descargar noticias, periódicos,...	56,7%	42,0%	49,4%	-25,9
suscripción servicio de noticias	12,8%	17,0%	14,5%	24,9
búsqueda empleo	31,3%	31,7%	31,5%	1,2
temas de salud	38,4%	48,6%	43,5%	21,0
banca electrónica	11,5%	9,0%	10,3%	-21,1
ventas de bienes y servicios	5,7%	2,4%	4,1%	-58,8

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes con primera etapa de secundaria)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
información de educación y cursos	53,0%	60,4%	56,6%	**12,2**
realizar algún curso vía Internet	4,6%	6,3%	5,5%	**27,3**
aprendizaje	47,6%	50,5%	49,0%	**5,7**
páginas web Administración en últimos 3 meses	19,6%	22,7%	21,1%	**13,9**
páginas web Administración en últimos 12 meses	24,5%	34,0%	29,2%	**27,8**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	7,5%	9,0%	8,2%	**16,9**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	11,2%	13,4%	12,3%	**16,1**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	2,9%	4,0%	3,4%	**26,2**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	3,5%	5,5%	4,5%	**37,2**

El 30,4% de los chicas frente al 16,4% de las chicas realiza compras por Internet (brecha -46,1). Al analizar los productos/servicios adquiridos a través de la red observamos que no hay diferencias de género significativas. Entre los motivos que explican porque no realizan compras a través de la red encontramos que la mayoría no lo necesita (69,2%) o prefiere comprar en tiendas (74,1%). Si bien las chicas, en mayor medida que los chicos, también sugieren que no lo hacen por falta de conocimientos, por temor a que la entrega de productos sea problemática y a la seguridad en el pago, por cuestiones de privacidad y falta de confianza en el sistema de reclamaciones.

El 99,6% y el 99,7% de los/as adolescentes con estudios de segundo ciclo de secundaria usa el **teléfono móvil y ha usado alguna el ordenador**. La frecuencia media de uso del ordenador es diaria para el 82,7%. Respecto al lugar de utilización de ordenador no se observan diferencias significativas de género, siendo el lugar preferido la viviendo para chicos (96,4%) y chicas (92,4%). Las diferencias de género respecto a las tareas informáticas realizadas son inexistentes salvo en el caso de las tareas más avanzadas: comprimir ficheros (brecha -15) y usar lenguaje de programación (-42,7).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Se conecta a **Internet** el 99,7% de los chicos y chicas que han cursado el segundo ciclo de secundaria. El 96,75 lo usó durante el último mes y el 79,7% con una frecuencia diaria. La mayoría realiza la conexión desde la vivienda (87,9%) y desde el centro de estudios (54,8%).

Usan Internet para comunicarse: el correo electrónico lo usan el 97,3% de los chicos y el 96,8% de las chicas. Pero se observan diferencias de género significativas, unas favorables a las chicas (viajes y alojamiento, colgar contenidos propios, información de educación y cursos, y aprendizaje) y otras a los chicos (buscar información sobre bienes y servicios usada para comprar y para comprar por Internet, escuchar radio y/o ver televisión vía Internet, descargar software (excluido el de juegos), jugar o descargar juegos/imágenes, y leer o descargar noticias/periódicos).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes con segunda etapa de secundaria)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	97,3%	96,8%	97,0%	-0,5
telefonear a través de Internet	32,3%	28,7%	30,5%	-11,0
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	80,9%	81,6%	81,3%	0,8
buscar información sobre bienes y servicios	85,1%	79,8%	82,5%	-6,2
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	50,9%	45,3%	48,3%	-11,0
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	83,5%	73,8%	79,2%	-11,6
viajes y alojamiento	55,6%	66,8%	61,0%	16,8
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	60,4%	53,2%	56,8%	-11,9
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	56,9%	66,2%	61,5%	14,0
descargar software (excluido el de juegos)	71,7%	54,5%	63,3%	-24,0
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	85,7%	76,3%	81,1%	-11,0
leer ó descargar noticias, periódicos,...	73,3%	62,4%	68,0%	-14,9
suscripción servicio de noticias	9,3%	13,0%	10,9%	28,4
búsqueda empleo	32,6%	36,5%	34,5%	10,8
temas de salud	45,6%	45,1%	45,4%	-0,9
banca electrónica	26,2%	25,2%	25,7%	-4,0
ventas de bienes y servicios	9,8%	3,3%	6,6%	-66,3
información de educación y cursos	61,1%	68,6%	64,7%	10,9
realizar algún curso vía Internet	13,0%	8,8%	11,0%	-32,2
aprendizaje	59,0%	65,8%	62,3%	10,4
páginas web Administración en últimos 3 meses	45,9%	40,4%	43,2%	-11,9
páginas web Administración en últimos 12 meses	54,8%	52,3%	53,6%	-4,6
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	22,1%	23,8%	22,9%	6,9
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	34,4%	30,5%	32,5%	-11,1
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	11,8%	12,6%	12,2%	6,3
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	19,8%	16,2%	18,1%	-18,3

Los datos relativos al **comercio electrónico** muestran que el 52,8% de los chicos y el 39,6% de las chicas lo usan (-25). Pero sólo el 24,6% realizó alguna compra en el último mes. Respecto a los bienes/servicios comprados detectamos una brecha de género significativa (favorable a los chicos) en la compra de: material deportivo/ropa (-30,7),

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

software de juegos de ordenador (70,8), equipo electrónico (-43,1). Las chicas compran en mayor medida: alojamiento y vacaciones (46), otros servicios para viajes (39,6) y entradas para espectáculos (28,9). Entre los motivos de no haber comprado por Internet, las diferencias de género sólo son significativas respecto a que la entrega de productos sea problemática (-45,9) y la escasa confianza sobre las reclamaciones (-14).

El 98,3% del colectivo que ha cursado Formación Profesional (FP) usa el **teléfono móvil**. Si bien no hay una brecha de género significativa, es interesante mencionar que frente al 96,8% de chicos el 100% de las chicas usan este dispositivo. La totalidad de los/as adolescentes que cursan FP han utilizado el **ordenador** alguna vez y lo usan con una frecuencia diaria el 91,1%. La mayoría accede desde la vivienda, el 97,1%. No obstante, los chicos lo usan en mayor medida que las chicas desde el centro de trabajo (brecha -24,5), el centro de estudios (brecha -15,2), centros públicos (brecha -24,8) y cibercafés (brecha -50,7).

Respecto a las tareas relacionadas con la informática no se aprecian diferencias de género significativas en las tareas más sencillas, pero emergen al analizar las tareas más avanzadas.

Tareas relacionadas con la informática realizadas (jóvenes con formación profesional superior)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
copiar o mover ficheros	97,1%	100,0%	98,5%	**2,9**
usar copiar/cortar y pegar	97,9%	100,0%	98,9%	**2,1**
usar fórmulas simples	82,4%	81,3%	81,9%	**-1,3**
comprimir ficheros	89,9%	82,8%	86,5%	**-7,9**
conectar/instalar dispositivos	94,5%	84,7%	89,8%	**-10,3**
usar lenguaje programación	41,2%	28,6%	35,1%	**-30,5**
manejo programa trasvase de información entre dispositivos	87,7%	88,0%	87,8%	**0,3**

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

El 100% ha utilizado **Internet** alguna vez y el 98,3% lo ha utilizado en el último mes. La vivienda es el lugar de uso de la mayoría (89,6%), pero mientras que los chicos lo acceden más desde el centro de trabajo (brecha -21,4), las chicas optan como segunda opción por el centro de estudios (brecha 4,4). Sólo el 20% usa el dispositivo móvil con banda ancha para acceder a Internet, sin detectarse diferencias de género significativas.

Los datos relativos a **los usos que hacen de Internet** muestran que el servicio más usado es el correo electrónico, el 97,9% de chicos y chicas. Encontramos una brecha de género significativa, y favorable a los chicos, respecto a los siguientes usos: telefonear a través de Internet (brecha -27,3), escuchar radio y/o ver televisión vía Internet (brecha -39,1), descargar software (excluido juegos) (brecha -13,2), jugar o descargar juegos (brecha -14,6), leer o descargar noticias (brecha -24,4) y búsqueda de empleo (brecha -16,8). Por su parte, la brecha es favorable a las chicas en aquellos usos relacionados con buscar información relacionada con bienes y servicios/información usada para comprar por Internet, información de educación y cursos y aspectos relacionados con el aprendizaje.

El 49,2% realiza **compras a través de Internet**, detectándose una brecha de género significativa (18,3%) ya que frente al 44,5% de chicos el 54,4% de chicas usa el comercio electrónico. Entre los productos adquiridos por este colectivo encontramos que los chicos tienden a comprar material deportivo y ropa (brecha -30,4), software de juegos de ordenador (brecha -93), otro software de ordenador (brecha -72,5), equipo informático (brecha -60,1) y entradas para espectáculos (brecha -37,3). Las chicas sólo adquieren otros servicios para viajes en mayor medida que los chicos (brecha 27,3). Los motivos aducidos por la mayoría para no realizar comprar por Internet es que o bien no lo necesitan o bien prefieren comprar en tiendas. Las diferencias de género (favorables a las chicas) emergen a la hora de aducir motivos

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

relativos a la dificultad para encontrar información (brecha 98,7), la seguridad en el pago (brecha 22,2), la privacidad (brecha 22,37).

Servicio usado de Internet (jóvenes con formación profesional superior)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	97,1%	98,6%	97,9%	**1,5**
telefonear a través de Internet	39,7%	28,9%	34,5%	**-27,3**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	75,1%	82,6%	78,7%	**9,1**
buscar información sobre bienes y servicios	87,7%	87,5%	87,6%	**-0,2**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	45,9%	48,0%	46,9%	**4,4**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	70,8%	93,3%	81,9%	**24,1**
viajes y alojamiento	63,9%	64,8%	64,4%	**1,4**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	65,1%	39,6%	52,8%	**-39,1**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	64,4%	68,5%	66,4%	**6,0**
descargar software (excluido el de juegos)	72,0%	62,5%	67,5%	**-13,2**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	77,6%	66,2%	72,1%	**-14,6**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	71,4%	54,0%	63,1%	**-24,4**
suscripción servicio de noticias	11,3%	14,9%	12,8%	**24,0**
búsqueda empleo	53,1%	44,2%	48,8%	**-16,8**
temas de salud	47,3%	42,0%	44,8%	**-11,3**
banca electrónica	47,7%	49,9%	48,7%	**4,4**
ventas de bienes y servicios	5,0%	7,8%	6,4%	**35,1**
información de educación y cursos	64,1%	80,0%	71,8%	**19,9**
realizar algún curso vía Internet	11,2%	15,9%	13,5%	**29,9**
aprendizaje	65,3%	76,1%	70,5%	**14,2**
páginas web Administración en últimos 3 meses	44,9%	43,1%	44,0%	**-4,0**
páginas web Administración en últimos 12 meses	56,8%	56,2%	56,5%	**-1,1**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	29,5%	32,1%	30,8%	**8,1**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	42,5%	42,1%	42,3%	**-0,9**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	15,8%	20,4%	18,0%	**22,4**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	22,6%	20,4%	21,5%	**-9,6**

La totalidad de aquellos/as que han terminado sus estudios universitarios han usado el **teléfono móvil y el ordenador**, sin detectarse diferencias de género significativas. Respecto al lugar de utilización de ordenador, el 96,4% lo ha hecho desde la vivienda.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

No obstante los chicos lo han hecho también desde el centro de trabajo (brecha -42,2), desde un centro público (brecha -31,3) y desde un cibercafé (brecha -86,2). Emergen diferencias de género respecto a las tareas relacionadas con la informática más avanzadas: realizar fórmulas simples (brecha -18,9), comprimir ficheros (brecha -13,2) y usar lenguaje de programación (brecha -80,7).

La totalidad de los y las encuestados/as ha **usado Internet** alguna vez, y prácticamente la mayoría lo ha usado en el último mes. Al analizar los datos sobre el lugar de uso, y si bien la mayoría se conecta desde la vivienda, observamos brechas de género significativas. Los chicos se conectan más desde el centro de trabajo (brecha -42,2) y desde un cibercentro (-85,1). El uso de dispositivo móvil para acceder a Internet es fundamentalmente masculino. La mayoría de chicos y chicas lo hace desde un teléfono móvil de banda ancha (26%), no obstante la brecha de género es significativa ya que frente al 41,9% de chicos sólo realiza este uso el 17,7% de chicas.

Respecto a **los usos de Internet**, el 99% usa el correo electrónico, pero mientras que los chicos optan por un tipo de usos, las chicas parecen preferir otros. Ellos, en mayor medida que ellas, realizan llamadas telefónicas a través de Internet (brecha -41,2), buscan información sobre bienes y servicios/información usada para comprar (brecha -27,2), sobre viajes y alojamiento (brecha -16,2), escuchan la radio y/o ven la televisión vía Internet (brecha -18,1), descargan software (excluido juegos) (brecha -23,7) y noticias/periódicos (brecha -25,7), información sobre temas de salud (brecha -16,37), banca electrónica (brecha -37,9) y venta de bienes y servicios (-75,7). Por su parte, ellas prefieren usar Internet para el envío de mensajes a chats/uso de mensajería instantánea (brecha 12,2), juegan y descargan juegos (brecha 12,5), buscan información sobre educación y cursos (brecha 10,9), realizan cursos vía Internet (brecha 46).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

El 58,9% de los jóvenes con estudios universitarios realiza **compras a través de Internet**. No obstante se detecta una brecha de género significativa (-31,7), ya que frente al 75,6% de chicos, sólo el 51,6% de chicas hace comercio electrónico. Respecto a los productos/servicios comprados por Internet, mientras que las chicas optan por películas/música (brecha 51,6), alojamiento y vacaciones (brecha 16,1), otros servicios para viajes (brecha 25,1) y entradas para espectáculos (brecha 20,4); los chicos prefieren comprar material deportivo/ropa (brecha -38,3), equipos informáticos (brecha -55,2), equipos electrónicos (brecha -35,4) y servicios de telecomunicaciones (brecha -60,2).

Servicio usado de Internet (jóvenes con estudios universitarios)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	100,0%	98,5%	99,0%	-1,5
telefonear a través de Internet	60,8%	35,8%	44,4%	-41,2
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	83,1%	94,7%	90,7%	12,2
buscar información sobre bienes y servicios	93,5%	85,5%	88,2%	-8,6
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	68,3%	49,7%	56,5%	-27,2
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	91,2%	84,9%	87,7%	-6,9
viajes y alojamiento	90,2%	75,6%	80,7%	-16,2
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	68,6%	56,1%	60,4%	-18,1
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	63,7%	59,2%	60,7%	-7,0
descargar software (excluido el de juegos)	73,7%	56,2%	62,2%	-23,7
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	70,6%	80,7%	77,2%	12,5
leer ó descargar noticias, periódicos,...	82,7%	61,5%	68,8%	-25,7
suscripción servicio de noticias	23,8%	23,9%	23,8%	0,4
búsqueda empleo	50,6%	47,7%	48,7%	-5,8
temas de salud	66,4%	55,6%	59,3%	-16,3
banca electrónica	60,4%	37,5%	45,4%	-37,9
ventas de bienes y servicios	13,6%	3,3%	6,9%	-75,7
información de educación y cursos	76,2%	85,5%	82,3%	10,9
realizar algún curso vía Internet	13,0%	24,1%	20,3%	46,0
Aprendizaje	80,3%	69,7%	73,3%	-13,2
páginas web Administración en últimos 3 meses	70,6%	57,3%	61,9%	-18,7

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Servicio usado de Internet (jóvenes con estudios universitarios)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
páginas web Administración en últimos 12 meses	75,1%	64,9%	68,4%	**-13,5**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	48,2%	34,1%	39,0%	**-29,3**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	63,3%	44,3%	50,8%	**-30,0**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	29,0%	29,0%	29,0%	**0,3**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	40,6%	38,8%	39,4%	**-4,5**

Entre los motivos que señalan para no realizar compras por Internet también observamos diferencias de género notables. Los chicos sugieren que no necesitan comprar en la red y que no disponen de los conocimientos necesarios para hacerlo. Las chicas, por su parte, arguyen que prefieren comprar en tiendas, que la entrega de productos es problemática, dudan de la seguridad en el pago, de los mecanismos de privacidad y del sistema de reclamaciones.

Motivos de no haber comprado por Internet, últ. 12 meses (jóvenes con estudios universitarios)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
no necesario	60,6%	52,8%	54,4%	**-12,9**
prefiere comprar en tienda	58,4%	68,1%	66,1%	**14,3**
difícil encontrar información	5,5%	0,0%	1,1%	**-100,0**
por falta de conocimientos	10,7%	7,6%	8,2%	**-28,7**
entrega productos problemática	5,5%	13,7%	12,0%	**60,2**
seguridad en el pago	27,6%	60,1%	53,4%	**54,0**
Privacidad	35,4%	59,8%	54,7%	**40,9**
confianza sobre reclamaciones	28,9%	46,6%	42,9%	**37,9**
no disponibilidad de tarjeta	10,7%	14,7%	13,9%	**27,7**
conexión lenta a Internet	0,0%	8,0%	6,4%	**100,0**
otras razones	9,6%	7,7%	8,1%	**-19,8**

SITUACIÓN LABORAL

Entre aquellos/as que trabajan, el 99,1% usa el teléfono móvil y el 93,4% ha usado el ordenador alguna vez y el 94,75 en el último mes. Respeto al lugar de utilización del

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

ordenador el 90,7% lo hace desde la vivienda y el 42,3% desde el centro de trabajo. No se observan diferencias de género significativas salvo que las chicas usan el ordenador desde otra vivienda de conocidos en mayor medida que los chicos (52,7% frente a 45,3%).

El 92,3% ha usado **Internet** alguna vez. Encontramos brechas de género significativas respecto al lugar de uso. Mientras que los chicos lo usan más desde la vivienda (brecha -10,2), las chicas también se conectan desde otra vivienda (brecha 12,1) y desde bibliotecas públicas (brecha 13,4). No hay diferencias de género respecto al uso de dispositivos móviles para el uso de Internet, aunque la mayoría utiliza un ordenador portátil wireless (41,2%) y el teléfono móvil de banda ancha (27,5%).

Respecto a los **usos de Internet**: el 92,4% usa el correo electrónico, el 78,2% envían mensajes a chats/mensajería instantánea, el 76,6% busca información sobre bienes y servicios y el 80,4% usa esa información para comprar por Internet. Las únicas brechas de género significativas se refieren a los usos relativos a viaje y alojamiento (brecha 19,5), suscripción a un servicio de noticias/periódicos (brecha 33,9) e información de educación y cursos (brecha 14). Así mismo, hay diferencias favorables a los chicos respecto a colgar contenidos propios en una página web (brecha -10,2) y leer o descargar noticias/periódicos (brecha -20,5).

El 42,3% de este colectivo realiza **compras a través de Internet** y el 31,2% comprado e el último mes. Las diferencias de género más significativas respecto a los productos/servicios comprados las encontramos en adquisición de material deportivo y ropa (brecha -29,9), equipo informático (brecha -61,8) y equipo electrónico (brecha -35,2). Por el contrario, las chicas optan en mayor medida por comprar productos/servicios relacionados con el alojamiento y las vacaciones (brecha 31,2) y otros servicios para viajes (brecha 33,2). Entre los motivos que aducen para no realizar

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

compras reconocen que no necesitan comprar o que prefieren hacerlo en tiendas. Las únicas diferencias significativas las encontramos en el hecho de que las chicas reconocen en mayor medida que los chicos que no compran por motivos de seguridad en el pago (brecha 14,4) y privacidad (brecha 17,9).

Servicio usado de Internet (jóvenes con empleo)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	93,6%	90,9%	92,4%	-2,9
telefonear a través de Internet	33,4%	34,2%	33,8%	2,3
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	77,4%	79,1%	78,2%	2,1
buscar información sobre bienes y servicios	76,7%	76,5%	76,6%	-0,2
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	54,7%	45,6%	50,6%	-16,7
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	81,6%	78,7%	80,4%	-3,6
viajes y alojamiento	56,1%	69,7%	62,3%	19,5
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	56,2%	52,6%	54,6%	-6,4
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	59,1%	53,0%	56,3%	-10,2
descargar software (excluido el de juegos)	61,4%	55,9%	58,9%	-8,8
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	81,0%	73,5%	77,6%	-9,3
leer ó descargar noticias, periódicos,...	62,3%	49,6%	56,5%	-20,5
suscripción servicio de noticias	11,5%	17,4%	13,8%	33,9
búsqueda empleo	40,4%	41,6%	40,9%	2,8
temas de salud	43,1%	47,5%	45,1%	9,4
banca electrónica	31,9%	33,2%	32,5%	4,0
ventas de bienes y servicios	9,9%	5,6%	7,9%	-43,1
información de educación y cursos	54,9%	63,9%	59,0%	14,0
realizar algún curso vía Internet	8,1%	14,3%	10,9%	43,5
aprendizaje	51,7%	54,1%	52,8%	4,4
páginas web Administración en últimos 3 meses	35,5%	32,7%	34,2%	-7,9
páginas web Administración en últimos 12 meses	42,6%	44,9%	43,6%	5,0
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	17,4%	22,1%	19,6%	21,2
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	27,6%	25,2%	26,5%	-8,7
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	10,7%	10,0%	10,4%	-6,6
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	15,9%	11,8%	14,0%	-25,7

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Entre el colectivo de aquellos/as que no trabajan, encontramos que el 97,5% usa **teléfono móvil** y el 97,5% ha utilizado **ordenador** alguna vez: el 96,5% lo utilizó en el último mes y el 78,2% con una frecuencia media de uso diaria. No hay diferencias de género significativas respecto al lugar de uso del ordenador (la mayoría, el 92,3%, lo hace desde la vivienda). Respecto a las tareas relacionadas con la informática chicos y chicas realizan tareas similares, y la única brecha (favorable a los chicos) se detecta respecto a usar lenguaje de programación (brecha -35,7).

Servicio usado de Internet (jóvenes sin empleo)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	90,0%	94,5%	92,3%	**4,7**
telefonear a través de Internet	33,7%	26,7%	30,2%	**-20,7**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	79,7%	84,1%	81,9%	**5,2**
buscar información sobre bienes y servicios	75,4%	72,8%	74,0%	**-3,5**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	43,3%	37,1%	40,2%	**-14,4**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	76,4%	69,6%	73,2%	**-8,9**
viajes y alojamiento	42,2%	52,3%	47,4%	**19,2**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	58,5%	44,8%	51,5%	**-23,6**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	53,6%	65,9%	59,9%	**18,5**
descargar software (excluido el de juegos)	64,9%	47,3%	55,9%	**-27,2**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	80,3%	76,8%	78,5%	**-4,4**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	62,8%	54,4%	58,5%	**-13,4**
suscripción servicio de noticias	11,6%	15,4%	13,4%	**24,9**
búsqueda empleo	30,3%	33,2%	31,8%	**8,9**
temas de salud	40,3%	46,3%	43,4%	**12,9**
banca electrónica	18,1%	17,1%	17,6%	**-5,6**
ventas de bienes y servicios	6,0%	2,2%	4,0%	**-63,3**
información de educación y cursos	57,9%	69,2%	63,7%	**16,2**
realizar algún curso vía Internet	9,6%	8,0%	8,8%	**-16,5**
aprendizaje	54,9%	63,3%	59,1%	**13,3**
páginas web Administración en últimos 3 meses	33,8%	35,8%	34,8%	**5,5**
páginas web Administración en últimos 12 meses	41,1%	46,0%	43,6%	**10,8**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	16,5%	18,6%	17,6%	**11,5**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes sin empleo)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	23,8%	26,3%	25,1%	**9,6**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	8,1%	12,6%	10,4%	**35,3**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	12,7%	16,2%	14,5%	**21,8**

El 96,7% ha usado **Internet** alguna vez (el último mes el 95,6%). El lugar de uso preferido por el 83% es la vivienda, seguida del centro de estudios (57,1%). El 92,35 usa el correo electrónico, respecto a otros **usos** se detectan diferencias de género significativas. Las chicas optan en mayor medida por usos relacionados con servicios/productos relacionados con viajes y alojamiento (brecha 19,2), colgar contenidos propios en una página web (brecha 18,5), temas de salud (brecha 12,9), información de educación y cursos (brecha 16,2) y aprendizaje (brecha 13,3). Ellos hacen más usos relacionados con escuchar radio y ver televisión vía Internet (brecha -23,6), descargas de software (excluidos juegos) (brecha -27,2) y leer o descargar periódicos/noticias (brecha -13,4).

Respecto al **comercio electrónico,** las hace el 40,9% de los chicos y el 28,6% de las chicas (brecha -30,2). Las únicas brechas significativas respecto a los servicios/productos adquiridos se refieren a la compra de software de juegos de ordenador (brecha -70, 5), por un lado; y compra de viajes y alojamiento (brecha 44,8), otros servicios para viajes (brecha 45,3) y entradas para espectáculos (brecha 32,9) Entre los motivos que arguyen para justificar el porqué no usan el comercio electrónico, las chicas mencionan motivos relacionados con que prefieren comprar en tiendas, es difícil encontrar información, falta de conocimientos sobre como hacerlo, problemas relacionados con la seguridad en el pago y la privacidad, y la falta de confianza en las reclamaciones.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Motivos de no haber comprado por Internet, últ. 12 meses (jóvenes sin empleo)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
no necesario	66,3%	66,0%	66,1%	**-0,4**
prefiere comprar en tienda	64,6%	72,8%	69,0%	**11,3**
difícil encontrar información	5,1%	8,6%	7,0%	**41,1**
por falta de conocimientos	12,0%	21,4%	17,1%	**43,8**
entrega productos problemática	25,2%	23,3%	24,2%	**-7,5**
seguridad en el pago	40,3%	53,4%	47,3%	**24,6**
privacidad	41,4%	50,4%	46,2%	**17,9**
confianza sobre reclamaciones	35,9%	45,1%	40,9%	**20,5**
no disponibilidad de tarjeta	23,6%	24,7%	24,2%	**4,1**
conexión lenta a Internet	5,8%	4,7%	5,2%	**-19,3**
otras razones	12,3%	11,5%	11,9%	**-6,5**

HÁBITAT

El 97,7% de los chicos y chicas que viven en el hábitat rural usa el **teléfono móvil**. El 95,2% ha usado alguna vez el **ordenador** y el 95% lo ha hecho en el último mes, siendo para el 72,1% la frecuencia de uso diaria. Respecto al lugar de utilización del ordenador, el 90,2% de las chicas y el 88,1% de los chicos utilizan el ordenador desde la vivienda; si bien más chicas que chicos se conectan desde un centro público (brecha 24) y la vivienda de conocidos (brecha 10). No se detectan diferencias de género respecto a las habilidades informáticas y la única brecha significativa (favorable a los chicos) la encontramos a la hora de usar lenguaje de programación (brecha -33,8).

Respecto a **Internet**, el 94% asegura haberlo usado alguna vez y el 92,3% se ha conectado en el último mes, el 66,4% con una frecuencia diaria. La mayoría lo usa desde la vivienda (72,6%). No obstante, observamos una brecha significativa (-11,5) ya que frente al 77% de chicos sólo se conecta desde la vivienda el 68,15 de chicas. Ellas, por su parte, optan en mayor medida por conectarse a la red desde el centro de estudios (brecha 15,1) o desde otra vivienda (brecha 13,1).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Lugar de uso de Internet, últimos 3 meses (jóvenes de hábitat rural)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
vivienda	77,0%	68,1%	72,6%	**-11,5**
centro de trabajo	15,7%	19,6%	17,6%	**20,0**
centro de estudios	41,9%	49,4%	45,6%	**15,1**
otra vivienda	42,5%	49,0%	45,7%	**13,1**
biblioteca pública	19,6%	26,5%	23,0%	**25,9**
oficina postal	0,0%	0,7%	0,3%	**100,0**
ayuntamiento o centro público AAPP	8,0%	4,9%	6,4%	**-38,9**
asociación o centro cívico	3,8%	2,6%	3,2%	**-32,7**
cibercentro	12,6%	15,2%	13,9%	**16,7**
hotspot	10,8%	14,6%	12,6%	**26,1**
otro lugar	5,3%	5,4%	5,3%	**2,1**

La mayoría usa el ordenador portátil wireless (35,7%), seguido de teléfono móvil de banda ancha (19,2%), como dispositivo móvil para acceso a Internet. También la mayoría, en concreto el 81,9%, usa el correo electrónico.

Servicio usado de Internet (jóvenes de hábitat rural)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	88,7%	89,5%	89,1%	**0,9**
telefonear a través de Internet	31,9%	22,9%	27,5%	**-28,4**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	75,8%	74,6%	75,3%	**-1,6**
buscar información sobre bienes y servicios	74,5%	71,6%	73,0%	**-3,8**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	39,7%	40,4%	40,0%	**1,5**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	70,6%	67,4%	69,0%	**-4,5**
viajes y alojamiento	30,5%	46,6%	38,4%	**34,7**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	62,0%	48,8%	55,5%	**-21,2**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	55,5%	57,5%	56,5%	**3,6**
descargar software (excluido el de juegos)	58,1%	42,5%	50,5%	**-26,9**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	76,6%	68,1%	72,4%	**-11,1**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	59,8%	48,3%	54,2%	**-19,2**
suscripción servicio de noticias	16,4%	17,3%	16,8%	**5,1**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes de hábitat rural)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
búsqueda empleo	28,6%	33,3%	30,9%	**14,1**
temas de salud	37,8%	51,7%	44,6%	**26,9**
banca electrónica	12,7%	12,9%	12,8%	**1,1**
ventas de bienes y servicios	4,1%	4,8%	4,5%	**14,1**
información de educación y cursos	58,1%	67,6%	62,8%	**14,1**
realizar algún curso vía Internet	6,7%	11,8%	9,2%	**43,2**
aprendizaje	51,7%	55,2%	53,4%	**6,4**
páginas web Administración en últimos 3 meses	31,4%	32,9%	32,2%	**4,6**
páginas web Administración en últimos 12 meses	35,4%	47,3%	41,3%	**25,1**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	14,9%	16,2%	15,6%	**8,2**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	22,0%	21,7%	21,8%	**-1,3**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	6,7%	10,2%	8,4%	**34,0**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	10,9%	13,9%	12,4%	**21,3**

Se observan diferencias de género significativas respecto a usos como telefonear a través de Internet (brecha -28,4), escuchar radio y/o ver televisión vía Internet (brecha -21,2), descargar software (excluido el de juegos) (brecha -26,9) y jugar o descargar juegos/imágenes (-19,2). Por otra parte, la brecha es favorable a las chicas en usos como: búsqueda de información sobre viajes y alojamiento (34,7), temas de salud (26,9), información de educación y cursos (14,1), y páginas web de la administración (25,1).

El 32,1% realizan **compras a través de Internet**. Pero mas chicos que chicas, el 34,7% frente al 29,4% usa este servicio (brecha -15,2). Respecto a los productos adquiridos a través del comercio electrónico, las chicas optan en mayor medida que los chicos por adquirir películas/música (brecha 68,2), libros/periódicos (brecha 50,8), material deportivo/ropa (brecha 19,4), alojamiento y vacaciones (brecha 23,4) y otros servicios para viajes (brecha 46,7). Los chicos, por su parte, prefieren comprar software de juegos de ordenador (brecha -85) y equipo informático (brecha -50,5%).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Entre los motivos que les llevan a no realizar compras por Internet, la mayoría coincide en que o bien no necesitan este servicio (69%). Las chicas también aseguran, en mayor medida que los chicos, que prefieren comprar en tienda (75,1% y 63,5% respectivamente), que la entrega de productos es problemática y que además no tienen seguridad en el pago, en la privacidad y en las reclamaciones.

Motivos de no haber comprado por Internet, últ. 12 meses (jóvenes de hábitat rural)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
no necesario	68,4%	69,5%	69,0%	**1,6**
prefiere comprar en tienda	63,5%	75,1%	69,1%	**15,4**
difícil encontrar información	4,4%	7,7%	6,0%	**43,5**
por falta de conocimientos	13,9%	20,9%	17,3%	**33,7**
entrega productos problemática	18,3%	26,4%	22,2%	**30,8**
seguridad en el pago	41,5%	61,1%	51,0%	**32,0**
privacidad	40,5%	64,0%	51,9%	**36,7**
confianza sobre reclamaciones	36,5%	48,6%	42,4%	**24,9**
no disponibilidad de tarjeta	21,4%	25,1%	23,2%	**14,7**
conexión lenta a Internet	9,3%	6,7%	8,0%	**-27,4**
otras razones	12,8%	13,2%	13,0%	**2,6**

Los datos relativos al hábitat urbano muestran que el 97,7% de los chicos y chicas usan el **teléfono móvil**. El 96,4% ha utilizado alguna vez el **ordenador**, el 96,7% lo ha hecho en el último mes y la frecuencia media de uso de ordenador (últimos tres meses) es diaria para el 80,9%. Respecto al lugar de utilización del ordenador, el 93,5% lo usa desde la vivienda. En el caso de las chicas en mayor medida que los chicos (48,8% y 43,8% respectivamente) también se usa desde el centro de estudios; mientras que los chicos optan en mayor medida por la vivienda de conocidos (50,2% frente a 44,6%). Respecto a las tareas relacionadas con la informática realizadas, no hay diferencias de género significativas salvo en el caso de comprimir ficheros (brecha -12,4) y usar lenguaje de programación (brecha -41,5).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

El 95,6% ha usado alguna vez **Internet**. El 96,2% se ha conectado en el último mes y para el 77,8% la frecuencia de uso (últimos tres meses) ha sido diaria. El lugar de uso de Internet (en los últimos tres meses) ha sido la vivienda para el 89%, detectándose una brecha de género significativa (favorable a las chicas) en el caso de conexión desde el centro de estudios (43%) desde donde navegan el 46,5% de chicas y el 40% de chicos.

El 36,7% usa el ordenador portátil wireless como dispositivo móvil para acceso a Internet y el 20,9% el teléfono móvil con conexión de banda ancha. No obstante, se detectan brechas de género significativas en tanto en cuanto los chicos se conectan a través de estos dispositivos móviles en mayor medida que las chicas: brecha -18,2 y -42,2 respectivamente.

El correo electrónico es usado por el 94,5% de los chicos y chicas. Las diferencias de género favorables a los chicos se observan en **usos de Internet** como búsqueda de información sobre bienes y servicios para comprar, búsqueda de información sobre bienes y servicios para comprar por Internet, escuchar radio y/o ver televisión vía Internet, descargar software (excluido juegos), leer o descargar noticias/periódicos y temas de salud. Las chicas realizan dos tipos de usos en mayor medida que los chicos: colgar contenidos propios (textos, fotos, etc.) en una página web y buscar información sobre educación y cursos.

Servicio usado de Internet (jóvenes de hábitat urbano)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	94,3%	94,7%	94,5%	**0,4**
telefonear a través de Internet	35,1%	30,0%	32,6%	**-14,5**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	80,5%	86,2%	83,3%	**6,7**
buscar información sobre bienes y servicios	76,4%	75,0%	75,7%	**-1,8**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes de hábitat urbano)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	51,8%	39,1%	45,6%	**-24,6**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	82,3%	71,0%	77,6%	**-13,7**
viajes y alojamiento	60,4%	62,0%	61,2%	**2,7**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	58,9%	46,5%	52,8%	**-21,0**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	57,7%	65,9%	61,7%	**12,4**
descargar software (excluido el de juegos)	68,4%	51,6%	60,1%	**-24,5**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	84,1%	77,5%	80,8%	**-7,9**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	66,4%	54,0%	60,3%	**-18,6**
suscripción servicio de noticias	8,0%	13,7%	10,5%	**41,6**
búsqueda empleo	41,5%	37,9%	39,8%	**-8,6**
temas de salud	48,5%	41,4%	45,0%	**-14,8**
banca electrónica	30,9%	26,4%	28,7%	**-14,7**
ventas de bienes y servicios	8,7%	1,9%	5,4%	**-78,6**
información de educación y cursos	57,2%	67,0%	62,0%	**14,7**
realizar algún curso vía Internet	9,7%	8,6%	9,2%	**-10,8**
aprendizaje	60,6%	61,9%	61,2%	**2,1**
páginas web Administración en últimos 3 meses	38,4%	32,5%	35,5%	**-15,3**
páginas web Administración en últimos 12 meses	47,5%	43,2%	45,4%	**-9,1**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	20,1%	19,9%	20,0%	**-0,9**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	28,8%	25,9%	27,4%	**-9,9**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	9,9%	10,4%	10,1%	**5,0**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	15,2%	13,8%	14,5%	**-9,0**

Encontramos una brecha de género significativa respecto a uso del **correo electrónico**, que los usa el 39,9% de los y las jóvenes encuestados. Frente al 45,9% de chicos realiza compras por Internet el 33,7% de las chicas (brecha -26,6). El 31,4% ha comprado en Internet en los últimos 3 y 12 meses. Respecto a los **productos/servicios comprados** en Internet (en los últimos 12 meses) encontramos diferencias de género significativas: 1) favorables a los chicos respecto a la adquisición de material deportivo y ropa, software de juegos de ordenador; y favorables a las chicas respecto a búsqueda de información sobre alojamiento y vacaciones, y otros servicios para viajes.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Productos/servicios comprados en Internet, últimos 12 meses (jóvenes de hábitat urbano)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
alimentación	2,3%	5,3%	3,6%	**55,6**
bienes hogar	6,0%	8,3%	7,0%	**27,3**
medicamentos	0,0%	0,0%	0,0%	**0,0**
películas, música	13,9%	10,8%	12,6%	**-22,4**
libros, periódicos...	15,3%	15,9%	15,6%	**3,4**
material deportivo, ropa	31,8%	20,6%	27,2%	**-35,3**
software de juegos de ordenador	16,0%	8,6%	13,0%	**-46,5**
otro software de ordenador	9,9%	11,2%	10,4%	**12,2**
equipo informático	14,2%	6,2%	10,9%	**-56,6**
equipo electrónico	20,6%	16,7%	19,0%	**-18,6**
servicios de telecomunicaciones	10,6%	4,5%	8,1%	**-57,5**
acciones, seguros	1,6%	4,6%	2,8%	**65,4**
alojamiento vacaciones	32,6%	50,6%	40,0%	**35,6**
otros servicios para viajes	39,2%	57,7%	46,9%	**32,0**
entradas para espectáculos	28,2%	26,6%	27,5%	**-5,8**
otros productos o servicios	15,8%	11,7%	14,1%	**-25,8**

El preferir comprar en tienda o el no necesitar hacer uso de este servicio son los motivos reconocidos por el 73,3% y el 63,3% para no usar el comercio electrónico. La única brecha de género significativa la encontramos en el hecho de los chicos, en mayor medida que las chicas (28,4% y 19,4% respectivamente, brecha -31,5), reconocen no realizar compras en Internet porque perciben que la entrega de productos puede ser problemática.

IT HOGAR

De acuerdo con investigaciones previas el nivel de equipamiento de los hogares españoles (televisores, vídeo, reproductores de Vídeo/DVD, cámaras digitales, consolas de vídeo juegos, etc.), y del que disfrutan los y las jóvenes, es elevado y muy

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

similar al del resto de los países de la Unión Europea (Garitaonandia, 2010). Si bien la mayoría de los hogares españoles podrían definirse como "avanzados", de acuerdo con el nivel de infraestructura tecnológica de los hogares hemos construido cuatro variables representativas del grado de intensidad TIC (IT) de los hogares en los que residen los y las encuestados/as: Hogares tipo 1 o tradicionales, Hogares tipo 2 o IT media, Hogares tipo 3 o IT alta y Hogares tipo 4 o avanzados.[4] No obstante, sólo presentamos el análisis para los hogares de tipo 2, 3 y 4. La muestra de los hogares tipo 1 o tradicionales es pequeña y todavía se reduce más al considerar aquellos donde vive gente joven. Así, no sólo no hay casos de mujeres jóvenes que vivan en este tipo de hogares sino que además es muy pequeño el número de hombres jóvenes que encontramos.

En los hogares con IT media, frente al 100% de chicos que usa el **teléfono móvil** sólo lo hace el 83% de chicas. Se observa una brecha de género significativa (14,6) favorable a las chicas respecto a la utilización del **ordenador**: ha usado el ordenador alguna vez el 84,5% frente al 72,2%. Por el contrario las brechas son favorables a los chicos respecto a la última vez que se utilizó el ordenador (brecha -13,7) y la frecuencia media de uso de ordenador (últimos tres meses), en este caso para la mayoría es todas las semanas (brecha -37,9).

El 47,3% y el 45,3% ha utilizado el ordenador (últimos tres meses) desde el cibercafé y otra vivienda de conocidos. No obstante, las diferencias de género se observan al analizar los datos relativos a la utilización de Internet desde un centro público, desde lo usan un 44,25 de chicas frente a un 26,6% de chicos (brecha 39,8).

[4] Más detalles sobre la dotación tecnológica de los cuatro tipos de hogares en J. Martín. y J. L. Martínez (2010) "Las brechas digitales de género en cifras: Descripción de la e-inclusión en España" (pp. 13-52), en C. Castaño, J. Martín, S. Vázquez y J. L. Martínez, La brecha digital de género: Amantes y Distantes. Tipografía Católica SCA, Madrid.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Los chicos realizan tareas como copiar o mover ficheros (brecha -12,1), comprimir ficheros (-32,4) y manejan programas que suponen el trasvase de información (-13,7). Por su parte, además de tareas sencillas (usar fórmulas simples: brecha 50,3), las chicas también realizan tareas de mayor complejidad: usar lenguaje de programación (brecha 45,1) y conectar/instalar dispositivos (brecha 15,8).

Tareas relacionadas con la informática realizadas (jóvenes en hogares de IT media)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
copiar o mover ficheros	75,1%	66,0%	70,7%	**-12,1**
usar copiar/cortar y pegar	75,1%	73,9%	74,5%	**-1,7**
usar fórmulas simples	10,8%	21,6%	16,1%	**50,3**
comprimir ficheros	34,1%	23,1%	28,7%	**-32,4**
conectar/instalar dispositivos	36,4%	43,3%	39,8%	**15,8**
usar lenguaje programación	16,9%	30,8%	23,7%	**45,1**
manejo programas de trasvase de información entre dispositivos	65,6%	56,6%	61,2%	**-13,7**

El 74,5% ha usado **Internet** alguna vez y la última vez que se conecto el 78,4% fue el último mes, detectándose una brecha de género significativa (-19,4): el 86,1% de chicos y el 69,4% de chicas. El 55,9% de los chicos y el 33,7% de las chicas se conectan con una frecuencia de uso semanal (brecha -39,7). Respecto al lugar de uso de Internet (últimos tres meses), la mayoría se conecta desde otra vivienda (46%) y desde un cibercentro (40,3%). Las diferencias de género son notables, y favorables a las chicas, en el caso de conexiones realizadas desde otra vivienda (brecha 13,5), una biblioteca pública (brecha 78,8) y un ayuntamiento o centro público (brecha 46,4).

El 18,8% usa el ordenador portátil wireless como dispositivo para conectarse a Internet, detectándose una brecha de 74,7: el 34,1% de chicas frente al 8,6% de chicos.

Respecto a los usos de Internet, las chicas optan en mayor medida por usar el correo electrónico (brecha 14,4), telefonear a través de Internet (brecha 46,2), envío de

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

mensajes a chats/uso de mensajería instantánea (brecha 28,7), buscar información sobre bienes y servicios para comprar (brecha 49,1), temas de salud (brecha 96,2) y aprendizaje (brecha 14,6).

Servicio usado de Internet (jóvenes en hogares de IT media)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	56,7%	64,7%	59,9%	**12,4**
telefonear a través de Internet	25,2%	46,8%	33,8%	**46,2**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	43,4%	60,8%	50,4%	**28,7**
buscar información sobre bienes y servicios	45,7%	29,1%	39,1%	**-36,4**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	26,1%	51,2%	33,6%	**49,1**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	100,0%	81,4%	91,6%	**-18,6**
viajes y alojamiento	44,2%	29,5%	38,3%	**-33,2**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	38,9%	36,0%	37,7%	**-7,5**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	38,7%	22,8%	32,3%	**-40,9**
descargar software (excluido el de juegos)	38,0%	34,9%	36,8%	**-8,0**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	48,5%	52,6%	50,1%	**7,7**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	35,0%	39,8%	36,9%	**12,1**
suscripción servicio de noticias	,0%	31,3%	13,5%	**100,0**
búsqueda empleo	65,3%	44,3%	56,9%	**-32,2**
temas de salud	1,5%	38,3%	16,2%	**96,2**
banca electrónica	18,2%	3,7%	12,4%	**-79,7**
ventas de bienes y servicios	0,0%	0,0%	0,0%	**0,0**
información de educación y cursos	46,9%	39,6%	44,0%	**-15,4**
realizar algún curso vía Internet	3,0%	,0%	1,8%	**-100,0**
aprendizaje	48,9%	57,2%	52,2%	**14,6**
páginas web Administración en últimos 3 meses	26,2%	24,4%	25,5%	**-7,0**
páginas web Administración en últimos 12 meses	27,7%	24,4%	26,4%	**-11,9**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	7,4%	12,1%	9,3%	**38,9**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	7,4%	12,1%	9,3%	**38,9**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	15,2%	8,4%	12,5%	**-44,4**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	15,2%	8,4%	12,5%	**-44,4**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Por su parte los chicos, en mayor medida que las chicas, optan por buscar información sobre bienes y servicios (brecha -36,4), información sobre viajes y alojamiento (brecha -33,2), colgar contenidos propios en una página web (brecha -40,9), búsqueda de empleo (brecha -32,2), banca electrónica (brecha -79,7) e información de educación y cursos (brecha -15,4).

El 18,6% realiza **compras a través de Internet**, pero frente al 27,2% de chicas sólo el 11,2% de chicos utiliza este servicio (brecha 58,8). Sólo encontramos brechas de género significativas respecto a dos productos/servicios comprados en Internet (últimos 12 meses): equipo electrónico (el 62,1% de los chicos y el 69,5% de las chicas) y alojamiento/vacaciones (el 62,1% de chicos y el 30,5% de chicos). Respecto a los motivos por los que no usan Internet, el 69,3% y el 66,6% aluden, respectivamente, a que prefieren comprar en tienda y no lo necesitan. Las chicas en mayor medida que los chicos aluden a esos motivos (brecha 28,2 y 13,5 respectivamente), así como a motivos relacionados con la falta de conocimientos (brecha 55,1), problemas relacionados con la entrega de los productos (brecha 80), seguridad en el pago (brecha 40,2), privacidad (brecha 37,3) y reclamaciones (brecha 71,7).

En los hogares con IT alta el 95,2% usa el **teléfono móvil**. Respecto al **ordenador**, el 84,3% lo utilizado alguna vez y la última vez que lo utilizó el 83,8% fue la última semana. Observamos una brecha de género significativa en la frecuencia de uso (últimos tres meses) (-30,7), ya que mientras que usa el ordenador todas las semanas el 50,2% de los chicos sólo lo hace el 34,8% de las chicas. El lugar de utilización del ordenador (últimos 3 meses) es, para la mayoría, otra vivienda de conocidos (60,2%) y la vivienda propia (59,1%). No obstante, al analizar los datos encontramos diferencias significativas respecto al lugar de utilización de ordenador de chicos y chicas. De hecho, salvo en el caso de utilización en el cibercafé, dónde los chicos lo usan más que las chicas (brecha -19,5), en la vivienda (brecha 14,8), el centro de trabajo (brecha

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

54,1), el centro de estudios (brecha 38,2), otra vivienda de conocidos (brecha 12,9) y un centro público (brecha 55,9) las chicas lo utilizan en mayor medida que los chicos.

Lugar de uso de ordenador, últimos 3 meses (jóvenes en hogares de IT alta)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
vivienda	77,0%	68,1%	72,6%	**-11,5**
centro de trabajo	15,7%	19,6%	17,6%	**20,0**
centro de estudios	41,9%	49,4%	45,6%	**15,1**
otra vivienda de conocidos	42,5%	49,0%	45,7%	**13,1**
centro público	19,6%	26,5%	23,0%	**25,9**
cibercafé	12,6%	15,2%	13,9%	**16,7**
otro lugar	5,3%	5,4%	5,3%	**2,1**

Sólo se observan diferencias entre chicos y chicas, favorables a las segundas, en tres tareas relacionadas con la informática: copiar ó mover ficheros (el 69,8% frente al 88,2%), usar copiar/cortar y pegar (el 77,95 frente al 89,2%) y conectar/instalar dispositivos (el 60,6% frente al 67,4%).

El 79,5% ha usado **Internet** alguna vez, peo hay diferencias de género: lo ha usado el 75,2% de chicos frente al 84,2% de chicas (brecha 10,7). El 74,9% usó Internet por última vez durante el último mes y la frecuencia de uso (último tres meses) del 41,8% ha sido todas las semanas. La mayoría, el 56,5%, se conecta desde otra vivienda. No obstante, mientras que los chicos optan en mayor medida por conectarse desde un cibercentro (brecha -18,9), las chicas usan Internet más que los chicos desde centros de estudios (brecha 41,9) y bibliotecas públicas (brecha 71,1)

El 22,2% usa el ordenador portátil wireless como dispositivo móvil para acceso a Internet, mientras que el 12,9% y el 6,8% usan otro teléfono móvil y el ordenador de mano respectivamente.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Respecto a los usos de Internet, la mayoría usa el correo electrónico (70%) y buscar información para bienes y servicios para comprar en Internet (65,3%). Hay diferencias de género significativas respecto al uso de servicios de Internet como telefonear a través Internet (brecha -40,4%), y buscar información para bienes y servicios para comprar en Internet (brecha - 10,9). Mientras que, en mayor medida que los chicos, las chicas usan los siguientes servicios: correo electrónico, búsqueda de información sobre viajes y alojamiento, sobre temas de salud, sobre educación y cursos, sobre cuestiones relacionadas con el aprendizaje, uso de páginas web de la administración (últimos 3 meses y últimos 12 meses) y descarga de formularios oficiales (últimos 3 meses).

Servicio usado de Internet (jóvenes en hogares de IT alta)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	61,4%	78,1%	70,0%	**21,4**
telefonear a través de Internet	27,6%	16,4%	21,9%	**-40,4**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	68,4%	62,1%	65,2%	**-9,1**
buscar información sobre bienes y servicios	56,5%	61,4%	59,0%	**7,9**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	24,3%	16,2%	20,0%	**-33,4**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	68,5%	61,1%	65,3%	**-10,9**
viajes y alojamiento	25,6%	42,1%	34,1%	**39,3**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	29,1%	29,5%	29,3%	**1,3**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	34,8%	35,7%	35,2%	**2,6**
descargar software (excluido el de juegos)	37,0%	35,9%	36,4%	**-3,1**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	64,6%	61,7%	63,1%	**-4,5**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	36,8%	38,9%	37,9%	**5,5**
suscripción servicio de noticias	12,2%	20,8%	16,7%	**41,4**
búsqueda empleo	28,8%	31,5%	30,2%	**8,8**
temas de salud	18,1%	46,5%	32,6%	**61,0**
banca electrónica	9,1%	3,2%	6,1%	**-64,6**
ventas de bienes y servicios	3,2%	1,7%	2,4%	**-46,3**
información de educación y cursos	36,8%	55,2%	46,2%	**33,3**
realizar algún curso vía Internet	8,7%	5,8%	7,3%	**-33,3**
aprendizaje	25,0%	42,9%	34,2%	**41,8**
páginas web Administración en últimos 3 meses	13,4%	23,5%	18,6%	**42,9**
páginas web Administración en últimos 12 meses	16,8%	40,0%	28,7%	**58,0**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes en hogares de IT alta)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	3,4%	15,6%	9,6%	**78,4**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	6,0%	19,9%	13,1%	**69,8**
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	0,8%	4,0%	2,4%	**79,8**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	3,3%	10,9%	7,2%	**70,0**

El **comercio electrónico** lo usa el 14,4% y el 28,4% compró a través de Internet por última vez hace 1 y/o 3 meses. Respecto a los productos comprados (últimos 12 meses), los chicos optan en mayor medida que las chicas por comprar material deportivo/ropa y servicios de telecomunicaciones. Por su parte, entre los productos/servicios adquiridos por la chicas más que por chicos encontramos: libros/periódicos, alojamiento/vacaciones, otros servicios comprados en Internet/otros servicios para viajes, y entradas para espectáculos.

Productos/servicios comprados en Internet, últimos 12 meses (jóvenes en hogares de IT alta)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
Alimentación	0,0%	0,0%	0,0%	**0,0**
bienes hogar	5,2%	0,0%	2,4%	**-100,0**
Medicamentos	0,0%	0,0%	0,0%	**0,0**
películas, música	6,2%	5,0%	5,5%	**-18,3**
libros, periódicos...	14,1%	28,4%	21,8%	**50,3**
material deportivo, ropa	42,5%	10,8%	25,5%	**-74,5**
software de juegos de ordenador	5,2%	0,0%	2,4%	**-100,0**
otro software de ordenador	0,0%	5,0%	2,7%	**100,0**
equipo informático	4,9%	5,3%	5,1%	**6,7**
equipo electrónico	0,0%	5,0%	2,7%	**100,0**
servicios de telecomunicaciones	17,6%	5,0%	10,8%	**-71,5**
acciones, seguros	0,0%	0,0%	0,0%	**0,0**
alojamiento vacaciones	24,5%	40,0%	32,8%	**38,8**
otros servicios para viajes	18,4%	60,5%	41,1%	**69,6**
entradas para espectáculos	13,2%	22,7%	18,3%	**41,7**
otros productos o servicios	45,0%	7,2%	24,6%	**-84,1**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

El 67,4% reconoce que el principal motivos de no haber comprado por Internet (últimos 12 meses) es que no les resulta necesario. Respecto a estos motivos, encontramos brechas de género significativas (favorables a las chicas) en los siguientes motivos mencionados: prefiere comprar en tienda (brecha 15), sugieren que la entrega productos puede ser problemática (36,8), no tienen seguridad en el pago (21,5), problemas relacionados con la privacidad (28,5) y falta de confianza en las reclamaciones (20,1).

En los hogares avanzados, la mayoría de acuerdo con los datos, el 98,8% usa el **teléfono móvil**. El 98,8% ha utilizado alguna vez el **ordenador**, el 98,1% lo ha utilizado en el último mes y el 84,4% con una frecuencia media (últimos tres meses) diaria. El lugar de utilización del ordenador (últimos tres meses) es para el 98,4% la vivienda, seguido del centro de estudios (49,7%) y de otra vivienda de personas conocidas (47%). Respecto a las tareas relacionadas con la informática, sólo se detecta una brecha de género significativa (favorable a los chicos) en el caso de tareas relacionadas con usar lenguaje de programación: realizada por el 30,6% de chicos y el % de chicas y el 18,5% (brecha -39,1).

El 98,7% se ha conectado a **Internet** alguna vez. El 97,9% lo usó en el último mes y la frecuencia de uso (últimos tres meses) para el 80.8% es diaria. Respecto al lugar de conexión de Internet (últimos 3 meses), el 94,1% lo hizo desde la vivienda. No se observan diferencias de género significativas respecto a otros lugares de uso salvo por el hecho de que las chicas se conectan más que los chicos desde el centro de estudios: 50,5% y 44,1% respectivamente (brecha 12,8) El dispositivo móvil para acceso a Internet más utilizado, por el 39,1%, es el ordenador portátil wireless seguido del teléfono móvil con banda ancha (20,8%).

El 95,9% utiliza el correo electrónico. No obstante encontramos diferencias de género significativas respecto a diversos tipos de servicios usados de Internet. La brecha es

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

favorable a las chicas en los siguientes usos: información sobre viajes y alojamiento (brecha 17,1), colgar contenidos propios (textos, fotos, etc.) en una página web (brecha 11,1) e información de educación y cursos (brecha 14,4). La brecha es favorable a los chicos en usos como buscar información sobre bienes/servicios y usarla para comprar (brecha -15,4), escuchar radios y/o ver televisión vía Internet (brecha -19,4), descargar software (excluido el de juegos) (brecha -22,9) y leer ó descargar noticias/periódicos (brecha -17.3).

Servicio usado de Internet (jóvenes en hogares tecnológicamente avanzados)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
correo electrónico	95,8%	95,9%	95,9%	**0,0**
telefonear a través de Internet	34,6%	30,4%	32,5%	**-12,3**
envío de mensajes a chats, uso de mensajería instantánea	81,2%	85,5%	83,4%	**5,0**
buscar información sobre bienes y servicios	79,0%	76,4%	77,7%	**-3,2**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. usada para comprar	49,9%	42,2%	46,2%	**-15,4**
buscar inf. sobre b. y s.: inf. para comprar por Internet	78,8%	73,4%	76,4%	**-6,9**
viajes y alojamiento	50,0%	60,3%	55,1%	**17,1**
escuchar radios y/o ver TV vía Internet	61,7%	49,7%	55,8%	**-19,4**
colgar contenidos propios (texto, fotos,...) en una página web	58,7%	66,0%	62,2%	**11,1**
descargar software (excluido el de juegos)	67,6%	52,1%	60,0%	**-22,9**
jugar ó descargar juegos, imágenes,...	83,4%	78,0%	80,7%	**-6,4**
leer ó descargar noticias, periódicos,...	66,4%	54,9%	60,8%	**-17,3**
suscripción servicio de noticias	11,7%	15,3%	13,3%	**23,7**
búsqueda empleo	33,7%	36,2%	34,9%	**7,0**
temas de salud	45,3%	46,9%	46,1%	**3,4**
banca electrónica	24,9%	25,0%	25,0%	**0,1**
ventas de bienes y servicios	8,1%	3,5%	5,9%	**-56,4**
información de educación y cursos	59,6%	69,6%	64,5%	**14,4**
realizar algún curso vía Internet	9,3%	10,7%	10,0%	**13,5**
aprendizaje	57,2%	62,7%	59,9%	**8,8**
páginas web Administración en últimos 3 meses	37,2%	36,5%	36,8%	**-1,9**
páginas web Administración en últimos 12 meses	45,0%	46,8%	45,9%	**3,8**
descargar formularios oficiales en últimos 3 meses	18,7%	20,4%	19,6%	**8,3**
descargar formularios oficiales en últimos 12 meses	28,0%	27,0%	27,5%	**-3,5**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Servicio usado de Internet (jóvenes en hogares tecnológicamente avanzados)	Hombres	Mujeres	Total	Brecha
enviar formularios cumplimentados en últimos 3 meses	9,9%	12,8%	11,3%	**23,0**
enviar formularios cumplimentados en últimos 12 meses	15,1%	15,5%	15,3%	**2,5**

Respecto a las **compras a través de Internet** encontramos una brecha de género significativa ya que frente al 46,1% de chicos solo el 35,7% de chicas utiliza este servicio (brecha -22,5). Mientras que los chicos realizan compran software de juegos de ordenador (brecha -62,1) y equipo informático (brecha -49,6), las chicas optan por productos/servicios relacionados con alojamiento/vacaciones (brecha 39,9) y otros servicios de viajes (brecha 39,5). Todos y todas coinciden en decir que si no usan más el e-comercio es porque no lo necesitan (64,2%) o prefieren comprar en tiendas (71,9%). Pero además las chicas también ponen el énfasis en problemas de seguridad en el pago (brecha 18,3) y privacidad (brecha 14,2).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

4. El uso de las TIC entre jóvenes de 3º de ESO. La brecha digital de género entre los/as e-usuarios/as más jóvenes: estudio de caso

4.1. Diseño de la encuesta

La información obtenida mediante las fases anteriormente descritas, estudio bibliográfico y análisis de datos secundarios, sirvió para desarrollar la siguiente fase de la investigación, el diseño y realización de un trabajo de campo propio, capaz de suministrar información nueva, de calidad y recogida de forma directa de entre los jóvenes españoles.

El ámbito y alcance presupuestario del proyecto hacían inviables platearse un estudio cuantitativo con vocación de abarcar una muestra representativa de la totalidad de la juventud española. Por ello, planteamos el trabajo como un estudio de casos, eso sí, con la suficiente amplitud, diversidad y cobertura como para permitir recoger un importante volumen de información.

En las páginas que siguen se describe el procedimiento seguido, desde el diseño del cuestionario, hasta el informe de campo correspondiente a la campaña de encuestación desarrollada.

Aunque se ofrece impreso a continuación, en el formato original que fue manejado por los jóvenes participantes en el estudio, también puede accederse a la aplicación informática del cuestionario en la dirección electrónica siguiente:

http://www.colpolsoc.org/Q/e-igualdad/e_igualdad.htm

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Este cuestionario debe ser cumplimentado por jóvenes estudiantes de 3º ESO de Centros Públicos. El objeto de este estudio es conocer el uso de las técnologías de la información que hacen los jóvenes.

Ilustre Colegio Nacional de Doctores y Licenciados
en Ciencias Políticas y Sociología

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE IGUALDAD · SECRETARÍA GENERAL DE POLÍTICAS DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

centro e-igualdad .net

Powered by snap

Reset Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

INSTRUCCIONES:
1) El cuestionario tiene 30 preguntas a las que debes contestar.
2) Si tienes alguna duda levanta la mano, enseguida te atenderemos
3) Al final, debes pulsar el botón SUBMIT y no tocar ningún otro botón
4) Espera en tu sitio a que terminen el resto de opinantes

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Datos básicos de la persona que rellena el cuestionario:

Q6 **Sexo** ○ *Masculino* ○ *Femenino*

Q7 **Años** [ ]

Q8 **Curso** [ ]

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Bloque A. ACCESO E INTENSIDAD

Q9 **A1. ¿Te has conectado alguna vez a Internet?**

- ○ *Si*
- ○ *No*

Q10 **A.2. ¿Qué utilizas para conectarte a Internet (puedes marcar más de una opción)**

- ☐ *Ordenador propio (portátil o PC en tu habitación)*
- ☐ *Teléfono móvil propio*
- ☐ *Dispositivo de la casa (p.e. ordenador común)*
- ☐ *Dispositivo de familiares o amigos*
- ☐ *Otros lugares (bibliotecas, cibers, etc.)*

Q11 **A.3. Valora la velocidad de navegación en Internet que tienes en casa**

- ○ *Mejor que la de otras personas de mi entorno (amigos y/o familiares)*
- ○ *Similar a la de otras personas de mi entorno*
- ○ *Peor que la de otras personas de mi entorno*
- ○ *No procede / no sabe /no contesta*

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q12 **A.4. Aproximadamente cuántos días por semana te conectas a Internet (fuera de tu centro de estudios):**

- ○ *Menos de un día por semana*
- ○ *Un día a la semana*
- ○ *Varios días por semana*
- ○ *Diariamente - al menos 5 días a la semana*

Q13 **A.5. Aproximadamente cuántas horas de media te conectas a Internet (fuera de tu centro de estudios)**

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Bloque B. HABILIDADES Y USOS GENERALES

A continuación nos gustaría saber qué grado de conocimiento y uso tienes sobre las siguientes tareas relacionadas con el uso de ordenadores y la conexión a Internet.

Las siguientes preguntas están estructuradas en dos columnas: Habilidades (izq.) y Usos (dcha).

	HABILIDADES				USOS		
	No sé lo que es/ qué significa	Sé lo que es pero no sé hacerlo	Puedo hacerlo con ayuda de alguien	Puedo hacerlo yo solo	Nunca lo uso	Alguna vez	A menudo
Abrir un archivo o documento	○	○	○	○	○	○	○
Imprimir un documento	○	○	○	○	○	○	○
Instalar/desinstalar un programa	○	○	○	○	○	○	○
Crear un documento de texto (utilizando Word, Writer, Pager o similar)	○	○	○	○	○	○	○
Crear una presentación (Powerpoint, Impress, Keynote o similar)	○	○	○	○	○	○	○
Crear una hoja de cálculo (Excel, Calc, Lotus 123 o similar)	○	○	○	○	○	○	○
Crear una base de datos (Access, Base, Oracle o similar)	○	○	○	○	○	○	○
Edición de imagen, video o audio (Photoshop o similar, etc.)	○	○	○	○	○	○	○
Programar (utilizar un lenguaje de programación)	○	○	○	○	○	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Grado de conocimiento y uso sobre...

(sigue el mismo procedimiento que antes: HABILIDADES / USOS

	No sé lo que es/ qué significa	Sé lo que es pero no sé hacerlo	Puedo hacerlo con ayuda de alguien	Puedo hacerlo yo solo
Utilizar un buscador de Internet para buscar información (Yahoo, Google o similar)	○	○	○	○
Leer o descargar revistas o periódicos	○	○	○	○
Descargar un archivo de Internet (pdf, Megaupload, etc)	○	○	○	○
Enviar un correo electrónico	○	○	○	○
Adjuntar un archivo en correo electrónico	○	○	○	○

	Nunca lo uso	Alguna vez	A menudo
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Grado de conocimiento y uso sobre...

(sigue el mismo procedimiento que antes: HABILIDADES / USOS

	No sé lo que es/ qué significa	Sé lo que es pero no sé hacerlo	Puedo hacerlo con ayuda de alguien	Puedo hacerlo yo solo
Utilizar un programa de mensajería instantánea (Messenger, Gtalk, Yahoo o similar)	○	○	○	○
Telefonear a través de Internet (video llamadas, Skype, etc.)	○	○	○	○
Participar en foros, grupos, chats (envío de mensajes, comentarios)	○	○	○	○
Participar en redes sociales (Tuenti, Facebook, etc.)	○	○	○	○

Nunca lo uso	Alguna vez	A menudo
○	○	○
○	○	○
○	○	○
○	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Grado de conocimiento y uso sobre...

(sigue el mismo procedimiento que antes: HABILIDADES / USOS

	No sé lo que es/ qué significa	Sé lo que es pero no sé hacerlo	Puedo hacerlo con ayuda de alguien	Puedo hacerlo yo solo
Escuchar radio o ver TV en Internet	○	○	○	○
Jugar on line	○	○	○	○
Descarga de juegos (incluidas actualizaciones, cracks, parches, etc.)	○	○	○	○
Suscripción a grupos (noticias actualizadas RSS y servicios podcast)	○	○	○	○

	Nunca lo uso	Alguna vez	A menudo
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Grado de conocimiento y uso sobre...

(sigue el mismo procedimiento que antes: HABILIDADES / USOS

	No sé lo que es/ qué significa	Sé lo que es pero no sé hacerlo	Puedo hacerlo con ayuda de alguien	Puedo hacerlo yo solo
Aplicaciones peer-to-peer (p.e. Emule y similares)	○	○	○	○
Descarga de software (excluido videojuegos)	○	○	○	○
Subir videos (a Youtube, Dailymotion, Vimeo, etc.)	○	○	○	○
Publicar contenidos en Internet (web, blog,...)	○	○	○	○
Diseñar o modificar páginas web o blogs	○	○	○	○

	Nunca lo uso	Alguna vez	A menudo
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○
	○	○	○

Powered by snap

<< Back Reset Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q17 **B.2. Indica el tipo de contenidos que buscas cuando navegas por Internet, valorando de 0 a 5 tu interés por las siguientes áreas temáticas:**

	1	*2*	*3*	*4*	*5*	*No sabe/No contesta*
Para trabajos de clase	○	○	○	○	○	○
Contenidos culturales (Música; Cine; Libros)	○	○	○	○	○	○
Motor	○	○	○	○	○	○
Viajes y desplazamientos (viajes, callejeros, mapas, el tiempo)	○	○	○	○	○	○
Deportes	○	○	○	○	○	○
Salud, sexualidad	○	○	○	○	○	○
Adultos, XXX	○	○	○	○	○	○
Educación y aprendizaje (cursos, idiomas, etc.)	○	○	○	○	○	○
Informática (hardware-software)	○	○	○	○	○	○
Juegos	○	○	○	○	○	○
Sociedad (famosos/as, TV, horóscopo)	○	○	○	○	○	○
Moda	○	○	○	○	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q18 **B.3. ¿Has comprado algo por Internet?:**

- ○ *Sí, yo solo*
- ○ *Sí, con supervisión de mis padres*
- ○ *No*

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Bloque C. CONTEXTO PERSONAL, VALORACIONES Y ACTITUDES

Q20 **C.1. ¿Tienes hermanos/as?**

- ☐ *Si, mayor/es*
- ☐ *Si, menor/es*
- ☐ *No*

Q21 **C.2. Señala si alguno de estos familiares tiene una profesión relacionada con las nuevas tecnologías (p.e. con la informática, las telecomunicaciones, Internet, etc.) (marca una única respuesta para tu padre y otra para tu madre)**

	Si	*No*
Padre	○	○
Madre	○	○
Hermano	○	○
Hermana	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q22 **C.3. Valora en qué medida las siguientes personas te han ayudado y te ayudan en el conocimiento y uso de las TIC (ordenador, Internet).**

	Nada	*Algo*	*Mucho*	*No procede*
Hermano/s	○	○	○	○
Hermana/s	○	○	○	○
Padre	○	○	○	○
Madre	○	○	○	○
Profesores	○	○	○	○
Profesoras	○	○	○	○
Amigos	○	○	○	○
Amigas	○	○	○	○
Familiares	○	○	○	○
Tú mismo (autoaprendizaje)	○	○	○	○

Q23 **C.4. ¿En casa te ponen alguna de las siguientes limitaciones para usar el ordenador o Internet? (puedes marcar varias opciones)**

- ☐ *Limitación de horarios (momento del día, días de la semana)*
- ☐ *Tiempo de conexión (número de horas)*
- ☐ *Control de contenidos (páginas web en las que puedes o no entrar, filtros de seguridad)*
- ☐ *Supervisión de tareas (cosas que puedes hacer o no con el ordenador o en Internet)*

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q24 **C.5. De los siguientes niveles de estudios, ¿cuál ha finalizado tu padre y cuál tu madre?**

	Madre	*Padre*
1 No sabe leer ni escribir	☐	☐
2 Sabe leer y escribir pero no tiene estudios	☐	☐
3 Educación Primaria (EGB)	☐	☐
4 Educación Secundaria (Bachillerato o Formación Profesional)	☐	☐
5 Estudios universitarios (de grado medio o superior)	☐	☐

Powered by snap

<< Back Reset Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q25 **C.6. Indica tu grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones (de 0 = nada de acuerdo, hasta 5 = muy de acuerdo)**

	0 Nada de acuerdo	*1*	*2*	*3*	*4*	*5 Muy de acuerdo*
No puedo vivir sin Internet	○	○	○	○	○	○
La informática es complicada	○	○	○	○	○	○
En Internet encuentro los contenidos que me interesan	○	○	○	○	○	○
Internet hace que pase menos tiempo con mi familia y amigos/as	○	○	○	○	○	○
Internet puede ser peligroso para tu seguridad	○	○	○	○	○	○

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q26 **C.7. ¿Cuáles de las siguientes asignaturas optativas has cursado o te gustaría cursar? (puedes marcar más de una opción):**

- ☐ *Comunicación audiovisual*
- ☐ *Segundo idioma extranjero*
- ☐ *Taller de matemáticas*
- ☐ *Tecnología*
- ☐ *Informática*
- ☐ *Música*
- ☐ *Cultura clásica*
- ☐ *Botánica*
- ☐ *Orientación laboral*
- ☐ *Otra*

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q28 **C.7. Para finalizar, cuéntanos qué te gustaría hacer cuando termines la ESO:**

- ☐ *Bachillerato*
- ☐ *Formación Profesional*
- ☐ *Trabajar*

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Q32 **Por favor, escribe aquí el nombre de tu Instituto**

Powered by snap

<< Back | Reset | Next >>

La brecha digital de género en la juventud española

CUESTIONARIO ESTUDIO JOVENES-TIC

Muchas gracias por tu colaboración. Por favor, espera en silencio a que complete el resto de opinantes el cuestionario.

Powered by snap

<< Back | Reset | Submit

4.2. TRABAJO DE CAMPO

Fechas: Del 18 de Octubre al 16 de Noviembre de 2010 (4 semanas).

INICIO

Los primeros contactos con el equipo de investigadores sociales se realizaron en Octubre, quedando definido el protocolo a seguir para realizar y controlar la recogida de datos del cuestionario online.

Durante el resto del mes de Octubre los miembros del equipo contactan telefónica, personalmente y/o por correo con las personas que pueden facilitarles el acceso a los Centros para la realización de la encuesta online.

PUBLICACIÓN DEL CUESTIONARIO

El cuestionario online se publica en el servidor de la web corporativa www.colpolsoc.org el 18 de Octubre y se elimina el 16 de Noviembre. Estas podrían considerarse las fechas de inicio y fin del campo online.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

4.2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

ASPECTOS TÉCNICOS

En cuanto a los requisitos técnicos, la cumplimentación online del cuestionario requería que cada alumno dispusiera de un ordenador con conexión a Internet durante aproximadamente quince minutos; por otra parte, era necesario contar con el apoyo de los tutores y que éstos encontraran un hueco en la apretada agenda de los más de 60 grupos de 3º de la ESO necesarios para cumplir los objetivos de este proyecto.

DÍAS DE REALIZACIÓN

En algunos centros las entrevistas online se realizaron en dos días diferentes, dado que en la mayor parte ocuparon las horas de tutoría y éstas no coincidían en los distintos grupos de 3º de la ESO.

CUESTIONES A DESTACAR

La colaboración por parte del Equipo Directivo de los centros fue fundamental para el desarrollo del trabajo de campo.

El equipo de técnicos que han desarrollado este trabajo de campo son personas expertas en investigación en el ámbito educativo.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

4.2.2. INFORME DE CAMPO

- **Objetivo: 400 cuestionarios en 10 IES de 5 Comunidades Autónomas**

			CUESTIONARIOS VÁLIDOS			CUESTIONARIOS REALIZADOS			ALUMNOS ORIGEN EXTRANJ.		
CCAA			Sexo			Sexo			Sexo		
			M	F	Total	M	F	Total	M	F	Total
Castilla-León	IES Victorio Macho (C-L)	N	13	15	28	14	16	30		4	4
		% Sexo	46,4	53,6	100				0	25	13,33
		% CCAA	26,5	30,6	57,1				,		
	IES Alonso Berruguete (C-L)	N	12	9	21	16	14	30		1	1
		% Sexo	57,1	42,9	100				0	7,14	3,333
		% CCAA	24,5	18,4	42,9						
	Total	N	25	24	49	30	30	60		5	5
		% Sexo	51	49	100				0	16,7	8,333
		% CCAA	51	49	100						
Aragón	IES Félix de Azara (Ar)	N	30	13	43	32	16	48	4	2	3
		% Sexo	69,8	30,2	100				12,5	12,5	6,25
		% CCAA	34,1	14,8	48,9						
	IES Corona de Aragón (Ar)	N	20	25	45	25	25	50	3	2	2
		% Sexo	44,4	55,6	100				12	8	4
		% CCAA	22,7	28,4	51,1						
	Total	N	50	38	88	57	41	98	7	4	5
		% Sexo	56,8	43,2	100				12,281	9,76	5,102
		% CCAA	56,8	43,2	100						
Andalucía	IES Alvareda (An)	N	20	20	40	25	25	50	3	3	6
		% Sexo	50	50	100				12	12	12
		% CCAA	23,3	23,3	46,5						
	IES Triana (An)	N	20	26	46	25	25	50	4	3	7
		% Sexo	43,5	56,5	100				16	12	14
		% CCAA	23,3	30,2	53,5						
	Total	N	40	46	86	50	50	100	7	6	13
		% Sexo	46,5	53,5	100				14	12	13
		% CCAA	46,5	53,5	100						
Galicia	IES Monte das Moas (G)	N	19	30	49	24	32	56	2		2
		% Sexo	38,8	61,2	100				8,3333	0	3,571
		% CCAA	20,2	31,9	52,1						
	IES Ramón Menéndez Pidal (G)	N	24	21	45	30	28	58	2	3	5
		% Sexo	53,3	46,7	100				6,6667	10,7	8,621
		% CCAA	25,5	22,3	47,9						
	Total	N	43	51	94	54	60	114	4	3	7
		% Sexo	45,7	54,3	100				7,4074	5	6,14
		% CCAA	45,7	54,3	100						
Madrid	IES Las lagunas (M)	N	25	28	53	29	29	58	4	5	9
		% Sexo	47,2	52,8	100				13,793	17,2	15,52
		% CCAA	25	28	53						
	IES Arturo Soria (M)	N	26	21	47	28	23	51	5	5	10
		% Sexo	55,3	44,7	100				17,857	21,7	19,61
		% CCAA	26	21	47						
	Total	N	51	49	100	57	52	109	9	10	19
		% Sexo	51	49	100				15,789	19,2	17,43
		% CCAA	51	49	100						
			M	F	Total	M	F	Total	M	F	Total
Total			209	208	417	248	233	481	27	28	49
									10,887	12	10,19

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

- **417 Cuestionarios válidos**: Cuestionarios validados tras la verificación, depuración y codificación.
- **Cuestionarios realizados y alumnos de origen extranjero**: Datos obtenidos de las notas de campo de los investigadores.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

4.2.3. DEPURACIÓN DE DATOS Y CREACIÓN DEL FICHERO

Una vez cumplimentados los cuestionarios se recibieron en una cuenta de correo electrónico. Tras la depuración de los cuestionarios, fase en la que se desecharon los cuestionarios en blanco y aquellos en los que la cooperación del informante era dudosa, obtuvimos 417 registros válidos.

Las preguntas abiertas fueron codificadas y se crearon algunas variables derivadas con el fin de facilitar la explotación de los datos.

El fichero en SPSS (v.15) fue remitido por correo electrónico el día 17 de noviembre de 2010.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

4.2.4. INFORMES DETALLADOS DE CAMPO

4.2.4.1. Castilla-León

IES VICTORIO MACHO

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES VICTORIO MACHO

Los trigales nº2

Palencia 34003

Teléfono: 979751133

Fax: 979751123

Instituto@iesvictoriomacho.com

Es un instituto que está ubicado en un barrio de la capital, de clase media, con pocos estudiantes inmigrantes, esto se debe a la baja población de inmigrantes que hay en Palencia.

PERSONAS DE CONTACTO

La persona inicial de contacto en el Instituto fue el Director del Centro, quien mostró su disponibilidad en todo momento y consiguió la colaboración de los jefes de estudios. Uno de ellos se encargó de abrirnos la sala de informática y poner en funcionamiento todos los ordenadores disponibles para el estudio, cuando todos los estudiantes estuvieron listos me dejó a solas con ellos, y volvió cuando estaban acabando, permaneciendo allí hasta el final.

AULA DE INFORMÁTICA

La sala de informática es el aula donde los discentes realizan sus actividades de informática y demás talleres de nuevas tecnologías. Disponía de 15 ordenadores en

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

perfectas condiciones, otros dos para uso exclusivo de los docentes y dos portátiles para apoyo a la pizarra electrónica y multimedia. Con lo cual, los discentes utilizaron los 15 PC destinados para dichas actividades.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Las sesiones se realizaron en dos días diferentes con 30 discentes, porque se necesitaba disponer de las horas de tutorías, y cada grupo tenía diferente horario.

A los discentes se les puso en la pizarra electrónica el link del cuestionario, y ellos fueron introduciendo en la barra de herramientas el mismo. Si bien, algunos tardaron más en introducirlo puesto que en ocasiones los faltaba poner algunos datos de la dirección web. La media en cumplimentar el cuestionario fue de 20 minutos. Si bien, los discentes preguntaron para qué era el cuestionario y que objetivo tenía.

Las sesiones se desarrollaron con normalidad, aunque durante la segunda sesión hubo un fallo en la red.

OBSERVACIONES

Durante la cumplimentación del cuestionario, algunos estudiantes realizaron algunas preguntas, pero sin ningún tipo de relevancia. En todo momento se siguió el desarrollo de los mismos, para saber que llegaban bien los cuestionarios.

INCIDENTES

Durante la sesión del último grupo cuando quedaban algunos de los estudiantes por completar el cuestionario se cayó la red, por lo que algunos cuestionarios no pudieron completarse, y por lo tanto, ser validados.

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

IES ALONSO BERRUGUETE

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES ALONSO BERRUGUETE

Avda. Ponce de León, nº 2.

34005 PALENCIA

Tfno. 979165850

Fax 979165882

alonsober@terra.es

Es un instituto que está ubicado en el centro de la ciudad, y son jóvenes de clase media, con pocos inmigrantes, esto se debe a la baja población de inmigrantes que hay en la ciudad.

PERSONAS DE CONTACTO

Director y Jefe de Estudios adjunto. Como en el otro IES, una vez obtenido el visto bueno del Director y del equipo directivo del centro, fue el Jefe de Estudios adjunto quien nos facilitó el acceso al aula y a los alumnos.

AULA DE INFORMÁTICA

La sala de informática es el aula donde los discentes realizan sus actividades de informática y demás talleres de nuevas tecnologías. Disponía de 30 ordenadores en perfectas condiciones, además de uno para el profesor y otro para la pizarra electrónica.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

En principio se iban a realizar dos sesiones de 30 discentes cada una, pero debido a que teníamos que realizarlas durante las horas dedicadas a tutorías sólo se pudo hacer con un grupo, puesto que los otros tenían ocupadas esas horas durante lo que quedaba de cuatrimestre con salidas por la ciudad o visitas a centros.

La sesión se desarrolló con normalidad, como en el otro IES, los alumnos copiaron de la pizarra electrónica el link del cuestionario. Si bien, algunos alumnos demostraron dificultad en realizar esta tarea. La media en cumplimentar el cuestionario fue de 20 minutos. Si bien, los discentes preguntaron para qué era el cuestionario y que objetivo tenía.

OBSERVACIONES

Durante la cumplimentación del mismo, algunos estudiantes realizaron algunas preguntas especialmente en el apartado de estudios de sus padres. En todo momento se atendieron las dudas, prestando atención a como se cumplimentaban los cuestionarios para evitar errores y asegurar que éstos llegaran al servidor de destino.

4.2.4.2. Galicia

IES MONTE DAS MOAS

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES MONTE DAS MOAS

José María Hernánsaez, 23

15009 A CORUÑA

Teléfono: 981 284 377

Fax: 981 284 790

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

ies.monte.moas@edu.xunta.es

El IES estaba bien dotado en cuanto a servicios y mobiliario. El ratio de inmigrantes en el centro estaba sobre el 1,5% en la ESO y la distribución por países es de un 90% procedentes de Sur América; el resto, un 10% proceden de diversos países de África y de Europa del Este.

PERSONAS DE CONTACTO

Vice Directora del Centro.

AULA DE INFORMÁTICA

El aula informática donde se realizó la sesión disponía de 22 ordenadores funcionando. Si bien el IES dispone también de otro aula más, en esos momentos estaba siendo utilizada dentro del horario de clases.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

En todo momento el Tutor/a o profesor responsable de la clase en ese horario estuvo presente. Establecimos tres turnos diferentes para la realización del cuestionario a cada uno de los grupos (3ºD, 3ºB y 3º A). En el primer grupo, se copió la dirección del link en el encerado, aunque dados los problemas manifestados para lograr el acceso al cuestionario, optamos en grupos siguientes por preparar los equipos, dejándolos con la pantalla de bienvenida al mismo, antes de la entrada en el aula de los jóvenes.

OBSERVACIONES

En general hubo poca implicación por parte de algunos de los encuestados, notándose ello en la disconformidad de los alumnos con la “cantidad” de preguntas que se les

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

"obligaba" a leer para dar una contestación. En todos los grupos se constató el mismo patrón de comportamiento: desorden, indisciplina y falta de atención.

INCIDENTES

El tiempo de cumplimentación llegó en algunos casos a los 30 minutos, por la falta de compromiso de una parte de los participantes que indicaban constantemente no entender las preguntas o no saber las respuestas. También comprobé que algunos individuos mentían en cuanto a la edad y al sexo.

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

IES RAMÓN MENÉNDEZ PIDAL

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES RAMÓN MENÉNDEZ PIDAL

Rúa Mª Victoria Fdez-España y Fdez Latorre, nº 2

15002 A Coruña

Tel. 981 203 000

Fax. 981 201 257

ies.menendez.pidal@edu.xunta.es

El IES estaba muy bien dotado en cuanto a medios técnicos y mobiliario. Hubo gran interés por parte de la dirección del IES en participar en este estudio y en estudios futuros. El ratio de inmigrantes en el centro no llega al 10% en el caso de las clases de ESO. Y la distribución por países es de un 80% procedente de Sur América y el resto de origen africano.

PERSONAS DE CONTACTO

Vicedirectora del Centro.

AULA DE INFORMÁTICA

Cada alumno dispuso de su propio ordenador. Excelente dotación de medios en este IES.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Cuando llegué el centro los ordenadores estaban encendidos y con la página de inicio del cuestionario, en todo momento la Vice directora me acompañó y facilitó la labor.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

OBSERVACIONES

Los participantes en la encuesta lo hicieron de forma voluntaria; su comportamiento fue de compromiso con la tarea y de interés por los resultados que de ella se obtengan. Tal y como estaba previsto, se cumplió el tiempo medio de cumplimentación de 20 min.

4.2.4.3. Aragón

I.E.S "FÉLIX DE AZARA"

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

I.E.S "FÉLIX DE AZARA"

C/ Ramiro I de Aragón, s/n

50.017 ZARAGOZA

Telf: 976 34 76 90

Fax: 976 53 38 48

iesfazzaragoza@educa.aragon.es

La población que acude al IES es de clase media. La proporción de alumnos de origen inmigrante está en torno al 5%.

PERSONAS DE CONTACTO

Director

AULA DE INFORMÁTICA

El IES dispone de dos aulas de informática y de una tercera, dedicada a actividades especiales, que disponía de 16 ordenadores en buen estado donde se realizó la recogida de datos.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Cada grupo rellenó el cuestionario en dos turnos. Se facilitó a cada estudiante un papel con el link al cuestionario. Tardaron en cumplimentarlo entre 15 y 20 minutos cada subgrupo. El Director estuvo presente en el aula.

OBSERVACIONES

Participaron dos de los cuatro grupos de 3º ESO porque los otros dos estaban de excursión. Los estudiantes fueron muy disciplinados.

IES CORONA DE ARAGÓN

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES CORONA DE ARAGÓN

c/ Corona de Aragón, 35

50.009 Zaragoza

Teléfono: 976 467 000

Fax: 976 467 061

E-mail: info@iescorona.com; director@iescorona.com

Es uno de los institutos más grandes de Zaragoza. Está ubicado en el centro de la ciudad. La población que estudia en el Instituto es heterogénea. Chicos/as de clase alta, media y baja. Población inmigrante estimada 15 -20%.

PERSONAS DE CONTACTO

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Director, Jefa de estudios y una Profesora

AULA DE INFORMÁTICA

El cuestionario se realizó en dos aulas de informática de forma simultánea. Un aula disponía de de unos quince ordenadores y otra alrededor de veinticinco. En las dos aulas los ordenadores estaban en buen estado.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

En el aula pequeña cada estudiante dispuso de un ordenador. Los estudiantes fueron muy disciplinados y no hubo ningún incidente que reseñar. Hubo tres docentes presentes en las aulas, quienes, una vez realizada la explicación sobre el proyecto de investigación y solventadas las dudas de los alumnos, controlaron el desarrollo de la sesión.

En el aula grande se organizaron dos turnos, pues había más alumnos. La mayoría de los estudiantes fueron disciplinados y rellenaron el cuestionario con seriedad. Un grupillo de unos cinco (repetidores), se tomaron a broma el trabajo, aunque no repercutió al resto de la clase. En el aula había dos profesoras y la Jefa de. Expliqué en qué consistía la colaboración, indiqué como rellenar los cuestionarios y permanecí la mayor parte del tiempo en el aula.

OBSERVACIONES

Tardaron de media de 15 minutos cada chico/a.

INCIDENTES

Hubo algún problema con la conexión a internet, al terminar el cuestionario se bloquearon algunos ordenadores.

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

4.2.4.4. Andalucía

IES TRIANA

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES TRIANA

C/ San Jacinto, nº 79

CP 41010 Sevilla

Tfno: 955 622 853

Fax: 955 622 859

41700041.averroes@juntadeandalucia.es

PERSONAS DE CONTACTO

Director

IES ALVAREDA (DOS HERMANAS)

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

I.E.S. ALVAREDA

Ciudad Blanca, s/n

41700 - Dos Hermanas (SEVILLA)

Teléfono: 955622218

41702011.averroes@juntadeandalucia.es

PERSONAS DE CONTACTO

Profesor

AULA DE INFORMÁTICA

Lo más destacable ha sido la falta de recursos informáticos de los distintos centros a los que nos hemos dirigido. Incluso cuando los centros se encuentran clasificados como centros TIC, bien porque los ordenadores no funcionan, porque los retiraron por obsoletos y no han sido reemplazados o porque hace más de un año dejaron de tener acceso a internet. En ambos centros se utilizaron PCs y portátiles.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

El link lo escribimos en la pizarra y los alumnos lo copiaron. En algunos casos, pese a estar el link bien escrito, hubieron de intentar varias veces acceder al cuestionario hasta que lo consiguieron (pequeñas caídas en la red).

OBSERVACIONES

En general, a pesar de las limitaciones técnicas, no hubo ningún problema, salvo que los alumnos cuando desconocían algunos términos preguntaban qué podían contestar, se les dijo que seleccionaran NS/NC.

4.2.4.5. Madrid

IES LAS LAGUNAS (RIVAS-VACIAMADRID)

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES LAS LAGUNAS

Avda. Gabriel García Márquez, s/n

28529 Rivas Vaciamadrid

Tfno.: 916660003

Fax.: 916669082

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

info@laslagunas.net

Uno de los 5 IES del municipio ripense, al igual que el resto de equipamientos educativos municipales, el IES dispone de buenas instalaciones y muchos recursos técnicos.

PERSONAS DE CONTACTO

Directora y Jefe de Estudios

AULA DE INFORMÁTICA

El cuestionario se realizó de manera casi simultánea en las dos aulas de informática del IES. Cada aula contaba con 25 ordenadores.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

DESARROLLO DE LA SESIÓN

La acogida en el Centro fue muy buena, además del Jefe de Estudios, los propios tutores de 3º A, B, D y E facilitaron el desarrollo de la sesión de recogida de datos. Cuando los jóvenes llegaron a las aulas, encontraron los ordenadores encendidos y con el cuestionario en su pantalla de bienvenida.

OBSERVACIONES

Los grupos D y E (grupo de diversificación) tenían un nivel de comprensión de las preguntas inferior a los de los alumnos de A y B, quienes tardaron menos tiempo en cumplimentar el cuestionario y no plantearon dudas sobre el mismo. Las preguntas más problemáticas fueron las de el nivel de estudios del padre y la madre y si éstos tenían una profesión en el sector TIC.

IES ARTURO SORIA

DESCRIPCIÓN DEL CENTRO

IES ARTURO SORIA

Calle de Somontín, 59

28033 MADRID

Tfno: 91 302 84 45 ó 913028546

Fax: 91 766 80 81

arturoso@centros5.pntic.mec.es

Este IES se caracteriza por una menor presencia de alumnos de origen inmigrante que el resto de IES del municipio de Madrid. Es un centro pequeño, que dispone de buenas instalaciones.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

PERSONAS DE CONTACTO

Director

AULA DE INFORMÁTICA

El centro cuenta con dos aulas de informática bien equipadas (unos 25 ordenadores), si bien únicamente utilizamos una.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Debido a la falta de coincidencia en los horarios de tutorías de los grupos de 3º de la ESO, fue necesario acudir dos veces al Centro para completar la recogida de datos. El primer día los alumnos encendieron los ordenadores y copiaron el link al cuestionario, si bien esta operación llevó unos 20 minutos, pues gran parte de los alumnos (en su mayoría del grupo de diversificación) confundían o desconocían los caracteres del link. El día siguiente esta operación fue mucho más rápida.

OBSERVACIONES

El orden en el aula se mantuvo en ambos centros sin grandes problemas gracias a la presencia de los tutores quienes solventaron algunas dudas sobre el significado de alguna pregunta o sobre la correcta grafía de algunas palabras.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

4.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

La mayoría de los estudiantes de 3° de ESO encuestados constituyen una **generación de usuarios/as intensivos, autónomos y avanzados**. El 47% se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana); si bien hay una brecha de género a favor de los chicos (-7,4). Los datos muestran que la frecuencia de conexión podría estar relacionada con el dispositivo de conexión y el nivel de estudios de los progenitores. Aquellos que tienen ordenador y teléfono móvil propio se conectan diariamente en mayor medida: el 52% y el 55% respectivamente. La mayor frecuencia de conexión está relacionada con el nivel de estudios de los progenitores. Por un lado, el 57% y 51% de aquellos/as que tienen padre sin estudios o con estudios primarios se conectan diariamente. Por otro, el 54% de aquellos/as cuya madre tiene nivel de estudios universitarios se conectan diariamente.

Se conectan diariamente (según nivel de estudios del padre)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
No sabe leer ni escribir	-	14%	14%	**-**
Sabe leer y escribir, sin estudios	63%	50%	57%	**-20,0**
Estudios primarios	53%	49%	51%	**-8,7**
Estudios secundarios	55%	43%	49%	**-20,5**
Estudios universitarios	42%	51%	46%	**17,3**
No especificado	31%	37%	34%	**15,2**

Se conectan diariamente (según nivel de estudios de la madre)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
No sabe leer ni escribir	50%	25%	33%	**-50,0**
Sabe leer y escribir, sin estudios	63%	30%	44%	**-52,0**
Estudios primarios	49%	44%	46%	**-9,3**
Estudios secundarios	48%	40%	44%	**-16,0**
Estudios universitarios	54%	53%	54%	**-1,9**
No especificado	29%	58%	41%	**49,6**

Por último, no parece existir ningún tipo de correlación entre frecuencia de conexión y profesión de los familiares (relacionada o no con el sector TIC). No obstante, mientras

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

que la brecha de género se acentúa a favor de los chicos que tienen familiares con trabajos TIC (-23,1), se reduce entre aquellos/as con familiares sin trabajo TIC (2,4).

La mayoría, el 80%, ha adquirido el conocimiento y usos de las TIC a través del autoaprendizaje: el 84% de las chicas y el 77% de los chicos. No obstante, las amistades (amigos, 33% y amigas, 30%), familiares (29%) y el padre (28%) también juegan un papel importante a la hora de ayudarle a adquirir habilidades digitales. No obstante, mientras que las chicas tienden a recibir mucha ayuda de amigas y amigos, y hermanas (en relación con los chicos), los chicos la reciben de su padre y sus amigos.

Personas que les ayudan mucho en el conocimiento y uso de las TIC	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Hermano/s	13%	19%	16%	**32,5**
Hermana/s	8%	23%	15%	**67,9**
Padre	30%	26%	28%	**-11,0**
Madre	16%	15%	15%	**-2,0**
Profesores	17%	22%	20%	**22,1**
Profesoras	18%	22%	20%	**18,4**
Amigos	30%	37%	33%	**17,9**
Amigas	19%	41%	30%	**54,8**
Familiares	29%	30%	29%	**1,2**
Autoaprendizaje	77%	84%	80%	**8,0**

Respecto a las **tareas informáticas** que realizan, no se observan diferencias de género significativas respecto a sus habilidades a la hora de realizarlas. La brecha mayor parece detectarse respecto a las tareas relacionadas con la edición de imagen, vídeo o audio (Photoshop o similar, etc.) y con la instalación/desinstalación de un programa. Estas tareas las pueden realizar de manera autónoma el 47,2% y el 27%, respectivamente, de la población encuestada: la primera tarea el 49,3% de chicas frente al 26% de chicos (brecha 47,2), mientras que la segunda la realiza el 36% de los chicos frente al 19,1% de las chicas (brecha -47).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

La mayoría puede abrir un archivo o documento (97,3%), imprimir un documento (92,6%), instalar/desinstalar un programa (76%), crear un documento de texto (utilizando Word, Writer, Pager o similar) (92,1%), crear una presentación (Powerpoint, Impress, Keynote o similar) (70,1%), crear una hoja de cálculo (Excel, Calc, Lotus 123 o similar) (56,7%) y, como hemos visto, editar una imagen, vídeo o audio (Photoshop o similar, etc.) (73,6%). Sin embargo, sólo el 26% y el 40,4%, respectivamente, sabe crear una base de datos (Access, Base, Oracle o similar) o programar (utilizar un lenguaje de programación).

Habilidades informáticas (pueden hacerlo sin ayuda)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Abrir un archivo o documento	98,0%	96,6%	97,3%	**-1,5**
Imprimir un documento	92,1%	93,1%	92,6%	**1,1**
Instalar/desinstalar un programa	80,5%	71,6%	76,0%	**-11,1**
Crear un documento de texto (utilizando Word, Writer, Pager o similar)	90,6%	93,6%	92,1%	**3,2**
Crear una presentación (Powerpoint, Impress, Keynote o similar)	66,8%	73,4%	70,1%	**8,9**
Crear una hoja de cálculo (Excel, Calc, Lotus 123 o similar)	59,9%	53,4%	56,7%	**-10,8**
Crear una base de datos (Access, Base, Oracle o similar)	25,6%	26,4%	26,0%	**2,9**
Edición de imagen, vídeo o audio (Photoshop o similar, etc.)	66,8%	80,4%	73,6%	**16,9**
Programar (utilizar un lenguaje de programación)	37,3%	43,5%	40,4%	**14,2**

El 81% pueden hacer solos más de la mitad de las tareas informáticas, lo que pone de manifiesto que son usuarios/as avanzados. Si bien no hay diferencias de género significativas, frente al 78% de chicos el 81% de chicas realiza más de la mitad de las tareas informáticas sin ayuda. Tras plantear una posible relación entre la habilidad para realizar las tareas informáticas y tipo de dispositivo de conexión, podemos concluir que la mayoría de los/as que realizan más de la mitad de las tareas informáticas disponen de uno o varios dispositivos. Se detecta una brecha significativa, entre el 79% que tiene dispositivo en casa (favorable a las chicas, 13,5), así como entre el 86% que tienen teléfono móvil propio (favorable a los chicos, -15,5).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

También hemos investigado la posible relación entre habilidades informáticas y frecuencia de conexión. En este sentido, los datos muestran que se conectan de manera intensiva aquellos/as que pueden hacer solos/as más de la mitad de las tareas informáticas: el 85% diariamente y el 78% varios días por semana. No obstante, salvo entre aquellos/as que se conectan con menor intensidad, no parecen existir brechas de género significativas. Así, el hecho de que la brecha general sea tan pequeña se explica porque se compensa entre aquellos/as que se conectan de manera más intensiva (diariamente, -1,5 y varios días por semana, 6,2) y menos intensiva (un día por semana, 16,4 y menos de un día por semana, 27,3).

Pueden hacer solos más de la mitad de las tareas informáticas (según frecuencia de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana)	85%	84%	85%	**-1,5**
Varios días por semana	76%	81%	78%	**6,2**
Un día a la semana	64%	77%	70%	**16,4**
Menos de un día a la semana	45%	63%	53%	**27,3**

Por último, hemos explorado la posible relación entre las habilidades informáticas y la profesión de los familiares (progenitores y hermanos/as). Los datos muestran una brecha significativa, favorable a las chicas (15,8), respecto a aquellos/as cuyos familiares tienen una profesión relacionada con el sector TIC: el 86% de las chicas frente al 72% de los chicos. Así mismo, aquellas chicas con familiares TIC parecen mostrar más habilidades informáticas que aquellas sin familiares en el sector y que los chicos con familiares TIC (brecha a favor de las chicas, 15,8).

Al ser preguntados/as por la **frecuencia con la que realizan una serie de tareas informáticas**, encontramos que la mayoría sólo realiza a menudo una de las tareas: abrir un archivo o documento (59,9%). En alguna ocasión realizan un mayor número de

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

tareas: imprimir un documento, instalar/desinstalar un programa, crear un documento de texto, crear una presentación y editar una imagen, vídeo o audio. Por último, afirman que no realizan nunca tareas que podrían considerarse de mayor complejidad: programar (55,4%), crear una base de datos (73,1%) y crear una hoja de cálculo (55,2%). Si bien el nivel de confianza de la correlación no es alta, parece observarse que, por un lado, mientras que un 36% de chicos instala/desinstala un programa a menudo sólo un 19,1% de chicas realiza esta tarea (brecha -47). Por otro lado, las chicas (en mayor medida que los chicos) realizan a menudo tareas como editar una imagen, vídeo o audio (brecha 47,2), crear un documento de texto (utilizando Word, Writer, Page o similar) (brecha 14,8) o imprimir un documento (brecha 11,2).

Frecuencia en tareas informáticas (lo hacen a menudo)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Abrir un archivo o documento	56,8%	62,9%	59,9%	**9,7**
Imprimir un documento	27,4%	30,9%	29,2%	**11,2**
Instalar/desinstalar un programa	36,0%	19,1%	27,4%	**-47,0**
Crear un documento de texto (utilizando Word, Writer, Pager o similar)	35,2%	41,3%	38,3%	**14,8**
Crear una presentación (Powerpoint, Impress, Keynote o similar)	13,6%	11,8%	12,7%	**-13,3**
Crear una hoja de cálculo (Excel, Calc, Lotus 123 o similar)	7,7%	4,0%	5,9%	**-47,5**
Crear una base de datos (Access, Base, Oracle o similar)	4,1%	2,6%	3,3%	**-37,2**
Edición de imagen, vídeo o audio (Photoshop o similar, etc.)	26,0%	49,3%	37,8%	**47,2**
Programar (utilizar un lenguaje de programación)	10,5%	8,6%	9,5%	**-17,6**

El 99,3% de los y las jóvenes encuestados se ha conectado alguna vez a **Internet** y el 47% se conecta diariamente (al menos 5 días a la semana). No se observan diferencias de género respecto al dispositivo de conexión empleado. La mayoría se conectan desde lugares como bibliotecas, cibercafés, etc. (83,2%) y desde dispositivos de familiares y amigos/as (82%). No obstante, un porcentaje bastante alto también se conecta desde su propio dispositivo móvil (78,2%). En menor medida se conectan desde un dispositivo de la casa (ordenador común) (56,4%) o desde un ordenador

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

propio (portátil o PC en su habitación) (31,7%). A la hora de valorar la velocidad de Internet de la que disfrutan, la mayoría (66,7%) coincide en que es similar (ni mejor, ni peor) a aquella de la que disfrutan otras personas de su entorno.

Respecto a las **tareas realizadas en Internet**, la mayoría asegura poder pueden utilizar de manera autónoma un buscador de Internet para buscar información (98,5%), leer o descargar revistas o periódicos (85,8%), descargar un archivo de Internet (84,6%), enviar un correo electrónico (96,8%), adjuntar un archivo en correo electrónico (86,2%), utilizar un buscador de Internet para buscar información (92%), enviar un correo electrónico (96,8%), utilizar un programa de mensajería instantánea (96%), telefonear a través de Internet (73,3%), participar en foros (90,4%) y redes sociales (95,8%), escuchar radio o ver TV en Internet (90,3%), jugar online (94,4%), descargar juegos (incluidas actualizaciones, cracks, parches, etc.) (77,3%) y suscribirse a grupos (noticias actualizadas RSS y servicios podcast) (55,7%).

Si bien las diferencias de género no son significativas, parece que más chicas que chicos, de manera autónoma, diseñan o modifican páginas web o blogs (brecha 10,6). Por otra parte, parece que más chicos que chicas realizan solos la descarga de juegos (brecha -11,7), la suscripción a grupos (brecha 17,1) y la descarga de software (brecha -18,6).

Habilidades de Internet (pueden hacerlo sin ayuda)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Utilizar un buscador de Internet para buscar información (Yahoo, Google o similar)	98,0%	99,0%	98,5%	**1,0**
Leer o descargar revistas o periódicos	86,7%	84,9%	85,8%	**-2,0**
Descargar un archivo de Internet (pdf, Megaupload, etc)	86,8%	82,2%	84,6%	**-5,3**
Enviar un correo electrónico	95,0%	98,5%	96,8%	**3,6**
Adjuntar un archivo en correo electrónico	83,5%	88,9%	86,2%	**6,1**
Utilizar un programa de mensajería instantánea (Messenger, Gtalk, Yahoo o similar)	94,6%	97,5%	96,0%	**3,0**
Telefonear a través de Internet (vídeo llamadas, Skype, etc.)	72,5%	74,0%	73,3%	**2,0**

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Habilidades de Internet (pueden hacerlo sin ayuda)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Participar en foros, grupos, chats (envío de mensajes, comentarios)	92,4%	88,3%	90,4%	**-4,4**
Participar en redes sociales (Tuenti, Facebook, etc.)	96,6%	95,0%	95,8%	**-1,6**
Escuchar radio o ver TV en Internet	90,5%	90,1%	90,3%	**-0,4**
Jugar on line	94,0%	94,9%	94,4%	**1,0**
Descarga de juegos (incluidas actualizaciones, cracks, parches, etc.)	82,1%	72,5%	77,3%	**-11,7**
Suscripción a grupos (noticias actualizadas RSS y servicios podcast)	60,9%	50,5%	55,7%	**-17,1**
Aplicaciones peer-to-peer (p.e. Emule y similares)	77,6%	71,6%	74,6%	**-7,7**
Descarga de software (excluido vídeojuegos)	72,4%	58,9%	65,7%	**-18,6**
Subir vídeos (a Youtube, Dailymotion, Vimeo, etc.)	74,1%	72,4%	73,3%	**-2,4**
Publicar contenidos en Internet (web, blog,...)	75,3%	74,9%	75,1%	**-0,5**
Diseñar o modificar páginas web o blogs	44,5%	49,7%	47,1%	**10,6**

Respecto a la **frecuencia con las que realizan**, si bien la mayoría reconoce poder realizar de manera autónoma la mayoría de las tareas, unos porcentajes muy bajos de chicos y chicas, el 21%, 19,3%, 5,6% y 10,8%, afirman que, a menudo, han leído o descargado revistas/periódicos, han telefoneado a través de Internet (vídeo llamadas, Skype, etc.), han realizado una suscripción a grupos o han diseñado o modificado páginas web o blogs, respectivamente. Si bien las correlaciones no son significativas, se observan tendencias respecto a las diferencias de género. Las chicas suelen realizar a menudo tareas como utilizar un programa de mensajería instantánea (Messenger, Gtalk, Yahoo o similar) (brecha 11,7), publicar contenidos en Internet (web, blog, etc.) (brecha 44,8) y diseñar o modificar páginas web o blogs (brecha 39,8). Los chicos, a menudo, leen o descargan revistas o periódicos (brecha -52,5), descargan archivos de Internet (brecha -15.9), juegan online (brecha -52,7), descargan juegos (brecha -63,7), realizan suscripciones a grupos (brecha -32,2), descargan software (excluido vídeojuegos) (brecha -53,5) y suben vídeos (a Youtube, Dailymotion, Vimeo, etc.) (brecha -10,7).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Frecuencia en tareas en Internet (lo hacen a menudo)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Utilizar un buscador de Internet para buscar información (Yahoo, Google o similar)	90,3%	93,7%	92,0%	**3,6**
Leer o descargar revistas o periódicos	28,6%	13,6%	21,0%	**-52,5**
Descargar un archivo de Internet (pdf, Megaupload, etc)	53,3%	44,8%	49,0%	**-15,9**
Enviar un correo electrónico	55,6%	58,8%	57,2%	**5,6**
Adjuntar un archivo en correo electrónico	35,7%	33,2%	34,4%	**-7,0**
Utilizar un programa de mensajería instantánea (Messenger, Gtalk, Yahoo o similar)	67,0%	75,9%	71,5%	**11,7**
Telefonear a través de Internet (vídeo llamadas, Skype, etc.)	18,9%	19,7%	19,3%	**4,2**
Participar en foros, grupos, chats (envío de mensajes, comentarios)	32,2%	35,0%	33,6%	**8,0**
Participar en redes sociales (Tuenti, Facebook, etc.)	80,7%	84,2%	82,5%	**4,1**
Escuchar radio o ver TV en Internet	38,5%	41,5%	40,0%	**7,2**
Jugar on line	47,7%	22,5%	34,8%	**-52,7**
Descarga de juegos (incluidas actualizaciones, cracks, parches, etc.)	38,8%	14,1%	26,1%	**-63,7**
Suscripción a grupos (noticias actualizadas RSS y servicios podcast)	6,6%	4,5%	5,6%	**-32,2**
Aplicaciones peer-to-peer (p.e. Emule y similares)	39,5%	38,0%	38,7%	**-3,8**
Descarga de software (excluido vídeojuegos)	27,8%	12,9%	20,3%	**-53,5**
Subir vídeos (a Youtube, Dailymotion, Vimeo, etc.)	20,5%	18,3%	19,4%	**-10,7**
Publicar contenidos en Internet (web, blog,...)	16,5%	29,9%	23,3%	**44,8**
Diseñar o modificar páginas web o blogs	8,1%	13,5%	10,8%	**39,8**

La **temática de los vídeos, web o blogs** que consultan es muy variada. La temática más consultada es la relacionada con juegos (53,3%), seguida de contenidos musicales (música, cine, libros) (49,4%), deportes (36,1%), relacionadas con la clase (31,4%), sociedad (famosos/as, horóscopos, etc.) (31%) y moda (24,3%). Las diferencias de género se observan respecto a contenidos relacionados con: la clase, contenidos culturales, sociedad (famosos/as, televisión, horóscopos, etc.) y moda. Las chicas consultan estos cuatro tipos de contenidos en mayor medida que los chicos, siendo las brechas respectivas 54,7 (42,7% frente a 19,4%), 30,5 (58% frente a 40,3%), 64,2 (45% frente a 16,1%) y 77,2 (38,9% frente a 8,9%).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Temática de las webs, blogs o vídeos que publican	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Relacionadas con la clase	19,4%	42,7%	31,4%	**54,7**
Contenidos culturales (Música; Cine; Libros)	40,3%	58,0%	49,4%	**30,5**
Motor	28,2%	1,5%	14,5%	**-94,6**
Viajes y desplazamientos (viajes, callejeros, mapas, el tiempo)	16,9%	13,7%	15,3%	**-18,9**
Deportes	58,9%	14,5%	36,1%	**-75,4**
Salud, sexualidad	8,9%	10,7%	9,8%	**17,0**
Educación y aprendizaje	7,3%	7,6%	7,5%	**4,9**
Informática (hardware-software)	33,9%	9,2%	21,2%	**-73,0**
Juegos	76,6%	31,3%	53,3%	**-59,1**
Sociedad (famosos/as, TV, horóscopo)	16,1%	45,0%	31,0%	**64,2**
Moda	8,9%	38,9%	24,3%	**77,2**

Al pedirles que, de acuerdo con sus intereses, valoren de 1 a 5 el **tipo de contenidos que buscan** cuando navegan por Internet, encontramos que los contenidos más valorados (es decir, en los que el 5 obtienen el porcentaje más alto) son aquellos relacionados con contenidos culturales (música, cine, libros) (40,4%), juegos (38%), deportes (31%) e informática (hardware-software) (23,8%).

Encontramos brechas de género en las valoraciones que chicos y chicas respecto a los siguientes contenidos: trabajos de clase (18,2), contenidos culturales (24,2), viajes y desplazamientos (viajes, callejeros, mapas, el tiempo) (23,4), salud y sexualidad (-35,6), educación y aprendizaje (cursos, idiomas, etc.) (46,3), informática (hardware-software) (-16,1), sociedad (55,2) y moda (77,8).

Contenidos que buscan en Internet (máxima puntuación: 5 en escala de 1 a 5)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Para trabajos de clase	19,0%	23,3%	21,1%	**18,2**
Contenidos culturales (Música; Cine; Libros)	34,8%	46,0%	40,4%	**24,2**
Motor	19,1%	10,5%	15,3%	**-45,0**
Viajes y desplazamientos (viajes, callejeros, mapas, el tiempo)	9,5%	12,4%	10,9%	**23,4**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Contenidos que buscan en Internet (máxima puntuación: 5 en escala de 1 a 5)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Deportes	48,2%	12,5%	31,0%	**-74,1**
Salud, sexualidad	13,2%	8,5%	11,0%	**-35,6**
Adultos, XXX	31,0%	5,1%	20,5%	**-83,5**
Educación y aprendizaje (cursos, idiomas, etc.)	8,8%	16,4%	12,6%	**46,3**
Informática (hardware-software)	25,8%	21,6%	23,8%	**-16,1**
Juegos	50,5%	25,5%	38,0%	**-49,5**
Sociedad (famosos/as, TV, horóscopo)	13,0%	28,9%	21,1%	**55,2**
Moda	7,3%	33,2%	20,7%	**77,8**

Respecto a las **Redes Sociales** (Tuenti, Facebook, etc.), la mayoría de este colectivo participa a menudo (el 82%) y no hay diferencias de género significativas: el 81% de chicos y el 84% de chicas participa a menudo. La participación en las Redes Sociales no parece estar relacionada con tener o no familiares con empleos relacionados con el sector TIC ni las limitaciones (o no) parentales a la hora de usar Internet. No obstante, aquellos/as que suelen conectarse con mayor intensidad (el 94% diariamente, al menos cinco días a la semana), además de disponer de ordenador y teléfono móvil propio (el 85% y el 91% respectivamente), participan en redes sociales de manera más intensiva.

Participación en redes sociales (Tuenti, Facebook, etc.) (según dispositivo de conexión utilizado)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Ordenador propio	82%	89%	85%	**8,2**
Teléfono móvil propio	88%	93%	91%	**5,6**
Dispositivo de la casa	78%	87%	82%	**9,7**
Dispositivo de familiares o amigos	84%	80%	82%	**-5,0**
Otros lugares (bibliotecas, cibers, etc.)	81%	79%	80%	**-2,4**

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Participación en redes sociales (Tuenti, Facebook, etc.) (según frecuencia de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana)	92%	96%	94%	**4,1**
Varios días por semana	78%	79%	79%	**1,2**
Un día a la semana	46%	67%	56%	**30,8**
Menos de un día a la semana	40%	38%	39%	**-6,3**

Respecto al **comercio electrónico**, la mayoría no ha comprado a través de Internet (63,5%). Entre aquellos/as que lo han hecho, el 14% ha comprado solo/a y el 23% con la supervisión de sus progenitores. Respecto a las diferencias de género, parece que mientras que los chicos compran en mayor medida solos (brecha -53,8), ellas lo hacen en mayor medida con la supervisión de sus progenitores (brecha 10). Para explicar estas diferencias de género respecto al e-comercio hemos explorado la posible relación entre realizar compras por Internet, que esta se realice con/sin supervisión y una serie de variables: tipo de acceso (dispositivo de conexión), frecuencia y control de conexión, y profesión de los familiares. La única correlación que muestran los datos es que los chicos que se conectan en mayor medida sin limitaciones parentales, 43% los chicos y 30% las chicas (brecha -30,3), han comprado en Internet.

Han comprado en Internet, con o sin supervisión (según limitaciones para conectarse)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan sin limitaciones parentales	43%	30%	37%	**-30,3**
Se conectan con limitaciones parentales	39%	34%	36%	**-13,6**

Este colectivo opta por adquirir productos como: entradas para espectáculos (cine, teatros, conciertos, etc.) (43,5%), ropa, calzado y complementos (47,6%), películas, música, libros, revistas y periódicos (incluye electrónicos) (34,7%), material deportivo (28,6%) y software de juegos de ordenador y de vídeoconsolas y sus actualizaciones (28,6%). Al analizar las diferencias de género, observamos que las chicas (en mayor medida que los chicos) tienden a comprar películas, música, libros, revistas y

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

periódicos (incluidos electrónicos) (brecha 43), material escolar y educativo (brecha 51,1), ropa, calzado y complementos (brecha 38,9) y entradas para espectáculos (cine, teatros conciertos, etc.) (brecha 47,8). Los chicos, por su parte, parecen comprar más material deportivo (brecha -38,6), otro software de ordenador y sus actualizaciones (brecha -18,2) y equipo informático (ordenadores y accesorios) (brecha -8).

Tipo de productos que han comprado	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Productos de alimentación	3,7%	6,1%	4,8%	**38,9**
Bienes para el hogar (p. ej. muebles, juguetes, etc.)	9,9%	18,2%	13,6%	**45,7**
Medicamentos	1,2%	0,0%	0,7%	**-100,0**
Películas, música, libros, revistas, periódicos (incluye electrónicos)	25,9%	45,5%	34,7%	**43,0**
Material escolar y educativo	3,7%	7,6%	5,4%	**51,1**
Material deportivo	34,6%	21,2%	28,6%	**-38,6**
Ropa, calzado y complementos	37,0%	60,6%	47,6%	**38,9**
Software de juegos de ordenador y de videoconsolas y sus actualizaciones	35,8%	19,7%	28,6%	**-45,0**
Otro software de ordenador y sus actualizaciones	11,1%	9,1%	10,2%	**-18,2**
Equipo informático (ordenadores y accesorios) y/o electrónico (cámaras, mp3)	19,8%	18,2%	19,0%	**-8,0**
Entradas para espectáculos (cine, teatros, conciertos, etc.)	30,9%	59,1%	43,5%	**47,8**
Otros productos o servicios	23,5%	24,2%	23,8%	**3,2**

Al analizar las afirmaciones relacionadas con el **grado de enganche a Internet**, podemos concluir que el 28,3% y el 51,8% manifiestan estar muy de acuerdo con no poder vivir sin Internet y con que el Internet encuentran los contenidos que les interesan. Por el contrario, manifiestan un completo desacuerdo con afirmaciones como que la informática es complicada (28,7%), que Internet hace que pasen menos tiempo con su familia y amigos/as (32,2%) o que Internet puede ser peligroso para sus seguridad (21,8%).

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

Muy de acuerdo con las siguientes afirmaciones	Chicos	Chicas	Total	Brecha
No puedo vivir sin Internet	24,1%	32,4%	28,3%	**25,4**
La informática es complicada	8,0%	2,4%	5,2%	**-69,5**
En Internet encuentro los contenidos que me interesan	51,7%	51,9%	51,8%	**0,4**
Internet hace que pase menos tiempo con mi familia y amigos/as	11,4%	10,6%	11,0%	**-7,1**
Internet puede ser peligroso para tu seguridad	16,0%	15,4%	15,7%	**-3,8**

Respecto a los **controles a la hora de utilizar Internet en casa**, los chicos y chicas manifiestan que no tienen limitaciones respecto a contenidos (páginas web en las que pueden o no entrar, filtros de seguridad) (77,4%) ni tampoco supervisan las tareas (cosas que pueden hacer o no con el ordenador o en Internet) (86,2%). Por el contrario, el 67,8% y el 51,9%, respectivamente, asegura que tienen limitaciones de horarios (momento del día, días de la semana) y de tiempo de conexión (número de horas).

Tienen limitaciones para utilizar el ordenador o Internet	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Limitación de horarios (momento del día, días de la semana)	56,8%	62,9%	59,9%	**9,7**
Tiempo de conexión (número de horas)	27,4%	30,9%	29,2%	**11,2**
Control de contenidos (páginas web en las que puedes o no entrar, filtros de seguridad)	36,0%	19,1%	27,4%	**-47,0**
Supervisión de tareas (cosas que puedes hacer o no con el ordenador o en Internet)	35,2%	41,3%	38,3%	**14,8**

A nivel explicativo, hemos indagado sobre la relación entre el control que ejercen los progenitores y las siguientes variables: dispositivo y frecuencia de conexión, y nivel de estudios y profesión de los progenitores (relacionada o no con las nuevas tecnologías). Los datos muestran que aquellos/as que tienen dispositivo en casa (uno común) experimentan en mayor medida alguna limitación para conectarse: el 68%. Independientemente del tipo de dispositivo de conexión, las chicas experimentan, en mayor medida que los chicos, alguna limitación para conectarse por parte de sus progenitores.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Alguna limitación para conectarse (según dispositivo de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Ordenador propio	60%	72%	66%	**17,4**
Teléfono móvil propio	57%	68%	63%	**16,5**
Dispositivo de la casa	63%	73%	68%	**13,0**
Dispositivo de familiares o amigos	55%	60%	57%	**8,3**
Otros lugares (bibliotecas, cibers, etc.)	60%	70%	66%	**14,3**

Los chicos y chicas que menos se conectan (un día por semana o menos de un día por semana) son aquellos que en mayor medida tienen alguna limitación: el 78% y el 68% respectivamente. La brecha de género más significativa se detecta entre los que menos se conectan: el 82% de los chicos y el 50% de las chicas que se conectan menos de un día a la semana tienen alguna limitación para conectarse (brecha -38,9). Entre aquellos/as que se conectan de forma más intensiva, la brecha es favorable a las chicas y por tanto ellas tienen más limitaciones. De hecho, sólo en el caso del grupo más pequeño, de los que menos se conectan, se invierte la brecha (favorable a los chicos). En consecuencia, puede concluirse que en general ellas tienen más limitaciones para conectarse que ellos.

Alguna limitación para conectarse (según frecuencia de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana)	51%	69%	60%	**26,3**
Varios días por semana	71%	80%	75%	**11,1**
Un día a la semana	71%	85%	78%	**15,6**
Menos de un día a la semana	82%	50%	68%	**-38,9**

Respecto a la relación entre el nivel de estudios de los progenitores y las limitaciones para conectarse, los datos muestran que son las madres con estudios universitarios y los padres con estudios secundarios, los que ponen mayores limitaciones: 72% y 70% respectivamente. Parece que tener familiares (progenitores y/o hermanos/as) con trabajos TIC no es importante, ya que las diferencias respecto a aquellos/as que tienen familiares con trabajo TIC no son significativas. No obstante, emerge una brecha de

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

género tanto entre un perfil como otro: a las chicas se les ponen más limitaciones que a los chicos, especialmente a aquellas con familiares sin trabajos TIC (19,8) respecto a las que tienen familiares con trabajos TIC (11,2).

Las preguntas relacionadas con su **futura formación** ponen de manifiesto varias tendencias. En primer lugar, respecto a las **asignaturas optativas** que han elegido, se observa que la mayoría opta por asignaturas como un segundo idioma extranjero (48,9%), informática (47,9%), tecnología (38%), música (36%) y comunicación audiovisual (18,5%). No obstante parecen observarse diferencias de género. Las chicas suelen elegir como optativas, en mayor medida que los chicos, un segundo idioma extranjero (brecha 32,1), comunicación audiovisual (brecha 14,2) y música (brecha 25,5). Por su parte, los chicos optan por tecnología (brecha -21,1) e informática (brecha -9,2).

Asignaturas optativas que han cursado o les gustaría cursar	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Comunicación audiovisual	17,1%	19,9%	18,5%	**14,2**
Segundo idioma extranjero	39,5%	58,3%	48,9%	**32,2**
Taller de matemáticas	12,2%	18,0%	15,1%	**32,1**
Tecnología	42,4%	33,5%	38,0%	**-21,1**
Informática	50,2%	45,6%	47,9%	**-9,2**
Música	30,7%	41,3%	36,0%	**25,5**
Cultura clásica	9,8%	13,1%	11,4%	**25,6**
Botánica	4,4%	7,3%	5,8%	**39,7**
Orientación laboral	6,8%	11,2%	9,0%	**38,8**
Otra	32,7%	35,9%	34,3%	**9,0**

En segundo lugar, tras preguntarles los **que les gustaría hacer cuando terminen sus estudios de 3º de ESO**, los datos muestran que a la mayoría le gustaría realizar estudios de Bachillerato (79,8%), seguido de hacer Formación Profesional (23,3%) y trabajar (15,9%). No obstante, mientras que las chicas parecen preferir en mayor

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

medida la primera opción (brecha 10,3: 84,1% de chicas frente al 75,5% de chicos), los chicos parecen decantarse en mayor medida que las chicas por las otras dos opciones (brecha -23,6 y -21,6, respectivamente).

Qué les gustaría hacer al terminar la ESO	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Bachillerato	75,5%	84,1%	79,8%	**10,3**
Formación Profesional	26,4%	20,2%	23,3%	**-23,6**
Trabajar	17,8%	13,9%	15,9%	**-21,6**

A nivel explicativo es interesante indagar sobre la relación entre la futura elección de estudios y profesiones de los chicas/as encuestados, y si tienen familiares (progenitores y hermanos/as) con profesión relacionada con las nuevas tecnologías. El 60% afirma que ha cursado o que le gustaría cursar alguna asignatura como Tecnología, Informática o Electrónica. No obstante, parece detectarse una brecha de género: el 64% de los chicos y el 57% de las chicas (brecha -11,5). Los chicos que se conectan diariamente (al menos 5 días por semana) o varios días por semana en mayor medida que las chicas han cursado o les gustaría cursar estas disciplinas. Así parece que a medida que se acentúa la frecuencia de uso, aumenta la propensión de los chicos/as a haber cursado o manifestar que les gustaría cursar estas asignaturas optativas.

Han cursado o les gustaría cursar Tecnología, Informática o Electrónica	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana)	71%	47%	59%	**-33,7**
Varios días por semana	73%	63%	68%	**-14,1**
Un día a la semana	64%	77%	70%	**16,4**
Menos de un día a la semana	55%	63%	59%	**13,5**

Así mismo, ellos manifiestan en mayor medida interés por estas optativas que ellas cuando disponen de ordenador y teléfono móvil propio. Respecto a la profesión de sus

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

familiares, es interesante mencionar que más chicas que chicos que tienen familiares con trabajos TIC han cursado o quieren cursar estas asignaturas: el 64% y el 54% respectivamente (brecha 14,5). Así mismo, se detecta una tendencia mayor entre las chicas que entre los chicos con familiares TIC a elegir estar disciplinas (brecha 14,5); mientra que entre aquellos/as con familiares sin trabajos TIC la brecha de género es favorable a los chicos (-24,8).

Entre aquellos/as que quieren optar por **Bachillerato**, las tendencias respecto a la **opción que elegirán** muestran la mayoría elegirá Ciencias de la Naturaleza y de la Salud (42,1%), seguido de Humanidades y Ciencias Sociales (34,8%), bachillerato Artístico (22,8%) y, por último, bachillerato Tecnológico (20,6%). Las diferencias de género que se detectan parecen indicar que las chicas tienen a optar en mayor medida que los chicos por bachillerato Artístico (brecha 46,7). Los chicos, por su parte, en mayor medida que las chicas optan por bachillerato Tecnológico (brecha -75,8).

Qué Bachillerato elegirían	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Ciencias de la naturaleza y de la salud	41,2%	42,9%	42,1%	**3,8**
Tecnológico	34,5%	8,3%	20,6%	**-75,8**
Humanidades y ciencias sociales	35,1%	34,5%	34,8%	**-1,7**
Artístico	15,5%	29,2%	22,8%	**46,7**

Para intentar explicar las diferencias de género respecto a la opción de bachillerato tecnológico (brecha favorable a los chicos -75,4) y otro tipo de bachillerato (brecha favorable a las chicas 26,6), hemos explorado la relación con variables como: dispositivo y frecuencia de conexión, y profesión de los familiares. Los datos muestran que entre aquellos/as que tienden a tener teléfono móvil y ordenador propio, han elegido y/o piensan elegir en mayor medida estas disciplinas: brechas favorables a los chicos de 80,4 y 80,3 respectivamente. Así mismo, entre los chicos y las chicas que se

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

conectan en menor medida (diariamente) la brecha es mayor: 31% y 7% respectivamente (brecha -76,4).

Elegirán Bachillerato Tecnológico (según dispositivo de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Ordenador propio	35%	7%	21%	**-80,4**
Teléfono móvil propio	27%	5%	15%	**-80,3**
Dispositivo de la casa	31%	10%	19%	**-68,7**
Dispositivo de familiares o amigos	38%	17%	28%	**-54,5**
Otros lugares (bibliotecas, cibers, etc.)	33%	6%	17%	**-81,3**

Elegirán Bachillerato Tecnológico (según frecuencia de conexión)	Chicos	Chicas	Total	Brecha
Se conectan diariamente (al menos 5 días a la semana)	31%	7%	18%	**-76,4**
Varios días por semana	22%	33%	27%	**33,3**
Un día a la semana	33%	13%	24%	**-62,5**
Menos de un día a la semana	36%	6%	20%	**-82,2**

Entre aquellos/as que quieren optar por **Formación Profesional**, las tendencias respecto a la **opción que elegirán** ponen de manifiesto que la mayoría elegirá una opción diferente a Electrónica, Imagen y Sonido e Informática y Comunicaciones (63,5% frente a 41,7%). No obstante, más chicos que chicas optarían por algunas de estas opciones "tecnológicas": 47,3% frente a 34,1% (brecha -27,8).

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

5. CONCLUSIONES GENERALES

Los datos ponen de manifiesto que nos encontramos frente a una generación interactiva de "nativos/as digitales", que no sólo hacen un **uso continuado, intensivo y autónomo** de las nuevas tecnologías (teléfono móvil, ordenador, Internet y videojuegos) sino que, en tanto en cuanto viven en ciber-hogares (IT alta y avanzada) y tienen acceso (en mayor o menor medida) a las TIC en las escuelas, estas son una parte sustancial e integral de sus vidas (comunicación, ocio, aprendizaje, consumo, etc.).

No obstante, la brecha digital persiste y a la hora de analizarla es necesario tener en cuenta variables como la edad, el nivel de estudios, el hábitat o el género. Estamos inmersos en la SI, donde la difusión masiva de las TIC ofrece una gran potencialidad para el desarrollo humano. Sin embargo, los beneficios de esta revolución no están distribuidos de manera equitativa ya que persisten barreras que inhiben y dificultan el uso de las nuevas tecnologías por parte de determinados colectivos. En este sentido, además de actitudes favorables respecto a las nuevas tecnologías, se hace necesario que haya una mayor y mejor información sobre las posibilidades que ofrecen, además de promover mejoras del equipamiento (*hardware* y *software*), las infraestructuras y los procesos tecnológicos existentes en tanto en cuanto se posibilitará el acceso y la disponibilidad en todos los ámbitos y para todos los colectivos sociales. Todo ello con objeto de reducir las brecha digitales existentes (marcadas por ejemplo por diferencias socioeconómicas) y así integrar de las nuevas tecnologías en la sociedad de la forma más efectiva posible.

Respecto a la brecha digital de género (la cual se define en términos de desigualdad de recursos, **acceso** y poder, entre hombres y mujeres), los datos parecen mostrar que tiende a reducirse entre este colectivo. Estamos ante una generación de **heavy users**.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

La brecha digital de género en la juventud española

Se detectan diferencias por razón de edad (el colectivo más joven, de 10 a 15 años, hace un uso menos intensivo) y de género (los chicos del colectivo de mayores, de 16 a 24 años, usa Internet de manera más intensiva que las chicas de su grupos de edad). Es más, de acuerdo con los datos de nuestra encuesta la mayoría se ha conectado alguna vez. Pero sólo un 47% se conecta diariamente (al menos 5 días a la semana), detectándose una brecha de género a favor de los chicos (-7,4). En este sentido, la mayor frecuencia de conexión parece estar relacionada con el dispositivo de conexión (disponer de ordenador y teléfono móvil propio) y el nivel de estudios de los progenitores. Si bien no parece existir ningún tipo de correlación entre frecuencia de conexión y profesión de los familiares, la brecha de género se acentúa a favor de los chicos que tienen familiares con trabajos TIC (-23,1).

Respecto a las **habilidades y los usos generales**, se pone de relieve que estamos frente a una "generación autónoma", con un conocimiento y dominio del ordenador e Internet avanzado y bastante similar entre chicos y chicas. La mayoría, el 80%, ha adquirido el conocimiento y usos de las TIC a través del autoaprendizaje. No obstante, mientras que las chicas tienden a recibir mucha ayuda de amigas y amigos, y hermanas (en relación con los chicos) a la hora de adquirir habilidades digitales, los chicos la reciben de su padre y sus amigos.

Los datos relativos a la **auto-percepción de habilidades informáticas** de nuestra encuesta muestran diferencias de género. Al considerar las tareas informáticas que pueden realizar de manera autónoma, de acuerdo con su grado de dificultad, podemos concluir que estamos frente a usuarios/as avanzados (el 81% pueden hacer solos más de la mitad de las tareas informáticas) y que no hay diferencias de género significativas (pero frente al 78% de chicos el 81% de chicas realiza más de la mitad de las tareas informáticas sin ayuda). Los chicos realizan tareas informáticas complejas con mayor

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA · FONDO SOCIAL EUROPEO · El FSE invierte en tu futuro

frecuencia que las chicas y si bien poseen aptitudes para realizar de manera autónoma la mayoría de las tareas: 1) sólo realizan algunas con escasa intensidad (leer o descargar periódicos y/o revistas, telefonear a través de Internet, etc.); y 2) se observan diferencias de género: mientras que ellos parecen tener más pericia para realizar descargas de software y de juegos, ellas la tienen para diseñar o modificar páginas webs o blogs.

La mayoría de los/as que realizan más de la mitad de las tareas informáticas disponen de uno o varios dispositivos de conexión en casa. Aquellos/as que pueden hacer solos/as más de la mitad de las tareas informáticas (pero salvo entre aquellos/as que se conectan con menor intensidad, no parecen existir brechas de género significativas). Además, tras explorar la posible relación entre las habilidades informáticas y la profesión de los familiares (progenitores y hermanos/as) los datos muestran: 1) una brecha significativa, favorable a las chicas (15,8), respecto a aquellos/as cuyos familiares tienen una profesión relacionada con el sector TIC; y 2) las chicas con familiares TIC parecen mostrar más habilidades informáticas que aquellas sin familiares en el sector y que los chicos con familiares TIC (brecha a favor de las chicas, 15,8).

Respecto a los **usos generales** los datos muestran que la edad es una variable clave respecto a la motivación para usar Internet. El grupo de jóvenes de 10 a 15 años realiza más usos relacionados con trabajos escolares y ocio; mientras que aquellos/as de 16 a 24 años optan en mayor medida por usos relacionados con la comunicación e información.

Otra conclusión interesante es la relativa correspondencia entre **las temáticas/ contenidos consultados en Internet y los roles de género**. La mayoría opta por buscar

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

contenidos culturales, relacionados con los juegos, el deporte y la informática. No obstante las chicas optan en mayor medida por el primer tipo de contenido y los chicos por los tres restantes. Es más, respecto a las temáticas de videos, webs o blogs consultadas, mientras que ellos prefieren temáticas relacionadas con el ocio y el tiempo libre (juegos y deportes), la preferencia de las chicas es más variada: contenidos variados: culturales, educativos (clase) y de ocio (sociedad y famosos). De esta forma parece que se mantiene una cierta división entre entretenimiento y aprendizaje, y las chicas muestran un mayor interés por las posibilidades educativas de Internet (en tanto herramienta de aprendizaje).

Si bien las pautas de consumo son muy similares, se detectan diferencias de género respecto al uso del **e-comercio** y al tipo de compra que realizan. De acuerdo con los datos de la TIC-H los chicos usan más el comercio electrónico que las chicas y esto se explica, entre otros motivos, porque ellas suelen ser más críticas con los problemas y dificultades que rodean esta forma de adquirir productos y servicios. Si bien el tipo de compra que realizan en Internet es muy similar, mientras que ellos tienden a comprar más software y productos informáticos, ellas optan en mayor medida por productos/servicios relacionados con viajes y alojamiento.

Nuestra encuesta complementa estos datos al poner de manifiesto que la mayoría no ha comprado a través de Internet, y aquellos/as que lo han hecho ha sido con la supervisión de sus progenitores (las chicas en mayor medida que los chicos). Así mismo, este colectivo de jóvenes de 3° de ESO tiende a realizar compras no sólo relacionadas con el ocio y tiempo libre sino también, en el caso de las chicas, con la formación (material escolar y educativo) y, en el de los chicos, con la tecnología (equipo informático y software de ordenador y actualizaciones). Para explicar estas diferencias de género respecto hemos explorado la posible relación entre diversas

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

variables, pero la única correlación que muestran los datos es que los chicos que se conectan en mayor medida sin limitaciones parentales, 43% los chicos y 30% las chicas (brecha -30,3), han comprado en Internet.

Respecto a las **Redes Sociales** (Tuenti, Facebook, etc.), la mayoría de este colectivo participa a menudo (el 82%) y no hay diferencias de género significativas. Si bien la participación en las Redes Sociales no parece estar relacionada con tener o no familiares con empleos relacionados con el sector TIC ni las limitaciones (o no) parentales a la hora de usar Internet, aquellos/as que suelen conectarse con mayor intensidad dispone de ordenador y teléfono móvil propio, y participan de manera más intensiva.

La e-generación rompe la dicotomía tradicional que tendía a asociar mujeres a tecnofobia (rechazo hacia las nuevas tecnologías) y hombres a tecnófila (pasión por las nuevas tecnologías). Los datos de nuestra encuesta muestran que las chicas de esta edad no tienen actitudes más negativas que sus homólogos masculinos hacia los ordenadores e Internet. De hecho más chicas que chicos afirman que no pueden vivir sin Internet. En este sentido, podría decirse que ellas son usuarias tanto, o en ocasiones incluso más, avanzadas y "enganchadas" a la nuevas tecnologías que sus homólogos.

De acuerdo con las valoraciones y actitudes recogidos en nuestra encuesta, Internet no es ni peligroso ni les quita tiempo con amigos/familia. Respecto a los posibles consumos excesivos y adicciones ("grado de enganche"), los datos muestran que **el control de los progenitores** es mínimo (horarios). De hecho la mayoría no tiene restricciones sobre los contenidos que consulta, y el tiempo de conexión y las tareas que realizan tampoco son supervisados. En este sentido, hemos indagado en la posible relación entre el control que ejercen los progenitores, dispositivo y frecuencia de

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

conexión, y nivel de estudios y profesión de los progenitores (relacionada o no con las nuevas tecnologías). Los datos muestran que: 1) aquellos/as que tienen dispositivo en casa (uno común) experimentan en mayor medida alguna limitación para conectarse; 2) los chicos y chicas que menos se conectan (un día por semana o menos de un día por semana) son aquellos que en mayor medida tienen alguna limitación; 3) la brecha de género más significativa se detecta entre los que menos se conectan (favorable a los chicos), y entre aquellos/as que se conectan de forma más intensiva la brecha es favorable a las chicas; 4) en general ellas tienen más limitaciones para conectarse que ellos, especialmente a aquellas con familiares sin trabajos TIC .

Respecto a la **futura elección de estudios** y profesiones de los chicas/as encuestados, el 60% afirma que ha cursado o que le gustaría cursar alguna asignatura como Tecnología, Informática o Electrónica. No obstante, parece detectarse una brecha de género: el 64% de los chicos y el 57% de las chicas (brecha -11,5). A nivel explicativo podemos concluir que: 1) a medida que se acentúa la frecuencia de uso, aumenta la propensión de los chicos/as a haber cursado o manifestar que les gustaría cursar estas asignaturas optativas; 2) ellos manifiestan en mayor medida interés por estas optativas que ellas cuando disponen de ordenador y teléfono móvil propio; y 3) más chicas que chicos que tienen familiares con trabajos TIC han cursado o quieren cursar estas asignaturas. Así mismo, las diferencias de género respecto a la opción de bachillerato tecnológico (brecha favorable a los chicos -75,4) y otro tipo de bachillerato (brecha favorable a las chicas 26,6), se pueden explicar teniendo en cuenta variables como el dispositivo y frecuencia de conexión.

Por último, el análisis de los datos de la encuesta TIC-H pone de manifiesto que prácticamente no hay diferencias de género respecto a las habilidades y a los usos que hacen de las nuevas tecnologías (incluso respecto a aquellos más avanzados). Es más,

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

respecto a algún tipo de habilidad y uso concreto se observa una brecha favorable a las chicas. No obstante, si bien no se observan diferencias de género significativas y la brecha de género tiende a reducirse, los datos de nuestra encuesta a estudiantes de 3° de ESO muestran que a pesar de que los intereses de esta generación tecnológica sean similares, la segregación de género en la elección de los estudios y las profesiones persiste. Las chicas, principalmente como consecuencia del proceso de socialización y de la reproducción de roles género tradicionales (basados en estereotipos y prejuicios de género), continúan optando por estudios y profesiones alejadas de las nuevas tecnologías. Respecto a las optativas elegidas y la opción que elegirán después de 3° de ESO, los chicos parecen optar en mayor medida que las chicas por Tecnología e Informática. Así mismo, las chicas también manifiestan una menor intención de trabajar en una profesión relacionado con las TIC que los chicos. En consecuencia, una de las principales conclusiones que podemos extraer de nuestra investigación no es demasiado optimismo ya que si bien la brecha de género respecto a las habilidades informáticas/digitales y los usos básicos de Internet tienden a reducirse, parece muy probable que las jóvenes generaciones de hombres seguirán siendo los que diseñen las nuevas tecnologías y controlen los ámbitos de toma de decisiones del sector TIC.

La sociedad de la información entraña nuevos retos al tiempo que ofrece la oportunidad de construir una igualdad real entre hombres y mujeres. Las TIC no son neutrales respecto al género y es por tanto necesario abrir nuevos horizontes que permitan que las mujeres aporten no sólo su propia mirada sino que además tengan cabida sus propios intereses, deseos, aspiraciones y expectativas. Para ello, se hace necesario que las chicas, usuarias intensivas, autónomas y avanzadas, también decidan estudiar carreras tecnológicas (informática e ingeniería) y que, en consecuencia, aumente su presencia en puestos de responsabilidad directiva en empresas del sector TIC. Es decir, es necesario que las mujeres se conviertan en usuarias creadoras y

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

transmisoras de información y conocimiento a través de las nuevas tecnologías. Todo ello, con el fin de evitar una pérdida de talento femenino al tiempo que se promueve que las mujeres emerjan como ciber-ciudadanas activas y creadoras y, en definitiva, verdaderas protagonistas en la sociedad hipertecnificada.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Miranda de Larra, R. (2005): "Los menores en la Red: comportamiento y navegación segura". Cuadernos Sociedad de la Información 6. Auna Fundación. Disponible en http://www.fundacionorange.es/documentos/analisis/cuadernos/los_menores_red.pdf (Noviembre 2010).

Auna Fundación (2005): La generación 'e'. Notas Febrero. Disponible en http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/10_eGeneracion.pdf (Noviembre 2010).

BECTA (2002): ImpaCT2 - The Impact of Information and Communication Technologies on Pupil Learning and Attainment. British Educational Communications and Technology Agency, Coventry. Disponible en www.becta.org.uk/research/reports/impact2 (Diciembre 2010).

BECTA (2008): "How do boys and girls differ in their use of ICT?". Research report. Leading next generation learning. August. Disponible en http://www.becta.org.uk (Noviembre 2010).

Bringué, X. y Sádaba, Ch. (2009): La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas. Ariel. Colección Fundación Telefónica. Cuaderno 22. Disponible en http://www.fundacion.telefonica.com/en/debateyconocimiento/media/publicaciones/generacion_interactiva.pdf (Noviembre 2010).

Cassany, D. y Ayala, G. (2008): "Nativos e inmigrantes digitales en la escuela", en CEE Participación Educativa, N. 9, noviembre: pp. 53-71. Disponible en http://www.mepsyd.es/cesces/revista/n9-ayala-gilmar.pdf (Diciembre 2010).

Castaño (coord.) (2008): La segunda brecha digital. Cátedra, Madrid.

Castaño (dir.) (2003): Las mujeres andaluzas y la Sociedad de la Información. Instituto Andaluz de la Mujer, Sevilla.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Castaño, C. y Vázquez, S. (2010): "Distantes de Internet: las razones de la exclusión de las mujeres" (pp.121-151), en C. Castaño, J. Martín, S. Vázquez y J. L. Martínez, La brecha digital de género: Amantes y Distantes. Tipografía Católica SCA, Madrid.

Castaño, C., Martín, J. y Vázquez, S. (2008): "La e-inclusión y el bienestar social: una perspectiva de género", en Economía industrial, N. 367: 139-152. Disponible en http://www.mityc.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/367/139.pdf (Diciembre 2010).

Castaño, C., Martín, J., Vázquez, S. y Añino, S. (2007): Observatorio e-igualdad. Informe final. Disponible en http://www.e-igualdad.net/ (Diciembre 2010).

Castaño, C., Martín, J., Vázquez, S. y Martínez, J. L. (2010): La brecha digital de género: Amantes y Distantes. Tipografía Católica SCA, Madrid.

CEACCU (2005): "Sondeo sobre hábitos de consumo de televisión y de nuevas tecnologías de la infancia y juventud". Disponible en http://ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumotfnewtecnologias.pdf (Noviembre 2010).

Centro e-igualdad 2008-2009. Disponible en http://www.e-igualdad.net/contenidos/contenido.aspx?IdContenido=337 (Noviembre 2010).

Comisión Europea (2006): Informe sobre el uso de las nuevas tecnologías en las escuelas europeas. Septiembre. Disponible en http://cent.uji.es/octeto/node/2048 (Noviembre 2010).

Cope, C. y Ward, P. (2002): "Integrating learning technology into classrooms: The importance of teachers' perceptions", en Educational Technology & Society, 5(1), 67-74.

Duarte da Silva, B., Gomes, M.J., Oliveira, L. R. y Blanco, E. (2003): Uso de las TIC en la enseñanza superior: trabajo en curso en la Universidad de Minho. Ponencia. Disponible en http://www.uoc.edu/dt/20153/index.html (Noviembre 2010).

Eccles, J. S. (1985): "Sex differences in achievement patterns" (pp. 97-132), en T. Sonderefger (ed.) Psychology and gender. Lincoln: university of Nebraska.

Eurydice (2005): "How boys and girls in Europe are finding their way with information and communication technology". EURYDICE IN BRIEF, October. Disponible en http://eacea.ec.europa.eu/eurydice/portal/page/portal/Eurydice/showPresentation?pubid=069DE (Noviembre 2010).

Fundación Protégeles (2002): "Seguridad infantil y costumbres de los menores en Internet". Disponible en http://www.protegeles.com/internet.doc (Noviembre 2010).

Garitaonandia, C. (2010): Oportunidades y riesgos para los niños y jóvenes en Internet EUKids Online en Safer Internet Plus Programme (2006-2009). UPV-EHU. Disponible en http://www.gazteaukera.euskadi.net/r58-7657/es/contenidos/informacion/jardunaldiak_14/es_10717/adjuntos/laburpena/C_%20Garitaonandia_c.pdf (Noviembre 2010).

Gértrudix, F. y Gértrudix, M. (2007): "Investigaciones entorno a las tic en educación: una panorámica actualizada", en Docencia e Investigación: revista de la Escuela Universitaria de Magisterio de Toledo, Año 32, N. 17: 119-146.

González Salamanca, D. (2006): La inclusión digital: capacitación, integración y desarrollo. Estudio de caso y modelos de buenas prácticas. "Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Centro Escolar. Estudio de caso" Disponible en http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?pid=bibliuned:23226 (Noviembre 2010).

Gordo, A. J. y Magías I. (2006): "Jóvenes y cultura messenger" Fundación Ayuda contra la Drogadicción- INJUVE. Disponible en http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.itme.action?id=90016137&menuId=572069434 (Noviembre 2010).

Martín, J. y Martínez, J. L. (2010): "Las brechas digitales de género en cifras: Descripción de la e-inclusión en España" (pp. 13-52), en C. Castaño, J. Martín, S.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Vázquez y J. L. Martínez, La brecha digital de género: Amantes y Distantes. Tipografía Católica SCA, Madrid.

Observatorio de las Telecomunicaciones de RED.ES (2007): Informe sobre la implantación y el uso de las TIC en los centros docentes de educación primaria y secundaria (CURSO 2005-2006). Disponible en http://www.red.es/articles/detail.action?sec=228&id=2441 (Noviembre 2010).

Observatorio e-igualdad 2006-2007. Disponible en http://www.fundaciondirecta.org/proyectos/sociedad-informacion/e-igualdad-2006-2007 (Noviembre 2010).

Pavón et al. (2000): ¿Qué buscan los adolescentes en Internet? En Marchena E. Y Alcalde C. (Coords) La perspectiva de la Educación en el siglo que empieza. Actas del IX Congreso INFAD 2000 Infancia y Adolescencia Vol II. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz, (675-680). Disponible en http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/113.pdf (Noviembre 2010).

Prensky, M. (2001): "Digital Natives, Digital Immigrants", On the Horizon, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October. Disponible en http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf (Noviembre 2010).

Quintero, D. M., Ávila, G. P. y Riascos, S. C. (2009): Inclusión de las TIC en la educación superior. Estudio de casos. Conferencia en el e-espacio de los contenidos digitales de la UNED. Disponible en http://e-spacio.uned.es/fez/view.php?pid=bibliuned:23221 (Noviembre 2010).

REDES (2006): "Perfil sociodemográfico de los internautas. Actividades realizadas en Internet" http://www.red.es (Noviembre 2010).

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA FONDO SOCIAL EUROPEO El FSE invierte en tu futuro

Sádaba, Ch. y Bringué, X. (2010): Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva. CEE Participación Educativa, 15, noviembre 2010, pp. 86-104

Sainz, M. (2007): "Aspectos psicosociales de las diferencias de género en actitudes hacia las nuevas tecnologías en adolescentes". Tesis 1º premio Injuve. Disponible en http://www.injuve.es/injuve/contenidos.item.action?id=1423691052&menuId=1565773279 (Diciembre 2010).

Sigalés, C., Mominó, J. M. y Meneses, J. (2009): Integración de las TIC e innovación en la educación escolar española, en Revista Telos, Enero-Marzo, N. 78.

Sigalés, C., Mominó, J.M., Meneses, J. y Badia, A. (2008): La integración de Internet en la educación escolar española: situación actual y perspectivas de futuro. Fundación Telefónica y Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Disponible en http://www.fundacion.telefonica.com/debateyconocimiento/publicaciones/informe_escuelas/esp/informe.html (Noviembre 2010).

Valor, J. y Sieber, S. (2003): Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil. Estudios del ebCenter. CEPREDE, n-economía. Síntesis de documentos. N.74, Mayo. Disponible en http://www.n-economia.com/informes_documentos/pdf/sintesis_documentos/SINTESIS_NE_10-2004.PDF (Noviembre 2010).

Vázquez, S. (2010): Aproximación cualitativa: Profesoras, educación y nuevas tecnologías. Proyecto e-igualdad. Financiado por el Instituto de la Mujer.

Vázquez, S. y Añino, S. (2008): "La diversidad de mujeres ante Internet" (pp.155-184) en C. Castaño (coord.) La segunda brecha digital. Cátedra, Madrid.

Vázquez, S. y Castaño, C. (2010): "Amantes de Internet: prácticas de e-inclusión entre las mujeres usuarias" (pp.87-120), en C. Castaño, J. Martín, S. Vázquez y J. L.

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD · SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD · INSTITUTO DE LA MUJER
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

Martínez, La brecha digital de género: Amantes y Distantes. Tipografía Católica SCA, Madrid.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER

UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro