

Centro
Reina Sofía
sobre adolescencia
y juventud

fad

ESTUDIO

JÓVENES EN LA RED: UN SELFIE (2015)

TABULACIÓN GENERAL

ANEXO 2. TABLAS

A2.1. EN INTERNET, BUSCO INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN, POR SEXO Y EDAD. $P < 0.05$ (SÓLO SEXO). DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	62,0	74,7	62,1	69,2
A veces	29,0	18,1	31,0	22,6
Rara vez	7,2	4,8	6,9	5,9
Nunca	1,5	0,7	0,0	1,2
NS/NC	0,2	1,7	0,0	1,1
Total	403	415	87	731

A2.2. EN INTERNET, BUSCO INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN, POR ESTUDIOS EN CURSO. $P < 0.05$. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Con frecuencia	42,9	57,1	74,5	85,6	76,5
A veces	57,1	33,5	20,7	10,6	11,8
Rara vez	0,0	7,1	3,2	2,1	11,8
Nunca	0,0	1,9	0,6	0,5	0,0
NS/NC	0,0	0,5	1,0	1,1	0,0
Total	7	212	314	188	17

Nota: en este Anexo sólo se incluyen las tablas con datos estadísticamente significativos.

*A2.3. EN INTERNET, MIRO INFORMACIÓN DE OTRAS PERSONAS,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	40,4	52,3	51,7	45,8
A veces	38,5	29,9	27,6	34,9
Rara vez	16,4	14,2	16,1	15,2
Nunca	4,2	2,7	3,4	3,4
NS/NC	0,5	1,0	1,1	0,7
Total	403	415	87	731

*A2.4. EN INTERNET, MIRO INFORMACIÓN DE OTRAS PERSONAS,
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. P<0.05. DATOS EN %.*

	CLASE SOCIAL				
	Alto*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Con frecuencia	0,0	50,4	48,0	43,4	50,0
A veces	33,3	33,8	33,3	34,9	32,5
Rara vez	0,0	12,8	14,7	17,9	12,5
Nunca	66,7	2,3	3,7	2,8	0,0
NS/NC	0,0	0,8	0,2	0,9	5,0
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

*A2.5. EN INTERNET, MIRO INFORMACIÓN DE OTRAS PERSONAS PARA DIVERTIRME,
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Con frecuencia	57,1	45,3	42,4	55,3	58,8
A veces	28,6	30,2	38,2	31,4	35,3
Rara vez	0,0	19,8	16,6	8,5	0,0
Nunca	14,3	4,2	2,2	3,2	5,9
NS/NC	0,0	0,5	0,6	1,6	0,0
Total	7	212	314	188	17

*A2.6. EN INTERNET, SIGO BLOGS, WEBS...
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Con frecuencia	32,6	44,5	42,1	42,6	37,5	27,9
A veces	23,2	29,8	29,4	29,5	31,3	36,9
Rara vez	32,6	18,0	16,7	24,6	25,0	23,0
Nunca	9,5	7,4	11,1	3,3	0,0	11,5
NS/NC	2,1	0,4	0,8	0,0	6,3	0,8
Total	95	272	252	61	16	122

*A2.7. EN INTERNET, SIGO BLOGS, WEBS...
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. P<0.05. DATOS EN %.*

	CLASE SOCIAL					
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja	NS/NC
Con frecuencia	66,7	40,6	43,9	31,1	42,5	27,3
A veces	0,0	35,3	27,9	30,2	37,5	22,7
Rara vez	0,0	16,5	20,3	25,5	7,5	31,8
Nunca	33,3	7,5	7,6	11,3	10,0	13,6
NS/NC	0,0	0,0	0,2	1,9	2,5	4,5
Total	3	133	408	212	40	22

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

*A2.8. EN INTERNET, COMPARTO INFORMACIÓN Y OPINIONES CON OTROS,
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Con frecuencia	33,3	39,8	38,7	36,3	32,5
A veces	33,3	31,6	34,6	40,1	37,5
Rara vez	0,0	22,6	18,6	17,9	17,5
Nunca	33,3	3,8	6,9	4,7	10,0
NS/NC	0,0	2,3	1,2	0,9	2,5
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

*A2.9. EN INTERNET, COMPARTO INFORMACIÓN Y OPINIONES DE OTROS,
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					NS/NC
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Con frecuencia	42,1	38,6	34,5	21,3	56,3	25,4
A veces	28,4	35,7	36,1	31,1	18,8	32,0
Rara vez	22,1	18,4	20,6	32,8	6,3	25,4
Nunca	6,3	6,6	7,1	13,1	18,8	14,8
NS/NC	1,1	0,7	1,6	1,6	0,0	2,5
Total	95	272	252	61	16	122

*A2.10. EN INTERNET, COMPARTO INFORMACIÓN Y OPINIONES DE OTROS,
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. P<0.05. DATOS EN %.*

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Con frecuencia	33,3	29,3	36,3	38,7	25,0
A veces	33,3	36,1	34,1	32,5	32,5
Rara vez	0,0	26,3	21,1	17,9	30,0
Nunca	33,3	8,3	7,6	9,4	10,0
NS/NC	0,0	0,0	1,0	1,4	2,5
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

*A2.1.1. EN INTERNET, SUBO FOTOS, VÍDEOS...
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	24,1	40,2	34,5	32,0
A veces	39,5	40,2	34,5	40,5
Rara vez	30,0	15,9	23,0	22,8
Nunca	6,0	2,7	6,9	4,0
NS/NC	0,5	1,0	1,1	0,7
Total	403	415	87	731

*A2.1.2. EN INTERNET, SUBO FOTOS, VÍDEOS...
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Con frecuencia	42,9	34,4	27,7	33,5	35,3
A veces	28,6	34,0	40,8	44,1	47,1
Rara vez	0,0	25,5	27,4	16,0	17,6
Nunca	28,6	5,7	3,5	4,8	0,0
NS/NC	0,0	0,5	0,6	1,6	0,0
Total	7	212	314	188	17

*A2.13. EN INTERNET, JUEGO ONLINE...
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	32,5	14,0	27,6	22,6
A veces	24,3	27,0	26,4	25,6
Rara vez	27,8	29,2	26,4	28,7
Nunca	14,6	27,2	18,4	21,3
NS/NC	0,7	2,7	1,1	1,8
Total	403	415	87	731

*A2.14. EN INTERNET, MANTENGO MI PROPIA WEB, BLOG...
POR CREENCIA RELIGIOSA. P<0.05. DATOS EN %.*

	CREENCIA RELIGIOSA					
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente	NS/NC
Con frecuencia	15,9	10,4	15,5	12,2	11,0	14,9
A veces	15,9	9,9	19,0	10,8	14,6	25,5
Rara vez	25,0	19,8	17,2	21,6	14,9	14,9
Nunca	31,8	54,7	48,3	54,1	56,0	42,6
NS/NC	11,4	5,2	0,0	1,4	3,6	2,1
Total	44	212	58	148	309	47

*A2.15. EN INTERNET, MANTENGO MI PROPIA WEB, BLOG...
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Con frecuencia	12,3	9,0	5,5	18,3	21,7
A veces	13,0	10,7	12,7	19,2	21,7
Rara vez	17,6	18,0	22,7	17,3	17,4
Nunca	54,2	59,0	54,5	40,4	26,1
NS/NC	3,0	3,3	4,5	4,8	13,0
Total	432	122	110	104	23

*A2.16. EN INTERNET, PARTICIPO ACTIVAMENTE EN FOROS,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	13,9	6,7	13,8	9,8
A veces	21,1	10,6	14,9	15,9
Rara vez	37,2	36,6	37,9	36,8
Nunca	26,8	43,1	32,2	35,4
NS/NC	1,0	2,9	1,1	2,1
Total	403	415	87	731

*A2.17. EN INTERNET, PARTICIPO ACTIVAMENTE EN FOROS,
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Con frecuencia	10,5	8,8	11,5	14,8	18,8	7,4
A veces	9,5	15,4	21,4	13,1	25,0	9,8
Rara vez	42,1	34,9	35,7	31,1	31,3	43,4
Nunca	34,7	40,1	29,4	41,0	18,8	35,2
NS/NC	3,2	0,7	2,0	0,0	6,3	4,1
Total	95	272	252	61	16	122

*A2.18. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA ESTAR EN CONTACTO
CON AMIGOS, SEGÚN SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	10,2	25,7	16,1	17,4
Poca	14,4	17,3	14,5	15,9
Regular	21,8	18,6	27,4	19,3
Bastante	27,4	18,1	19,4	23,7
Mucha	26,3	19,8	22,6	23,5
NS/NC	0,0	0,4	0,0	0,2
Total	285	237	62	460

*A2.19. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA BUSCAR INFORMACIÓN,
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Ninguna	6,9	9,6	11,3	4,3	8,3
Poca	5,4	15,1	0,0	8,7	16,7
Regular	13,0	8,2	15,5	7,2	0,0
Bastante	21,3	13,7	25,4	23,2	33,3
Mucha	53,4	52,1	47,9	53,6	41,7
NS/NC	0,0	1,4	0,0	2,9	0,0
Total	277	73	71	69	12

*A2.20. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA ESCUCHAR MÚSICA,
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Ninguna	11,2	17,8	14,1	11,6	25,0
Poca	10,5	12,3	4,2	17,4	25,0
Regular	15,9	4,1	22,5	10,1	8,3
Bastante	21,7	19,2	26,8	27,5	16,7
Mucha	40,4	43,8	32,4	31,9	25,0
NS/NC	0,4	2,7	0,0	1,4	0,0
Total	277	73	71	69	12

*A2.2.1. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA LIGAR,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	34,0	62,0	43,5	47,2
Poca	24,9	16,9	19,4	21,5
Regular	16,5	8,9	16,1	12,6
Bastante	15,4	5,9	14,5	10,7
Mucha	7,4	3,8	4,8	5,9
NS/NC	1,8	2,5	1,6	2,2
Total	285	237	62	460

*A2.2.2. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA LIGAR,
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Ninguna	51,9	44,9	45,5	47,4	33,3	51,1
Poca	24,1	22,7	20,1	34,2	16,7	13,6
Regular	9,3	14,2	14,9	2,6	8,3	14,8
Bastante	7,4	11,9	11,7	10,5	8,3	11,4
Mucha	7,4	4,5	7,8	2,6	25,0	2,3
NS/NC	0,0	1,7	0,0	2,6	8,3	6,8
Total	54	176	154	38	12	88

**A2.23. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA VER PELÍCULAS,
SERIES Y OTROS CONTENIDOS, POR CREENCIA RELIGIOSA.
P <0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Ninguna	8,0	14,4	8,6	7,9	9,8
Poca	16,0	14,4	8,6	15,7	7,3
Regular	16,0	12,3	14,3	11,2	13,0
Bastante	8,0	21,9	25,7	16,9	20,7
Mucha	44,0	35,6	42,9	48,3	49,2
NS/NC	8,0	1,4	0,0	0,0	0,0
Total	25	146	35	89	193

**A2.24. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR DE MESA PARA JUGAR ONLINE,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	15,8	41,4	22,6	28,0
Poca	18,9	15,6	24,2	16,5
Regular	13,3	16,0	14,5	14,6
Bastante	17,9	11,8	12,9	15,4
Mucha	33,7	14,8	25,8	25,0
NS/NC	0,4	0,4	0,0	0,4
Total	285	237	62	460

*A2.25. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA ESTAR EN CONTACTO
CON TU GRUPO DE AMIGOS, POR ESTUDIOS EN CURSO.
P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ninguna	20,0	9,0	3,5	2,8	0,0
Poca	0,0	16,8	7,7	10,1	7,1
Regular	40,0	23,4	23,1	21,9	21,4
Bastante	0,0	19,8	31,8	33,1	35,7
Mucha	40,0	30,5	33,6	30,9	35,7
NS/NC	0,0	0,6	0,3	1,1	0,0
Total	5	167	286	178	14

*A2.26. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA BUSCAR INFORMACIÓN,
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ninguna	0,0	2,4	0,9	1,1	0,0
Poca	20,0	0,6	2,8	1,7	4,2
Regular	0,0	9,0	4,7	1,1	7,0
Bastante	0,0	21,0	14,0	11,8	28,2
Mucha	80,0	66,5	77,2	83,1	60,6
NS/NC	0,0	0,6	0,5	1,1	0,0
Total	5	167	215	178	71

A2.27. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA BUSCAR INFORMACIÓN, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. $P < 0.05$. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Ninguna	33,3	1,6	0,8	2,2	0,0
Poca	0,0	4,8	1,7	2,8	0,0
Regular	0,0	7,1	4,8	5,5	7,4
Bastante	33,3	15,1	17,2	18,8	18,5
Mucha	33,3	71,4	74,6	70,2	70,4
NS/NC	0,0	0,0	0,8	0,6	3,7
Total	3	126	355	181	27

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A2.28. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA ESCUCHAR MÚSICA, POR SEXO Y EDAD. $P < 0.05$ (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	4,2	3,4	4,2	3,8
Poca	7,3	5,2	5,6	6,3
Regular	15,5	9,2	13,9	11,9
Bastante	25,5	23,6	23,6	24,6
Mucha	46,7	58,0	51,4	52,9
NS/NC	0,9	0,5	1,4	0,6
Total	330	381	72	639

A2.29. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA VER PELÍCULAS, SERIES, ETC., POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	2,4	2,6	0,0	2,8
Poca	5,8	4,2	9,7	4,4
Regular	12,1	7,3	9,7	9,5
Bastante	21,8	17,1	19,4	19,2
Mucha	57,0	68,2	59,7	63,4
NS/NC	0,9	0,5	1,4	0,6
Total	330	381	72	639

A2.30. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA LIGAR, POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	30,6	48,8	48,6	39,4
Poca	19,4	22,0	13,9	21,6
Regular	22,1	13,6	13,9	18,0
Bastante	17,3	9,4	13,9	13,0
Mucha	9,1	4,7	6,9	6,7
NS/NC	1,5	1,3	2,8	1,3
Total	330	381	72	639

*A2.3.1. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA LIGAR,
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Ninguna	47,1	35,3	41,2	41,5	10,0	47,5
Poca	18,8	17,8	21,7	28,3	20,0	23,8
Regular	18,8	21,6	14,5	11,3	10,0	17,8
Bastante	11,8	16,2	14,0	11,3	20,0	5,0
Mucha	3,5	7,1	7,7	7,5	30,0	4,0
NS/NC	0,0	2,1	0,9	0,0	10,0	2,0
Total	85	241	221	53	10	101

*A2.3.2. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA LIGAR,
POR CREENCIA RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Ninguna	43,2	37,8	48,0	29,2	44,7
Poca	18,9	27,1	12,0	25,4	16,2
Regular	18,9	11,2	26,0	25,4	17,3
Bastante	8,1	14,4	8,0	12,3	14,3
Mucha	10,8	8,5	6,0	5,4	6,0
NS/NC	0,0	1,1	0,0	2,3	1,5
Total	37	188	50	130	266

A2.33. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA JUGAR ONLINE, POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	20,6	28,6	22,2	25,2
Poca	17,0	19,4	19,4	18,2
Regular	16,1	17,6	15,3	17,1
Bastante	17,3	16,5	15,3	17,1
Mucha	28,5	16,8	25,0	21,9
NS/NC	0,6	1,0	2,8	0,6
Total	330	381	72	639

A2.34. GRADO DE UTILIDAD DEL ORDENADOR PORTÁTIL PARA JUGAR ONLINE, POR CREENCIA RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Ninguna	32,4	22,9	42,0	23,1	24,4
Poca	16,2	19,1	8,0	17,7	21,4
Regular	13,5	20,2	20,0	13,1	14,7
Bastante	21,6	16,5	10,0	17,7	16,9
Mucha	16,2	20,7	18,0	26,9	21,8
NS/NC	0,0	0,5	2,0	1,5	0,8
Total	37	188	50	130	266

**A2.35. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA ESTAR EN CONTACTO
CON TU GRUPO DE AMIGOS, POR SEXO Y EDAD.**
P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	20,6	28,6	22,2	25,2
Poca	17,0	19,4	19,4	18,2
Regular	16,1	17,6	15,3	17,1
Bastante	17,3	16,5	15,3	17,1
Mucha	28,5	16,8	25,0	21,9
NS/NC	0,6	1,0	2,8	0,6
Total	330	381	72	639

**A2.36. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA ESTAR EN CONTACTO
CON TU GRUPO DE AMIGOS, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.**
P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Ninguna	0,0	0,8	1,0	1,9	0,0
Poca	33,3	0,0	0,2	1,4	0,0
Regular	0,0	3,8	5,5	7,7	7,7
Bastante	33,3	11,4	14,7	18,2	28,2
Mucha	33,3	84,1	77,4	69,4	64,1
NS/NC	0,0	0,0	1,2	1,4	0,0
Total	3	132	402	209	39

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

*A2.37. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA BUSCAR INFORMACIÓN,
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ninguna	0,0	10,1	8,9	11,2	0,0
Poca	14,3	22,2	17,3	23,0	12,5
Regular	14,3	28,5	36,7	21,4	6,3
Bastante	28,6	23,7	20,8	24,6	31,3
Mucha	42,9	15,0	16,0	19,3	50,0
NS/NC	0,0	0,5	0,3	0,5	0,0
Total	7	207	313	187	16

*A2.38. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA BUSCAR INFORMACIÓN,
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Ninguna	8,7	8,1	9,3	3,3	20,0	17,5
Poca	18,5	21,1	18,5	31,1	0,0	17,5
Regular	29,3	33,7	29,8	18,0	13,3	19,2
Bastante	25,0	21,1	23,0	36,1	26,7	22,5
Mucha	17,4	15,9	19,0	11,5	33,3	22,5
NS/NC	1,1	0,0	0,4	0,0	6,7	0,8
Total	92	270	248	61	15	120

A2.39. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA VER PELÍCULAS, SERIES, ETC., POR SEXO Y EDAD. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	34,2	42,1	31,8	39,0
Poca	28,4	28,7	31,8	28,2
Regular	20,0	12,2	14,1	16,2
Bastante	8,4	8,0	16,5	7,2
Mucha	8,4	8,8	4,7	9,0
NS/NC	0,8	0,2	1,2	0,4
Total	395	411	85	721

A2.40. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA VER PELÍCULAS, SERIES, ETC., POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Ninguna	43,5	40,4	39,1	29,5	33,3	32,5
Poca	31,5	26,7	29,0	34,4	0,0	30,0
Regular	15,2	19,6	14,5	14,8	13,3	12,5
Bastante	2,2	7,4	8,1	11,5	20,0	11,7
Mucha	6,5	5,9	8,9	9,8	26,7	12,5
NS/NC	1,1	0,0	0,4	0,0	6,7	0,8
Total	92	270	248	61	15	120

A2.41. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA VER PELÍCULAS, SERIES, ETC., POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ninguna	14,3	30,9	43,1	43,9	31,3
Poca	28,6	30,4	29,1	28,9	6,3
Regular	14,3	16,4	14,4	14,4	25,0
Bastante	28,6	9,7	6,4	8,6	12,5
Mucha	14,3	11,6	6,4	4,3	25,0
NS/NC	0,0	1,0	0,6	0,0	0,0
Total	7	207	313	187	16

A2.42. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA LIGAR, POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	25,6	39,9	32,9	32,9
Poca	15,7	18,2	17,6	16,9
Regular	23,0	18,2	25,9	20,0
Bastante	19,0	13,1	10,6	16,6
Mucha	15,2	8,5	8,2	12,2
NS/NC	1,5	1,9	4,7	1,4
Total	395	411	85	721

*A2.43. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA JUGAR ONLINE,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	39,2	43,6	41,2	41,5
Poca	25,3	19,5	23,5	22,2
Regular	15,2	18,0	16,5	16,6
Bastante	10,9	11,2	14,1	10,7
Mucha	8,9	7,5	3,5	8,7
NS/NC	0,5	0,2	1,2	0,3
Total	395	411	85	721

*A2.44. GRADO DE UTILIDAD DEL TELÉFONO MÓVIL PARA JUGAR ONLINE,
POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.*

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Ninguna	46,7	38,9	40,7	42,6	26,7	45,8
Poca	23,9	24,8	22,2	24,6	6,7	16,7
Regular	9,8	21,1	14,1	13,1	20,0	18,3
Bastante	8,7	11,1	11,3	11,5	6,7	12,5
Mucha	9,8	4,1	11,3	8,2	33,3	6,7
NS/NC	1,1	0,0	0,4	0,0	6,7	0,0
Total	92	270	248	61	15	120

**A2.45. GRADO DE UTILIDAD DE LA TABLET PARA ESTAR EN CONTACTO
CON EL GRUPO DE AMIGOS, POR SEXO Y EDAD.
P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	17,9	28,8	20,7	24,1
Poca	24,4	19,6	29,3	20,4
Regular	28,0	17,9	20,7	23,1
Bastante	19,6	18,5	20,7	18,7
Mucha	8,9	14,7	8,6	12,6
NS/NC	1,2	0,5	0,0	1,0
Total	168	184	58	294

**A2.46. GRADO DE UTILIDAD DE LA TABLET PARA BUSCAR INFORMACIÓN,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	10,1	8,7	12,1	8,8
Poca	11,3	12,0	17,2	10,5
Regular	22,0	18,5	19,0	20,4
Bastante	23,8	26,6	24,1	25,5
Mucha	31,0	33,2	25,9	33,3
NS/NC	1,8	1,1	1,7	1,4
Total	168	184	58	294

*A2.47. GRADO DE UTILIDAD DE LA TABLET PARA BUSCAR INFORMACIÓN,
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ninguna	0,0	16,7	4,3	8,1	0,0
Poca	0,0	14,6	13,0	9,5	0,0
Regular	0,0	19,8	23,2	13,5	0,0
Bastante	33,3	22,9	29,0	23,0	28,6
Mucha	33,3	26,0	29,0	44,6	71,4
NS/NC	33,3	0,0	1,4	1,4	0,0
Total	3	96	138	74	7

*A2.48. GRADO DE UTILIDAD DE LA TABLET PARA LIGAR,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	47,6	69,6	62,1	58,5
Poca	25,0	16,3	13,8	21,8
Regular	11,9	6,0	10,3	8,5
Bastante	8,9	3,8	10,3	5,4
Mucha	4,8	3,8	1,7	4,8
NS/NC	1,8	0,5	1,7	1,0
Total	168	184	58	294

*A2.49. GRADO DE UTILIDAD DE LA TABLET PARA LIGAR,
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ninguna	66,7	61,5	59,4	60,8	42,9
Poca	0,0	13,5	26,8	20,3	0,0
Regular	33,3	9,4	9,4	5,4	0,0
Bastante	0,0	8,3	2,2	5,4	28,6
Mucha	0,0	5,2	2,2	5,4	28,6
NS/NC	0,0	2,1	0,0	2,7	0,0
Total	3	96	138	74	7

*A2.50. GRADO DE UTILIDAD DE LA TABLET PARA JUGAR ONLINE,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ninguna	31,0	34,8	31,0	33,3
Poca	27,4	13,6	13,8	21,4
Regular	15,5	15,8	20,7	14,6
Bastante	14,3	21,2	24,1	16,7
Mucha	10,1	14,1	10,3	12,6
NS/NC	1,8	0,5	0,0	1,4
Total	168	184	58	294

*A2.5.1. VALORACIÓN SOBRE EL TIEMPO QUE SE PASA EN INTERNET,
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	CLASE SOCIAL				
	Alta	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Claramente excesivo	0,0	8,3	9,1	16,0	17,5
Algo excesivo	0,0	62,4	54,9	52,4	42,5
Lo justo	66,7	28,6	34,8	28,3	40,0
Algo escaso	0,0	0,8	1,2	2,8	0,0
Claramente escaso	-	-	-	-	-
NS/NC	33,3	0,0	0,0	0,5	0,0
Total	3	133	408	212	40

*A2.5.2. VALORACIÓN SOBRE EL TIEMPO QUE SE PASA USANDO REDES SOCIALES,
POR SEXO Y EDAD. P<0.05 (SÓLO SEXO). DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Claramente excesivo	33,3	42,9	17,2	13,4
Algo excesivo	42,9	36,4	39,1	38,0
Lo justo	9,2	4,6	29,9	40,8
Algo escaso	2,0	0,5	11,5	6,3
Claramente escaso			2,3	1,1
NS/NC	12,4	15,2	0,0	0,4
Total	403	415	87	731

A2.53. VALORACIÓN SOBRE EL TIEMPO QUE SE PASA USANDO REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Claramente excesivo	14,3	14,6	12,4	11,2	17,6
Algo excesivo	14,3	34,4	40,1	47,3	35,3
Lo justo	57,1	36,3	40,8	37,2	47,1
Algo escaso	14,3	13,7	4,8	2,7	0,0
Claramente escaso	0,0	0,9	1,9	1,1	0,0
NS/NC	0,0	0,0	0,0	0,5	0,0
Total	7	212	314	188	17

A2.54. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO POR USAR REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD. P<0.05. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Dormir	29,0	33,5	37,9	30,5
Estar con amigos/as	12,2	13,0	17,2	12,0
Estar con la pareja	4,0	4,3	8,0	3,7
Oír la radio, escuchar música	8,9	13,0	12,6	10,8
Ir al cine, conciertos, espectáculos	15,6	13,7	16,1	14,5
Leer	38,7	50,1	43,7	44,6
Estudiar	49,6	48,9	57,5	48,3
Trabajar	7,2	3,6	4,6	5,5
Practicar algún deporte	24,3	29,2	23,0	27,2
Ver televisión	41,7	46,3	41,4	44,3
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	23,1	18,1	20,7	20,5
Total	403	415	87	731

A2.55. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO POR USAR REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA					NS/NC
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Dormir	30,5	34,6	30,6	26,2	31,3	30,5
Estar con amigos/as	12,6	14,0	11,5	13,1	12,5	12,6
Estar con la pareja	2,1	4,8	5,6	4,9	0,0	2,1
Oír la radio, escuchar música	13,7	11,0	7,9	19,7	6,3	13,7
Ir al cine, conciertos, espectáculos	12,6	14,7	17,1	19,7	0,0	12,6
Leer	46,3	47,4	45,2	45,9	18,8	46,3
Estudiar	50,5	52,6	47,2	54,1	50,0	50,5
Trabajar	3,2	6,3	7,1	3,3	6,3	3,2
Practicar algún deporte	24,2	32,0	22,6	36,1	6,3	24,2
Ver televisión	49,5	47,1	41,3	50,8	18,8	49,5
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	20,0	16,5	22,2	11,5	37,5	20,0
Total	95	272	252	61	16	95

A2.56. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO POR USAR REDES SOCIALES, POR INTENSIDAD RELIGIOSA. P<0.05. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Dormir	33,3	28,7	28,2	30,8	34,8
Estar con amigos/as	11,8	13,1	12,7	17,3	0,0
Estar con la pareja	3,5	4,1	4,5	6,7	4,3
Oír la radio, escuchar música	10,2	10,7	10,0	15,4	8,7
Ir al cine, conciertos, espectáculos	13,4	17,2	17,3	12,5	21,7
Leer	44,7	42,6	45,5	42,3	69,6
Estudiar	49,8	54,1	51,8	45,2	39,1
Trabajar	4,4	9,0	6,4	4,8	0,0
Practicar algún deporte	27,8	27,9	29,1	24,0	17,4
Ver televisión	47,2	37,7	43,6	46,2	39,1
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	22,2	16,4	15,5	20,2	17,4
Total	432	122	110	104	23

A2.57. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO POR USAR REDES SOCIALES, POR LA VALORACIÓN SOBRE EL TIEMPO QUE SE PASA EN INTERNET. MENCIÓN "SÍ, HE DISMINUIDO TIEMPO A ESTA ACTIVIDAD". EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

	TIEMPO QUE PASA EN INTERNET				
	Claramente excesivo	Algo excesivo	Lo justo	Algo escaso	Claramente escaso
Dormir	48,9	34,2	21,1	23,1	0,0
Estar con amigos/as	28,7	10,9	9,6	15,4	0,0
Estar con la pareja	5,3	3,4	4,4	15,4	0,0
Oír la radio, escuchar música	11,7	11,6	9,3	23,1	0,0
Ir al cine, conciertos, espectáculos	19,1	15,9	10,4	30,8	0,0
Leer	46,8	52,8	31,1	30,8	0,0
Estudiar	67,0	56,0	32,2	46,2	0,0
Trabajar	8,5	6,2	2,2	23,1	0,0
Practicar algún deporte	33,0	29,8	19,3	38,5	0,0
Ver televisión	56,4	48,7	32,6	38,5	0,0
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	9,6	14,8	33,3	23,1	0,0
Total	94	439	270	13	0

**A3.1. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS EN RELACIÓN
A LAS REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD.
DATOS EN MEDIAS. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.**

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Ayudan a ligar	6,26	6,36	6,20	6,33
Permiten las relaciones sin compromiso	5,81	5,47	5,86	5,61
Aíslan a la gente	6,04	6,44	6,09	6,26
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	5,77	5,50	5,95	5,60
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	6,16	5,95	6,32	6,02
Facilitan las oportunidades laborales	5,91	6,00	6,36	5,91
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,19	7,29	7,62	7,20
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	5,86	6,22	6,13	6,03
Hacen que las relaciones sean más impersonales	6,76	7,01	6,45	6,94
Suponen una pérdida de intimidad	6,79	6,87	6,62	6,86
Permiten controlar más a las personas	7,38	7,59	7,17	7,52
Facilitan la comunicación entre personas	7,60	7,43	7,68	7,50
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	6,82	7,24	7,35	7,00
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	4,32	4,54	4,70	4,40

A3.2. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS EN CURSO. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Ayudan a ligar	5,00	6,27	6,29	6,60	6,24
Permiten las relaciones sin compromiso	5,71	5,61	5,69	5,79	5,41
Aíslan a la gente	6,29	5,75	6,33	6,60	6,65
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	4,14	5,90	5,55	5,82	5,71
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	6,00	5,97	6,15	6,26	5,82
Facilitan las oportunidades laborales	6,43	6,06	5,92	6,02	6,06
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,14	7,33	7,30	7,53	6,12
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	6,14	5,89	6,08	6,28	6,18
Hacen que las relaciones sean más impersonales	7,71	6,76	7,02	7,11	6,65
Suponen una pérdida de intimidad	5,71	6,54	7,03	7,36	5,82
Permiten controlar más a las personas	6,43	7,09	7,85	7,99	6,53
Facilitan la comunicación entre personas	7,29	7,56	7,69	7,59	6,56
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	6,57	7,00	7,07	7,24	7,35
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	4,14	4,61	4,41	4,49	3,65

A3.3. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Ayudan a ligar	6,11	6,37	6,30	6,36	6,69	6,30
Permiten las relaciones sin compromiso	5,16	5,72	5,61	5,51	7,38	5,73
Aíslan a la gente	6,20	6,15	6,20	6,90	5,73	6,27
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	5,13	5,62	5,69	5,48	6,69	5,88
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	5,77	6,11	6,03	5,97	6,81	6,16
Facilitan las oportunidades laborales	5,76	5,90	6,10	6,13	6,13	5,83
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,06	7,34	7,13	7,60	7,19	7,22
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	5,51	5,98	6,08	6,50	4,81	6,49
Hacen que las relaciones sean más impersonales	6,27	6,94	6,78	7,49	7,00	7,13
Suponen una pérdida de intimidad	6,79	6,92	6,57	7,11	7,13	7,02
Permiten controlar más a las personas	7,22	7,63	7,48	7,72	7,06	7,32
Facilitan la comunicación entre personas	7,08	7,47	7,74	7,70	7,75	7,37
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	6,84	7,00	6,98	7,57	7,06	7,09
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	3,99	4,46	4,56	4,32	4,56	4,50

A3.4. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Ayudan a ligar	6,41	6,27	5,90	6,62	6,27
Permiten las relaciones sin compromiso	6,34	5,27	5,60	5,78	5,70
Aíslan a la gente	7,35	6,42	6,09	5,95	6,07
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	5,91	5,46	5,62	5,61	5,66
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	6,11	5,78	6,03	6,27	6,16
Facilitan las oportunidades laborales	6,64	5,86	5,33	5,99	6,04
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,63	7,02	7,07	7,43	7,31
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	6,64	6,10	6,36	5,98	5,87
Hacen que las relaciones sean más impersonales	7,33	7,03	6,57	6,91	6,79
Suponen una pérdida de intimidad	6,55	6,56	6,33	7,05	7,03
Permiten controlar más a las personas	7,52	7,24	6,86	7,94	7,64
Facilitan la comunicación entre personas	7,75	7,73	7,29	7,62	7,47
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	7,80	7,09	6,83	7,19	6,94
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	4,80	4,39	4,22	4,32	4,38

A3.5. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS REDES SOCIALES, POR INTENSIDAD RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Ayudan a ligar	6,40	6,39	6,04	6,30	6,43
Permiten las relaciones sin compromiso	5,72	5,55	5,25	5,83	5,35
Aíslan a la gente	6,07	6,39	6,34	6,53	6,04
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	5,69	5,62	5,45	5,72	5,59
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	6,14	5,77	5,75	6,20	6,30
Facilitan las oportunidades laborales	6,01	6,01	5,79	5,92	6,52
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,29	7,44	7,36	6,79	7,13
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	5,84	6,49	5,87	6,50	5,61
Hacen que las relaciones sean más impersonales	6,84	7,11	7,15	6,66	6,39
Suponen una pérdida de intimidad	6,97	6,96	6,71	6,19	6,83
Permiten controlar más a las personas	7,55	7,88	7,15	7,13	7,43
Facilitan la comunicación entre personas	7,50	7,69	7,60	7,62	7,78
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	6,97	7,29	7,00	6,95	7,00
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	4,46	4,24	4,17	4,86	4,43

**A3.6. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DETERMINADAS IDEAS EN RELACIÓN A
LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC**

	CLASE SOCIAL				
	Alto*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Ayudan a ligar	3,67	6,77	6,32	6,18	6,20
Permiten las relaciones sin compromiso	4,00	5,78	5,54	5,84	5,45
Aíslan a la gente	7,33	5,89	6,25	6,41	6,21
Hacen que el grupo de amigos esté más unido	4,00	5,93	5,69	5,54	5,10
Facilitan las oportunidades de ocio y tiempo libre	4,67	6,48	6,07	5,95	5,20
Facilitan las oportunidades laborales	4,33	6,24	6,06	5,81	5,30
Facilitan mentir sobre uno mismo	7,00	7,39	7,15	7,63	6,38
Hacen que dejes de hacer otras cosas divertidas o necesarias	7,33	5,80	6,10	6,14	6,10
Hacen que las relaciones sean más impersonales	7,00	6,78	6,92	7,05	6,00
Suponen una pérdida de intimidad	6,33	6,75	6,75	7,22	6,08
Permiten controlar más a las personas	6,00	7,78	7,40	7,64	6,82
Facilitan la comunicación entre personas	4,33	7,70	7,58	7,48	7,08
Provocan que las personas se acomoden y sean más perezosas	4,50	7,06	7,02	7,15	6,40
Hacen que la gente sea más eficiente y competente	3,33	4,65	4,48	4,33	3,93

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A3.7. FRECUENCIA CON LA QUE SE BORRAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD. $P < 0.05$ (SÓLO SEXO). EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	4,5	4,1	6,9	4,0
De vez en cuando	37,0	44,3	34,5	41,5
Rara vez	48,1	45,3	51,7	46,1
Nunca	9,7	4,3	5,7	7,1
NS/NC	0,7	1,9	1,1	1,4
Total	403	415	87	731

A3.8. FRECUENCIA CON LA QUE SE BORRAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA. $P < 0.05$. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Con frecuencia	8,4	2,6	4,8	3,3	12,5	3,3
De vez en cuando	46,3	42,6	38,9	42,6	25,0	36,9
Rara vez	38,9	48,9	47,6	42,6	50,0	47,5
Nunca	4,2	5,5	8,7	9,8	12,5	6,6
NS/NC	2,1	0,4	0,0	1,6	0,0	5,7
Total	95	272	252	61	16	122

A3.9. FRECUENCIA CON LA QUE SE BORRAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. $P < 0.05$. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Con frecuencia	66,7	3,8	4,4	2,8	10,0
De vez en cuando	33,3	37,6	41,4	43,9	30,0
Rara vez	0,0	54,9	45,3	43,4	50,0
Nunca	0,0	3,0	7,6	8,0	7,5
NS/NC	0,0	0,8	1,2	1,9	2,5
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A3.10. FRECUENCIA CON LA QUE SE INCORPORAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD. $P < 0.05$. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Con frecuencia	11,7	14,7	19,5	12,4
De vez en cuando	68,0	64,8	60,9	67,0
Rara vez	18,6	19,3	19,5	18,9
Nunca	1,2	0,5	0,0	1,0
NS/NC	0,5	0,7	0,0	0,7
Total	403	415	87	731

A3.11. FRECUENCIA CON LA QUE SE INCORPORAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Con frecuencia	42,9	16,5	10,8	13,3	17,6
De vez en cuando	42,9	64,2	69,1	69,1	52,9
Rara vez	14,3	17,9	20,1	16,5	23,5
Nunca	0,0	1,4	0,0	0,0	5,9
NS/NC	0,0	0,0	0,0	1,1	0,0
Total	7	212	314	188	17

A3.12. FRECUENCIA CON LA QUE SE INCORPORAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Con frecuencia	7,4	13,2	15,1	11,5	31,3	12,3
De vez en cuando	71,6	69,1	59,5	73,8	50,0	68,9
Rara vez	17,9	17,3	23,8	11,5	12,5	18,0
Nunca	1,1	0,4	1,2	1,6	6,3	0,0
NS/NC	2,1	0,0	0,4	1,6	0,0	0,8
Total	95	272	252	61	16	122

A3.13. FRECUENCIA CON LA QUE SE INCORPORAN CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. $P < 0.05$. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Con frecuencia	33,3	18,0	13,0	10,8	15,0
De vez en cuando	33,3	67,7	66,9	66,5	52,5
Rara vez	0,0	13,5	18,9	21,7	30,0
Nunca	0,0	0,8	0,5	0,9	2,5
NS/NC	33,3	0,0	0,7	0,0	0,0
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A3.14. PRINCIPALES MOTIVOS PARA BORRAR A UN CONTACTO DE LAS REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Que discuta con él o ella	27,3	26,7	28,7	26,8
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	23,6	40,7	29,9	32,6
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	16,4	8,4	13,8	12,2
Que intente ligar conmigo	3,7	10,6	5,7	7,4
Que no se lleve bien con mis amigos/as	6,0	1,9	3,4	4,0
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	3,0	1,7	1,1	2,5
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	4,0	11,1	13,8	6,8
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	7,9	2,9	3,4	5,6
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	43,7	53,5	50,6	48,4
Que sea aburrido	6,9	4,6	5,7	5,7
No hay motivos para borrar a ningún contacto	7,2	1,7	3,4	4,5
NS/NC	9,9	8,4	9,2	9,2
Total	403	415	87	731

A3.15. PRINCIPALES MOTIVOS PARA BORRAR A UN CONTACTO DE LAS REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS EN CURSO. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Que discuta con él o ella	14,3	27,4	26,4	22,9	41,2
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	28,6	26,4	34,7	35,1	23,5
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	14,3	12,3	10,5	14,4	11,8
Que intente ligar conmigo	0,0	7,5	5,1	9,6	0,0
Que no se lleve bien con mis amigos/as	0,0	6,1	3,5	3,7	0,0
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	0,0	2,4	3,2	1,6	0,0
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	0,0	9,9	6,4	6,9	11,8
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	0,0	6,1	5,7	5,3	5,9
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	42,9	48,6	51,0	50,0	35,3
Que sea aburrido	14,3	6,1	5,7	6,9	0,0
No hay motivos para borrar a ningún contacto	0,0	5,7	5,1	3,7	5,9
NS/NC	28,6	8,0	8,3	9,6	11,8
Total	7	212	314	188	17

A3.16. PRINCIPALES MOTIVOS PARA BORRAR A UN CONTACTO DE LAS REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA					NS/NC
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Que discuta con él o ella	21,1	30,9	26,6	23,0	50,0	23,0
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	35,8	34,2	28,6	36,1	25,0	32,0
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	14,7	11,0	12,3	16,4	0,0	13,1
Que intente ligar conmigo	7,4	8,5	6,0	8,2	0,0	7,4
Que no se lleve bien con mis amigos/as	5,3	3,7	5,6	1,6	0,0	1,6
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	3,2	1,1	4,0	1,6	6,3	0,8
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	4,2	8,5	6,7	9,8	6,3	9,0
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	5,3	6,3	4,8	1,6	6,3	6,6
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	41,1	50,0	54,4	44,3	37,5	43,4
Que sea aburrido	11,6	6,3	4,4	9,8	0,0	1,6
No hay motivos para borrar a ningún contacto	4,2	4,4	4,0	1,6	6,3	6,6
NS/NC	11,6	7,0	8,3	14,8	6,3	11,5
Total	95	272	252	61	16	122

A3.17. PRINCIPALES MOTIVOS PARA BORRAR A UN CONTACTO DE LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Que discuta con él o ella	29,5	25,5	31,0	27,0	27,2
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	27,3	38,2	20,7	33,8	30,1
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	2,3	9,4	10,3	15,5	14,2
Que intente ligar conmigo	9,1	8,0	3,4	6,8	8,1
Que no se lleve bien con mis amigos/as	4,5	3,8	6,9	2,0	4,2
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	6,8	0,9	3,4	2,0	2,9
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	9,1	11,8	6,9	6,1	5,8
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	4,5	3,3	8,6	6,8	5,5
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	56,8	52,4	36,2	45,9	48,9
Que sea aburrido	4,5	2,8	8,6	9,5	5,8
No hay motivos para borrar a ningún contacto	6,8	4,2	1,7	6,1	4,5
NS/NC	6,8	8,0	17,2	8,8	8,1
Total	44	212	58	148	309

A3.18. PRINCIPALES MOTIVOS PARA BORRAR A UN CONTACTO DE LAS REDES SOCIALES, POR INTENSIDAD RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Que discuta con él o ella	27,5	32,0	23,6	26,0	21,7
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	32,2	28,7	35,5	33,7	34,8
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	12,7	15,6	10,0	10,6	4,3
Que intente ligar conmigo	6,3	8,2	7,3	9,6	4,3
Que no se lleve bien con mis amigos/as	3,2	4,1	4,5	5,8	4,3
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	3,0	0,8	1,8	1,9	4,3
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	5,1	5,7	16,4	11,5	0,0
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	6,3	4,9	1,8	4,8	13,0
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	48,4	50,8	47,3	51,9	43,5
Que sea aburrido	8,1	4,1	0,9	1,9	13,0
No hay motivos para borrar a ningún contacto	4,9	3,3	5,5	3,8	0,0
NS/NC	8,8	9,0	9,1	6,7	17,4
Total	432	122	110	104	23

A3.19. PRINCIPALES MOTIVOS PARA BORRAR A UN CONTACTO DE LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Que discuta con él o ella	66,7	23,3	26,7	27,8	32,5
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	33,3	32,3	32,8	33,5	25,0
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	0,0	12,0	11,8	13,7	15,0
Que intente ligar conmigo	33,3	9,0	7,8	4,7	10,0
Que no se lleve bien con mis amigos/as	0,0	3,8	3,7	5,2	2,5
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	0,0	5,3	2,0	1,4	2,5
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	0,0	10,5	6,9	6,6	7,5
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	0,0	5,3	5,6	5,7	2,5
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	33,3	43,6	48,5	53,3	40,0
Que sea aburrido	0,0	6,0	5,6	6,6	5,0
No hay motivos para borrar a ningún contacto	0,0	4,5	4,9	2,4	10,0
NS/NC	0,0	9,0	9,3	8,5	7,5
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A3.20. PRINCIPALES MOTIVOS PARA AGREGAR A UN CONTACTO A LAS REDES SOCIALES, POR SEXO Y EDAD. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Que lo conozca un día y me caiga bien	56,6	56,6	59,8	56,2
Que me lo presente alguien de confianza	34,5	44,8	41,4	39,5
Que me guste físicamente	17,1	9,9	12,6	13,5
Que tengamos amistades comunes	25,1	31,6	26,4	28,6
Que tengamos gustos o aficiones comunes	24,6	19,8	23,0	22,0
Que conozca a gente que me pueda presentar	4,2	1,0	3,4	2,5
Que me dé vergüenza decirle que no	3,5	3,6	3,4	3,6
Que yo quiera tener más contactos	3,7	2,4	2,3	3,1
NS/NC	5,7	4,6	3,4	5,3
Total	403	415	87	731

A3.21. PRINCIPALES MOTIVOS PARA AGREGAR A UN CONTACTO A LAS REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS EN CURSO. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Que lo conozca un día y me caiga bien	42,9	55,2	60,2	62,8	35,3
Que me lo presente alguien de confianza	14,3	38,7	42,7	39,4	41,2
Que me guste físicamente	14,3	14,2	13,1	12,2	11,8
Que tengamos amistades comunes	42,9	26,9	29,6	25,0	41,2
Que tengamos gustos o aficiones comunes	14,3	25,0	21,0	22,9	23,5
Que conozca a gente que me pueda presentar	0,0	3,8	1,6	0,5	0,0
Que me dé vergüenza decirle que no	0,0	4,7	2,5	2,7	0,0
Que yo quiera tener más contactos	0,0	3,3	2,2	3,2	0,0
NS/NC	28,6	4,2	4,1	5,9	5,9
Total	7	212	314	188	17

A3.22. PRINCIPALES MOTIVOS PARA AGREGAR A UN CONTACTO A LAS REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA					NS/NC
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Que lo conozca un día y me caiga bien	60,0	62,5	52,4	52,5	37,5	54,1
Que me lo presente alguien de confianza	35,8	40,4	44,0	41,0	37,5	32,0
Que me guste físicamente	13,7	12,9	14,3	18,0	25,0	9,0
Que tengamos amistades comunes	18,9	30,9	28,2	31,1	25,0	29,5
Que tengamos gustos o aficiones comunes	24,2	21,7	25,4	18,0	6,3	18,9
Que conozca a gente que me pueda presentar	2,1	2,2	2,4	4,9	0,0	3,3
Que me dé vergüenza decirle que no	6,3	3,3	1,6	6,6	12,5	3,3
Que yo quiera tener más contactos	4,2	2,9	1,6	4,9	12,5	3,3
NS/NC	5,3	3,7	4,8	3,3	6,3	9,8
Total	95	272	252	61	16	122

A3.23. PRINCIPALES MOTIVOS PARA AGREGAR A UN CONTACTO A LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Que lo conozca un día y me caiga bien	50,0	53,3	46,6	61,5	60,5
Que me lo presente alguien de confianza	47,7	40,6	34,5	41,2	37,9
Que me guste físicamente	6,8	18,9	12,1	11,5	13,3
Que tengamos amistades comunes	29,5	30,7	31,0	32,4	24,9
Que tengamos gustos o aficiones comunes	25,0	17,0	24,1	29,1	22,7
Que conozca a gente que me pueda presentar	2,3	1,9	5,2	3,4	1,9
Que me dé vergüenza decirle que no	2,3	3,8	8,6	2,7	3,2
Que yo quiera tener más contactos	2,3	3,8	5,2	1,4	3,6
NS/NC	2,3	5,2	5,2	0,7	5,8
Total	44	212	58	148	309

A3.24. PRINCIPALES MOTIVOS PARA AGREGAR A UN CONTACTO A LAS REDES SOCIALES, POR INTENSIDAD RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Que lo conozca un día y me caiga bien	60,9	56,6	52,7	49,0	43,5
Que me lo presente alguien de confianza	38,9	41,8	45,5	36,5	39,1
Que me guste físicamente	13,2	14,8	13,6	17,3	4,3
Que tengamos amistades comunes	28,5	28,7	30,9	26,9	26,1
Que tengamos gustos o aficiones comunes	22,0	27,9	18,2	19,2	30,4
Que conozca a gente que me pueda presentar	2,3	0,8	3,6	3,8	8,7
Que me dé vergüenza decirle que no	3,0	2,5	2,7	6,7	4,3
Que yo quiera tener más contactos	2,3	1,6	3,6	5,8	4,3
NS/NC	5,1	3,3	4,5	2,9	4,3
Total	432	122	110	104	23

A3.25. PRINCIPALES MOTIVOS PARA AGREGAR A UN CONTACTO A LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Que lo conozca un día y me caiga bien	0,0	56,4	56,9	59,0	52,5
Que me lo presente alguien de confianza	0,0	39,8	40,4	42,0	25,0
Que me guste físicamente	33,3	16,5	12,7	12,3	12,5
Que tengamos amistades comunes	33,3	24,8	30,4	29,2	22,5
Que tengamos gustos o aficiones comunes	33,3	25,6	21,1	22,6	25,0
Que conozca a gente que me pueda presentar	0,0	2,3	2,0	2,4	10,0
Que me dé vergüenza decirle que no	33,3	3,0	2,9	3,8	7,5
Que yo quiera tener más contactos	0,0	3,8	3,2	2,4	2,5
NS/NC	33,3	2,3	4,2	5,7	7,5
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

*A3.26. IMAGEN PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
POR SEXO Y EDAD. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Auténticas	18,9	14,7	17,2	16,7
Independientes	28,8	33,3	24,1	31,9
Poco sociables	17,4	16,9	25,3	16,1
Aisladas	17,6	15,7	17,2	16,6
Antiguas	16,9	13,7	16,1	15,2
Normales	38,0	32,8	39,1	34,9
Libres	36,7	35,4	36,8	36,0
Originales	11,9	11,8	8,0	12,3
Extrañas	21,3	22,9	26,4	21,6
Total	403	415	87	731

*A3.27. IMAGEN PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
POR ESTUDIOS EN CURSO. EXCLUIDOS NS/NC.*

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Auténticas	28,6	16,0	16,6	18,1	11,8
Independientes	57,1	27,4	34,1	33,5	23,5
Poco sociables	28,6	20,3	14,0	20,2	17,6
Aisladas	28,6	17,5	15,6	18,6	23,5
Antiguas	14,3	17,5	13,4	17,6	5,9
Normales	57,1	33,0	38,9	30,9	35,3
Libres	14,3	37,7	34,4	38,8	35,3
Originales	0,0	12,7	12,4	11,2	0,0
Extrañas	42,9	23,1	19,7	26,1	17,6
Total	7	212	314	188	17

**A3.28. IMAGEN PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
POR IDEOLOGÍA. DATOS EN %.**

	IDEOLOGÍA					NS/NC
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Auténticas	16,8	17,6	17,1	18,0	25,0	12,3
Independientes	28,4	39,3	25,8	34,4	18,8	25,4
Poco sociables	11,6	15,8	17,5	24,6	12,5	20,5
Aisladas	16,8	17,6	17,5	14,8	31,3	11,5
Antiguas	12,6	12,5	17,9	21,3	12,5	15,6
Normales	42,1	36,0	34,1	19,7	50,0	36,9
Libres	38,9	35,7	35,7	41,0	0,0	37,7
Originales	12,6	14,0	9,9	8,2	12,5	12,3
Extrañas	20,0	21,3	23,0	26,2	18,8	22,1
Total	95	272	252	61	16	122

**A3.29. IMAGEN PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
POR CREENCIA RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Auténticas	22,7	16,5	13,8	11,5	18,1
Independientes	31,8	26,4	19,0	37,2	32,7
Poco sociables	13,6	22,2	19,0	15,5	14,6
Aisladas	6,8	18,4	29,3	15,5	15,2
Antiguas	9,1	21,2	19,0	11,5	13,9
Normales	31,8	26,4	43,1	35,8	39,5
Libres	50,0	35,4	39,7	35,1	34,3
Originales	15,9	11,8	13,8	14,2	10,7
Extrañas	20,5	25,9	8,6	30,4	19,1
Total	44	212	58	148	309

**A3.30. IMAGEN PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Auténticas	16,2	18,9	19,1	13,5	13,0
Independientes	34,0	38,5	26,4	23,1	8,7
Poco sociables	15,0	22,1	15,5	25,0	4,3
Aisladas	14,6	24,6	12,7	21,2	21,7
Antiguas	15,5	16,4	12,7	18,3	13,0
Normales	38,0	27,0	41,8	25,0	43,5
Libres	35,0	36,9	38,2	33,7	52,2
Originales	11,6	12,3	11,8	13,5	17,4
Extrañas	20,8	30,3	24,5	20,2	8,7
Total	432	122	110	104	23

**A3.31. IMAGEN PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Auténticas	66,7	18,0	13,5	19,3	15,0
Independientes	33,3	30,1	33,3	29,7	22,5
Poco sociables	0,0	27,1	13,7	17,5	12,5
Aisladas	33,3	19,5	15,0	19,3	15,0
Antiguas	0,0	16,5	15,2	15,1	12,5
Normales	0,0	31,6	36,8	34,4	50,0
Libres	0,0	35,3	34,6	39,6	37,5
Originales	66,7	8,3	12,5	10,8	12,5
Extrañas	33,3	27,8	22,1	20,8	15,0
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

**A3.32. ELEMENTOS QUE MÁS ME DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES,
POR SEXO Y EDAD. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	SEXO		EDAD	
	H	M	16-17	18-20
Las fotos o videos que pongo	29,0	42,9	31,0	36,7
Los temas que comento	25,3	15,2	16,1	20,7
La manera en que escribo	23,1	23,4	26,4	22,8
Las opiniones que expreso	33,5	35,7	47,1	33,1
Los "me gusta" que señalo	21,3	25,3	23,0	23,4
Los contactos que tengo	7,2	4,3	5,7	5,7
Las personas con las que hablo	15,6	12,8	16,1	14,0
Las cosas que dicen de mí	6,0	3,1	3,4	4,7
Ninguno. Nada muestra cómo soy	6,7	6,7	3,4	7,1
NS/NC	5,0	3,1	3,4	4,1
Total	403	415	87	731

**A3.33. ELEMENTOS QUE MÁS DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES,
POR ESTUDIOS EN CURSO. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Las fotos o videos que pongo	14,3	30,7	38,9	37,8	47,1
Los temas que comento	14,3	21,2	22,3	17,0	5,9
La manera en que escribo	42,9	20,3	22,3	28,7	11,8
Las opiniones que expreso	14,3	40,6	36,6	29,8	41,2
Los "me gusta" que señalo	14,3	23,6	23,2	23,9	23,5
Los contactos que tengo	0,0	6,1	6,4	4,8	0,0
Las personas con las que hablo	28,6	16,5	12,7	11,7	23,5
Las cosas que dicen de mí	14,3	5,7	3,5	1,6	5,9
Ninguno. Nada muestra cómo soy	0,0	5,2	7,0	10,1	0,0
NS/NC	14,3	3,8	2,2	5,9	5,9
Total	7	212	314	188	17

**A3.34. ELEMENTOS QUE MÁS DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES,
POR IDEOLOGÍA. DATOS EN %.**

	IDEOLOGÍA					
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC
Las fotos o videos que pongo	40,0	39,7	35,3	31,1	18,8	31,1
Los temas que comento	16,8	21,0	23,0	23,0	12,5	14,8
La manera en que escribo	24,2	22,4	21,8	24,6	25,0	26,2
Las opiniones que expreso	37,9	36,4	35,7	24,6	25,0	32,0
Los "me gusta" que señalo	26,3	25,7	19,4	29,5	31,3	19,7
Los contactos que tengo	5,3	5,9	8,3	4,9	0,0	1,6
Las personas con las que hablo	17,9	14,0	13,9	11,5	12,5	13,9
Las cosas que dicen de mí	4,2	2,9	3,6	6,6	12,5	8,2
Ninguno. Nada muestra cómo soy	2,1	7,4	9,1	6,6	0,0	4,9
NS/NC	1,1	2,6	1,6	6,6	18,8	11,5
Total	95	272	252	61	16	122

**A3.35. ELEMENTOS QUE MÁS DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES,
POR CREENCIA RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	CREENCIA RELIGIOSA				
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente
Las fotos o videos que pongo	36,4	36,3	31,0	40,5	35,3
Los temas que comento	22,7	19,8	22,4	25,7	19,1
La manera en que escribo	11,4	21,7	31,0	23,0	23,3
Las opiniones que expreso	27,3	31,1	37,9	35,8	38,2
Los "me gusta" que señalo	34,1	22,2	22,4	21,6	24,9
Los contactos que tengo	9,1	5,7	3,4	7,4	5,5
Las personas con las que hablo	6,8	17,0	13,8	12,8	14,9
Las cosas que dicen de mí	9,1	5,2	3,4	0,7	4,2
Ninguno. Nada muestra cómo soy	9,1	6,1	6,9	9,5	6,1
NS/NC	0,0	5,2	3,4	2,0	3,2
Total	44	212	58	148	309

**A3.36. ELEMENTOS QUE MÁS DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES,
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	INTENSIDAD RELIGIOSA				
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)
Las fotos o videos que pongo	38,4	35,2	26,4	37,5	43,5
Los temas que comento	19,9	21,3	26,4	14,4	21,7
La manera en que escribo	24,3	21,3	26,4	19,2	17,4
Las opiniones que expreso	37,0	35,2	36,4	29,8	21,7
Los "me gusta" que señalo	23,1	19,7	20,9	32,7	26,1
Los contactos que tengo	6,0	4,9	4,5	5,8	17,4
Las personas con las que hablo	13,4	16,4	14,5	16,3	13,0
Las cosas que dicen de mí	3,2	4,9	5,5	5,8	8,7
Ninguno. Nada muestra cómo soy	6,7	9,0	8,2	2,9	0,0
NS/NC	3,5	2,5	3,6	1,9	8,7
Total	432	122	110	104	23

*A3.37. ELEMENTOS QUE MÁS DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES,
POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	CLASE SOCIAL				
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja
Las fotos o videos que pongo	0,0	36,8	39,7	32,1	30,0
Los temas que comento	0,0	18,8	21,1	19,3	22,5
La manera en que escribo	33,3	22,6	23,8	22,6	15,0
Las opiniones que expreso	33,3	32,3	31,9	42,0	32,5
Los "me gusta" que señalo	0,0	26,3	22,8	23,6	22,5
Los contactos que tengo	0,0	4,5	5,4	6,1	15,0
Las personas con las que hablo	0,0	18,8	15,0	11,3	10,0
Las cosas que dicen de mí	66,7	3,0	4,7	4,2	2,5
Ninguno. Nada muestra cómo soy	0,0	6,0	5,6	8,0	12,5
NS/NC	0,0	3,8	3,7	4,2	2,5
Total	3	133	408	212	40

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A3.38. PREOCUPACIÓN EL HECHO DE QUE SUS PADRES Y FAMILIARES PUEDAN VER SU PERFIL EN LAS REDES SOCIALES, POR ESTUDIOS EN CURSO.
P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Mucho	28,6	3,8	5,1	3,7	5,9
Bastante	28,6	18,9	13,4	12,2	0,0
Algo/Regular	14,3	24,5	33,8	30,3	5,9
Poco	14,3	25,5	26,1	29,3	29,4
Nada	14,3	27,4	21,0	23,9	52,9
NS/NC	0,0	0,0	0,6	0,5	5,9
Total	7	212	314	188	17

A4.1. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA EXPOSICIÓN DEL YO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR SEXO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	SEXO		MEDIA
	H	M	
La manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo	6,13	6,28	6,21
La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas	5,98	5,70	5,84
En las redes sociales las personas representan un papel que se crean para ello	5,91	5,84	5,87
En las redes sociales te desinhibes y dices cosas que no te atreves a decir cara a cara	6,70	6,59	6,65
Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara	6,29	5,91	6,09
La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir	5,92	5,78	5,85

A4.2. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA EXPOSICIÓN DEL YO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	IDEOLOGÍA					MEDIA
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
La manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo	6,11	6,21	6,27	6,25	6,81	6,21
La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas	5,79	5,78	5,95	5,85	5,19	5,84
En las redes sociales las personas representan un papel que se crean para ello	5,42	5,93	6,00	6,25	5,75	5,87
En las redes sociales te desinhibes y dices cosas que no te atreves a decir cara a cara	6,12	6,74	6,75	6,69	6,81	6,65
Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara	5,34	6,26	6,29	6,03	6,63	6,09
La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir	5,63	5,94	5,90	5,98	6,31	5,85

A4.3. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA EXPOSICIÓN DEL YO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CLASE SOCIAL					MEDIA
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja	
La manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo	3,00	6,66	6,11	6,31	6,15	6,21
La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas	5,67	5,78	5,78	6,00	5,98	5,84
En las redes sociales las personas representan un papel que se crean para ello	5,33	5,83	5,83	6,07	5,40	5,87
En las redes sociales te desinhibes y dices cosas que no te atreves a decir cara a cara	4,67	6,88	6,46	6,98	6,35	6,65
Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara	3,67	6,42	6,02	6,21	6,08	6,09
La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir	6,00	6,17	5,77	5,90	5,70	5,85

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A4.4. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA EXPOSICIÓN DEL YO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC.

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA					MEDIA
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente	
La manera en que cada cual se relaciona a través de las redes sociales dice mucho de uno mismo	6,27	6,01	6,50	6,43	6,14	6,21
La imagen que se ofrece en las redes sociales tiene poco que ver con la realidad de las personas	6,00	5,75	6,28	5,82	5,75	5,84
En las redes sociales las personas representan un papel que se crean para ello	6,07	5,76	6,10	6,01	5,82	5,87
En las redes sociales te desinhibes y dices cosas que no te atreves a decir cara a cara	6,53	6,74	6,09	7,07	6,54	6,65
Las redes sociales facilitan que muestres una parte de ti que no puedes mostrar en el cara a cara	6,11	6,08	5,76	6,55	5,96	6,09
La imagen que se ofrece en las redes sociales se adapta a lo que quieres conseguir	6,21	5,74	5,84	5,83	5,84	5,85

A4.5. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA MENTIRA Y EL DAÑO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR SEXO. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	SEXO		MEDIA
	H	M	
Las personas mienten más en Internet y en las redes sociales que cara a cara	7,26	7,57	7,42
En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño	4,73	4,34	4,53
En las redes sociales te engañan muchas veces	6,68	6,83	6,75
En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño	5,81	5,93	5,87

A4.6. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA MENTIRA Y EL DAÑO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR POSICIÓN IDEOLÓGICA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	IDEOLOGÍA					MEDIA
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Las personas mienten más en Internet y en las redes sociales que cara a cara	6,96	7,45	7,53	7,92	6,44	7,42
En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño	4,42	4,44	4,61	4,57	4,50	4,53
En las redes sociales te engañan muchas veces	6,72	6,82	6,71	7,08	7,27	6,75
En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño	5,80	5,70	6,05	6,28	6,31	5,87

A4.7. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA MENTIRA Y EL DAÑO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CLASE SOCIAL					MEDIA
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja	
Las personas mienten más en Internet y en las redes sociales que cara a cara	6,00	7,52	7,34	7,56	7,73	7,42
En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño	6,67	4,35	4,63	4,54	4,30	4,53
En las redes sociales te engañan muchas veces	6,00	6,47	6,67	7,17	7,03	6,75
En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño	6,33	5,71	5,86	6,02	5,98	5,87

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A4.8 GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LA MENTIRA Y EL DAÑO EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA					MEDIA
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente	
Las personas mienten más en Internet y en las redes sociales que "cara a cara"	7,89	7,42	7,26	7,23	7,54	7,42
En las redes sociales no estás tan expuesto/a como en las relaciones personales; no te pueden hacer tanto daño	4,50	4,53	4,60	4,35	4,49	4,53
En las redes sociales te engañan muchas veces	7,25	6,75	6,93	6,61	6,75	6,75
En las redes sociales te arriesgas a que te hagan mucho daño	5,36	5,98	5,71	5,87	5,81	5,87

A4.9. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS ESTRATEGIAS RELACIONALES EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR SEXO. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	SEXO		MEDIA
	H	M	
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales	6,08	6,20	6,14
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales	5,84	5,73	5,79
Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales	5,41	5,37	5,39
En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas	5,31	5,20	5,26
La comunicación online es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara	6,68	6,66	6,67
Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales	5,41	5,23	5,32
En las redes sociales las normas de relación son distintas a las que existen en el cara a cara	6,60	6,69	6,65
Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas	6,47	6,20	6,33

**A4.10. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN
A LAS ESTRATEGIAS RELACIONALES EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES,
POR IDEOLOGÍA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC**

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	IDEOLOGÍA					MEDIA
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales	5,87	6,07	6,27	6,77	5,63	6,14
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales	5,37	5,99	5,73	6,62	4,56	5,79
Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales	4,73	5,41	5,54	5,41	6,06	5,39
En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas	5,24	5,30	5,11	5,68	5,50	5,26
La comunicación online es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara	6,71	6,75	6,66	7,48	5,31	6,67
Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales	5,22	5,32	5,29	5,54	6,00	5,32
En las redes sociales las normas de relación son distintas a las que existen en el cara a cara	6,22	6,93	6,76	6,98	6,06	6,65
Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas	5,93	6,47	6,30	6,38	7,19	6,33

A4.1.1. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS ESTRATEGIAS RELACIONALES EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CLASE SOCIAL					MEDIA
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja	
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales	5,33	5,81	6,18	6,26	6,40	6,14
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales	5,33	5,55	5,83	6,07	5,13	5,79
Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales	2,67	6,02	5,34	5,25	4,95	5,39
En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas	5,00	5,41	5,39	5,10	4,53	5,26
La comunicación online es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara	4,33	6,89	6,74	6,59	6,28	6,67
Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales	8,33	5,17	5,36	5,55	4,35	5,32
En las redes sociales las normas de relación son distintas a las que existen en el cara a cara	7,33	6,75	6,73	6,52	6,73	6,65
Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas	3,00	6,70	6,24	6,43	6,08	6,33

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A4.1.2. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS EN RELACIÓN A LAS ESTRATEGIAS RELACIONALES EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA					MEDIA
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente	
Las redes sociales te quitan tiempo para las relaciones personales	6,33	6,44	6,37	5,81	6,05	6,14
La comunicación y las relaciones a través de redes sociales son frías e impersonales	6,36	5,89	5,66	5,68	5,73	5,79
Participar en las redes sociales facilita y hace mejores las relaciones personales	5,68	5,45	5,19	5,54	5,28	5,39
En las redes sociales se habla de las mismas cosas que fuera de ellas	5,66	5,20	5,26	5,27	5,14	5,26
La comunicación online es más pobre, más limitada, que la que se tiene cara a cara	7,23	6,51	6,53	6,65	6,79	6,67
Las redes sociales no sirven para hablar de cosas importantes y personales	5,05	5,25	5,28	5,10	5,38	5,32
En las redes sociales las normas de relación son distintas a las que existen en el cara a cara	6,67	6,58	6,53	6,86	6,60	6,65
Las redes sociales facilitan encontrar personas con las que puedes llegar a tener relaciones personales y afectivas intensas	6,39	6,34	6,05	6,59	6,28	6,33

**A4.13. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS SOBRE
EL CONTROL Y LA INTIMIDAD EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR SEXO.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC**

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	SEXO		MEDIA
	H	M	
Las redes sociales hacen que te sientas más controlado	6,61	6,58	6,60
Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena	5,20	5,04	5,12
Al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti	6,82	6,91	6,87

**A4.14. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS SOBRE
EL CONTROL Y LA INTIMIDAD EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR IDEOLOGÍA.
DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC**

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	IDEOLOGÍA					MEDIA
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	
Las redes sociales hacen que te sientas más controlado	6,74	6,67	6,53	6,95	6,00	6,60
Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena	5,27	5,25	4,94	5,25	5,50	5,12
Al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti	6,38	6,88	7,06	7,18	7,06	6,87

A4.15. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS SOBRE EL CONTROL Y LA INTIMIDAD EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CLASE SOCIAL					MEDIA
	Alta*	Media-alta	Media-medio	Media-baja	Baja	
Las redes sociales hacen que te sientas más controlado	5,67	6,81	6,52	6,82	5,88	6,60
Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena	3,67	5,41	5,07	5,19	4,75	5,12
Al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti	8,33	7,13	6,86	6,91	6,20	6,87

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A4.16. GRADO DE ACUERDO RESPECTO A DIVERSAS IDEAS SOBRE EL CONTROL Y LA INTIMIDAD EN INTERNET Y LAS REDES SOCIALES, POR CREENCIA RELIGIOSA. DATOS EN MEDIAS. EXCLUIDOS NS/NC

GRADO DE ACUERDO (1 = nada de acuerdo / 10 = muy de acuerdo)	CREENCIA RELIGIOSA					MEDIA
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente	
Las redes sociales hacen que te sientas más controlado	6,70	6,53	6,43	6,51	6,71	6,60
Perder intimidad es un precio que se paga por participar en las redes sociales, pero vale la pena	5,32	5,06	4,21	5,33	5,14	5,12
Al usar redes sociales resulta inevitable que personas desconocidas sepan cosas de ti	7,32	6,71	6,41	6,99	6,85	6,87

**A5.1. PERCEPCIÓN DE LA DEPENDENCIA DE LAS REDES SOCIALES, POR SEXO.
EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05. DATOS EN %.**

	SEXO		MEDIA
	H	M	
Dependo demasiado de las redes sociales	5,5	8,7	7,1
Uso constantemente redes sociales y necesito hacerlo, pero no creo depender de ellas	24,1	31,3	27,8
Uso las redes sociales, pero no me genera ninguna inquietud su ausencia	47,9	43,1	45,5
No concedo excesiva importancia al uso de redes sociales, las uso poco	20,1	15,2	17,6
No uso las redes sociales	1,0	0,2	0,6
NS/NC	1,5	1,4	1,5
Total	403	415	100

**A5.2. PERCEPCIÓN DE LA DEPENDENCIA DE LAS REDES SOCIALES,
POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.**

	ESTUDIOS EN CURSO				
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP
Dependo demasiado de las redes sociales	0,0	6,1	7,6	5,9	5,9
Uso constantemente redes sociales y necesito hacerlo, pero no creo depender de ellas	28,6	25,9	26,8	32,4	29,4
Uso las redes sociales, pero no me genera ninguna inquietud su ausencia	14,3	46,2	47,1	44,7	47,1
No concedo excesiva importancia al uso de redes sociales, las uso poco	28,6	18,4	18,2	14,9	11,8
No uso las redes sociales	14,3	1,4	0,0	0,5	0,0
NS/NC	14,3	1,9	0,3	1,6	5,9
Total	7	212	314	188	17

A5.3. NECESIDAD DE DESCONEXIÓN, POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA						MEDIA
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC	
Sí, muchas veces	11,6	16,5	11,5	11,5	12,5	15,6	13,8
Sí, algunas veces	29,5	33,5	42,1	41,0	18,8	35,2	36,2
Pocas veces	24,2	27,6	23,8	24,6	31,3	23,8	25,3
Casi nunca	24,2	12,1	13,5	14,8	6,3	9,8	13,7
Nunca	9,5	9,9	9,1	8,2	25,0	10,7	9,9
NS/NC	1,1	0,4	0,0	0,0	6,3	4,9	1,1
Total	95	272	252	61	16	122	100,0

A5.4. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO SEGÚN LA NECESIDAD DE DESCONEXIÓN. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

	NECESIDAD DE DESCONEXIÓN					MEDIA
	Sí, muchas veces	Sí, algunas veces	Pocas veces	Casi nunca	Nunca	
Dormir	42,5	36,1	28,5	25,9	14,8	31,3
Estar con amigos/as	19,5	13,9	9,7	8,9	12,3	12,6
Estar con la pareja	6,2	6,4	2,4	1,8	1,2	4,2
Oír la radio, escuchar música	12,4	11,8	12,1	7,1	9,9	11,0
Ir al cine, conciertos, espectáculos	16,8	15,9	15,5	15,2	6,2	14,7
Leer	58,4	49,3	42,0	45,5	17,3	44,5
Estudiar	60,2	52,7	48,8	43,8	33,3	49,3
Trabajar	7,1	5,7	5,3	3,6	3,7	5,4
Practicar algún deporte	35,4	29,4	27,5	17,9	17,3	26,8
Ver televisión	49,6	48,3	44,0	38,4	29,6	44,0
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	10,6	15,5	19,8	29,5	39,5	20,5

*A5.5. SENSACIÓN DE DEPENDENCIA DE INTERNET/REDES SOCIALES,
POR CREENCIA RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	CREENCIA RELIGIOSA					MEDIA
	Católico pract.	Católico no pract.	Otras religiones	Indiferente agnóstico	Ateo/no creyente	
Sí, con mucha frecuencia	6,8	8,0	3,4	8,8	8,4	7,9
Sí, con alguna frecuencia	47,7	32,1	51,7	44,6	35,6	38,4
Pocas veces	20,5	34,0	31,0	16,2	32,7	28,4
Casi nunca	11,4	18,9	6,9	19,6	12,3	14,9
Nunca	13,6	7,1	3,4	10,1	8,7	8,9
NS/NC	0,0	0,0	3,4	0,7	2,3	1,5
Total	44	212	58	148	309	1000

*A5.6. SENSACIÓN DE DEPENDENCIA DE INTERNET/REDES SOCIALES,
POR INTENSIDAD RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.*

	INTENSIDAD RELIGIOSA					MEDIA
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)	
Sí, con mucha frecuencia	7,9	8,2	7,3	9,6	4,3	7,9
Sí, con alguna frecuencia	38,4	34,4	30,0	47,1	60,9	38,4
Pocas veces	28,0	26,2	36,4	30,8	13,0	28,4
Casi nunca	13,7	20,5	22,7	3,8	8,7	14,9
Nunca	9,7	9,8	3,6	8,7	8,7	8,9
NS/NC	2,3	0,8	0,0	0,0	4,3	1,5
Total	432	122	110	104	23	1000

A5.7. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO SEGÚN LA SENSACIÓN DE DEPENDENCIA RESPECTO A INTERNET Y/O LAS REDES SOCIALES. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

	SENSACIÓN DE DEPENDENCIA					MEDIA
	Sí, con mucha frecuencia	Sí, con alguna frecuencia	Pocas veces	Casi nunca	Nunca	
Dormir	46,2	40,8	26,3	19,7	13,7	31,3
Estar con amigos/as	24,6	15,0	8,2	10,7	9,6	12,6
Estar con la pareja	7,7	5,7	2,6	4,1	0,0	4,2
Oír la radio, escuchar música	12,3	13,1	9,1	11,5	8,2	11,0
Ir al cine, conciertos, espectáculos	18,5	19,4	9,9	12,3	11,0	14,7
Leer	52,3	54,8	42,7	32,8	21,9	44,5
Estudiar	64,6	64,0	43,1	32,8	21,9	49,3
Trabajar	6,2	7,6	3,4	2,5	4,1	5,4
Practicar algún deporte	35,4	33,8	23,3	21,3	11,0	26,8
Ver televisión	50,8	52,5	41,4	35,2	27,4	44,0
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	13,8	8,9	23,7	32,8	45,2	20,5

A5.8. ¿PREOCUPA SER DEMASIADO DEPENDIENTE DE INTERNET/REDES SOCIALES? SEGÚN INTENSIDAD RELIGIOSA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	INTENSIDAD RELIGIOSA					MEDIA
	Muy baja (1-2)	Baja (3-4)	Media (5-6)	Alta (7-8)	Muy alta (9-10)	
Mucho	6,0	9,8	10,9	9,6	17,4	8,1
Bastante	19,0	23,8	20,9	31,7	26,1	21,9
Algo	34,0	37,7	38,2	29,8	30,4	34,5
Poco	23,6	18,9	20,9	11,5	17,4	20,8
Nada	15,3	9,8	8,2	17,3	4,3	13,3
NS/NC	2,1	0,0	0,9	0,0	4,3	1,5
Total	432	122	110	104	23	100,0

A5.9. PREOCUPACIÓN RESPECTO LA DEPENDENCIA DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES, SEGÚN LA CONSIDERACIÓN DEL TIEMPO QUE SE PASA USANDO REDES SOCIALES. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

PREOCUPA	¿CREES DEPENDER DE LAS REDES SOCIALES...?					MEDIA
	Dependo demasiado de las redes sociales	Uso constantemente redes sociales*	No me genera ninguna inquietud su ausencia**	No concedo importancia a su uso***	No uso las redes sociales	
Mucho	25,9	10,1	6,2	3,5	0,0	8,1
Bastante	25,9	30,8	18,3	15,3	60,0	21,9
Algo	29,3	39,2	36,0	26,4	20,0	34,5
Poco	10,3	14,1	24,2	29,2	0,0	20,8
Nada	8,6	5,7	14,8	22,9	20,0	13,3
NS/NC	0,0	0,0	0,5	2,8	0,0	1,5
Total	58	227	372	144	5	1000

* Uso constantemente redes sociales y necesito hacerlo, pero no creo depender de ellas.

** Uso las redes sociales, pero no me genera ninguna inquietud su ausencia.

*** No concedo excesiva importancia al uso de redes sociales, las uso poco.

A5.10. CONSIDERACIÓN SOBRE EL TIEMPO QUE PASAN EN INTERNET, SEGÚN LA PREOCUPACIÓN POR SER DEPENDIENTE DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

CONSIDERAS EL TIEMPO QUE PASAS EN INTERNET...	PREOCUPA					MEDIA
	Mucho	Bastante	Algo	Poco	Nada	
Claramente excesivo	28,8	10,6	10,3	7,6	10,1	11,5
Algo excesivo	43,9	61,5	61,0	50,0	38,5	53,7
Lo justo	25,8	27,9	26,2	41,2	48,6	33,0
Algo escaso	1,5	0,0	2,1	1,2	2,8	1,6
Claramente escaso	-	-	-	-	-	-
No lo sé o prefiero no contestar	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,2
Total	66	179	282	170	109	100

**A5.11. CONSIDERACIÓN SOBRE EL TIEMPO QUE PASAN EN REDES SOCIALES,
SEGÚN LA PREOCUPACIÓN POR SER DEPENDIENTE DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

CONSIDERAS EL TIEMPO QUE PASAS EN REDES SOCIALES...	PREOCUPA					MEDIA
	Mucho	Bastante	Algo	Poco	Nada	
Claramente excesivo	28,8	17,3	13,5	7,1	11,0	13,8
Algo excesivo	40,9	40,2	42,2	37,6	25,7	38,1
Lo justo	25,8	36,3	38,3	45,9	48,6	39,6
Algo escaso	4,5	5,0	5,3	8,8	11,0	6,8
Claramente escaso	0,0	1,1	0,7	0,6	3,7	1,2
No lo sé o prefiero no contestar	-	-	-	-	-	0,4
Total	66	179	282	170	109	100

**A5.12. ACTIVIDADES A LAS QUE SE HA DEDICADO MENOS TIEMPO POR USAR INTERNET
Y/O REDES SOCIALES, SEGÚN LA PREOCUPACIÓN POR SER DEPENDIENTE.
DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05**

	PREOCUPA					MEDIA
	Mucho	Bastante	Algo	Poco	Nada	
Dormir	45,5	35,8	34,0	29,4	12,8	31,3
Estar con amigos/as	27,3	12,3	13,8	8,8	7,3	12,6
Estar con la pareja	13,6	3,4	3,5	4,1	0,9	4,2
Oír la radio, escuchar música	13,6	12,3	11,3	9,4	9,2	11,0
Ir al cine, conciertos, espectáculos	24,2	13,4	15,6	11,2	12,8	14,7
Leer	60,6	46,4	47,5	46,5	24,8	44,5
Estudiar	63,6	54,7	53,2	45,3	28,4	49,3
Trabajar	10,6	5,0	5,7	4,1	2,8	5,4
Practicar algún deporte	42,4	30,7	27,3	23,5	14,7	26,8
Ver televisión	54,5	46,9	47,2	40,0	33,0	44,0
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	4,5	14,5	16,7	24,7	42,2	20,5

A5.13. CONSIDERACIÓN SOBRE LA DEPENDENCIA DE LA GENTE DE SU EDAD DEL USO DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES, SEGÚN LA PROPIA DEPENDENCIA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

LA GENTE DE TU EDAD DEPENDE...	¿CREES DEPENDER DE LAS REDES SOCIALES... ?					MEDIA
	Dependo demasiado de las redes sociales	Uso constantemente redes sociales*	No me genera ninguna inquietud su ausencia**	No concedo importancia a su uso***	No uso las redes sociales	
Mucho	70,7	41,0	39,8	37,5	20,0	41,4
Bastante	20,7	44,5	47,0	47,2	60,0	44,1
Algo	5,2	11,9	10,8	11,8	0,0	10,9
Poco	3,4	1,8	1,9	1,4	0,0	1,8
Nada	0,0	0,9	0,3	1,4	20,0	0,7
NS/NC	0,0	0,0	0,3	0,7	0,0	1,0
Total	58	227	372	144	5	100

* Uso constantemente redes sociales y necesito hacerlo, pero no creo depender de ellas.

** Uso las redes sociales, pero no me genera ninguna inquietud su ausencia.

*** No concedo excesiva importancia al uso de redes sociales, las uso poco.

A5.14. CONSIDERACIÓN SOBRE LA DEPENDENCIA DE LA GENTE DE SU EDAD DEL USO DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES, SEGÚN LA SENSACIÓN ALGUNA VEZ DE LA PROPIA DEPENDENCIA. DATOS EN %. EXCLUIDOS NS/NC. P<0.05

LA GENTE DE TU EDAD DEPENDE...	SENSACIÓN DE DEPENDENCIA					MEDIA
	Sí, con mucha frecuencia	Sí, con alguna frecuencia	Pocas veces	Casi nunca	Nunca	
Mucho	69,2	48,4	34,1	31,1	30,1	41,4
Bastante	24,6	42,2	51,3	48,4	46,6	44,1
Algo	3,1	7,6	12,5	16,4	16,4	10,9
Poco	1,5	1,3	1,7	3,3	2,7	1,8
Nada	1,5	0,3	0,0	0,8	2,7	0,7
NS/NC	0,0	0,0	0,4	0,0	1,4	1,0
Total	65	314	232	122	73	100

A5.15. PERCEPCIÓN SOBRE LA FRECUENCIA DE DETERMINADOS RIESGOS ASOCIADOS A INTERNET Y LAS REDES SOCIALES (ACOSO DE ADULTOS A MENORES, ACOSO ENTRE COMPAÑEROS/AS DE LA MISMA EDAD, ETC.), POR SEXO. P<0.05. DATOS EN %.

	SEXO		MEDIA
	H	M	
Son mucho más frecuentes de lo que se dice	48,1	64,1	56,2
Ocurren raras veces	32,8	21,7	27,1
Se exagera mucho en cuanto a los riesgos que puede suponer el uso de las redes sociales	18,6	14,0	16,3
NS/NC	0,5	0,2	0,4
Total	403	415	100,0

A5.16. PERCEPCIÓN SOBRE LA FRECUENCIA DE DETERMINADOS RIESGOS ASOCIADOS A INTERNET Y LAS REDES SOCIALES (ACOSO DE ADULTOS A MENORES, ACOSO ENTRE COMPAÑEROS/AS DE LA MISMA EDAD, ETC.), POR ESTUDIOS EN CURSO. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	ESTUDIOS EN CURSO					MEDIA
	Primarios + PCPI	Secundarios + FP Medio	Univ. medios + FP Superior	Universitarios	Otra FP	
Son mucho más frecuentes de lo que se dice	85,7	47,6	58,9	54,8	100,0	56,2
Ocurren raras veces	0,0	35,4	26,1	23,4	0,0	27,1
Se exagera mucho en cuanto a los riesgos que puede suponer el uso de las redes sociales	14,3	16,5	14,6	21,3	0,0	16,3
NS/NC	0,0	0,5	0,3	0,5	0,0	0,4
Total	7	212	314	188	17	100,0

*A5.17. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA SE PRODUCE
EL ACOSO ENTRE COMPAÑEROS, POR SEXO.
P<0.05. DATOS EN %.*

	SEXO		MEDIA
	H	M	
Poca	17,9	11,6	14,7
Regular	26,3	20,5	23,3
Bastante	29,8	32,5	31,2
Mucha	21,3	31,3	26,4
NS/NC	4,7	4,1	4,4
Total	403	415	100

*A5.18. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA SE PRODUCE
EL ACOSO DE UN ADULTO A UN MENOR, POR SEXO.
P<0.05. DATOS EN %.*

	SEXO		MEDIA
	H	M	
Poca	26,1	18,1	22,0
Regular	29,0	25,5	27,3
Bastante	21,8	28,9	25,4
Mucha	12,9	19,3	16,1
NS/NC	10,2	8,2	9,2
Total	403	415	100

A5.19. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA SE PRODUCE EL ACOSO DE UN ADULTO A UN MENOR, POR IDEOLOGÍA. P<0.05. DATOS EN %.

	IDEOLOGÍA						MEDIA
	Extrema izda. (1-2)	Izquierda (3-4)	Centro (5-6)	Derecha (7-8)	Extrema dcha. (9-10)	NS/NC	
Poca	21,1	19,9	25,4	24,6	31,3	18,0	22,0
Regular	34,7	31,6	23,8	27,9	12,5	20,5	27,3
Bastante	26,3	24,3	24,6	14,8	12,5	36,1	25,4
Mucha	11,6	15,1	16,7	24,6	37,5	13,9	16,1
NS/NC	6,3	9,2	9,5	8,2	6,3	11,5	9,2
Total	95	272	252	61	16	122	100

A5.20. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA SE PRODUCE EL ACOSO DE UN ADULTO A UN MENOR, POR CLASE SOCIAL SUBJETIVA. P<0.05. EXCLUIDOS NS/NC. DATOS EN %.

	CLASE SOCIAL					MEDIA
	Alta*	Media-alta	Media-media	Media-baja	Baja	
Poca	0,0	24,8	25,2	15,6	20,0	22,0
Regular	66,7	32,3	24,5	29,2	25,0	27,3
Bastante	33,3	20,3	21,8	34,0	35,0	25,4
Mucha	0,0	15,0	18,1	12,7	15,0	16,1
NS/NC	0,0	7,5	10,3	8,5	5,0	9,2
Total	3	133	408	212	40	100

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A5.21. FRECUENCIA CON LA QUE SE CONSIDERA SE PRODUCE EL ENVÍO DE IMÁGENES PRIVADAS Y COMPROMETIDAS, POR SEXO. P<0.05. DATOS EN %.

	SEXO		MEDIA
	H	M	
Poca	20,6	19,0	19,8
Regular	16,9	18,6	17,7
Bastante	31,3	25,3	28,2
Mucha	21,1	31,3	26,3
NS/NC	10,2	5,8	7,9
Total	403	415	100

A6.1. COMPOSICIÓN POR SEXO DE LOS TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
Hombre		53,2	49,7	44,9	45,9	52,3	403 49,3
Mujer		46,8	50,3	55,1	54,1	47,7	415 50,7
Total	N	220	143	98	246	111	818
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*A6.2. COMPOSICIÓN POR EDAD DE LOS TIPOS.
DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
De 16 a 17 años		10,0	11,2	9,2	12,2	9,0	87 10,6
De 18 a 20 años		90,0	88,8	90,8	87,8	91,0	731 89,4
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.3. COMPOSICIÓN POR ESTUDIOS DE LOS TIPOS.
DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
Primarios + PCPI		0,0	1,6	2,2	1,3	0,0	7 0,9
Secundarios + FP media		29,5	33,1	24,7	25,0	33,3	212 28,7
Medios universitarios + FP superior		47,7	40,2	42,7	41,5	38,1	314 42,5
Licenciados		20,7	22,8	29,2	29,9	24,8	188 25,5
Otra formación		2,1	2,4	1,1	2,2	3,8	17 2,3
Total	N %	193 100,0	127 100,0	89 100,0	224 100,0	105 100,0	738 100,0

A6.4. COMPOSICIÓN POR CLASE SOCIAL DE LOS TIPOS.
DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
Alta		0,5	0,7	0,0	0,0	0,9	3 0,4
Media-alta		16,8	17,6	14,7	18,9	12,0	133 16,7
Media-media		52,3	53,7	53,7	49,4	48,1	408 51,3
Media-baja		24,8	20,6	28,4	27,6	34,3	212 26,6
Baja		5,6	7,4	3,2	4,1	4,6	40 5,0
Total	N %	214 100,0	136 100,0	95 100,0	243 100,0	108 100,0	796 100,0

* Sólo tres casos, por lo que los resultados no son representativos.

A6.5. COMPOSICIÓN POR RELIGIÓN DE LOS TIPOS.
DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
Católicos practicantes		5,3	3,7	8,9	5,5	6,7	44 5,7
Católicos no practicantes		29,1	22,4	28,9	26,7	31,4	212 27,5
Otras religiones		7,8	9,0	12,2	6,4	3,8	58 7,5
Indiferentes/agnósticos		19,9	20,9	11,1	20,8	19,0	148 19,2
Ateos/no creyentes		37,9	44,0	38,9	40,7	39,0	309 40,1
Total	N %	206 100,0	134 100,0	90 100,0	236 100,0	105 100,0	771 100,0

A6.6. COMPOSICIÓN POR INTENSIDAD RELIGIOSA DE LOS TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
Muy baja		51,2	63,8	41,9	56,4	56,5	432 54,6
Baja		13,9	10,1	22,6	17,3	14,8	122 15,4
Media		18,7	8,0	18,3	11,1	14,8	110 13,9
Alta		14,4	15,2	10,8	12,3	12,0	104 13,1
Muy alta		1,9	2,9	6,5	2,9	1,9	23 2,9
Total	N %	209 100,0	138 100,0	93 100,0	243 100,0	108 100,0	791 100,0

A6.7. COMPOSICIÓN POR IDEOLOGÍA DE LOS TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		18,2	15,4	14,3	12,2	14,4	122 14,9
Extrema izquierda		11,4	11,9	13,3	10,6	12,6	95 11,6
Izquierda		35,5	30,8	27,6	35,0	33,3	272 33,3
Centro		29,1	35,0	31,6	32,5	24,3	252 30,8
Derecha		4,5	4,2	11,2	8,1	12,6	61 7,5
Extrema derecha		1,4	2,8	2,0	1,6	2,7	16 2,0
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.8. FRECUENCIA CON LA QUE SE MIRAR PÁGINAS PARA DIVERTIRSE,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,4	1,4	0,0	0,0	0,9	6 0,7
Con frecuencia		46,8	54,5	49,0	62,2	57,7	446 54,5
A veces		35,9	32,2	32,7	28,5	25,2	255 31,2
Rara vez		12,7	7,7	15,3	8,1	12,6	88 10,8
Nunca		3,2	4,2	3,1	1,2	3,6	23 2,8
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.9. FRECUENCIA CON LA QUE SE BUSCA INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,4	2,1	0,0	0,0	1,8	8 1,0
Con frecuencia		55,9	72,7	83,7	72,0	66,7	560 68,5
A veces		30,9	20,3	14,3	21,5	25,2	192 23,5
Rara vez		10,9	3,5	2,0	4,5	6,3	49 6,0
Nunca		0,9	1,4	0,0	2,0	0,0	9 1,1
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.10. FRECUENCIA CON LA QUE SE MIRA INFORMACIÓN DE OTRAS PERSONAS,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,4	0,7	0,0	0,4	0,9	6 0,7
Con frecuencia		36,8	48,3	40,8	61,4	35,1	380 46,5
A veces		40,9	33,6	28,6	28,5	38,7	279 34,1
Rara vez		17,3	12,6	26,5	8,5	19,8	125 15,3
Nunca		3,6	4,9	4,1	1,2	5,4	28 3,4
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.11. FRECUENCIA CON LA QUE SE SUBEN FOTOS, VÍDEOS, ETC.,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,4	0,7	0,0	0,0	1,8	6 0,7
Con frecuencia		23,6	42,0	15,3	43,5	27,0	264 32,3
A veces		44,1	31,5	40,8	39,4	42,3	326 39,9
Rara vez		28,2	19,6	34,7	15,4	22,5	187 22,9
Nunca		2,7	6,3	9,2	1,6	6,3	35 4,3
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.1.2. FRECUENCIA CON LA QUE SE SIGUEN BLOGS, WEBS, ETC.,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		0,9	2,1	1,0	0,0	0,9	7 0,9
Con frecuencia		35,5	44,8	28,6	45,1	38,7	324 39,6
A veces		32,3	25,2	32,7	29,3	30,6	245 30,0
Rara vez		22,7	14,0	24,5	19,1	25,2	169 20,7
Nunca		8,6	14,0	13,3	6,5	4,5	73 8,9
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.1.3. FRECUENCIA CON LA QUE SE MANTIENE PROPIA WEB, BLOG,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		5,5	4,9	2,0	2,4	2,7	30 3,7
Con frecuencia		13,2	10,5	6,1	12,6	14,4	97 11,9
A veces		15,5	16,1	17,3	9,8	12,6	112 13,7
Rara vez		20,5	11,2	11,2	23,6	16,2	148 18,1
Nunca		45,5	57,3	63,3	51,6	54,1	431 52,7
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.14. FRECUENCIA CON LA QUE SE PARTICIPA ACTIVAMENTE EN FOROS,
SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,8	4,2	4,1	0,4	0,9	16 2,0
Con frecuencia		11,4	13,3	6,1	8,5	11,7	84 10,3
A veces		20,5	18,9	9,2	13,8	12,6	129 15,8
Rara vez		38,2	27,3	34,7	41,9	37,8	302 36,9
Nunca		28,2	36,4	45,9	35,4	36,9	287 35,1
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.15. FRECUENCIA CON LA QUE SE COMPARTE O REENVÍA INFORMACIÓN
Y NOVEDADES DE OTROS, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,4	2,1	0,0	1,2	1,8	11 1,3
Con frecuencia		27,3	42,7	26,5	41,9	31,5	285 34,8
A veces		39,1	26,6	38,8	31,7	32,4	276 33,7
Rara vez		24,1	16,1	25,5	19,9	22,5	175 21,4
Nunca		8,2	12,6	9,2	5,3	11,7	71 8,7
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.16. FRECUENCIA CON LA QUE SE COMPARTE INFORMACIÓN Y OPINIONES
CON OTROS, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.*

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,8	2,8	0,0	0,8	1,8	12 1,5
Con frecuencia		29,5	39,2	29,6	48,4	37,8	311 38,0
A veces		37,3	33,6	40,8	33,7	35,1	292 35,7
Rara vez		26,4	13,3	24,5	13,0	18,0	153 18,7
Nunca		5,0	11,2	5,1	4,1	7,2	50 6,1
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

A6.17. FRECUENCIA CON LA QUE SE JUEGA ONLINE, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		3,2	2,8	1,0	0,0	1,8	14 1,7
Con frecuencia		19,5	28,0	21,4	24,0	23,4	189 23,1
A veces		25,9	19,6	26,5	29,7	23,4	210 25,7
Rara vez		29,1	26,6	28,6	29,3	27,9	233 28,5
Nunca		22,3	23,1	22,4	17,1	23,4	172 21,0
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

A6.18. ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICA MENOS TIEMPO POR USAR REDES SOCIALES, SEGÚN LOS DIFERENTES TIPOS. MENCIÓN "SÍ, HE DISMINUIDO TIEMPO A ESTA ACTIVIDAD". DATOS EN %

	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	MEDIA
Dormir	30,5	18,2	23,5	44,7	27,0	31,3
Estar con amigos/as	12,3	6,3	15,3	13,4	17,1	12,6
Estar con la pareja	5,9	2,1	6,1	2,4	5,4	4,2
Oír la radio, escuchar música	10,9	9,1	9,2	12,6	11,7	11,0
Ir al cine, conciertos, espectáculos	16,4	9,8	12,2	17,1	14,4	14,7
Leer	42,7	32,2	44,9	55,3	39,6	44,5
Estudiar	44,5	29,4	37,8	72,0	44,1	49,3
Trabajar	4,5	2,1	6,1	8,1	4,5	5,4
Practicar algún deporte	27,7	15,4	23,5	35,0	24,3	26,8
Ver televisión	44,1	34,3	34,7	54,5	41,4	44,0
No ha disminuido el tiempo que le dedico a ninguna actividad	18,2	35,0	29,6	8,5	25,2	20,5

A6.19. FRECUENCIA CON LA QUE SE BORRAN LOS CONTACTOS EN REDES SOCIALES, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		1,8	1,4	2,0	0,0	2,7	11 1,3
Con frecuencia		4,1	4,9	8,2	2,0	5,4	35 4,3
De vez en cuando		43,2	33,6	43,9	43,1	36,9	333 40,7
Rara vez		43,6	46,9	37,8	51,6	49,5	382 46,7
Nunca		7,3	13,3	8,2	3,3	5,4	57 7,0
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

A6.20. FRECUENCIA CON LA QUE SE INCORPORAN NUEVOS CONTACTOS A LAS REDES SOCIALES, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		0,5	2,1	0,0	0,0	0,9	5 0,6
Con frecuencia		9,5	13,3	8,2	19,1	11,7	108 13,2
De vez en cuando		71,4	62,9	64,3	64,2	67,6	543 66,4
Rara vez		18,2	20,3	27,6	15,9	18,0	155 18,9
Nunca		0,5	1,4	0,0	0,8	1,8	7 0,9
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

**A6.2.1. MOTIVOS PARA BORRAR CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES,
SEGÚN TIPOS. MENCIONES SÍ. DATOS EN %.**

	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	MEDIA
Que discuta con él o ella	24,1	28,7	19,4	31,7	27,0	27,0
Que intente comunicarse demasiado conmigo o me moleste	35,0	21,7	31,6	38,6	27,0	32,3
Que no me haga caso o se comunique demasiado poco conmigo	11,4	8,4	15,3	13,4	14,4	12,3
Que intente ligar conmigo	6,8	5,6	15,3	6,1	5,4	7,2
Que no se lleve bien con mis amigos/as	4,1	2,1	4,1	4,9	3,6	3,9
Que se niegue a que nos conozcamos personalmente	3,2	4,2	1,0	1,2	1,8	2,3
Que se empeñe en que nos conozcamos personalmente	6,4	5,6	7,1	10,6	6,3	7,6
Que tenga gustos o aficiones muy diferentes de los míos	6,8	3,5	4,1	6,1	4,5	5,4
Que haga comentarios inapropiados, fuera de tono	43,6	45,5	52,0	50,4	55,9	48,7
Que sea aburrido	7,3	3,5	7,1	5,7	4,5	5,7
No hay motivos para borrar a ningún contacto	5,5	9,1	2,0	1,2	5,4	4,4
No lo sé o prefiero no contestar	9,5	15,4	9,2	5,7	8,1	9,2

**A6.22. MOTIVOS PARA AGREGAR CONTACTOS EN LAS REDES SOCIALES,
SEGÚN TIPOS. MENCIONES SÍ. DATOS EN %.**

	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	MEDIA
Que lo conozca un día y me caiga bien	56,4	52,4	51,0	62,2	55,0	56,6
Que me lo presente alguien de confianza	35,9	36,4	53,1	41,1	36,9	39,7
Que me guste físicamente	15,0	13,3	5,1	15,4	13,5	13,4
Que tengamos amistades comunes	30,5	25,2	24,5	28,5	31,5	28,4
Que tengamos gustos o aficiones comunes	19,1	21,7	21,4	26,8	18,9	22,1
Que conozca a gente que me pueda presentar	3,6	3,5	1,0	0,8	4,5	2,6
Que me dé vergüenza decirle que no	5,5	1,4	3,1	3,7	2,7	3,5
Que yo quiera tener más contactos	4,1	4,2	2,0	2,4	1,8	3,1
NS/NC	5,5	7,7	5,1	1,6	9,0	5,1

**A6.23. IMAGEN DE LAS PERSONAS JÓVENES QUE NO UTILIZAN REDES SOCIALES,
SEGÚN TIPOS. MENCIONES SÍ. DATOS EN %.**

	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	MEDIA
Libres	30,9	31,5	54,1	35,8	36,9	36,1
Normales	39,5	39,2	50,0	25,6	30,6	35,3
Independientes	34,5	24,5	30,6	30,9	33,3	31,1
Extrañas	19,5	17,5	11,2	34,6	15,3	22,1
Poco sociables	16,4	16,8	5,1	20,7	21,6	17,1
Auténticas	16,8	11,9	22,4	17,1	17,1	16,7
Aisladas	16,4	15,4	12,2	19,9	15,3	16,6
Antiguas	11,4	15,4	7,1	21,5	16,2	15,3
Originales	12,7	7,0	12,2	13,8	11,7	11,9

A6.24. PREOCUPACIÓN POR QUE LOS PADRES U OTROS FAMILIARES VEAN SUS PERFILES EN REDES SOCIALES, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		0,0	0,0	0,0	0,4	3,6	5 0,6
Mucho		4,5	4,2	3,1	6,1	3,6	38 4,6
Bastante		14,5	4,9	11,2	20,7	14,4	117 14,3
Algo/Regular		35,0	24,5	18,4	32,5	23,4	236 28,9
Poco		30,0	28,0	28,6	23,6	20,7	215 26,3
Nada		15,9	38,5	38,8	16,7	34,2	207 25,3
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

A6.25. ELEMENTOS QUE MÁS DESCRIBEN EN LAS REDES SOCIALES, SEGÚN TIPO. MENCIONES SÍ. DATOS EN %.

	TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	MEDIA
Las fotos o videos que pongo	30,5	36,4	32,7	43,5	33,3	36,1
Las opiniones que expreso	31,8	33,6	30,6	40,2	32,4	34,6
La manera en que escribo	24,5	18,9	22,4	25,2	22,5	23,2
Los "me gusta" que señalo	22,3	25,2	22,4	25,6	18,9	23,3
Los temas que comento	21,4	18,9	17,3	20,3	21,6	20,2
Las personas con las que hablo	14,5	11,2	14,3	16,3	12,6	14,2
Ninguno. Nada muestra cómo soy	5,9	10,5	13,3	2,8	6,3	6,7
Los contactos que tengo	5,5	4,2	10,2	5,7	4,5	5,7
Las cosas que dicen de mí	6,8	2,1	3,1	2,0	9,9	4,5
NS/NC	5,9	4,2	2,0	1,6	7,2	4,0

A6.26. RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES, SEGÚN TIPOS.
DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		0,5	2,1	0,0	0,0	7,2	12 1,5
Dependo demasiado de las redes sociales		5,5	4,9	5,1	11,0	6,3	58 7,1
Uso constantemente redes sociales y necesito hacerlo, pero no creo depender de ellas		22,7	24,5	10,2	42,3	25,2	227 27,8
Uso las redes sociales, pero no me genera ninguna inquietud su ausencia		50,5	46,2	44,9	42,3	42,3	372 45,5
No concedo excesiva importancia al uso de redes sociales, las uso poco		20,9	21,0	37,8	4,5	18,0	144 17,6
No uso las redes sociales		0,0	1,4	2,0	0,0	0,9	5 0,6
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

A6.27. PERCEPCIÓN SOBRE LA DEPENDENCIA A INTERNET Y/O REDES SOCIALES DE LA GENTE DE SU EDAD, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		0,5	0,7	0,0	0,0	5,4	8 1,0
Mucho		30,0	25,2	61,2	53,3	41,4	339 41,4
Bastante		50,0	52,4	36,7	39,0	39,6	361 44,1
Algo		15,5	18,2	2,0	6,5	9,9	89 10,9
Poco		3,6	2,1	0,0	0,8	1,8	15 1,8
Nada		0,5	1,4	0,0	0,4	1,8	6 0,7
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

A6.28. PERCEPCIÓN SOBRE LOS RIESGOS ASOCIADOS A INTERNET Y/O REDES SOCIALES, SEGÚN TIPOS. DATOS EN %.

		TIPO 1	TIPO 2	TIPO 3	TIPO 4	TIPO 0	TOTAL
NS/NC		0,0	0,0	0,0	1,2	0,0	3 0,4
Son mucho más frecuentes de lo que se dice		47,3	51,0	75,5	60,6	54,1	460 56,2
Ocurren raras veces		40,5	22,4	15,3	23,2	26,1	222 27,1
Se exagera mucho en cuanto a los riesgos que puede suponer el uso de las redes sociales		12,3	26,6	9,2	15,0	19,8	133 16,3
Total	N %	220 100,0	143 100,0	98 100,0	246 100,0	111 100,0	818 100,0

*A6.29. TIPOS DE JÓVENES CLASIFICADOS EN EL CLÚSTER,
SEGÚN SU CONSIDERACIÓN DEL TIEMPO QUE PASAN DIARIAMENTE EN INTERNET.*

	NS/NC		CLARAMENTE EXCESIVO		ALGO EXCESIVO		LO JUSTO		ALGO ESCASO	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	0	0,0	13	16,9	111	28,8	89	38,5	7	53,8
2	1	100,0	6	7,8	71	18,4	63	27,3	2	15,4
3	0	0,0	3	3,9	38	9,9	54	23,4	3	23,1
4	0	0,0	55	71,4	165	42,9	25	10,8	1	7,7
Total	1	100,0	77	100,0	385	100,0	231	100,0	13	100,0

*A6.30. TIPOS DE JÓVENES CLASIFICADOS EN EL CLÚSTER, SEGÚN SU CONSIDERACIÓN
DEL TIEMPO QUE PASAN DIARIAMENTE USANDO REDES SOCIALES*

	NS/NC		CLARAMENTE EXCESIVO		ALGO EXCESIVO		LO JUSTO		ALGO ESCASO		CLARAMENTE ESCASO	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	0	0,0	14	14,0	87	31,9	96	34,7	23	46,0	0	0,0
2	1	100,0	5	5,0	56	20,5	68	24,5	11	22,0	2	33,3
3	0	0,0	2	2,0	29	10,6	52	18,8	12	24,0	3	50,0
4	0	0,0	79	79,0	101	37,0	61	22,0	4	8,0	1	16,7
Total	1	100,0	100	100,0	273	100,0	277	100,0	50	100,0	6	100,0

*A6.3.1. TIPOS DE JÓVENES CLASIFICADOS EN EL CLÚSTER,
SEGÚN SU SATURACIÓN POR EL USO DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES,
HASTA EL PUNTO DE NECESITAR "DESCONECTARSE"*

	NS/NC		SÍ, MUCHAS VECES		SÍ, ALGUNAS VECES		POCAS VECES		CASI NUNCA		NUNCA	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	0	0,0	28	28,6	74	28,1	86	48,0	27	28,7	5	6,9
2	1	100,0	8	8,2	41	15,6	23	12,8	25	26,6	45	62,5
3	0	0,0	18	18,4	35	13,3	16	8,9	17	18,1	12	16,7
4	0	0,0	44	44,9	113	43,0	54	30,2	25	26,6	10	13,9
Total	1	100,0	98	100,0	263	100,0	179	100,0	94	100,0	72	100,0

*A6.3.2. TIPOS DE JÓVENES CLASIFICADOS EN EL CLÚSTER,
SEGÚN LA SENSACIÓN DE DEPENDENCIA DEL USO DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES*

	SÍ, CON MUCHA FRECUENCIA		SI, CON ALGUNA FRECUENCIA		POCAS VECES		CASI NUNCA		NUNCA	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	5	9,1	91	32,9	75	36,6	45	44,1	4	5,9
2	5	9,1	30	10,8	52	25,4	18	17,6	38	55,9
3	8	14,5	20	7,2	25	12,2	25	24,5	20	29,4
4	37	67,3	136	49,1	53	25,9	14	13,7	6	8,8
Total	55	100,0	277	100,0	205	100,0	102	100,0	68	100,0

A6.33. TIPOS DE JÓVENES CLASIFICADOS EN EL CLÚSTER, SEGÚN SU PREOCUPACIÓN POR LA DEPENDENCIA DEL USO DE INTERNET Y/O REDES SOCIALES

	NS/NC		MUCHO		BASTANTE		ALGO		POCO		NADA	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	0	0,0	12	20,7	60	38,2	96	39,2	49	33,3	3	3,1
2	2	66,7	2	3,4	8	5,1	24	9,8	47	32,0	60	61,9
3	1	33,3	17	29,3	13	8,3	28	11,4	25	17,0	14	14,4
4	0	0,0	27	46,6	76	48,4	97	39,6	26	17,7	20	20,6
Total	3	100,0	58	100,0	157	100,0	245	100,0	147	100,0	97	100,0