



**Fundació
Universitat
Empresa**
de les Illes Balears



Estudi de l'impacte de les xarxes socials

Anàlisi del discurs sobre les xarxes socials i del seu impacte social en les relacions interpersonals d'adolescents i joves de Calvià

26 d'agost de 2022

Responsable municipal:

Nati Francés Gárate,

tinienta de batle de Cohesió social, Igualtat, Comunicació i Policia Local

Direcció de l'equip d'investigació

Responsable tècnica de l'estudi, Ajuntament de Calvià: **Sandra Sedano Colom**

Responsable tècnic de l'estudi, Universitat de les Illes Balears: **Lluís Ballester Brage**

Equip d'investigació UIB

Albert Cabellos Vidal

Belén Pascual Barrio

Equip d'investigació Ajuntament de Calvià

Mònica Gelabert Botella

Manon Diquero

Maria de Araceli Ortiz Jiménez

Col·laboracions especials:

Mar Ferragut Rámiz (periodista, experta en comunicació)

Alejandro Villena Moya (psicòleg, expert en conductes addictives; membre de l'entitat ***Dale una vuelta***)

Juan A. Rodríguez del Pino (Dep. de Sociologia de la Universitat de València)

Maria Antònia Canals (sociòloga, experta en sociologia de la joventut)

Gabriele Bavastro (economista, expert en TikTok)

CONTINGUT

Presentació 1

1. Les xarxes socials	3
1.1. Com definir les xarxes Socials?	3
1.2. Tipus de xarxes socials. Principals xarxes utilitzades per adolescents i joves	4
1.3. Com es relaciona la gent jove amb les xarxes socials	4
1.4. Aspectes positius de les xarxes socials per a adolescents i joves	5
1.5. El risc a les xarxes socials per a adolescents i joves	7
1.6. Tendències actuals i enfocament de les anàlisi concretes	11
1.7. Claus per a entendre com es comunica la gent jove a les xarxes socials	14
2. Mètode	29
2.1. Criteris	29
2.2. Estudis que componen la recerca	30
3. L'enquesta	31
3.1. Mètode	31
3.2. Caracterització de la mostra d'adolescents participants	32
3.3. Identificació de les xarxes socials que fan servir	32
3.4. Ús de les xarxes socials que fan servir	53
3.5. Ús problemàtic de les xarxes socials.....	97
4. Grups de discussió	105
4.1. Objectius i tipus d'informacions dels grups de discussió.....	105
4.2. Els grups participants.....	105
4.3. Dinàmica dels debats: criteris bàsics i metodologia dels grups de discussió.....	106
4.4. Resultats	107
4.5. Balanç d'aportacions	149
5. Consulta de persones expertes sobre l'impacte de les xarxes socials a l'adolescència (11-18 anys)	153
5.1. Introducció.....	153
5.2. Mètode	153
5.3. Resultats	157

6. Què convé conèixer de TikTok?	191
6.1. Què és TikTok. Breu resum de la seva història.....	191
6.2. Per què TikTok té tant èxit en la Generació Z?.....	192
6.3. A quina edat es pot començar a fer servir TikTok?	194
6.4. Com fer servir TikTok?	194
6.5. Com funciona l'algoritme d'aprenentatge de preferències d'usuari de TikTok?.....	196
6.6. Quins són els riscos més rellevants de TikTok?	199
6.7. La moderació de contingut. Com funciona i què implica?.....	202
7. Discussió, conclusions i recomanacions	203
7.1. Nivell de coneixement de les xarxes socials.....	203
7.2. Confiança amb persones de l'entorn, en relació a les xarxes	203
7.3. Les xarxes socials són fonamentals a la seva vida quotidiana	203
7.4. Quines són les xarxes més conegudes i més utilitzades	204
7.5. Quan i com les fan servir (aparells, horaris...)	204
7.6. Què fan a les xarxes socials.....	205
7.7. La petjada digital i la protecció de les seves dades.....	206
7.8. Canvis en la relació amb les xarxes socials	206
7.9. La influència per part dels nous agents comunicatius a les xarxes.....	206
7.10. Situacions i experiències de risc	207
7.11. Educació digital i suport per part de persones i serveis	207
7.12. Valoració positiva de les xarxes socials	208
7.13. Propostes d'actuació a nivell municipal	208
8. ANNEX. Fitxes orientatives de les principals xarxes utilitzades per adolescents	209
8.1. Presentació	209
8.2. Xarxes socials orientades a la comunicació	211
8.3. Xarxes socials orientades a les relacions	215
8.4. Xarxes socials orientades a l'entreteniment	219
8.4. Xarxes socials orientades funcionalitats diverses	226
9. Referències bibliogràfiques	231

Presentació

Al llarg dels darrers anys, especialment a partir del confinament per COVID de 2020 i la pandèmia, ens hem fet molt més conscients de la relació que mantenim amb la cultura de pantalles, amb una atenció especial al que representen les xarxes socials en aquesta cultura. S'ha pogut mantenir la connexió, en moments d'aïllament físic, rebent i enviant missatges constantment, amb àmplies xarxes de persones i des de qualsevol lloc del món (González-Nuevo, 2022).

Per a les i els adolescents, aquest període d'aïllament, en una etapa de la vida orientada a experimentar les relacions amb els iguals, relacions de tot tipus (opinions, estils de vida, imatge, consum cultural, emocions i sexe, entre altres moltes), només s'ha moderat parcialment gràcies a les seves connexions mitjançant xarxes socials.

En el cas de Calvià, la realitat identificada en l'estudi realitzat el 2020 sobre les relacions emocionals, afectives i sexuals, va portar un coneixement sobre una part fonamental de la identitat: les relacions. Justament, el sentit del present estudi és conèixer les relacions que s'estableix en l'àmbit virtual, mitjançant xarxes socials. Coneixement que completarà el que ja es va aconseguir el 2020.

Aquesta motivació, juntament amb la necessitat de disposar d'un bon fonament per definir intervencions i polítiques públiques, van ajudar a definir els objectius del present estudi, diferenciats en dues fases complementàries.

Objectiu general

- Descriure i analitzar les xarxes socials utilitzades per joves de Calvià, així com les seves influències sobre les percepcions, actituds i conductes de socialització del jovent calviàner (12-17 anys).

Objectius específics

El projecte s'estructura en dues fases, per tant els objectius específics es diferencien per fases.

Primera fase

- Objectiu específic 1.1. Analitzar quines xarxes es fan servir a Calvià per part dels i les adolescents (12-17 anys), com i per a què les fan servir.
- Objectiu específic 1.2. Conèixer en profunditat les característiques de les xarxes més utilitzades.
- Objectiu específic 1.3. Conèixer l'impacte de les xarxes socials sobre el jovent calviàner.

Segona fase

- Objectiu específic 2.1. Analitzar els nivells de consum problemàtic, addictiu de les xarxes, mitjançant una eina calibrada per a població espanyola adolescent i jove.
- Objectiu específic 2.2. Estudiar en profunditat les opinions i els discursos de les i els propis adolescents, mitjançant grups de discussió.

Aquest document estructurat a partir de tres capítols centrals, respon als objectius de la recerca a Calvià, la qual ha estat desenvolupada al llarg del darrer trimestre de 2021 i primer semestre del 2022. Els tres capítols centrals, en funció de la recollida de les dades, són:

- La presentació dels resultats de l'enquesta a l'alumnat de Calvià, detallant els resultats en funció del sexe i dels grups d'edat, variables que expliquen una bona part de les diferències de consum i participació a les xarxes.
- El segon capítol inclou els resultats dels sis grups de discussió, realitzats amb doble sessió, per tant, es tracta de 12 sessions amb grups estructurats també segons sexe i grups d'edat.
- El tercer capítol inclou els resultats de les consultes de persones expertes. Aquest tercer capítol va ser coordinat per professorat del Departament de Sociologia de la Universitat de València. Hi ha aportacions de tot l'Estat, complementant els resultats obtinguts a les enquestes i els grups de discussió.
- Finalment, hi ha altres dos tipus d'aportacions. La primera, sobre TikTok. Es va encarregar una anàlisi específica sobre TikTok, entesa com la xarxa amb més creixement en els dos darrers anys (Tejedor et al., 2022). La segona aportació inclou les fitxes de presentació de les xarxes que fa servir a Calvià l'alumnat adolescent, al marge de la freqüència d'ús, per tal de disposar d'orientacions, de cada una de les xarxes, per a l'alumnat, pares i mares, així com per al personal del sistema educatiu, joventut, salut i serveis socials.

Per a emmarcar la recerca, s'inclou a continuació una revisió de les aportacions de la recerca i els informes de referència (estatals o internacionals), sobre xarxes socials. La pretensió no és acadèmica, exhaustiva, sinó que només es pretén posar a l'abast de les persones destinatàries de la recerca, els aspectes més destacats de l'estat del coneixement recent sobre aquest tema.

1. Les xarxes socials

Les tecnologies de les relacions, informació i la comunicació, les TRIC, ara s'haurien d'ampliar amb l'entreteniment, de tal manera que hauríem de parlar de les TRICE. En el conjunt d'aquestes tecnologies, les xarxes socials són les aplicacions dominants, tant per la capacitat de captar l'atenció de la gent jove com per la constant renovació tecnològica, l'ampliació de funcionalitats, la facilitat d'ús i altres característiques que presentarem a continuació.

1.1. Com definir les xarxes Socials?

L'ús de xarxes socials com Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp o TikTok, a la societat actual s'ha convertit en omnipresent. L'arribada de les tecnologies de la comunicació als mòbils, la generalització de l'accés a connexions wifi, juntament amb altres tendències i nocions d'unificació, com la convergència dels mitjans i els continguts digitals, permeten als usuaris i usuàries d'internet integrar aquestes xarxes en la seva vida quotidiana (Mady i Baadel, 2020). Però de què parlem quan deiem "xarxes socials"?

Es pot parlar de xarxes socials com aquelles aplicacions que aprofiten el mitjà creat per internet, per a centrar la seva funcionalitat a les relacions entre individus. Qui participa a les xarxes crea un perfil que representa la seva identitat dins de la xarxa, el qual fa d'enllaç amb altres persones. Hi ha múltiples definicions sobre què són les xarxes socials. La gran majoria d'autors coincideixen que una xarxa social és una aplicació que té com a finalitat permetre als usuaris i usuàries comunicar-se, relacionar-se, compartir contingut i, en alguns casos, crear grups o comunitats. Una de les característiques és que transforma a les persones que participen en consumidores, distribuïdores i productores de continguts.

Les característiques principals de les xarxes socials inclouen una certa consideració de comunitat, a través de la creació de xarxes d'usuaris i usuàries que interactuen, dialoguen i aporten comunicació i informació. Aquest aprofitament de les necessitats de relació i l'aportació de reconeixement, es basen en funcionalitats, rituals, pràctiques que s'instauren amb facilitat i estructuren bona part del temps a la vida quotidiana de les i els adolescents (Burnette, Kwitowski & Mazzeo, 2017).

L'arribada d'internet i, consegüentment, de les xarxes socials enfocades des d'aquesta perspectiva, ha canviat les condicions tradicionals per a la construcció de la identitat. Entre d'altres impactes, es redueix la rellevància de la interacció física, compensada mitjançant l'augment, de manera considerable, de la interacció no presencial, és a dir a través de la dimensió virtual de les relacions.

1.2. Tipus de xarxes socials. Principals xarxes utilitzades per adolescents i joves

Les xarxes socials es poden classificar en dos tipus, en funció de la seva funcionalitat i objectius. Per una part, hi ha les anomenades xarxes horitzontals o generalistes; són les més comuns i tenen usuaris i usuàries de tot tipus, amb interessos diversos. Es tracten temes generals, sense cap fi en particular. Són per exemple, Facebook, Twitter o Google+1. Per altre banda, hi ha les xarxes socials verticals en que, a diferència de les horitzontals, sí que presenten un objectiu concret i comú per tots els usuaris i usuàries, LinkedIn seria un exemple de xarxa d'aquest tipus.

A més d'aquesta classificació, també es pot parlar de quatre tipus de xarxes:

- Xarxes socials genèriques. Són les comunament conegudes i alhora les més nombroses entre les quals es troben Facebook, Twitter. Entre elles s'han incorporat funcionalitats orientades a la producció, distribució i consum de vídeos, música i altres modalitats de comunicació propera a la cinematografia popular. En aquest darrer sector, el més dinàmic de totes les xarxes, han fet fortuna YouTube, Instagram i TikTok.
- Xarxes socials professionals. Són les que relacionen laboralment els seus membres, entre les quals ressalta la xarxa social LinkedIn. Aquest tipus de xarxes no tenen cap seguiment entre les i els adolescents, per motius evidents.
- Xarxes socials temàtiques. Basades en connectar persones que comparteixin la mateixa activitat (consum de música online, per exemple) o volen connectar-se en comunitats tancades amb funcionalitats específiques (xarxes de contactes), com Flickr, Spotify, Tinder, Azar.
- Xarxes socials orientades a la comunicació. Es tracta de xarxes que capten l'interès dels usuaris i usuàries mitjançant l'oferta de modalitats de comunicació múltiple: text, imatges, documents que es poden enviar, videoconnexió, etc. Aquí es poden classificar WhatsApp, telegram, Signal o Messenger.

El món actual es troba en un procés de digitalització i les xarxes socials esdevenen una eina sofisticada i necessària en les relacions entre persones a totes les edats. Aquest tipus de mitjans proporciona un ampli ventall de funcionalitats basades en la interacció i la comunicació amb altres individus de la societat (López-Belmonte, 2020).

1.3. Com es relaciona la gent jove amb les xarxes socials

Hi ha tot un seguit de qüestions que conformen les representacions dominants sobre la participació d'adolescents i joves a les xarxes socials. Es poden revisar les més rellevants, abans d'entrar més a fons.

1 Desapareguda el 2019

És un mite que hi hagi persones natives digitals: no hi ha natives digitals, no neixen, es fan. L'expressió "natiu digital" va sorgir en realitat el 2001, quan Mark Prensky va escriure un article a la revista On The Horizon, en què explicava com havien canviat les actituds i els hàbits de l'alumnat en l'última dècada, arran de la introducció massiva de les noves tecnologies (Prensky, 2010). Però, néixer envoltat de tecnologia, aprendre de forma intuïtiva com prémer un botó, fer clic o lliscar el dit sobre una pantalla, no implica que se'n coneguin les conseqüències, ni que sàpiguen com processar la informació, ni que puguin preveure els riscos, ni que s'apregui com aprofitar-ne el potencial.

No hi ha realment una **edat òptima** per tenir el primer mòbil perquè depèn de cada nin, nina i adolescent. Però, tampoc no és necessari (ni aconsellable) que el primer mòbil sigui un smartphone d'última generació. Part de l'educació digital passa per fer conscients als nins i nines del preu dels dispositius i del que representa el consum tecnològic. Posar límits al consum de dades els educa en la gestió dels recursos. S'ha de parlar a la família i a la resta de contextos de socialització de les normes d'ús raonables, diferenciades en funció dels moments evolutius.

La tecnologia forma part de manera predominant del **temps lliure d'adolescents i joves**. Com es mostrarà més endavant, les xarxes socials són el referent indiscutible del temps lliure, per a la majoria.

El **temps de connexió** és rellevant, però no és l'única cosa important. S'ha d'analitzar què fan quan estan connectats, i per què. Simplificant, es pot diferenciar entre un ús que permet ampliar coneixements, relacions i aporta un entreteniment emocionalment i cognitivament positiu, d'un ús dependent, tòxic o que genera efectes negatius.

1.4. Aspectes positius de les xarxes socials per a adolescents i joves

Les xarxes socials es presenten com un espai més de socialització, on els individus poden interactuar entre ells mateixos, podent així formar vincles d'amistat o socials.

Segons Hernández, Yáñez i Carrera (2017) les xarxes socials s'han convertit en un fenomen irreversible que conté un gran àmbit de possibilitats per a les relacions amb les altres persones i al·ludeixen que a una xarxa social poden trobar amb qui compartir interessos, preocupacions o necessitats. Aquestes xarxes són una gran oportunitat de que les persones es sentin integrades en un grup social.

Peyró (2015) recorda que com a mecanisme d'adaptació i supervivència formam part de diferents grups, des de la família a les amistats, en tots els àmbits, acadèmics, professionals, culturals, etc. D'aquesta manera estam immersos d'una manera permanent a una xarxa de

relacions, i establim connexions amb persones iguals, ja que com a essers socials que som necessitam relacionar-nos, establir contacte amb els altres. Formam part de les xarxes, i dins elles som definits i definim els nostres rols, les nostres relacions, i en base d'aquestes definicions i pràctiques obtenim i transmetem informació rellevant pels diversos àmbits de la nostra vida.

Les persones, alhora de connectar-nos a les xarxes socials, traslladam una part de la nostra vida social cara a cara al format digital, establint així l'oportunitat de trobar més persones que tinguin els mateixos interessos com a usuaris i usuàries de les xarxes socials.

Aquesta forma de relacionar-se amb l'altre i crear identitats és el que s'anomena "cultura digital". Moltes vegades s'utilitza la mentida per tal de poder encaixar a un grup social i arribar a l'acceptació, mecanisme molt fàcil de fer ús, ja que la creació d'un perfil fals està a l'abast de tots els usuaris i usuàries, amb la finalitat de fer-se una nova identitat.

Si s'analitza la funcionalitat de les xarxes socials entre adolescents i joves, a partir de l'impacte que tenen les xarxes socials en l'aprenentatge de la gent jove, podem concloure que hi ha tot un seguit d'aspectes positius que cal reconèixer i aprofitar. Un bon ús de les xarxes socials afavoreix processos cognitius, genera nous estils d'aprenentatge en facilitar compartir, tractar, investigar i analitzar el contingut, ajuden al desenvolupament de competències (entre elles, la digital) i apropen el coneixement de disciplines molt diverses i de les més variades formes.

Les possibilitats, les oportunitats, fan atractives les xarxes socials. La realitat del seu ús entre adolescents, mostra l'aprofitament d'una part de les funcionalitats disponibles. Com després es podrà mostrar als resultats obtinguts a Calvià, es poden identificar quatre funcionalitats dominants:

- Relacionar-se amb familiars, amistats, persones desconegudes. Conversa, manteniment de relacions amb un mínim de comunicacions, informació sobre rituals personals o familiars, etc.
- Socialitzar, ampliant la relació bàsica a la comunicació d'opinions, consells, reflexions, formant grups d'afinitats diverses per a l'intercanvi de tot tipus de continguts enfocats als interessos en comú.
- Entretenir-se amb consum cultural divers (música, filmacions, imatges artístiques, etc.) i amb les publicacions personals pròpies o d'altres persones (viatges fets, experiències personals, imatges íntimes, etc.).
- Aprenentatge compartit, mitjançant el compromís amb temàtiques diverses: ciència, art, cultura. Presentació del perfil professional, presentació d'experiències professionals o acadèmiques, etc.

De les quatre grans funcionalitats identificades, els i els adolescents sobretot es centren en les tres primeres, de manera coherent amb els seus interessos a aquest moment evolutiu: entretenir-se, experimentar, socialitzar, conèixer com són, viuen, preferències i opinions dels i les iguals.

Contra el que es pot pensar, les xarxes socials no són només un àmbit d'incitació al consum, pèrdua de temps i entreteniment improductiu, sinó que també són un àmbit en el qual s'adquireixen nous coneixements i es fa una socialització especialment significativa. A les xarxes socials, les i els adolescents, poden trobar persones amb qui comparteixen interessos i aficions, creant un vincle virtual; poden a més trobar ràpidament vídeos, publicacions, grups o pàgines respecte a un tema específic, contactar amb persones rellevants d'un determinat àmbit que els pot orientar (disseny, roba, música, cinema, etc.), tenir accés ràpid a tutorials, vídeos de diversos nivells d'utilitat, etc. (Peña-Ayala, 2019)

Les xarxes socials són font d'inspiració i una via d'accés cultural i artístic, donant opció a totes les formes d'expressió. Literatura, pintura, música, teatre i filmacions es mostren en vídeos, fotos, il·lustracions, àudios, texts, barrejant formats i tècniques. A la xarxa, és on es descobreixen persones que són artistes, autores, artesanes, animadores, perfils amb els quals es pot ampliar la imaginació, millorar les habilitats o iniciar una afició. Només cal fer una senzilla recerca per paraules (hashtags) per trobar aquestes opcions. En realitat, en això consisteix precisament l'origen de l'atracció de les xarxes socials: la possibilitat que els usuaris i usuàries (les persones) creïn continguts en línia, construeixin missatges i els difonguin, reelaborin i reinterpretin, i s'erigeixin així en agents de la comunicació en lloc de limitar-se a simples espectadores passives. Les xarxes socials han aportat aquesta capacitat de participació que ara és fonamental. Potser encara el consum passiu sigui més freqüent que la creació; potser la creativitat sembli haver quedat limitada per l'excés i la sobrecàrrega d'informació, però sempre hi ha qualche modalitat de participació personal, encara que només sigui distribuïnt el que altres persones han fet o donant un "like" a les aportacions que agraden més.

1.5. El risc a les xarxes socials per a adolescents i joves

Les funcionalitats identificades no es troben lliures de riscos (Carrasco, 2022). Segons Vaderhoven et al. (2014); es poden identificar tres tipus de riscos a les xarxes. El primer el representen els perills del contingut distorsionador de les percepcions, actituds i pràctiques. Dins aquest rang, Vaderhoven i el seu equip inclouen: l'accés a la pornografia i els missatges racistes, xenòfobs, sectaris, entre d'altres.

El segon risc és la comunicació agressiva i la distorsió de la informació (fake news i similars), expressada a tots els mitjans de comunicació aprofitats per les xarxes socials, com la

missatgeria instantània, xats, entre d'altres. Aquests poden estar lligats a l'engany, al ciberbullying, l'assetjament sexual o els riscos per a la privacitat (Cohen, 2020; Vallejo, 2019).

Finalment, identifiquen els riscos de consum, els d'origen comercial, vinculats a l'ús inadequat de la informació, manipulació dels comportaments, inducció activa a comportaments de consum, activitats addictives com ara el joc compulsiu, el consum de productes innecessaris i altres.

Aquests riscos es poden ampliar amb les categoritzacions més actuals (Atorga-Aguilar i Schmidt- Fonseca, 2019; Rodríguez-Castro et al., 2021), identificant sis factors de risc per a adolescents: (1) ciberbullying, (2) ciberviolència, incloent conductes de control (cyberstalking); (3) explotació sexual en la infància i adolescència (ESIA) per produir pornografia amb infants i adolescents; (4) grooming; (6) sexting i diverses modalitats de conductes addictives. El ciberbullying i la ciberviolència estan presents a totes les xarxes i de maneres molt diverses. L'ESIA també es pot identificar a partir de xarxes que freqüenten les i els adolescents, això al marge que hi ha xarxes orientades a la producció i distribució directa de pornografia, realitzada en molts casos per menors d'edat, com ara OnlyFans.

El **ciberbullying** a les xarxes socials és més nociu que altres modalitats de bullying cara a cara perquè no té horaris, afavoreix la sensació d'impunitat, protegeix l'anonimat i trenca barreres físiques per fer-se omnipresent a l'espai virtual i perseguir la víctima fora de l'escola, fins al propi dormitori on s'hauria de sentir segur i protegit. Sense interrupció, sense que sigui visible, sense necessitat d'aixecar la veu, sense que hi hagi contacte. Les xarxes socials poden facilitar la intimidació i intensificar l'experiència d'abús, multiplicant el nombre de persones que observen la humiliació o el menyspreu. L'agressió s'amplifica i es propaga sense portes que el continguin, 24 hores al dia, els set dies de la setmana (García-Jiménez et al., 2022).

Una de les modalitats de ciberbullying són les **conductes de control**, identificades en anglès com a **cyberstalking**, les quals es poden qualificar com una de les formes de violència de gènere, a més de la física, sexual o psicològica (Rodríguez-Castro et al., 2018). Es defineix com un tipus de pràctica digital en què l'agressor exerceix el domini sobre la víctima o les víctimes mitjançant la intromissió en la seva vida íntima. Aquesta intrusió és repetitiva, pertorbadora i es realitza contra la voluntat de la víctima. Aquest assetjament inclou acusacions falses, vigilància, amenaces, robatori d'identitat, missatges injuriosos, etc., que generen por a les víctimes (Rodríguez-Castro et al., 2021). Controlar les amistats, els moviments, els missatges, els comentaris als perfils socials, les relacions, la forma de vestir, les aficions, és més fàcil i intens a través de les xarxes socials que es gestionen des del mòbil. Les xarxes socials amplifiquen les modalitats de conductes de control, més encara quan s'arriba a exigir l'accés a les contrasenyes i quan es comença a vigilar també si la parella està connectada, si té contactes amb altres persones, etc. Els primers episodis de ciberassetjament ocorren entre els 12 i els 17 anys. En aquest comportament hi ha una diferència de gènere clara: ells

cibercontrolen més que elles (Rodríguez-Castro et al., 2018). Es considera una forma de violència masclista a totes les edats, també en adolescents i joves, perquè inclou aquelles conductes que, a través de xarxes socials i altres mitjans digitals, tenen com a objectiu la dominació, la discriminació i, en definitiva, l'abús de la posició de poder (Carrasco, 2022; Rodríguez-Castro et al., 2021).

Pel que fa als darrers identificats, el **sexting** prové de la unió dels termes anglesos sex (sexe) i texting (enviament de missatges de text) i consisteix en l'enviament, la recepció i el reenviament de continguts de caràcter eròtico-sexual (fotos, vídeos o textos) a través de mitjans digitals (generalment, xarxes socials) que una persona envia de forma voluntària i lliure com a part de la seva activitat sexual (sense que ningú no l'obligui), a un receptor amb qui ho ha acordat prèviament (Rodríguez et al, 2017). El **sexting**, a diferència del grooming, es fa sense una manipulació tan directa, però condueix al mateix tipus de risc, és a dir, a mostrar contingut sexual. No és un delictes, però és una activitat molt arriscada que deriva fàcilment en violència viral, humiliació i infraccions de tipus divers. El risc és que les imatges siguin publicades i viralitzades, sense permís. La intimitat queda exposada a la mirada pública. A Espanya, els estudis quantitius sobre el comportament del sexting són encara escassos (Rodríguez-Castro et al., 2018). Les taxes de prevalença d'enviament i recepció de contingut de sexting en població adolescent van d'un 8% a un 36% (Gámez-Guadix i De Santisteban, 2018; Gámez-Guadix, et al., 2017; Villacampa, 2017).

Molt vinculat al sexting cal identificar la colonització de les xarxes socials per part de les empreses de producció i distribució de **pornografia**. En un context social en què les plataformes de pornografia i les xarxes socials estan connectades, són tan accessibles per a adolescents i joves i el seu control és tan escàs, cal recordar l'impacte que aquesta accessibilitat té en el seu aprenentatge sobre la conducta sexual, la relació amb els iguals i la vulnerabilitat a la violència sexual. El consum de pornografia i la sexualització de les imatges provoquen canvis en les actituds i les conductes (Ballester et al., 2019; Ballester et al., 2021; Quijada et al., 2022).

El **grooming** és l'assetjament que un adult exerceix sobre una persona menor amb finalitats sexuals. El **Grooming** es defineix per un abusador, el qual cerca un perfil de víctima normalment jove, del qual s'aprofita de la seva ingenuïtat o innocència per guanyar-se la seva confiança (moltes vegades fent us de perfils falsos) amb l'únic objectiu d'obligar-los a tenir conductes d'abús sexual.

Aab i Diaz (2015), estableixen que aquest procés passa per diferents etapes:

1. Amistat: moment en el qual l'abusador vol crear confiança amb la víctima i fent-se passar per un altre jove, intentant treure-li informació personal; residència, edat, centre educatiu, entre d'altres. La persona adulta, quasi sempre un home, inicia el

contacte amb un nin, nina o adolescent, a través de xarxes socials, aparentant generalment ser algú de la seva edat, per crear una suposada amistat.

2. Engany: la persona adulta es guanya la confiança mitjançant enganys. Coneix els seus gustos i aficions. Convenç la víctima que és millor que ningú no conegui la seva relació. L'abusador fingeix una gran amistat o estar enamorat de la víctima per aconseguir que realitzi imatges o vídeos de contingut sexual o inclús davant la webcam.
3. Conducta de risc de la víctima: l'agressor aconsegueix confessions i imatges íntimes, aprofitant que la víctima ha posat en suspens la seva inhibició. Força els límits sense arribar a violentar físicament. Li comença a demanar regularment que es gravi una imatge o faci una foto o un vídeo de contingut sexual.
4. Xantatge: la víctima es veu manipulada per l'abusador, el qual l'amenaça amb el contingut sexual que anteriorment la víctima li ha enviat en fer-ho públic si no segueix enviant-li imatges o vídeos de caire sexual com ho havia fet abans. La coacció, les amenaces i les humiliacions són les armes de l'agressor.

Vinculat amb diversos riscos identificats (grooming, però també sexting, ESIA, etc.), les característiques de les xarxes fan que un dels perills més rellevants, per les i els adolescents, és la connexió online amb persones desconegudes.

La **ciber-adicció o conducta addictiva** és un risc persistent entre els i les adolescents (Hernández et al, 2018). Es pot definir com la pèrdua de control sobre la conducta de consum o sobre pràctiques concretes a les xarxes socials. Aquesta conducta comporta l'aïllament i la desatenció de les relacions socials, de les activitats acadèmiques, de les activitats recreatives, de la salut i de la higiene personal. Alguns indicadors de la ciberaddicció són:

- Rendiment acadèmic: ha disminuït notablement perquè dedica massa temps a estar connectat o connectada.
- Manifesten gran irritabilitat si algú els molesta quan s'han connectat.
- Estrès, ansietat, depressió, quan no poden connectar-se a les xarxes.
- Deixa de reunir-se amb les amistats, per passar temps en connexió.
- Revisa constantment el seu mòbil per veure si ha arribat un missatge i presenta vibracions fantasmies, és a dir, creu que li ha arribat un missatge quan només es tracta de missatges imaginats.

Un dels fenòmens vinculats al desenvolupament de **conductes de dependència** (en ocasions, addictives) té a veure amb la necessitat de mantenir la connexió, per tal de no perdre el vincle amb la comunitat, amb el grup de referència. Es parla de **FOMO** ("fear of missing out" o por de quedar-se fora) com el mecanisme que alimenta la necessitat de mantenir-se en connexió a Internet (Throuvala et al., 2019).

Les pròpies xarxes socials són les que determinen què rep cada usuari o usuària, segons l'algoritme que en regeix el funcionament (Cumplido, 2021). Fa temps que Twitter, Facebook,

Instagram, Tik Tok, YouTube, etcètera, van deixar de mostrar els continguts en ordre cronològic, per organitzar-los segons la rellevància que els atribueix l'algoritme, i en funció de les dades que ha recopilat de cada usuari o usuària. Com més "M'agrada" ("Like"), respostes, i comentaris rebí un vídeo, foto o post, com més persones ho comentin, més possibilitats hi ha que més gent ho vegi també. El cercle es retroalimenta, perquè com més visualitzacions i abast, més interaccions rep aquest contingut. Però la decisió de quines persones integren aquest cercle la pren l'algoritme, el qual assigna què visualitza cadascú. Com més likes té una foto, més s'activa l'estructura del cervell responsable que experimentem moments de plaer intens. La "recompensa" no només és social: és també emocional (Martín i Medina, 2021). Però l'ús desproporcionat de les xarxes socials no només és la causa, sinó també la conseqüència de la baixa autoestima de moltes persones, tant adolescents i joves, com persones adultes (Lanier, 2018).

Polarització i formació del biaix de confirmació. En un entorn digital que podria ser amigable, com són les xarxes socials per a la gent jove, entorn que semblaria el mitjà òptim per ampliar visions, obrir la ment, contrastar enfocaments sense censura i alimentar la reflexió crítica, el que en realitat es genera és confirmació del propi biaix, com si allò que s'arriba a pensar fos l'única opció possible. Aquest tipus de funcionament faciliten els discursos de menyspreu i d'odi a les xarxes socials (Ramírez-García, 2022). Els algoritmes seleccionen continguts a la mida de les creences i prejudicis de cada persona, cosa que apunta la seva posició.

Des d'una perspectiva cognitiva, emocional i conductual, es pot concloure que el mal ús de les xarxes socials, el seu ús problemàtic, obstaculitza la formació de la pròpia identitat com a subjectes, ja que les i els adolescents no posseeixen les eines adequades per entendre el perill que comporten determinades activitats a les xarxes socials.

La persona usuària de les xarxes socials ja no és només una consumidora, sinó que és convidada constantment a la creació de contingut, en forma d'imatges, opinions, recomanacions de consum per a altres persones, etc. Els usuaris i usuàries construeixen el seu perfil, fan que aquest pugui ser públic o privat, que s'expressin a través de comentaris, missatges o imatges, que altra gent pugui bloquejar o afegir en el seu mur, entre d'altres. La creació del contingut en línia a les xarxes significa per a moltes persones un mitjà de gestió de la pròpia identitat, de l'estil de vida i les relacions socials.

1.6. Tendències actuals i enfocament de les anàlisi concretes

Les xarxes socials igual que les relacions socials, són dinàmiques, estan en constant canvi. Les xarxes socials han evolucionat molt en aquests darrers anys, s'han hagut d'anar transformant a conseqüència de les demandes dels usuaris i usuàries.

Hi ha un domini absolut, pel que fa a adolescents de cinc o sis xarxes socials, liderades per Instagram i TikTok, seguides per YouTube, WhatsApp i unes poques més. Però, aquesta situació pot canviar en pocs anys. Les xarxes socials amb una tendència al creixement, actualment, són també cinc o sis, entre les quals es troben Twitch, Houseparty, Discord, i unes poques més.

Les xarxes socials en l'actualitat ofereixen a les i els adolescents una possibilitat per la formació i desenvolupament de diverses funcionalitats, com s'ha mostrat abans, però també els està afectant en el desenvolupament com a persones, en les seves experiències, socialització i, per suposat, en els seus estudis. És necessari conèixer millor el seu impacte, per part de tots els agents socials (famílies, educació, salut, igualtat, joventut i altres). Per descomptat, també cal implicar adolescents en el propi coneixement responsable del que són i impliquen les xarxes socials. En qualsevol cas, les xarxes socials han arribat per quedar-se, són part fonamental de la seva vida i poden ser aprofitades per a desenvolupar relacions saludables.

Al llarg d'aquestes pàgines hem intentat plantejar algunes de les qüestions clau per acostar-se a les xarxes socials a l'adolescència. Esperem que, partint d'aquestes precisions, sigui possible oferir una anàlisi més contextualitzada, adaptada als desafiaments que plantegen les xarxes socials. A partir de l'enquadrament, es podrien avançar algunes recomanacions o orientacions per abordar l'anàlisi de les xarxes socials a l'adolescència (Colom i Ballester, 2016).

Primerament, cal evitar valoracions o judicis simplistes sobre l'efecte de les xarxes a l'adolescència. Per la seva estructura comunicativa, les xarxes socials poden facilitar la difusió d'informacions, imatges i arguments vàlids des d'un punt de la socialització positiva (augment de l'autonomia i la maduresa personal, aprofitament d'oportunitats, millora de les relacions amb iguals, formació d'un judici crític), o poden – per contra, convertir-se en espais per a la simplificació d'opinions i arguments, així com oportunitats per amplificar els riscos que s'han identificat. La responsabilitat que passi més una cosa o una altra no només és de la gent jove, tampoc només de les xarxes socials; totes i tots tenim responsabilitat.

Així, l'educació digital suposa precisament convidar a aprofitar de manera intel·ligent les oportunitats que ofereixen les xarxes; evitant que es converteixin en plataformes de control comercial o altaveus per a discursos de l'odi, la distribució de pornografia o el control d'altres persones, encoratjant una emocionalitat primària i diverses formes de violència.

L'educació digital també implica encoratjar l'autocrítica en la producció d'imatges i de relats o arguments, per evitar biaixos o prejudicis tan freqüents com el biaix d'autoconfirmació, o biaixos cognitius que empobreixen la qualitat de la comunicació i les relacions: el biaix de generalització precipitada, d'atac a la persona, etc. La comprensió de la pròpia responsabilitat a les xarxes socials és un dels fonaments de la higiene digital.

L'estudi permet disposar d'un coneixement detallat sobre la realitat de les i els adolescents de Calvià, així com compartir els resultats de les consultes amb persones expertes en aquest àmbit, justament amb l'objectiu de millorar les oportunitats de fer un bon ús de les xarxes socials.

1.7. Claus per a entendre com es comunica la gent jove a les xarxes socials

Mar Ferragut²

Les xarxes socials són per al jovent un escenari de comunicació i relació, un canal d'expressió de la identitat pròpia i una manera de veure què fan altres persones de la mateixa edat (un punt fonamental en un moment com l'adolescència). Algunes expertes, com Johanna Francisca "José" van Dijck (2019), autora de *La cultura de la connectivitat, una historia crítica de les xarxes socials*, indiquen que són un mecanisme per a "l'autopromoció social". La recerca de la desitjada popularitat passa ara per les xarxes socials, si o si, i el nombre de seguidors o de *likes* aconseguits és percebut per la gent jove com un element que els dona valor com a membres del grup.

1.7.1. Com es comuniquen a les xarxes?

Els llenguatges i continguts presenten algunes diferències segons de quina xarxa parlem, com veurem a continuació fixant-nos en les tres que més fan servir (Instagram, Youtube, Tik Tok), però, sí hi ha una sèrie de trets generals comuns, com la informalitat o la prevalença de la imatge i la comunicació no verbal (amb la gestualitat, els emojis...) per sobre de la paraula escrita.

Com va exposar Enrique Echeburúa, catedràtic de la Universitat del País Vasc (UPV/EHU), a un article publicat al diari *El País*, la comunicació a les xarxes ve marcada per un fet inèdit que no succeeix a cap altra banda: la barreja de l'esfera pública d'una persona (ocupació, edat, lloc de residència...) amb la privada (valors, records biogràfics, afectes...) i l'íntima (secrets, espiritualitat...). Aquests tres plànols es barregen i confonen en aquest escenari virtual i això altera la comunicació. Així, podem dir que aquesta barreja ha generat un nou registre lingüístic: l'escrit col·loquial.

Fins ara el llenguatge escrit, per norma general, es reservava sempre per a un ús formal (amb algunes excepcions, com les notes amb indicacions per a gent amb qui tenim confiança: "Compra pa"; "Ens veiem després, ok?'...). Amb les xarxes, el llenguatge escrit es fa públic i queda fixat (normalment de forma permanent) a internet, en la seva versió col·loquial. Moltes vegades això ve reforçat pel fet que es fa servir aquest canal per enviar de forma pública missatges personals (com es veu als comentaris del tipus: "Tq muxo guapi", "Q moni" ...).

Moltes investigacions, com la de María Cantón (2020), de la Universitat d'Almeria, ja han analitzat els tipus de d'intercanvis comunicatius que es produeixen a les xarxes i han reflexionat sobre la seva "oralitat" malgrat siguin missatges escrits. A la seva recerca, Cantón

² Tota la secció 2.7 és aportació singular de la periodista Mar Ferragut

cita C.S. Herring, qui subratlla que els propis usuaris i usuàries es refereixen a aquest tipus de comunicació com “parlar”, no com “llegir o escriure”. Altres persones expertes creuen important també tenir en compte la importància de la gestualitat i la comunicació no verbal en general (amb icones, imatges, memes, emojis...). Aquesta línia ve ja de l'època dels SMS, com va estudiar la investigadora Carmen Galán (2002), de la Universitat d'Extremadura, que parla d'una “modalitat híbrida” i considera els intercanvis comunicatius en internet com “un quart medi de comunicació molt complex entre la comunicació oral, l'escripta i la gestual, amb les quals comparteix determinats trets sense identificar-se totalment amb cap d'ells”.

Si hi ha missatges escrits a les seves publicacions (no sempre passa, de vegades basta amb la imatge), solen ser curts i directes. Els anglicismes són emprats amb freqüència, així com les abreviatures i els emojis. L'ortografia no sembla una prioritat, especialment per allò que es refereix a la puntuació i l'accentuació. “Només poso els accents si me'ls posa el corrector”, diu Alberto, un al·lot de Palma de 16 anys. Fan faltes d'ortografia per desconeixement, per escriure ràpid? Potser que fins i tot ho facin aposta? El bibliòleg, tipògraf i lexicògraf José Martínez de Sousa (2004) fa una diferència entre les faltes d'ortografia, fetes pel desconeixement de les regles i les heterografies, que serien desviacions intencionades de la norma.

Ana Mancera Rueda (2013), coautora del llibre *El español coloquial en las redes* i autora d'articles d'investigació com *Usos lingüísticos alejados del español normativo como seña de identidad en las redes sociales* (2016), classifica les heterografies en tres grups. El primer i més freqüent són les convencions ortogràfiques alternatives: fer servir majúscules per intensificar la intencionalitat; fer servir més vocals de les que corresponen (per exemple, quan diuen ‘seeee’ dir “sí”) o utilitzar abreviatures (posar ‘x’ en lloc de ‘per’; ‘xq’ per dir ‘perquè’; no escriure les vocals d'algunes paraules, com ‘bss’ en lloc de ‘besos’; ‘finde’ per ‘fin de semana’; o, darrerament, substituir algunes vocals per números, canviant les ‘o’ per ‘0’ i les ‘e’ per ‘3’).

Mancera (2016) defineix el segon grup d'heterografies com a mostres de mímesis de la immediatesa comunicativa, que seria l'intent de reproduir per escrit l'oralitat, escrivint de manera incorrecta de vegades, reproduint accents i maneres de xerrar el castellà diferents segons la zona d'origen (dir ‘gósalo’, enlloc de ‘gózalo’; escriure ‘miha’ per ‘mi hija’...). L'últim grup d'heterografies serien les faltes ortogràfiques que fan alguns usuaris i usuàries de forma conscient i que no arriben a convertir-se en convenció. Aquí podríem incloure les modificacions que fa una part de la gent jove, en un intent de diferenciar-se a les xarxes i crear “marca pròpia”.

El castellà és la llengua més utilitzada i el català té una presència més testimonial, encara que hi ha alguns perfils de joves que el fan servir per reivindicar i difondre el seu ús. L'anglès té un paper important: amb paraules concretes; acrònims que venen d'expressions angleses (WTF per 'What the fuck', per exemple) i també frases senceres escrites en anglès acompanyant les

imatges ('when I look into your eyes everything makes sense'). Els joves fan servir moltes paraules i expressions en anglès a les seves comunicacions a les xarxes, d'igual manera que les fan servir cada vegada més en la seva oralitat quotidiana.

Algunes de les expressions, acrònims i abreviatures, tant en castellà com en anglès, que es poden veure a les xarxes són:

- trend: tendència
- omg: Oh my god, per expressar sorpresa
- pov: point of view
- crush: persona per la qual tens un sentiment d'afecte molt fort
- stalkear: fer un repassada exhaustiva de les publicacions d'una persona coneguda a una xarxa social sense que aquest s'adoni
- outfit: manera de vestir
- bro: brother, és una manera de referir-se de manera afectiva a un amic
- lol: laughing out of loud o lots of laughing, per expressar rialles. Ha quedat com una mica antiquat i fins i tot "cutre", ho veuen com l'expressió que farien servir els seus pares per quedar com a moderns. Es fa servir de vegades per expressar ironia.
- XD: per expressar rialles
- BFF: Best friends forever, per referir-se a les millors amistats
- nxdes: nudes, imatges de cossos nus
- irony mode on: mode irònic encès
- ghosting: establir un vincle amb una persona per internet, parlar amb ella sovint i de sobte desaparèixer sense donar cap explicació
- random: aleatori

Aquestes són algunes de les expressions més utilitzades darrerament, però cal tenir en compte que aquest tipus de recopil·lacions caduquen molt aviat, ja que la comunicació de la gent jove a internet (i al carrer) es caracteritza pel canvi i així paraules que un dia estan de moda a les poques setmanes potser que ja sonin antiquades i són abandonades ràpidament pels usuaris de les xarxes, que comencen a fer servir de noves (el cas del 'lol' és el millor exemple).

Una manera que tenen per referir-se a ells mateixos o a altres persones és dient l'any de naixement. Així "soc 05" vol dir "vaig néixer l'any 2005"; "una 06" vol dir "una al·lota nascuda el 2006".... També, com ha passat sempre, tenen denominacions per referir-se a determinats grups. Per exemple, ara fan servir la denominació 'Cayetano' o 'Cayetana' per fer referència al que popularment es coneix com a 'pijos' (potser això ve derivat de l'èxit de la cançó *Todos mis amigos se llaman Cayetano*, de Carolina Durante, molt popular entre el jovent).

La prevalença de la imatge per damunt de la paraula és un altre dels trets generals de la comunicació a internet, una tendència que s'accentua entre la gent jove. En concret, la imatge

pròpia (selfies, vídeos mirant a càmera, explicant coses, escenes de la vida quotidiana...) sol tenir un paper protagonista, com la comunicació no verbal (els gestos, els balls, l'expressió facial, la postura...) també molt rellevant; així com l'estètica en general (cuiden molt quina roba vesteixen, els filtres que utilitzen, com editen els vídeos o com fan muntatges de fotos...).

Respecte als tipus de continguts, com analitzarem més endavant, hi ha variacions segons la xarxa, però, en general, a l'adolescència parlen de la seva vida, dels estudis, de les festes i de les relacions d'amistat, sentimentals i sexuals. Youtube es fa servir per veure i comentar vídeos relacionats amb els videojocs o tutorials de diferents tipus (de maquillatge, per exemple); a Instagram la gent jove posa contingut més íntim i personal; i Tik Tok es deixa bàsicament per a la diversió. Alguns joves utilitzen aquestes xarxes per fer activisme, però a Espanya no és el més habitual entre adolescents (a Brasil i Argentina sí és més fàcil trobar comptes de Instagram feministes, per exemple). A Tik Tok sí que es pot trobar material penjat per gent jove espanyola fent activisme LGTBIQ.

Hi ha adolescents que participen a les xarxes amb menys intensitat que d'altres i no pengen tant contingut propi, però si fan comentaris als perfils de les amistats. Per norma general, aquests comentaris solen ser positius, expressant admiració, amor, amistat... A Instagram i a Tik Tok, els comentaris negatius o perillosos (insults, missatges sexualitzats o per intimidar) queden reservats pels missatges privats, segons constaten membres d'unitats policials que fan feina en les denúncies que els arriben per 'grooming' o 'sexting' i que poden accedir a aquest canals privats de les xarxes gent jove. "Si s'han d'insultar ho fan per privat i, de vegades, al·lucines per com han normalitzat un nivell de violència verbal molt elevat", explica Silvestre del Río, policia tutor de Palma especialitzat en xarxes socials e impulsor del projecte formatiu per a famílies Educando Proteges. "S'obliden que estan parlant amb una persona real i diuen coses que en persona mai dirien", explica del Río. Aquest policia explica que no és freqüent que facin servir paraules en clau per parlar de temes que poden cridar l'atenció del seus pares o mares (per exemple, temes de tipus sexual): "No necessiten fer servir codis secrets, si volen dir-se alguna cosa, i que ningú ho sàpiga, fan servir els missatges privats".

Cal destacar que la majoria de joves (més d'un 60%, segons l'informe d'UNICEF *Impacto de la tecnología en la adolescencia. Relaciones, riesgos y oportunidades*) tenen més d'un perfil a la mateixa xarxa. N'hi ha que tenen fins a tres: un obert general (el que la seva família pot veure); un pels amics i un només pels millors amics. La comunicació i el contingut canvien d'un perfil a un altre. A més, tenen la opció de comunicar-se amb missatges privats (a Instagram i Tik Tok) directament amb altres usuaris i usuàries, la qual cosa suposa tenir un canal de comunicació totalment ocult pels pares i les mares. Així que la comunicació d'una mateixa persona a les xarxes pot variar depenent de si fa servir el compte o canal públic o si utilitza el perfil més restringit o els missatges privats.

Amb les xarxes la gent jove es relaciona amb les persones que coneix, però també amb gent que no coneixen: el seu cercle proper (encara que siguin només de forma virtual) es pot ampliar així molt ràpidament. Quan coneixen algú a la vida 'real', el primer que fan és anar a mirar les seves xarxes: "Així saps més coses d'ell, que li agrada fer, per on surt, qui són els seus amics...", explica na Marina, de 16 anys.

1.7.2. TikTok

Tik Tok és l'evolució de musical.ly, una xarxa que va néixer per difondre vídeos musicals principalment. L'ús de Tik tok va créixer molt ràpidament entre adolescents del nostre país, tendència que es va accentuar durant la pandèmia. Tik Tok es caracteritza per permetre fer vídeos curts que es poden editar (acurtar, mesclar, posar efectes, filtres...) d'una manera molt fàcil e intuïtiva. A més de penjar vídeos, Tik Tok també dona l'opció de fer LIVE o vídeos en directe. Els balls continuen tenint molt de protagonisme, però els usuaris i usuàries ara pengen molt més vídeos. Segons expertes com Katie Elson Anderson (2020), de l'Universitat de Rutgers, els continguts han evolucionat convertint Tik Tok en "una zona de jocs visuals".

La investigació de la Universitat Rey Juan Carlos Rebeca, liderada per Suárez-Álvarez y Antonio García-Jiménez (2021) han analitzat el tipus de vídeos que pengen els 'centennials' (o membres de la generació Z, nascuts entre la meitat de la dècada dels 90 i la meitat dels 2000) a Tik Tok. Aquests investigadors recopilen la literatura científica existent envers aquest tema i arriben a la conclusió de que a Tik Tok "la narrativa audiovisual digital es fusiona amb l'estètica caracteritzant-se per la discontinuïtat, la interactivitat, el dinamisme, la vitalitat, la creació de mons eteris i efímers i el foment de comunitats virtuals", a més de la innovació del llenguatge per a utilitzar-lo "de manera creativa i la ruptura amb la unidireccionalidad".

Així com a Instagram i a Youtube hi ha una major proporció d'usuaris i usuàries de mitjana edat, a Tik Tok podem dir que les persones adultes estan arribant més tard i això provoca que la gent jove senti que és un espai de més llibertat (hi ha menys opcions que els seus pares es facin un perfil i mirin què fan els seus fills) i, per tant, no és tan freqüent que en aquesta xarxa els joves tinguin dues comptes (una de cara a la família i un altra 'secreta' on expressar-se amb llibertat). Hi ha l'opció de tenir compte privat, però curiosament hi ha joves que a Instagram tenen compte privat i a Tik Tok la tenen oberta.

Els vídeos poden tenir una durada màxima de 10 minuts (fins el passat mes de març de 2022, el màxim eren 3 minuts), però hi ha adolescents que fan vídeos molt més breus, de 5 o 10 segons com a molt. Tik Tok és percebut com una xarxa de diversió, sense més pretensions: com a adolescents cerquen entreteniment i si fan vídeos també volen que siguin divertits i prou. Per això els continguts no són molt profunds, ni reivindicatius, ni formatius: Tik Tok és diversió (encara que hi pot haver excepcions, com hem dit, amb vídeos per exemple de membres de la comunitat LGTBI, o de Fridays for Future). "Jo no pos coses a Tik Tok, m'agrada

entrar perquè sempre hi ha alguna cosa divertida per mirar, moltes vegades són xorrades, però n'hi ha que fan gràcia", diu na Marina.

Normalment, als vídeos que pengen surten ells o elles explicant coses de la seva vida personal; ballant; seguint un *trend* o una tendència del moment (una versió d'una cançó determinada, per exemple); fent *playback*; o fent una mica de teatre representant una situació divertida, representant una paròdia o simulant una situació suposadament real d'un tema que estigui de moda en aquell moment (per exemple, "vaig besar al meu millor amic i això és el que va passar", que és un tema que ara està de moda). És habitual que facin els vídeos en parella o en grup. L'escenari normalment és la seva casa (a la seva habitació o al lavabo, lluny de la mirada de pares i mares) encara que també es graven al carrer i a classe.

Moltes vegades, posen text per sobre de la imatge principal del vídeo: paraules o frases curtes, acompanyades, de vegades, d'*emojis*. També surt si estan fent servir algun filtre o efecte (hi ha moltíssims i molt fàcils d'emprar: poden canviar el fons; aparèixer amb un fals tatuatge a la cara; amb pigues... en això també hi ha tendències i modes). També hi ha jocs o reptes on interactuen amb altres usuaris i usuàries, s'anomenen 'duos' (un exemple és "com es diu això al teu país?" i dos usuaris, en directe, van dient com es diuen diferents coses al seus respectius països).

Com a la resta de xarxes, a Tik Tok es poden posar etiquetes a les publicacions perquè apareguin en les recerques. Molts usuaris i usuàries posen sempre #fyp, #parati #foryou i #foryoupage i així saben que apareixeran a la pàgina de suggeriments del Tik Tok. També n'hi ha molts que fan servir l'etiqueta #lentejas i el motiu és ben curiós i diu molt de com funciona la viralitat: algú va començar a dir que si posaves aquesta etiqueta rebries més visites. Van començar a etiquetar així les seves publicacions pensant que era veritat; altres ho van fer seguint el que es va convertir en una espècie de broma interna de la xarxa, que al final sí que ha acabat esdevenint en una etiqueta viral. També fan servir les etiquetes #comedia i #humor. És curiós perquè sembla que posant aquestes dues etiquetes senten que poden fer bromes de qualsevol cosa, com bromes de to masclista (com veurem a continuació amb l'exemple de @eedgar03), racistes o amb temes delicats, com ara passa amb l'acollida de refugiats i refugiades d'Ucraïna (una tendència actual és fer vídeos dient 'la meva família ha acollit un refugiad d'Ucraïna i no s'entera de res': apareixen dos o tres amics ballant o fent alguna cosa i un simula com que no entén res).

Les tendències (*trends*) a l'hora de fer vídeos poden durar unes setmanes i després desapareixen. Normalment, una persona amb molt seguidors i seguidores és gent que comença, volen tenir molts 'm'agrada' i, per això, fan el seu propi vídeo imitant el que ha fet aquesta persona. En aquest cas, de vegades, també fan servir etiquetes (com #besoamimejoramigo, per exemple).

Una altra tendència és fer un vídeo ballant la cançó *La trampa es ley* de LYT killa, que en un moment diu: "Me hizo probar su veneno y ahora no puedo con la maldición". Hi ha gent jove que fa vídeos amb aquesta cançó: apareixen dient coses o situacions que van començar a fer pensant que no durarien o que serien excepcionals i després quan la cançó arriba a la frase "Me hizo probar su veneno y ahora no puedo con la maldición", apareixen fotos o vídeos que mostren que s'han enganxat a això que pensaven que seria puntual (i això és aplicable a qualsevol cosa o situació: fer atletisme, anar a classe un dia sense sostenidor, mantenir relacions amb una persona amb la qual mai haguessin pensat que tindrien relacions...).

Un altre tipus de vídeo habitual són els de 'POV' o 'point of view'. Els vídeos volen simular que s'han fet des del punt de vista d'una altra persona, d'un objecte, d'un animal o d'una situació. Per exemple, un vídeo comença amb la frase 'POV: la meva samarreta bruta' i està gravat com si la càmera fos la samarreta (estesa al terra, s'apropa el gos i l'ensuma, arriba una persona i l'agafa i la fica a la rentadora...).

Un altre tipus de contingut molt habitual a Tik Tok són les mostres i confirmacions d'amor a la parella. De vegades, els joves fan declaracions que fan pensar que tenen interioritzats molt de mites de l'amor romàntic i alguns justifiquen el control o fins i tot fan bromes amb l'ús de la violència. Per exemple, @eedgar03 fa 'bromes' de com fer un vídeo on planteja 'Matar a una chica?' i respon 'sí' i, després, es disfressa d'una jove que arriba a casa i ell posa cara de sorpresa. Als comentaris es demana '¿por qué no murió?' [sic]. Al seu perfil hi ha més 'bromes' semblants, que ell sempre etiqueta com #comedia. En aquest sentit, que hi hagi influencers com @naimderrachi, que té 1,2 milions de seguidors i fa comentaris i declaracions masclistes i homòfobes, no ajuda, encara que s'ha de dir que als comentaris hi ha usuaris i usuàries que li recreen aquestes actituds.

La música té un paper fonamental a Tik Tok. Els joves fan servir moltes cançons de reggaeton i de *trap* pels seus vídeos, ja sigui perquè sona de fons (amb lletres que reforcen el que estan dient al vídeo) o perquè l'important del vídeo es sortir ballant aquesta cançó en particular, cantant-la o fent com que la canten només movent els llavis (el *lip sync* o *playback*, un tipus de vídeo molt popular en aquesta xarxa).

La gent jove té totalment integrat l'ús dels emojis en la seva comunicació a les xarxes en general i Tik Tok no és l'excepció. Els més habituals són els que expressen sentiments d'afecte, d'admiració, de sorpresa i de diversió. De vegades, hi ha emojis pactats que per algun grup o parella tenen un significat compartit. Alguns es fan servir amb una intenció de tipus sexual: l'albergínia és l'equivalent del penis; el melicotó, del cul; i les cireres, dels pits.

A Tik Tok també fan servir memes (una imatge, text o vídeo modificat utilitzat a determinats contextos amb un ús humorístic), però no és el més habitual (Twitter és la xarxa on regnen els memes). També fan servir el que es podria definir com una versió 'cutre' del meme: el *shitpost*,

una imatge o vídeo molt breu que és per norma general totalment absurd, que no té res a veure amb res i que no té cap sentit per si mateix ni té relació amb el contingut del vídeo penjat per l'usuari o l'usuària. És un contingut de qualitat molt pobre que sembla que el seu únic objectiu és generar sorpresa i dissonància cognitiva ('i això què és?!').

Com hem vist, la paraula escrita no és l'element principal de les publicacions fetes a Tik Tok. La imatge pròpia té un paper destacat i la gent jove ho sap i el cuida molt: la gestualitat i l'expressió facial és més exagerada que quan parlen a la vida real i la imatge personal està molt treballada (miren molt quina roba porten, el pentinat... tant ells com elles ofereixen una imatge molt cuidada i produïda).

Quant a la llengua utilitzada, el castellà és el predominant entre adolescents de les illes, encara que, com hem dit, el barregen moltes vegades amb expressions, acrònims i frases senceres en anglès. El català és minoritari, encara que es poden trobar perfils que precisament el fan servir com a mostra de la identitat pròpia. És el cas de @antonigrr, que té més de 20.000 seguidors i fa bandera de la seva mallorquinitat, explicant curiositats, expressions i la gastronomia de Mallorca. Per mostrar que es fa servir el català publica l'etiqueta #estiktokat.

1.7.3. Instagram

A Instagram la gent jove pot penjar tres tipus de contingut: imatges; *stories* (fotos o vídeos de caràcter, en principi, efímer); i *reels* (vídeos breus).

Segons una recerca realitzada el 2020 per Antonio García, María López y Manuel Montes (García-Jiménez, 2020), de la Universitat Rey Juan Carlos, la gent jove acudeix a Instagram per, en aquest ordre: publicar continguts personals; realitzar actualitzacions sobre el que fan o on estan; veure vídeos o fotos d'amistats i familiars, veure vídeos o fotos de persones que no coneix o perfils oberts; parlar amb amics o parlar amb familiars; i buscar informació sobre famosos. A més, com han confirmat diversos investigadors, com Ponco Budi Sulisty, de la facultat de Comunicació de la Universitat Mercu Buana (Jakarta), "els adolescents s'inspiren en les publicacions del seus ídols (els instagramers) a l'hora de produir el seu propi contingut" (Sulisty, 2018).

Instagram és percebut per la gent jove com una xarxa més íntima que Tik Tok. Al contingut general el més habitual es que pengin fotos personals (selfies o fotos posant, fetes per algun conegut) o amb amistats. Pugen la imatge amb filtres perquè quedi el millor possible i, de vegades, als comentaris posen alguna frase de suposada intensitat emocional (potser d'una cançó). A l'àmbit anglosaxó les fotos d'un mateix publicades buscant que els altres expressin públicament la seva admiració són conegudes com *thirst traps*.

Les persones que coneixen reaccionen a aquestes publicacions donant *like* i fent comentaris, expressant els seus sentiments cap a aquesta persona, dient-li que surt molt bé, que l'estimen, fan aquests comentaris acompanyats dels emojis que expressen sentiments d'afecte (cors; la cara que tira un petonet...) o directament només fent servir els emojis. En fer aquests comentaris hi ha sinceritat, però també pot haver una demanda de reciprocitat ("quan jo pengi la meva foto, espero que tu també diguis que t'agrada i facis comentaris").

García-Jiménez i el seu equip (G-J et al., 2020) destaquen als seus estudis que la "vulnerabilitat associada al període de fiançament de la identitat" en el qual es troben adolescents "es manifesta en la pressió que senten alguns enquestats d'aconseguir el reconeixement social via "likes" i "m'agrada" en xarxes socials".

"Les al·lotes de vegades pengien fotos *molt molt* íntimes", diu n'Alberto, jove de 16 anys de Palma, mostrant fotos de conegudes seves en roba interior i assenyalant així una possible diferència de gènere en el tipus de continguts penjats a Instagram.

Silvestre del Río, l'expert en xarxes impulsor del projecte Educando Proteges, assenyala que darrera això hi ha, una vegada més, la cerca del *like*: "Veuen que, quant menys roba duguin, més *likes* reben". "Jo no ho faig, però si que hi ha amigues meves que pugen fotos en roba interior o mirant d'una manera provocativa... jo només poso fotos meves *normals*, que m'ha fet alguna amiga i, de vegades, alguna frase que m'agrada", diu Marina, una al·lota de 16 anys que viu a Campos.

Com a Tik Tok, els emojis també tenen una presència destacada, predominant els que expressen afecte, admiració, diversió i sorpresa.

No fan servir moltes etiquetes, les més habituals són #explore i #explorepage i les posen per sortir a la pàgina de recomanacions generals que fa Instagram a la secció de 'Explorar'. També alguns posen l'etiqueta #simesiguestesigo per guanyar persones que els segueixin. Moltes vegades, la gent jove fa servir aquesta xarxa com a plataforma de promoció per aconseguir seguidors i seguidores a altres xarxes.

Quant a etiquetes 'en codi' per camuflar contingut potencialment perillós, crida l'atenció que encara es facin servir les etiquetes #Ana y #Mia per difondre contingut relacionat amb l'anorèxia i la bulímia. També de tant en tant es veu l'etiqueta #fotonepe en lloc de 'fotopene'. El policia Silvestre del Río insisteix que normalment no tenen necessitat de fer servir codis secrets ni res semblant perquè si volen tocar temes perillosos ho fan directament per privat. De fet, el policia explica que és més freqüent del que ens pensem que alguns al·lots, després d'una mínima interacció amb una al·lota (de vegades, només creuar una salutació), ja li envien una foto del seu penis.

Als stories d'adolescents es puja material amb menys rellevància: escenes de festa, a un concert, comprant roba... Els stories són efímers, en 24 hores desapareixen (encara que si vols ho pots deixar fixat). La gràcia és que la gent jove pot mirar qui ha vist les seves stories. “Als stories poso fotos de coses que faig amb els amics i després miro qui les ha mirades”, confirma Marina, de Campos. De vegades, les stories són una forma de llençar missatges amagats a una persona determinada: 'mira què bé m'ho passo sense tu', 'mira què popular que soc', 'mira quants amics tinc', 'mira la meva al·lota nova', 't'estimo', 'm'agrades'... Un exemple: posar una cançó determinada com "Amigos con derechos" i etiquetar la parella (això vol dir que quan ell o ella es connecti veurà la menció i, a més, la resta de seguidors i seguidores també veuran que està etiquetada: és una expressió pública d'afecte) o posar un emoji determinat que, normalment, s'utilitza amb la parella i té un significat per tot dos (el corret d'un color concret, per exemple, o el cor amb espurnes). Les stories serveixen també per lligar, mirant de cridar l'atenció de la persona desitjada (ja ho diu la cantant Rosalía a una de les seves cançons: “He ‘subíó’ quince stories, ¿no me ves?”).

1.7.4. You Tube

Youtube és una plataforma per compartir vídeos i és la més antiga de les tres xarxes socials més utilitzades per gent jove que analitzam a aquest text. La comunicació i el format són molt diferents d'altres xarxes com Tik Tok, Instagram o SnapChat, però com Youtube va aparèixer abans i allà és on s'ha format un nou tipus d'ídol adolescent (els youtubers), aquesta xarxa ha marcat alguns dels trets de la comunicació a les xarxes en general, com veurem més endavant.

Podem dir que Youtube és diferent de les altres xarxes, per començar, perquè en general la gent jove la utilitza més per consumir que per penjar contingut propi, ja que els vídeos són més difícils d'editar que a Tik Tok i duen més feina i és més difícil aconseguir seguidors (ara Youtube ha habilitat *Youtube Shorts* fent possible penjar vídeos curts, per mirar de recuperar terreny front Tik Tok).

Així ho diuen joves que han participat a les entrevistes fetes per aquest article, com n'Alberto, de Palma, i així ho confimen estudis com *Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes* (García-Jiménez et al., 2020). Segons aquest article, la gent jove entra a Youtube per, en aquest ordre de freqüència, veure vídeos i música; jugar en línia; cercar continguts sobre els entreteniments; cercar contingut esportiu; cercar informació sobre oci; cercar sèries, pel·lícules o programes de televisió; i cercar informació sobre salut, nutrició i benestar.

Youtube es pot considerar una xarxa social i no només una web de vídeos, ja que els usuaris i les usuàries s'hi poden registrar; veure a la resta de persones registrades; posar informació del seu perfil i modificar-ho al seu gust; pots fer comentaris; recomanar vídeos; subscriure't a un canal determinat i formar part d'aquella comunitat; pots votar si un vídeo t'agrada o no'; pots compartir vídeos mitjançant Whatsapp, Facebook, Twitter...

Com dèiem, la majoria de joves limiten la seva participació a Youtube a veure i comentar els vídeos, encara que hi ha excepcions com una sèrie de youtubers adolescents molt famosos com veurem a continuació (Miquel Montoro, Karina y Marina...), a més d'altres que tenen més edat (El Rubius, AuronPlay, AlexElcapo...) i que també tenen adolescents que segueixen el que fan. Aquest youtubers marquen la comunicació i les tendències entre el seus seguidors.

Hi ha estudis que parlen de l'existència d'un 'to Youtube', d'igual manera que hi ha un 'to de telediari' (Hagi, 2017; Pico, 2021). És una manera especial de parlar, que, segons va recollir la revista digital VICE en una entrevista feta al logopeda Erin Hall, es distingeix perquè es pronuncia de forma excessiva tant les vocals com les consonants i el ritme i la cadència sonora s'ajusten perquè semblin més casuals (un efecte que també es dona en youtubers castellanoparlants, que imiten als anglesos i americans, pioners a Youtube). PewDiePie, un youtuber suec que va començar a fer vídeos l'any 2011 i és un dels youtubers amb més seguidors del món (més de 100 milions de subscriptors), sembla que va ser un dels primers en fer servir aquest to, que tot d'una va cridar l'atenció d'usuaris i usuàries d'internet i es va convertir en el model a seguir a partir de l'any 2013. A Espanya, El Rubius y HolaSoyGerman varen adoptar aquesta manera de parlar.

A més d'aquest to particular, la comunicació a Youtube es caracteritza per ser molt col·loquial i fins i tot grollera (amb insults, paraulotes...). Es combina, de vegades, l'expressió oral amb algun efecte visual (si l'emissor fa un grunyit, com si estigués enfadat, pot aparèixer a la vegada un efecte de foc, per exemple). Hi ha youtubers, a més, tenen algunes expressions pròpies, que fan que els seus usuaris i usuàries els identifiquin ràpidament (és una manera de crear-se una marca pròpia).

Com passa també a Tik Tok (per influència de Youtube), la comunicació no verbal és molt important. La revista Yorokubu va parlar d'aquest tema amb professorat de la Universitat Rovira i Virgili, Maria José Rodríguez Campillo i Antoni Brosa Rodríguez, que han investigat sobre la comunicació no verbal entre els 'youtubers' hispanoparlants (Pico, 2021).

Segons aquests investigadors, hi ha quatre elements que marquen la comunicació no verbal dels Youtubers: la proxèmica (on se situa la persona que fa l'emissió, deixant una distància mínima amb la càmera); la kinèsica (la gestualitat excessiva i molt marcada feta amb les mans i el cos); la cronèmia (la gestió del temps, que en el cas de 'youtubers' els fa parlar molt aviat); i finalment l'ús de l'espai (fent servir espais tancats, sobretot les habitacions, buscant transmetre una sensació de proximitat que no sempre és real ja que no és estrany que els 'youtubers' professionals facin servir dependències que simulen que són la seva habitació quan no són més que un escenari).

Amb tot (el to; la informalitat i la grolleria; la rapidesa en el xerrar; la comunicació no verbal...) la gent jove tot d'una veuen que Youtube no és la televisió, no és el que veuen els seus pares i mares: Youtube és una altra història i aquí radica part de l'èxit comunicatiu d'aquests creadors de continguts, que tenen tants seguidors i seguidores joves que acaben copiant la seva manera de parlar a les xarxes.

Encara que, com hem dit, no és tan habitual que a l'adolescència facin vídeos per Youtube, no tots consumeixen de forma passiva simplement: sí que n'hi ha bastants que participen fent comentaris als vídeos de les persones que segueixen, expressant admiració o contestant preguntes que els propis youtubers llancen (en aquestes ocasions els youtubers solen contestar als primers comentaris, el que és molt important per a la gent jove en sentir que parlen directament amb les persones que segueixen). Aquesta estratègia de youtubers genera fidelitat i més repercussió, ja que la gent jove normalment farà públic a les seves xarxes que un youtuber famós els ha contestat. Els continguts que consulten normalment estan relacionats amb videojocs (especialment en els cas del al·lots) i també tutorials de roba i altres consums (en el cas de les al·lotes).

A Mallorca hi ha youtubers molt coneguts, però a l'univers youtuber illencs és molt difícil trobar protagonistes que facin servir el català com a llengua vehicular de les seves intervencions. Fins i tot, un dels seus exponents més coneguts a nivell mediàtic, Miquel Montoro, l'adolescent pagès que té un canal amb més de 300.000 subscriptors i que es va fer un nom a l'escena nacional amb el seu famós vídeo de 'Ses Taronges', s'expressa sobretot en castellà.

En un d'aquestes registres en què sí utilitza la llengua catalana, Montoro, quan parla, exposa una forma de parlar col·loquial sense neologismes ni concessions als anglicismes, a diferència d'altres youtubers com veurem a continuació: "Avui farem un vídeo sobre el manteniment del carro de Menut. Com veis aquí, tenc aquesta garrafa i aquí dedins un poc de gasoil, del barato!", explica durant el vídeo 'Vos enseny el carro de Menut! Fet per nosaltres!'. En els seus vídeos en català, el recurs a les expressions castellanes és una constant: "He acceptat el repte de fer una paella. M'ha arribat el 'paellero' i un quilo de arròs de València. Ho faré 'a lo grande'. Anam a obrir i preparar les coses. Obrirem el 'paellero'. Com ja sabeu a València és un producte típic. Mira quin arròs, ve amb el 'saquito de tela", explica en un altre vídeo.

La clau per entendre la preferència del castellà en comptes del català l'apunta un youtuber català, Pol Gise, que compta amb uns 26.000 subscriptors en les seves xarxes en català i que es dedica, sobretot, als vídeos de caire humorístic on reinterpreta contes populars. La clau és econòmica. "Jo faig vídeos d'història i mitologia... en castellà, perquè en català no guanyo un euro", assegura Gise, que, en canvi, reuneix centenars de milers de seguidors en les seves xarxes en castellà. "Normalment, hi ha youtubers que comencen en català i es passen al

castellà. Jo ho faig a l'inrevés. Per què? Perquè m'agradaria fer la meva feina en la meua llengua”, diu animant els seus seguidors i seguidores a donar like a la seva feina en català.

Deixant de banda l'excepció parcial de Montoro, els youtubers illencs més coneguts s'expressen en castellà. Un castellà planer, sense concessions als formalismes de cap tipus. Veiem el cas d'Abril Gené (Palma, 2000), qui és coneguda en les xarxes amb el nom d'Abby o Little Rager Girl. Al seu canal de Youtube té més de 80.000 subscriptors. Protagonitza vídeos reaccionant a les opinions dels usuaris i usuàries i als vídeos que fan altres youtubers. Com passa amb la majoria de youtubers joves, el tema estrella són els comentaris que fa quan juga a videojocs. Una d'aquestes narracions exemplifica el to planer del que parlàvem abans. El títol del vídeo és: 'No vuelvo a jugar al Mario Kart en mi vida'. “Mira al zorro que va delante, ¡pero vete a tomar por el culo!”, diu la youtuber mallorquina, mentre està jugant en una retransmissió en directe pel seus seguidors i seguidores. “¡Tiro la bomba p' delante! [sic]”, comenta en un altre moment.

En aquest tipus de vídeos, de vegades, apareix sobreimpressionat el chat en directe amb els usuaris: una conversa en viu que evidencia igualment alguns dels trets característics dels joves. Veiem el següent exemple de chat, extret del vídeo 'Resuelvo tu vida amorosa'.

“-Es Mara, wtf [por *what the fuck*, expresión en inglés, que vendría a ser el equivalente de 'però què cony és això']

-Mara? Xd

-Uf, uf, uf

-Tu tmbn dependes d el [sic]?

-Personas random [adjectiu en anglès amb el qual s'identifica una situació estranya]”.

Repassem algunes de les claus que deixa aquest extracte. En primer lloc, s'ha de destacar el recurs totalment normalitzat d'expressions angleses, com 'random'. Però no només això. S'ha normalitzat fins i tot l'ús d'inicials que remetent a expressions en anglès, com 'wtf', per 'what the fuck'. La falta d'una correcta accentuació, l'ús d'abreviatures i d'interjeccions són altres de les característiques que es poden extreure fent una ullada a la conversa.

Sol ser habitual igualment que les persones protagonistes d'aquestes narracions del segle XXI utilitzin paraules totalment inventades, ajudant a crear així la seva pròpia marca d'identitat, que curiosament després copien els seus seguidors i seguidores. Veiem el cas del palmesà Alejandro Fernández, més conegut a les xarxes pel nom d'Alexelcapo. Avui en dia, compta amb 1,8 milions de subscriptors a Youtube. Fa vídeos en directe parlant de les darreres novetats en videojocs i de diversos aspectes de la seva vida quotidiana.

“No ha pasado nada esta semana, la cosa ha sido un poco 'chill', pero bueno...”, diu al vídeo titulat 'Alex al habla podcast, episodio 56'. “He visto el primer episodio de 'Tokio Vice y está guapardo”, afegeix poc després. Com s'haurà vist, 'guapardo', com sinònim de molt xulo, és

un concepte totalment inventat, amb el qual el youtuber mostra el seu to desenfadat. Tot d'una, la paraula té acceptació al xat que acompanya la retransmissió. “Guapardo!!!! Que bueno!!!!” [sic], diu un usuari.

1.7.5. Comentari final

Així, després d'aquest anàlisi qualitatiu dels modes emprats a Youtube, Tik Tok i Instagram, de la comunicació de la gent jove a les xarxes socials, podem enumerar les següents característiques:

- suposa un nou registre (l'escrit col·loquial);
- la imatge té un pes importantíssim, per damunt de la paraula;
- la comunicació no verbal (emojis, filtres, gestualitat...) té un pes fonamental;
- el castellà és la llengua utilitzada pels usuaris balears, el català és testimonial i l'anglès apareix molt, en forma d'abreviatures, expressions i cançons;
- l'ortografia no és una prioritat i hi ha moltes faltes (algunes per desconeixement, altres fetes conscientment, cercant crear un estil o imitar l'oralitat);
- els continguts tenen a veure amb la seva vida quotidiana (amics, estudis, festa, videojocs...).

Quines conseqüències té aquesta nova manera de comunicar-se dels joves? Molts experts alerten de que la comunicació dels adolescents, a aquest canals, suposa un empobriment de la llengua. La darrera veu que ho ha advertit ha estat la nova catedràtica de la Real Academia de la Lengua, Asunción Gómez-Pérez (Morales, 2022), catedràtica de Intel·ligència Artificial, que troba que el minvat vocabulari que es fa servir a les xarxes empobreix el llenguatge. El catedràtic, ja citat en aquest article, Enrique Echeburúa, de la Universitat del País Vasc (UPV/EHU), també ha expressat la seva preocupació pels efectes de la comunicació a les xarxes al llenguatge i ha assenyalat que la comunicació directa amb el llenguatge verbal i extraverbal que implica “no es pot substituir per contactes virtuals, que estan plens de malentesos”. A més, segons Echeburúa, la mescla de la vessant pública, la privada i la íntima de les persones “empobreix dramàticament la comunicació”.

Fa temps que hi ha experts, de tot el món, que han identificat la nova forma de comunicar-se a internet com el fi de la llengua. El 2013 el professor David Abulafia va dir a un seminari celebrat a Londres que les xarxes estaven aniquilant el llenguatge escrit, va ser una intervenció que va generar molta polèmica. Davant aquest discurs catastrofista, trobam també experts que criden a la calma, com na Antònia Martí Antonín, que a l'article *Llengua i internet: text i pretext*, publicat el 2013, diu: ‘Potser si ens plantejàssim el tema des de la perspectiva que les llengües són eines al servei de la comunitat i dels individus, que ens permeten comunicar-nos, reflexionar i fer les coses més diverses la situació no és tant dramàtica. És lògic que les llengües es facin ressò dels canvis socials i, per tant, el que s'està produint gràcies a Internet és l'aparició d'un nou registre o, potser millor, d'un nou codi de comunicació. Per tant, potser

que en lloc de lamentar-nos, hauríem de celebrar el naixement d'una nova manera de comunicar-se'.

Del costat dels experts no alarmistes, també trobam a la lingüista Gretchen McCulloch (2020), qui fa tres anys va publicar el llibre *Because Internet* on questionava i mirava de desmuntar els tòpics habituals sobre els efectes de la comunicació digital al llenguatge, explicant que els usuaris d'internet saben diferenciar un escenari comunicatiu d'un altre.

Quins experts tenen raó? Ens hem de preocupar, és el fi del llenguatge com el coneixem o és l'aparició d'un de nou que conviurà amb el llenguatge tradicional sense 'contaminar-ho'? On arribarà aquesta nova manera de comunicar-se, cap a on evolucionarà? Quines conseqüències tindrà en el desenvolupament acadèmic dels joves i en la seva manera de relacionar-se al món virtual i al real? Les respostes són difícils d'obtenir, donat el canvi continu i accelerat que caracteritza el món de les tecnologies de la informació, la relació i la comunicació. El que és cert és que els joves (i no només els joves) s'han adaptat ràpidament a aquesta nova forma de comunicar-se, que té uns codis propis i que va evolucionant molt ràpidament segons apareixen noves xarxes socials i noves tendències.

2. Mètode

El present estudi inclou dues etapes diferenciades, una primera de curta durada (octubre-desembre de 2021), caracteritzada per la consulta central a l'alumnat adolescent de Calvià. La segona etapa, de més llarga duració es centra en consultes qualitatives i es desenvolupa al llarg del primer semestre de 2022.

2.1. Criteris

L'estudi realitzat s'ha fet d'acord a un disseny que respon a diversos criteris:

1. aconseguir la millor fiabilitat possible, per tal de poder confiar en els resultats obtinguts;
2. diferenciar l'estudi en dues fases, de les quals aquest informe inclou els resultats de la primera part, els quals serveixen per a enfocar les consultes de 2022.
3. Desenvolupar la primera recollida de dades i informacions centrada en l'alumnat adolescent de Calvià:
 - enquesta realitzada a l'alumnat de tots els cursos de l'ESO, batxillerat i cicles formatius;
4. mantenir l'equilibri de gènere i grups d'edat a la mostra empírica de l'enquesta;
5. mantenir la distribució territorial com a referent a totes les consultes, garantint la representació de totes les diverses realitats del municipi;
6. incloure totes les qüestions plantejades com a objectius específics a l'encàrrec fet per l'Ajuntament.

La primera investigació que forma part de l'estudi (2021-22), s'ha desenvolupat amb un mètode amb un doble enfocament:

- l'enquesta semiestructurada, incloent preguntes obertes.
- Les preguntes amb enfocament quantitatiu, s'analitzen en el primer informe; les preguntes amb enfocament qualitatiu seran analitzades al llarg dels primers mesos de 2022, incloent els resultats en el segon informe juntament amb els resultats de la resta de consultes qualitatives.

La segona investigació (2022), s'ha desenvolupat amb un mètode qualitatiu, desenvolupant dues opcions:

- els grups de discussió per a l'alumnat, per a la gent jove.
- La consulta de persones expertes, entesa com a mètode per a la captació de l'opinió autoritzada.

Els estudis es presenten en detall en cada un dels capítols

2.2. Estudis que componen la recerca

A partir de la demanda de realització d'una anàlisi que permeti un coneixement, tant quantitatiu com qualitatiu, s'ha estructurat el present estudi, identificant tres grans línies d'estudi complementàries:



Els tres estudis es complementen tant pel tractament del contingut, com per les metodologies.

Alumnat de secundària obligatòria i post-obligatòria, dels 11 als 18 anys. L'enquesta per a l'alumnat de secundària es centra en l'anàlisi del coneixement de les xarxes socials, de les formes d'ús, els impactes i el conjunt de conseqüències. L'enfocament de l'enquesta, serà preferentment quantitatiu, però incorporant la possibilitat d'explicacions a algunes de les qüestions clau. Pel que fa a les enquestes de l'alumnat, es garanteix l'equilibri per sexe i grups d'edat.

La segona línia d'estudi es basa en una consulta qualitativa, amb sis **grups de discussió** amb alumnat de secundària. S'escolta la gent jove, explicant extensament les seves opinions, però també es contrasten les conclusions de l'enquesta, de tal manera que es disposa de les seves percepcions i opinions, també de més detall en temes clau, com el de les pràctiques que menys els hi agraden, així com les propostes que creuen cal desenvolupar, des de l'àmbit de política municipal.

La tercera línia d'estudi inclou la **consulta de persones expertes** en xarxes socials i sociologia de la joventut. Aquesta consulta es realitzà mitjançant la metodologia de **grup focal i d'entrevista**, a fi de garantir la qualitat de les aportacions. Primer es varen realitzar entrevistes a una important selecció de professionals i persones expertes. Posteriorment, es varen realitzar els grups focals. Pel que fa als grups, es realitzaren quatre sessions de debat amb molt poca gent cada vegada, per tal d'enfocar clarament el tema i deixar que les opinions es poguessin expressar amb tot detall i en contrast, en debat, entre les persones participants. En aquesta tercera opció també es coneixien les conclusions de l'enquesta, com a referent previ per al debat.

3. L'enquesta

A aquest capítol es presenten els resultats de l'enquesta amb la mostra d'alumnat adolescent de Calvià. Els objectius s'han presentat abans, ja que l'enquesta constitueix el nucli central de l'estudi.

3.1. Mètode

L'enquesta s'ha desenvolupat amb una mostra representativa, equilibrada per sexe i edat, de l'alumnat adolescent dels centres públics de Calvià.

3.1.1. Mostra

Mostra 1 (2021). L'estudi centrat en l'**alumnat** de l'ESO i els cursos d'educació post-obligatòria no universitària (12-18 anys), ha comptat amb una mostra de **774 enquestes** vàlides, de les quals **760** varen ser contestades per adolescents que freqüentaven xarxes socials. Amb una distribució entre 18 nuclis de població (taula 1) i 3 centres públics de Calvià, la mostra té una excel·lent representativitat de la població entre 11 i 18 anys escolaritzada en centres públics (ESO, batxillerat i cicles formatius). La mostra empírica, la realment validada, finalment té un marge d'error del 1,959% i un nivell de confiança de 2 sigmes ($p=q$). Es tracta d'una mostra probabilística amb característiques que la fan fiable.

Per què es parla d'"enquestes vàlides"? A la mostra d'alumnat s'han descartat els que viuen a altres municipis, per tal de mantenir la representativitat de la mostra de Calvià. També s'han fet proves de consistència, descartant unes poques enquestes que varen ser contestades sense llegir els enunciats o de manera erràtica.

3.1.2. Instrument

El qüestionari utilitzat amb l'alumnat, va ser dissenyat i revisat mitjançant un procediment de consulta d'experts i expertes; posteriorment va ser sotmès a una consulta entre els dos equips de recerca implicats: Servei d'Igualtat de l'Ajuntament de Calvià i l'equip complet aportat per la UIB.

L'enquesta s'ha aplicat mitjançant una modalitat mixta: l'aplicació majoritària ha estat digitalitzada (versió per web, gestionada des d'ordinadors, tablets i mòbils), però disposant de versions en paper. El 94,5% de les enquestes complimentades per l'**alumnat** es varen aplicar en modalitat digital, sempre amb control presencial per part de personal dels equips de recerca citats.

3.1.3. Procediment d'anàlisi

Totes les dades i la informació recollida es va mantenir protegida, mitjançant anonimat pel que fa a l'alumnat. L'anàlisi s'ha realitzat amb els programes SPSS (versió 25) i NVIVO (versió 12).

S'ha fet una anàlisi descriptiva i una anàlisi comparativa, amb estadística no paramètrica (Chi-quadrat) i ocasionalment amb estadística paramètrica (t test). S'analitzen les respostes diferenciant per sexe, així com per grups d'edat. També es fan anàlisi de contingut de les preguntes obertes, per determinar la presència de tipus de respostes dominants, amb comparacions com en les anàlisis anteriors. Aquest segon tipus d'anàlisi es presentarà, tal i com ja s'ha dit, a l'informe de 2022.

3.2. Caracterització de la mostra d'adolescents participants

La distribució territorial mostra un nivell de representativitat molt ajustat a la distribució de la població entre 11 i 18 anys (taula 1). Hi ha alguns nuclis amb major presència d'alumnat enquestat, però també corresponen als més poblats. No hi ha cap nucli del municipi sense representació, incloent també habitatges disseminats o que no s'ha pogut determinar la seva localització, ja que l'alumnat no s'ha pogut consultar en cas de dubte sobre el lloc de residència, atenent l'anonimat de l'enquesta.

Taula 1. Zona de residència a Calvià

	Nombre	%
Bendinat	20	2,58
Cala Vinyes	10	1,29
Calvià	68	8,79
Capdellà, Es	25	3,23
Cas Català	12	1,55
Costa de la Calma	28	3,62
Costa d'en Blanes	10	1,29
Galatzó	21	2,71
Illetes	13	1,68
Magaluf	38	4,91
Peguera	48	6,20
Palma Nova	41	5,30
Portals	18	2,33
Portals Nous	19	2,45
Santa Ponça	153	19,77
Son Caliu	55	7,11
Son Ferrer	131	16,93
Toro, El	40	5,17
Altres nuclis menors o disseminat	24	3,10
Total	774	100,0

Cal recordar que s'ha hagut de prescindir de l'alumnat resident a Palma. També cal assenyalar que hi ha altres dos sectors d'alumnat adolescent no representats: els qui s'escolaritzen en centres privats o concertats del municipi o d'altres municipis. La representació, per tant, és

excel·lent per a la gran majoria de la població adolescent, però sense comptar amb aquests sectors minoritaris

Quan s'analitza l'equilibri de la mostra d'acord al sexe, es pot comprovar com s'ha aconseguit sense cap dubte (taula 2a), ja que hi ha un 51% de dones i un 49% d'homes. Aquest equilibri quasi perfecte respon a la configuració dels cursos escolars als centres educatius.

Pel que fa a l'equilibri per cursos acadèmics, es pot comprovar com hi ha una distribució proporcionada, amb reduïts marges, entre els tres nivells considerats: els dos que conformen l'ESO i el que representa els nivells post-obligatoris no universitaris.

Taula 2a. Nivells actuals (agrupació dels cursos), segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
1r i 2n d'ESO	Nombre	146	166	312
	%	37,0%	43,8%	40,3%
3r i 4t d'ESO	Nombre	138	132	270
	%	34,9%	34,8%	34,9%
1r, 2n de batxillerat o Cicles Formatius	Nombre	111	81	192
	%	28,1%	21,4%	24,8%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%
% Fila		51,0%	49,0%	100,0%

Pel que fa a l'equilibri per edats, s'ha treballat amb una distribució en quatre grups (taula 2b) i una distribució en dos grups (taula 2c). Pel que fa a la distribució en quatre grups iguals, es pot observar com són els grups centrals, de 13 a 14 anys i de 15 a 16, els que disposen de percentatges clarament superiors, d'acord a la seva presència el llarg de l'ESO. Els equilibris per sexe, al llarg de tota la distribució per edats, es pot comprovar sense dificultats a la taula 2b.

Taula 2b. Grups d'edat (4), segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
11 o 12 anys	Nombre	58	64	122
	%	14,7%	16,9%	15,8%
13 o 14 anys	Nombre	138	138	276
	%	34,9%	36,4%	35,7%
15 o 16 anys	Nombre	155	140	295
	%	39,2%	36,9%	38,1%
17 o 18 anys	Nombre	44	37	81
	%	11,1%	9,8%	10,5%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%
% Fila		51,0%	49,0%	100,0%

La distribució en dos grups, d'11 a 14 i de 15 a 18 anys, és la que permet un tractament evolutiu amb més garanties, per tant s'ha optat per informar tots els resultats d'acord a aquesta distribució. Permet mostrar les diferències per edats de manera molt fiable, així com orientar les recomanacions d'intervencions que se'n deriven de l'anàlisi. Per descomptat, mostra un excel·lent equilibri per sexe (taula 2c).

Taula 2c. Grups d'edat (2), segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
11 a 14 anys	Nombre	196	202	398
	%	49,6%	53,3%	51,4%
15 a 18 anys	Nombre	199	177	376
	%	50,4%	46,7%	48,6%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%
% Fila		51,0%	49,0%	100,0%

Finalment, s'inclouen els estadístics bàsics de l'edat de l'alumnat participant (taula 2d), mostrant distribucions centrades en torn als 14,37 anys de mitjana, tant per a les dones com per als homes. El recorregut és igual en els dos sexes: d'11 a 18 anys.

Taula 2d. Estadístics d'edat

	Total	Dona	Home
Mitjana	14,37	14,44	14,29
Mediana	14,00	15,00	14,00
Desviació estàndard	1,673	1,654	1,692
Coeficient de variació	11,65	11,45	11,84
Mínim	11	11	11
Màxim	18	18	18

Un dels factors que poden preocupar, a l'hora d'estudiar l'impacte de les xarxes socials, és el dels resultats acadèmics, mesurats per les notes. S'ha demanat a l'alumnat que indiqui quin és el patró dominant de notes al llarg del curs, després d'uns mesos de classe encara no es disposa de dades objectives consolidades, però s'observa una distribució al llarg de tot l'espectre plantejat, amb percentatges decreixents a mesura que augmenta la mitjana de notes. La distribució per sexe (taula 3a) mostra una declaració de pitjors notes entre els homes (42,7% d'aprovat, amb qualque suspens), en comparació amb les dones (34,4% d'aprovat, amb qualque suspens).

Taula 3a. Quines notes obtens, habitualment, al llarg d'aquest curs? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Aprovat, amb algun suspens	Nombre	136	162	298
	%	34,4%	42,7%	38,5%
Aprovat	Nombre	122	133	255
	%	30,9%	35,1%	32,9%
Notables i excel·lents	Nombre	133	78	211
	%	33,7%	20,6%	27,3%
No contesta	Nombre	4	6	10
	%	1,0%	1,6%	1,3%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Pel que fa a la distribució per edats de les notes, hi ha una declaració de pitjors notes entre l'alumnat de 15-18 anys (60,1% d'aprovat, amb qualque suspens), en comparació amb l'alumnat d'11-14 anys (39,9% d'aprovat, amb qualque suspens).

Taula 3b. Quines notes obtens, habitualment, al llarg d'aquest curs? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Aprovat, amb algun suspens	Nombre	119	179	298
	%	39,9%	60,1%	38,5%
Aprovat	Nombre	141	114	255
	%	55,3%	44,7%	32,9%
Notables i excel·lents	Nombre	135	76	211
	%	64,0%	36,0%	27,3%
No contesta	Nombre	3	7	10
	%	30,0%	70,0%	1,3%
Total	Nombre	398	376	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Quan s'analitzi l'impacte del consum problemàtic sobre les notes, es podrà comprovar si hi ha relacions consistents (taula 38).

L'estructura familiar també permet caracteritzar sociològicament l'alumnat adolescent (taula 4). Es pot comprovar com hi ha una presència rellevant de les famílies més diverses, tot i la presència majoritària de les unitats de convivència que inclouen pare-mare i adolescents (63,7%). La diversitat s'expressa per la presència rellevant de famílies monoparentals (14,0%), formades molt majoritàriament per mares i fill o filles.

També s'observa una presència molt rellevant de situacions de convivència clarament associades a les separacions o divorcis, amb residència temporal a la casa de la mare i del pare, alternativament. Aquesta situació afecta el 15,1% de l'alumnat participant a l'enquesta.

Taula 4. Com és la teva família?

	Nombre	%
Visc amb el meu pare i la meva mare	493	63,7
Visc amb la meva mare	89	11,5
Visc amb el meu pare	19	2,5
Visc amb els meus pares	4	0,5
Visc amb el meu pare o amb la meva mare (un temps amb cada un)	117	15,1
Visc amb altres familiars que no són el meu pare o la meva mare	10	1,3
Una altra situació	26	3,4
No contesta	16	2,1
Total	774	100,0

La coparentalitat es fa una mica més difícil en situacions de convivència de gran complexitat, però, en totes les unitats de convivència, és un repte aconseguir unificar els criteris educatius en relació a les xarxes socials. Aquest repte de coparentalitat entre tots els adults que l'exerceixen (mares, pares, padrines, padrins) és fonamental. També cal millorar l'homogeneïtat de criteris amb el professorat, per tal de moderar els impactes negatius de l'ús de les xarxes, en especial, de l'ús problemàtic.

La confiança, base de la bona comunicació, és un dels temes clau per a aconseguir posar límits, però també per a parlar-ne, per demanar assessorament o ajuda. S'ha demanat a l'alumnat amb qui tenien més confiança (taula 5a i 5b). Lamentablement, pel que fa a les xarxes socials, majoritàriament no confien en ningú (53,6%). L'única figura adulta amb confiança suficient són les mares (23,1%). Probablement, aquesta confiança prové de la millor i més freqüent comunicació. És significatiu que es tingui més confiança amb germans o germanes (13,3%) que amb els pares (7,1%), sigui perquè aquests exerceixen una figura d'autoritat o per la manca de bona comunicació.

Quan s'analitza si hi ha diferències en funció del sexe (taula 5a), no s'observen patrons diferenciats rellevants, tot i que entre les adolescents encara és més marcada la diferència assenyalada. Les adolescents confien més amb les mares (26,6%) que els adolescents (19,5%), mentre són ells els que confien més amb els pares (10,3%) i manco elles (4,1%).

Taula 5a. Sobre temes de xarxes socials, amb qui tens més confiança? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Amb el meu pare	Nombre	16	39	55
	%	4,1%	10,3%	7,1%
Amb la meva mare	Nombre	105	74	179
	%	26,6%	19,5%	23,1%
Amb germans/germanes	Nombre	52	51	103
	%	13,2%	13,5%	13,3%
Amb altres persones adultes	Nombre	1	4	5
	%	0,3%	1,1%	0,6%
Amb les amistats	Nombre	1	3	4
	%	0,3%	0,8%	0,5%
Amb ningú	Nombre	214	201	415
	%	54,2%	53,0%	53,6%
No contesta	Nombre	6	7	13
	%	1,5%	1,8%	1,7%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%

L'anàlisi per grups d'edat (taula 5b) mostra com la confiança en les mares es manté bastant al llarg de l'adolescència: 23,9% als 11-14 anys i 22,3% als 15-18 anys. Mentre, es pot dir que la confiança en els pares es desploma: 9,8% als 11-14 anys i 4,3% als 15-18 anys. També baixa molt la confiança en els germans i les germanes: 15,8% als 11-14 anys i 10,6% als 15-18 anys. Amb l'augment de l'edat s'observa també l'augment de la independència de criteri: el 47,0% no confia en ningú als 11-14, arribant aquesta desconfiança fins el 60,6% als 15-18 anys. Per tant, com hem dit abans, només es mantenen com a referents adults les mares.

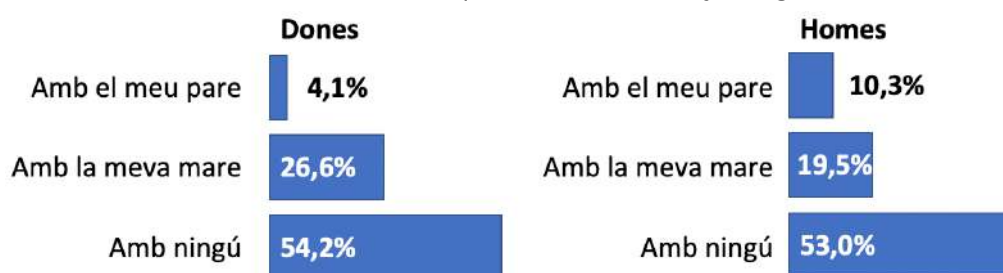
Taula 5b. Sobre temes de xarxes socials, amb qui tens més confiança? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Amb el meu pare	Nombre	39	16	55
	%	9,8%	4,3%	7,1%
Amb la meva mare	Nombre	95	84	179
	%	23,9%	22,3%	23,1%
Amb germans/germanes	Nombre	63	40	103
	%	15,8%	10,6%	13,3%
Amb altres persones adultes	Nombre	5	0	5
	%	1,3%	0,0%	0,6%
Amb les amistats	Nombre	4	0	4
	%	1,0%	0,0%	0,5%
Amb ningú	Nombre	187	228	415
	%	47,0%	60,6%	53,6%
No contesta	Nombre	5	8	13
	%	1,3%	2,1%	1,7%
Total	Nombre	398	376	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Un comentari singular mereix la dada que indica que no hi hagi gairebé altres persones adultes com a referents de confiança. Cal incloure des del professorat fins el personal sanitari que puguin freqüentar o dels serveis de joventut, igualtat, etc. Aquesta inexistència d'adults de referència, no familiars, és absoluta entre l'alumnat de major edat. El repte de disposar de figures de confiança és fonamental per a poder fer una feina preventiva, sigui educativa o d'altres tipus.

Com es pot veure a la figura 1, hi ha una clara diferència entre la confiança als pares i les mares, segons el sexe¹. Les mares són el referent per parlar de les xarxes socials, tot i que el seu domini de les aplicacions sigui inferior al d'altres persones, com ara el professorat, però el tipus de qüestions dels que és necessari parlar requereixen de la confiança (problemes que es puguin haver creat, especialment).

Figura 1. Sobre temes de xarxes socials, amb qui tens més confiança? Segons sexe

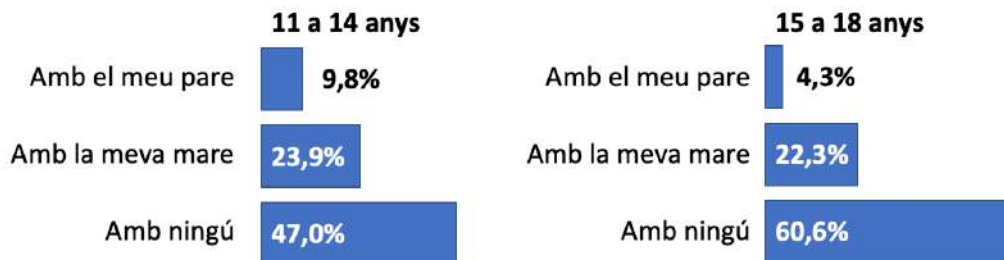


¹ Cal recordar que el marge d'error és inferior al 2%. Diferències superiors al 2% ja mereixen atenció.

També s'observa com prefereixen no confiar en ningú, el que vol dir fer consultes per internet (Google, YouTube i altres) abans de mostrar que no es coneix com funcionen les xarxes.

A la figura 2 es pot observar la mateixa distribució, baixant la confiança en la família com a referent i augmentant l'autonomia. Aquest és el canvi més rellevant: confiar cada vegada menys amb altres persones.

Figura 2. Sobre temes de xarxes socials, amb qui tens més confiança? Segons edat



Quan l'anàlisi es centra en la qualitat de la comunicació amb pares, mares i professorat (taula 6), es confirmen els resultats obtinguts abans: les millors notes les obtenen les mares (8,23), seguides dels pares (7,17) i, finalment, es troba el professorat (5,88). Tothom aprova, això sí. Però, si ens fixam en el recorregut d'aquestes puntuacions, hi ha puntuacions més diverses en el cas del professorat (42,8% de variabilitat).

Taula 6. De 0 a 10 (0 és que quasi no existeix; 10 és molt bona), com puntuaries la comunicació?

		Amb el teu PARE?	Amb la teva MARE?	Amb el professorat?
N	Vàlid	730	754	748
	No contesta	44	20	26
Mitjana		7,17	8,23	5,88
Mediana		8,00	9,00	6,00
Desv. Estàndard		2,640	2,127	2,517
Coeficient de variació		36,82	25,84	42,81
Mínim		0	0	0
Màxim		10	10	10

Si la comunicació és la base de la confiança, la motivació, la negociació, es pot dir que el punt de partida no és molt negatiu, però també cal reconèixer que és millorable, en especial pel que fa al professorat.

Amb aquesta qüestió acaba la caracterització del conjunt de l'alumnat adolescent participant. La pregunta determinant de la selecció posterior es refereix a l'ús de les xarxes socials (taules 7a i 7b). En un primer moment, l'alumnat ha contestat sense encara saber a quines xarxes socials en referia l'enquesta, així un percentatge proper al 10% pensava no feia servir les

xarxes socials. Quan observen que aplicacions de comunicació, com WhatsApp, Messenger o Telegram també es consideren, llavors aquesta resposta es corregeix, baixant fins un baixíssim 1,8% d'adolescents els qui finalment declaren que mai les han fet servir (0,6%) o que en tenen, però no les fan servir mai (1,2%).

3.3. Identificació de les xarxes socials que fan servir

Les xarxes social, pel que fa a l'alumnat adolescent, estan absolutament presents a la seva vida quotidiana. Un 98,2% en fa servir regularment, com es veurà al llarg dels resultats (taules 7a i 7b). No hi ha una diferència significativa entre les i els adolescents, però sí es pot dir que és més freqüent l'ús entre les dones.

Taula 7a. Utilitzes xarxes socials? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No, mai	Nombre	1	4	5
	%	0,3%	1,1%	0,6%
En tenc, però no les faig servir	Nombre	2	7	9
	%	0,5%	1,8%	1,2%
Sí, les faig servir	Nombre	392	368	760
	%	99,2%	97,1%	98,2%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Pel que fa a les diferències d'ús per edats (taula 7b), també es pot assenyalar una reduïda diferència a favor de l'alumnat de 15-18 anys. En qualsevol cas, cal assenyalar que quasi tots els qui no fan servir xarxes socials es troben entre l'alumnat més jove.

Taula 7b. Utilitzes xarxes socials? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No, mai	Nombre	5	0	5
	%	1,3%	0,0%	0,6%
En tenc, però no les faig servir	Nombre	6	3	9
	%	1,5%	0,8%	1,2%
Sí, les faig servir	Nombre	387	373	760
	%	97,2%	99,2%	98,2%
Total	Nombre	395	379	774
	%	100,0%	100,0%	100,0%

A partir d'ara, es pot seleccionar la mostra dels qui fan servir xarxes socials, els 760 que han contestat afirmativament. La resta de resultats es relacionen amb el coneixement, ús i

conseqüències d'aquest ús, per tant no té sentit incloure aquelles persones que no participen d'aquest consum.

L'aparell al qual fan servir les xarxes socials és molt rellevant (taules 8a i 8b), ja que permet establir relacions de diferents tipus. S'observa un domini quasi absolut dels mòbils, amb un 92,0% d'accés regular, mentre la resta es reparteixen un 6,8% i no contesta un 1,2%. Per què el mòbil és tan rellevant en el consum de xarxes socials? Per diversos motius:

- es pot duu sempre, sigui al carrer, al centre educatiu, al llit;
- permet consultes amb facilitat, evitant el control dels adults, es pot ocultar fàcilment;
- integra, de manera eficaç, totes les tecnologies (telefonía, àudio so, vídeo, gestió de diverses App).

Taula 8a. Si has contestat que "sí" A quin aparell les utilitzes amb més freqüència?

Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Mòbil	Nombre	369	330	699
	%	94,1%	89,7%	92,0%
Tablet	Nombre	7	4	11
	%	1,8%	1,1%	1,4%
Ordinador	Nombre	10	29	39
	%	2,6%	7,9%	5,1%
Un altre	Nombre	1	1	2
	%	0,3%	0,3%	0,3%
No contesta	Nombre	5	4	9
	%	1,3%	1,1%	1,2%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Pel que fa a les diferències per sexe (taula 8a), es pot dir que hi ha una reduïda diferència: el nivell de preferència de les adolescents es centra al 94,1% en els mòbils i només un 2,6% en els ordinadors, mentre els adolescents ho fan en un 89,7% i un 7,9%. És a dir, per als adolescents, l'ordinador encara té una presència apreciable.

Pel que fa a les diferències per edats, la preferència pels mòbils és superior entre els de 15-18 anys (94,1%). L'ordinador es manté com a opció encara present bàsicament entre els més joves, 11-14, amb un 6,5%.

Taula 8b. Si has contestat que “sí” A quin aparell les utilitzes amb més freqüència?
Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Mòbil	Nombre	348	351	699
	%	89,9%	94,1%	92,0%
Tablet	Nombre	8	3	11
	%	2,1%	0,8%	1,4%
Ordinador	Nombre	25	14	39
	%	6,5%	3,8%	5,1%
Un altre	Nombre	1	1	2
	%	0,3%	0,3%	0,3%
No contesta	Nombre	5	4	9
	%	1,3%	1,1%	1,2%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

A continuació, ja es podia demanar sobre les xarxes socials que freqüenten els adolescents. S'han diferenciat, inicialment, tres posicionaments:

- el coneixement: les xarxes que coneixen;
- l'ús: les xarxes que fan servir més;
- la presència als seus aparells: la descàrrega de l'App;

Els tres nivells de relació identifiquen nivells diferenciats d'implicació, de la importància de les xarxes a la vida de l'alumnat adolescent. Es podrà comprovar com a combinacions dels quatre nivells es donen a pràcticament tota la mostra que fa servir xarxes (760), és a dir, només hi ha varietats d'implicació, però tots coneixen xarxes, les fan servir, tenen diverses app descarregades i disposen de perfil a diverses xarxes socials.

A partir de la funcionalitat dominant es poden diferenciar quatre grans tipus de xarxes, però a l'hora de fer la consulta, després del llistat de les 5 més fàcils de reconèixer com a xarxes (Facebook, Twitter, etc.), la resta es varen ordenar de manera que fos necessari revisar tota la llista. Els quatre grans tipus que es poden considerar segons la funcionalitat dominant són:

- Xarxes socials orientades a la **comunicació**: WhatsApp, Telegram i similars.
- Xarxes socials orientades a les **relacions**, es tracta de xarxes socials multifunció: Facebook, Twitter i altres.
- Xarxes socials orientades a l'**entreteniment**: Instagram, TikTok, YouTube i altres.
- Xarxes socials orientades d'acord a **altres funcionalitats** diverses: OnlyFans (contingut sexualitzat), Google Classroom (contingut i connexions educatives), etc.

A la figura 3 es presenten els quatre grans grups de xarxes socials, en funció de la seva funcionalitat dominant. A diferència de l'ordenació que es fa a l'enquesta, aquí s'ha decidit fer una presentació d'acord a un criteri tipològic, és a dir, es presenten en funció dels tipus de funcionalitat dominant a cada xarxa social, tot i que les aplicacions intenten ampliar les seves funcionalitats, oferint possibilitats a mesura que aconsegueixen consolidar un públic inicial. La seva lògica és que es pugui passar el màxim de temps a la xarxa social concreta.

A més, les xarxes estan connectades per les companyies propietàries que les gestionen, com ara l'univers Metavers, format bàsicament per Facebook, Instagram i Messenger, actualment el procés de reforma tras la creació de l'empresa Meta Platforms, Inc, substituint l'empresa abans denominada "Facebook". Un altre exemple és el de Twitch, propietat d'Amazon, connectada amb una potent xarxa comercial i d'entreteniment. Aquesta dependència de complexes d'empreses amb diversos negocis de comunicació, entreteniment, relacions socials, tecnologia, etc. fa que les pròpies funcionalitats de les xarxes socials es contaminin dels interessos de les empreses que les gestionen. Un dels fenòmens vinculats que incrementen el risc de sexting tòxic i altres efectes, és la connexió amb les indústries de la pornografia.

Figura 3. Tipus de xarxes socials, segons la seva funcionalitat dominant

Comunicació	Relacions	Entreteniment	Funcionalitats diverses
Messenger Telegram WhatsApp	Facebook Google+ Houseparty Pinterest Twitter	Discord Instagram Snapchat Spotify TikTok YouTube Twitch	Edmondo Google Classroom OnlyFans Waze

Pel que fa al coneixement de les xarxes (taules 9a i 9b), les més conegudes (més del 90%) són les següents: WhatsApp (96,6%), YouTube (95,4%), Instagram (94,2%) i TikTok (93,7%). És a dir, una xarxa orientada a la comunicació (WhatsApp), la resta ofereixen consum d'imatges i vídeos.

Pel que fa a les diferències entre homes i dones adolescents (taula 9a), coincideixen a les quatre assenyalades, però amb ordenacions diferents:

- Dones: (1) WhatsApp, (2) TikTok, (3) Instagram i (4) YouTube.
- Homes: (1) WhatsApp, (2) YouTube, (3) Instagram, (4) TikTok.

Taula 9a. Quines xarxes socials CONEIXES? Pots indicar tantes opcions com xarxes socials coneguis. Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	299	76,3%	273	74,2%	572	75,3%
Twitter	306	78,1%	288	78,3%	594	78,2%
YouTube	367	93,6%	358	97,3%	725	95,4%
Instagram	371	94,6%	345	93,8%	716	94,2%
TikTok	375	95,7%	337	91,6%	712	93,7%
Snapchat	346	88,3%	281	76,4%	627	82,5%
OnlyFans	173	44,1%	193	52,4%	366	48,2%
Spotify	347	88,5%	317	86,1%	664	87,4%
Houseparty	89	22,7%	70	19,0%	159	20,9%
Pinterest	342	87,2%	209	56,8%	551	72,5%
Twitch	248	63,3%	313	85,1%	561	73,8%
Discord	200	51,0%	299	81,3%	499	65,7%
Waze	7	1,8%	21	5,7%	28	3,7%
Google+	225	57,4%	185	50,3%	410	53,9%
Edmodo	58	14,8%	67	18,2%	125	16,4%
Google Classroom	349	89,0%	323	87,8%	672	88,4%
WhatsApp	376	95,9%	358	97,3%	734	96,6%
Messenger	236	60,2%	206	56,0%	442	58,2%
Telegram	163	41,6%	197	53,5%	360	47,4%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

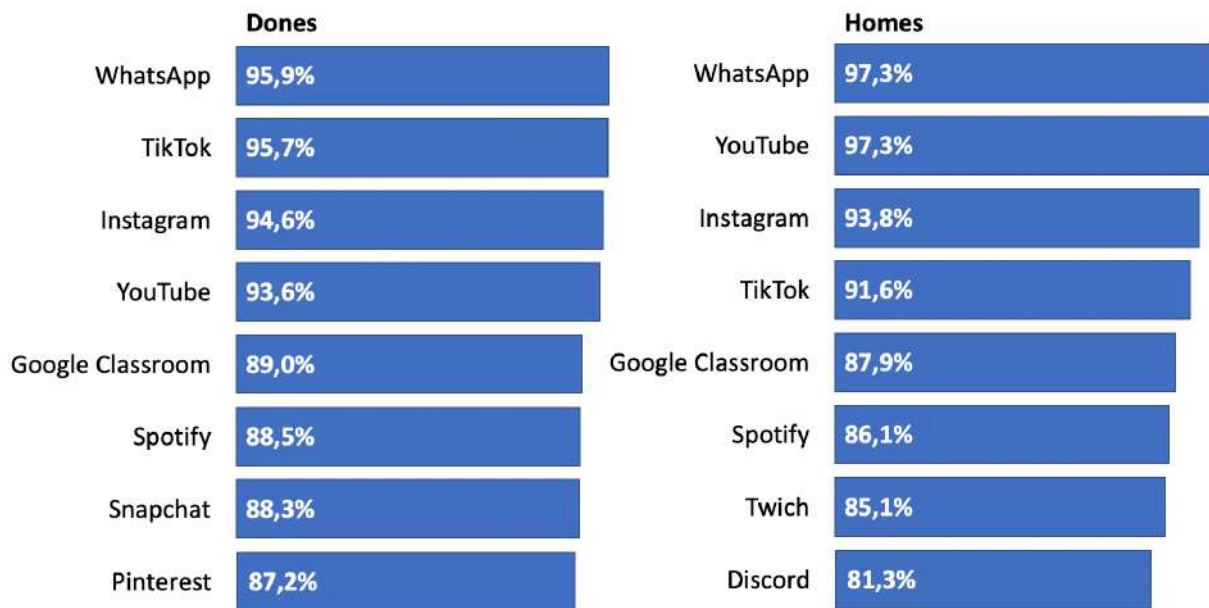
Pel que fa a les xarxes clàssiques, el nivell de coneixement baixa considerablement: Facebook (75,3%), Twitter (78,2%) i Messenger cau fins al 58,2%.

Altres xarxes històriques, però que actualment ja no ofereixen servei, com Google+, encara mantenen un cert nivell de coneixement. Google+ obté un 53,9% de coneixement, tot i que un petit percentatge la pot haver confós amb el cercador de la mateixa companyia. Finalment, altres xarxes amb una caracterització negativa, com ara OnlyFans, tal vegada obté nivells de

coneixement inferiors als reals (48,2%), importants però inferiors als que possiblement siguin reals.

La figura 4 mostra aquest coneixement ordenat segons la freqüència del coneixement de les xarxes. S'han seleccionat les 8 més conegudes, amb un domini clar de les quatre xarxes dominants a l'adolescència: WhatsApp, TikTok, Instagram i YouTube.

Figura 4. Xarxes Socials més conegudes, segons sexe



Com ja s'ha dit s'observa una ordenació de la importància diferenciada per sexe.

Quan s'analitzen les diferències per edats (taula 9b), també hi ha coincidències amb les més conegudes, però les ordenacions són diferents:

- 11 a 14 anys: (1) WhatsApp, (2) YouTube, (3) TikTok i (4) Instagram.
- 15 a 18 anys: (1) WhatsApp, (2) Instagram, (3) YouTube (4) TikTok.

El domini de WhatsApp, com a xarxa de comunicació omnipresent és total a totes les edats i sexes, però les variants de preferència són clares.

Taula 9b. Quines xarxes socials CONEIXES? Pots indicar tantes opcions com xarxes socials coneguis. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	285	73,6%	287	76,9%	572	75,3%
Twitter	291	75,2%	303	81,2%	594	78,2%
YouTube	374	96,6%	351	94,1%	725	95,4%
Instagram	358	92,5%	358	96,0%	716	94,2%
TikTok	367	94,8%	345	92,5%	712	93,7%
Snapchat	308	79,6%	319	85,5%	627	82,5%
OnlyFans	155	40,1%	211	56,6%	366	48,2%
Spotify	334	86,3%	330	88,5%	664	87,4%
Houseparty	62	16,0%	97	26,0%	159	20,9%
Pinterest	273	70,5%	278	74,5%	551	72,5%
Twitch	295	76,2%	266	71,3%	561	73,8%
Discord	253	65,4%	246	66,0%	499	65,7%
Waze	18	4,7%	10	2,7%	28	3,7%
Google+	212	54,8%	198	53,1%	410	53,9%
Edmodo	65	16,8%	60	16,1%	125	16,4%
Google Classroom	351	90,7%	321	86,1%	672	88,4%
WhatsApp	377	97,4%	357	95,7%	734	96,6%
Messenger	211	54,5%	231	61,9%	442	58,2%
Telegram	151	39,0%	209	56,0%	360	47,4%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Cal dir que n'hi ha altres xarxes socials que, fa uns anys eren desconegudes, s'obrin camí, com Twitch (73,8%) o Pinterest (72,5%). Aquestes dues destacades, fa una mica més de 10 anys que varen ser creades, però és en els darrers anys que han aconseguit una major presència entre els adolescents.

El nivell de coneixement pot canviar amb rapidesa, com ha passat en els darrers anys en relació a TikTok, per exemple. Aquest factor fa que no s'hagin de menystenir les xarxes com Snapchat o Twitch que augmenten darrerament d'importància en l'adolescència.

Quan es passa a les precisions sobre les xarxes que realment fan servir (taules 10a i 10b), les diferències observades a les taules sobre coneixement, s'amplifiquen. Les quatre més utilitzades, amb molta diferència, són les quatre més conegudes: Instagram (70,0%), TikTok (66,45%), WhatsApp (58,82%), YouTube (47,50%). A continuació, la primera és Spotify i només la fan servir el 21,32%, és a dir, menys de la meitat dels que fan servir YouTube. La presència de les quatre primeres és massiva, la resta té grups d'usuaris entre els i les adolescents, però de menor importància relativa.

Si s'analitzen les diferències per sexe (10a), Instagram és la principal entre elles (73,72%) i ells (66,03%), però la segona més utilitzada mostra les diferències notables, per a elles és TikTok (72,70%) i per a ells és YouTube (61,96%). Més endavant es veurà que les pràctiques (el que fan i el que cerquen, a les xarxes), mostra diferències significatives.

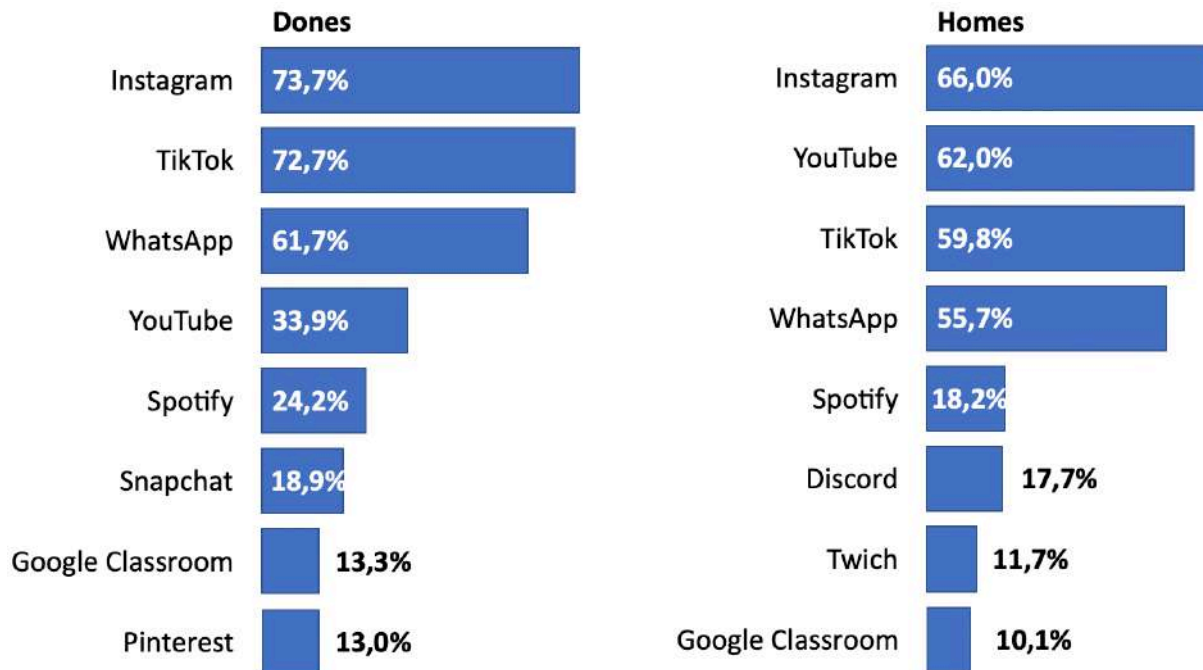
Taula 10a. Quines xarxes socials FAS SERVIR? Pots indicar tantes opcions com xarxes socials coneguis.² Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	2	0,5%	6	1,6%	8	1,1%
Twitter	22	5,6%	29	7,9%	51	6,7%
YouTube	133	33,9%	228	62,0%	361	47,5%
Instagram	289	73,7%	243	66,0%	532	70,0%
TikTok	285	72,7%	220	59,8%	505	66,4%
Snapchat	74	18,9%	37	10,1%	111	14,6%
OnlyFans	0	0,0%	9	2,4%	9	1,2%
Spotify	95	24,2%	67	18,2%	162	21,3%
Houseparty	0	0,0%	1	0,3%	1	0,1%
Pinterest	51	13,0%	3	0,8%	54	7,1%
Twitch	10	2,6%	43	11,7%	53	7,0%
Discord	15	3,8%	65	17,7%	80	10,5%
Waze	1	0,3%	0	0,0%	1	0,1%
Edmodo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Google Classroom	52	13,3%	37	10,1%	89	11,7%
WhatsApp	242	61,7%	205	55,7%	447	58,8%
Messenger	2	0,5%	4	1,1%	6	0,8%
Telegram	1	0,3%	6	1,6%	7	0,9%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

² A aquesta taula i les següents, ja no es presenta l'opció de Google+, ja que no ofereix serveis des d'abril de 2019

A la figura 5, es mostra una selecció de les 8 xarxes socials més utilitzades, observant canvis en relació al nivell de coneixement. Aquí s'observa gràficament la diferència entre les quatre més importants i la resta. També s'observa com les mateixes quatre més utilitzades, són comunes entre ells i elles, tot i les diferències en les freqüències d'ús.

Figura 5. Quines xarxes socials FAS SERVIR? Segons sexe



Les diferències per edats (taula 10b) mostren patrons clarament diferenciats. Mentre als 11-14 anys, la xarxa més utilitzada és TikTok (71,58%) i la segona, a molta distància, és Instagram (61,00%); als 15-18, la primera xarxa és Instagram (79,36%) i la segona, també a molta distància, és TikTok (61,13%). Això significa que TikTok segurament li està llevant públic a Instagram a aquestes edats. La xarxa amb la dinàmica de creixement més rellevant és, en aquest moments TikTok. Tot i que encara Instagram és la primera, entre els i les adolescents, en usuaris.

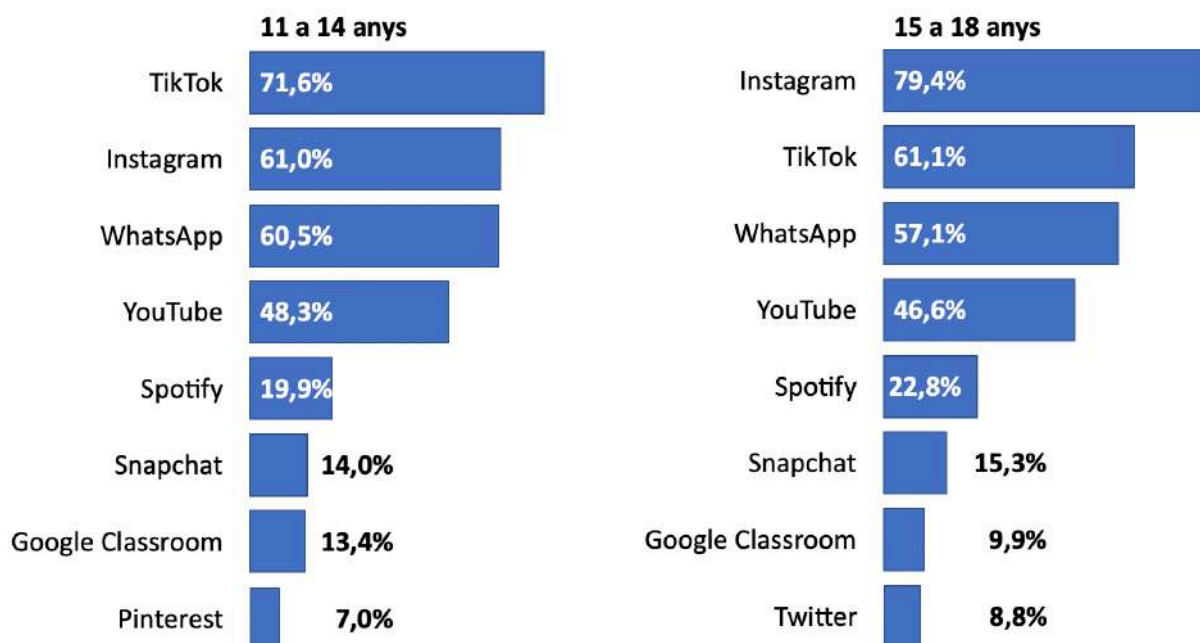
En qualsevol cas, les dues tenen un sector de negoci molt similar: les imatges i vídeos de producció pròpia, combinats amb els produïts per empreses, anunciants de productes singulars i altres agents.

A la figura 6, s'observarà gràficament com només hi ha una variació significativa, la diferència en l'ús d'Instagram i TikTok, segons edat. Es pot interpretar de dues maneres complementàries: (1) TikTok s'obre camí i substituirà en importància a Instagram. (2) Hi ha una diferència perquè als 15-18 TikTok resulta una mica més infantil que Instagram. En els grups de discussió no s'ha pogut aclarir aquesta qüestió, de tal manera que la interpretació segueix sense ser conclouent.

Taula 10b. Quines xarxes socials FAS SERVIR? Pots indicar tantes opcions com xarxes socials coneguis. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	5	1,3%	3	0,8%	8	1,1%
Twitter	18	4,7%	33	8,8%	51	6,7%
YouTube	187	48,3%	174	46,6%	361	47,5%
Instagram	236	61,0%	296	79,4%	532	70,0%
TikTok	277	71,6%	228	61,1%	505	66,4%
Snapchat	54	14,0%	57	15,3%	111	14,6%
OnlyFans	7	1,8%	2	0,5%	9	1,2%
Spotify	77	19,9%	85	22,8%	162	21,3%
Houseparty	1	0,3%	0	0,0%	1	0,1%
Pinterest	27	7,0%	27	7,2%	54	7,1%
Twitch	33	8,5%	20	5,4%	53	7,0%
Discord	48	12,4%	32	8,6%	80	10,5%
Waze	1	0,3%	0	0,0%	1	0,1%
Edmodo	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Google Classroom	52	13,4%	37	9,9%	89	11,7%
WhatsApp	234	60,5%	213	57,1%	447	58,8%
Messenger	4	1,0%	2	0,5%	6	0,8%
Telegram	2	0,5%	5	1,3%	7	0,9%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Figura 6. Quines xarxes socials FAS SERVIR? Segons edat



El nivell de descàrrega té relació amb l'ús, encara que no sigui tan important, en comparació amb els usos massius (vídeos i comunicació). Aplicacions orientades a la gestió musical, a la distribució de música, com Spotify, són presents per a l'alumnat enquestat, però no són de les més utilitzades, com s'ha vist abans. Les més presents als aparells (>50%), són les set següents: YouTube (91,97%), WhatsApp (90,26%), Instagram (82,24%), TikTok (80,66%), Google Classroom (74,34%), Spotify (67,89%) i Snapchat (57,89%). Com es pot observar, dominen quatre funcionalitats: vídeos, comunicació, música i gestió educativa, aquesta darrera associada a les orientacions en el context educatiu.

Les diferències per sexe introdueixen algunes variants (taula 11a), però en aquest cas, de menor importància: les dues primeres en ambdós casos, són YouTube i WhatsApp. La tercera en importància per a elles és TikTok, mentre per a ells és Instagram.

Taula 11a. Quina o quines xarxes socials tens DESCARREGADES al teu mòbil, tablet o ordinador? Pots indicar tantes opcions com xarxes socials coneguis. Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	91	23,2%	101	27,4%	192	25,3%
Twitter	131	33,4%	148	40,2%	279	36,7%
YouTube	361	92,1%	338	91,8%	699	92,0%
Instagram	326	83,2%	299	81,3%	625	82,2%
TikTok	337	86,0%	276	75,0%	613	80,7%
Snapchat	279	71,2%	161	43,8%	440	57,9%
OnlyFans	4	1,0%	13	3,5%	17	2,2%
Spotify	274	69,9%	242	65,8%	516	67,9%
Houseparty	10	2,6%	8	2,2%	18	2,4%
Pinterest	274	69,9%	82	22,3%	356	46,8%
Twitch	83	21,2%	229	62,2%	312	41,1%
Discord	84	21,4%	220	59,8%	304	40,0%
Waze	1	0,3%	2	0,5%	3	0,4%
Edmodo	3	0,8%	6	1,6%	9	1,2%
Google Classroom	315	80,4%	250	67,9%	565	74,3%
WhatsApp	359	91,6%	327	88,9%	686	90,3%
Messenger	64	16,3%	53	14,4%	117	15,4%
Telegram	45	11,5%	89	24,2%	134	17,6%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

A la figura 7 s'observen les coincidències i les diferències significatives, pel que fa a les aplicacions que fan servir directament als seus mòbils:

Figura 7. Quina o quines xarxes socials tens DESCARREGADES al teu mòbil? Segons sexe

	Sexe			
	Dona		Home	
	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	91	23,2%	101	27,4%
Twitter	131	33,4%	148	40,2%
YouTube	361	92,1%	338	91,8%
Instagram	326	83,2%	299	81,3%
TikTok	337	86,0%	276	75,0%
Snapchat	279	71,2%	161	43,8%
OnlyFans	4	1,0%	13	3,5%
Spotify	274	69,9%	242	65,8%
Houseparty	10	2,6%	8	2,2%
Pinterest	274	69,9%	82	22,3%
Twitch	83	21,2%	229	62,2%
Discord	84	21,4%	220	59,8%
Waze	1	0,3%	2	0,5%
Edmodo	3	0,8%	6	1,6%
Google Classroom	315	80,4%	250	67,9%
WhatsApp	359	91,6%	327	88,9%
Messenger	64	16,3%	53	14,4%
Telegram	45	11,5%	89	24,2%
Total	392	100,0%	368	100,0%

S'han destacat, amb fletxes de color blau, les coincidències. Les diferències es destaquen amb fletxes de color vermell (XS utilitzades per les adolescents) i fletxes de color verd (XS utilitzades pels adolescents).

Les xarxes que s'han descarregat al mòbil indiquen als nivells de freqüentació, així com altres qüestions: inici de l'experimentació amb noves aplicacions; xarxes que es mantenen en un segon nivell, com a possible substitutes en qualsevol moment (Telegram en relació a WhatsApp? Spotify en relació a YouTube?).

Quasi totes les funcionalitats rellevants, si es consideren singularment (comunicació, música, vídeos, comunitat de relacions...) poden ser substituïdes, per aquest motiu quasi totes les xarxes socials rellevants, han ampliat les seves funcionalitats, ofereixen actualitzacions regularment, són sensibles a les millores de la protecció de les dades, etc.

Les diferències per edat introdueixen també algunes variants (taula 11b), però ara sorprenentment, ofereixen la mateixa jerarquia que la indicada per als sexes: les dues primeres en ambdós grups d'edat, són YouTube i WhatsApp. La tercera en importància per als més joves és TikTok, mentre per als més grans és Instagram.

Hi ha altres diferències interessants, per exemple, Twitter és una aplicació molt descarregada als 15-18 anys (46,65%), tot i que el seu ús és molt minoritari (8,8%). Possiblement, amb l'edat augmenti la importància d'aquesta xarxa i ara s'estan preparant o, senzillament, la descarreguen per fer qualche consulta o per prestigi, qualitats no compartides, per exemple, per altres xarxes clàssiques, com Facebook (descàrrega als 14-18: 28,69%; ús: 0,8%) o Telegram (descàrrega als 14-18: 25,74%; ús: 1,3%).

Taula 11b. Quina o quines xarxes socials tens DESCARREGADES al teu mòbil, tablet o ordinador? Pots indicar tantes opcions com xarxes socials coneguis. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	85	22,0%	107	28,7%	192	25,3%
Twitter	105	27,1%	174	46,6%	279	36,7%
YouTube	355	91,7%	344	92,2%	699	92,0%
Instagram	292	75,5%	333	89,3%	625	82,2%
TikTok	323	83,5%	290	77,7%	613	80,7%
Snapchat	222	57,4%	218	58,4%	440	57,9%
OnlyFans	10	2,6%	7	1,9%	17	2,2%
Spotify	255	65,9%	261	70,0%	516	67,9%
Houseparty	13	3,4%	5	1,3%	18	2,4%
Pinterest	172	44,4%	184	49,3%	356	46,8%
Twitch	169	43,7%	143	38,3%	312	41,1%
Discord	144	37,2%	160	42,9%	304	40,0%
Waze	3	0,8%	0	0,0%	3	0,4%
Edmodo	4	1,0%	5	1,3%	9	1,2%
Google Classroom	285	73,6%	280	75,1%	565	74,3%
WhatsApp	345	89,1%	341	91,4%	686	90,3%
Messenger	55	14,2%	62	16,6%	117	15,4%
Telegram	38	9,8%	96	25,7%	134	17,6%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

3.4. Ús de les xarxes socials que fan servir

Ja s'ha fet una primera presentació de l'ús de les xarxes socials (taules 10a i 10b), però a aquesta secció s'estudiarà en detall en què consisteix aquest ús entre les i els adolescents.

Una de les primeres qüestions rellevants és la vinculació a les xarxes, el nivell d'interacció amb les xarxes que fan servir (taules 12a i 12b). Podem diferenciar tres nivells en funció de la freqüència amb la que les consulten, les revisen:

- Alta intensitat d'interacció. Clarament es concentra en tres xarxes socials: Instagram, amb un 65,3% d'adolescents indicant que és la que més revisen; WhatsApp, amb un 55,7% i TikTok, amb un 54,5% d'adolescents.
- Nivell mitjà d'interacció. Hi ha 5 xarxes amb nivells decreixents de consulta: YouTube (35,3%), Spotify (16,7%), Google Classroom (15,7%), Snapchat (14,5%) i Discord (10,1%).
- Nivell baix d'interacció. La resta de xarxes s'inclouen a aquest nivell, en conjunt només es troben entre les més consultades per a menys del 10% d'adolescents.

Taula 12a. Quina xarxa social REVISES-MIRES amb més freqüència? Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	5	1,3%	5	1,4%	10	1,3%
Twitter	20	5,1%	36	9,8%	56	7,4%
YouTube	97	24,7%	171	46,5%	268	35,3%
Instagram	267	68,1%	229	62,2%	496	65,3%
TikTok	238	60,7%	176	47,8%	414	54,5%
Snapchat	77	19,6%	33	9,0%	110	14,5%
OnlyFans	1	0,3%	5	1,4%	6	0,8%
Spotify	71	18,1%	56	15,2%	127	16,7%
Pinterest	49	12,5%	8	2,2%	57	7,5%
Twitch	12	3,1%	49	13,3%	61	8,0%
Discord	17	4,3%	60	16,3%	77	10,1%
Google Classroom	69	17,6%	50	13,6%	119	15,7%
WhatsApp	224	57,1%	199	54,1%	423	55,7%
Messenger	5	1,3%	5	1,4%	10	1,3%
Telegram	3	0,8%	6	1,6%	9	1,2%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

Pel que fa a les diferències per sexe, cal dir que per a uns i altres, les tres primeres xarxes són les més rellevants, amb percentatges superiors al 50%, amb una excepció: per als homes TikTok (47,8% entre les més consultades) es troba al mateix nivell que YouTube (46,5%).

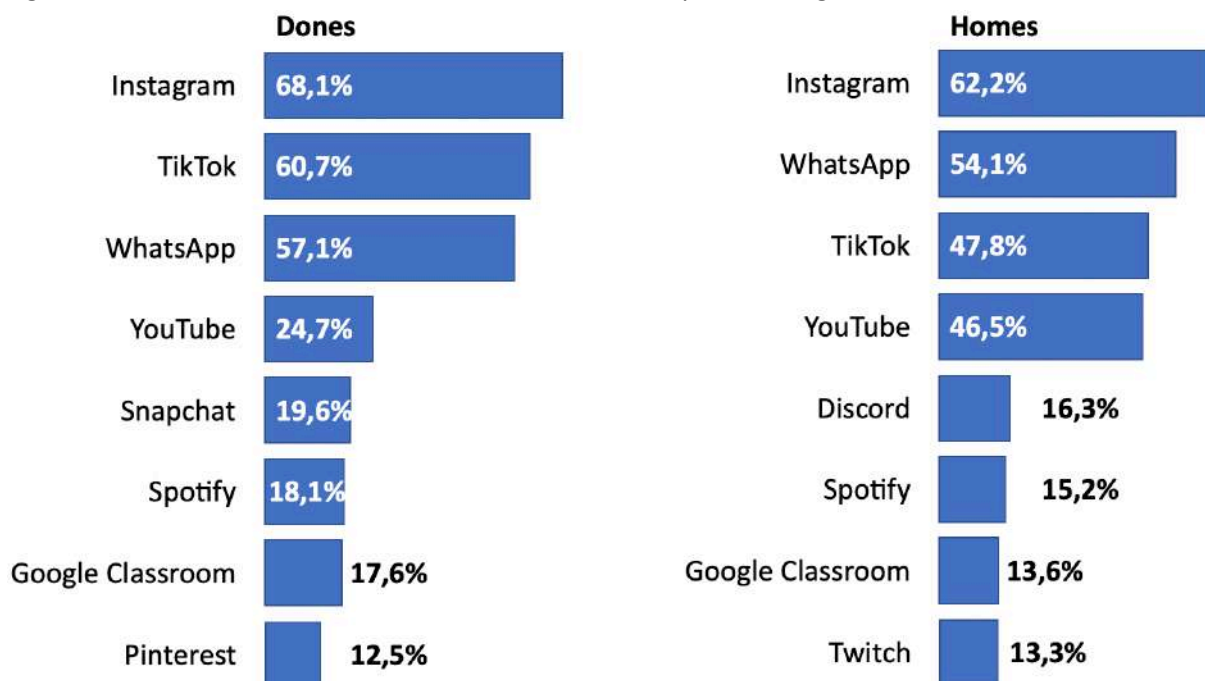
TikTok és de les més consultades per al 60,7% de les dones, mentre YouTube només ho és per al 24,7%. Això indica les preferències, però també quines són les xarxes més importants en la vida quotidiana de les i els adolescents.

També es pot fer una senyalament interessant entre les xarxes de nivell mitjà de consulta. Hi ha una xarxa clarament preferida per les dones, es tracta d'Snapchat, entre les més consultades per a un 19,6%, mentre entre els homes baixa a un 9,0% de preferència.

Per altra banda, hi ha dues xarxes clarament preferides pels homes: Discord (16,3%) i Twitch (13,3%), mentre només estan entre les més consultades per a un 4,3% i un 3,1% de les dones.

A la figura 8 es pot observar quines són les 8 xarxes que més atenció generen, e funció del sexe. Les quatre més importants, segons s'ha pogut mostrar anteriorment, segueixen com les que més atenció generen. Però, les diferències per sexe són notables, tal i com s'ha dit abans. Per exemple, YouTube és de les més consultades per al 46,5% dels homes i només per al 24,7% de les dones.

Figura 8. Quina xarxa social REVISES-MIRES amb més freqüència? Segons sexe



Taula 12b. Quina xarxa social REVISES-MIRES amb més freqüència? Segons grups d'edat

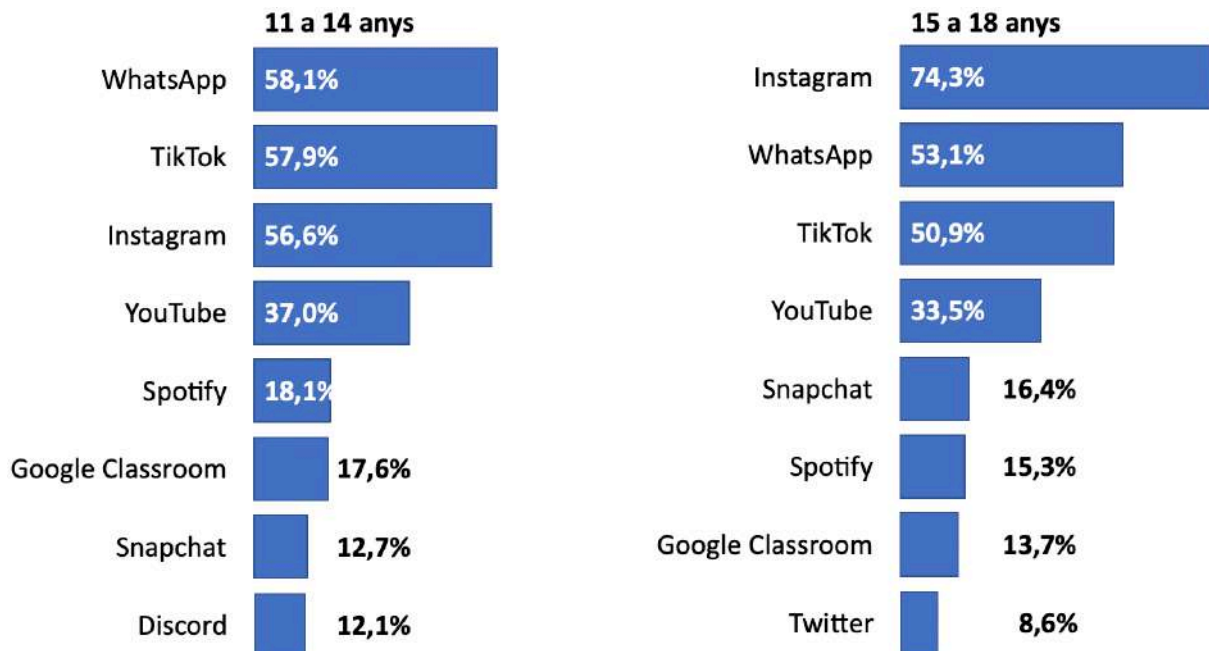
	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	6	1,6%	4	1,1%	10	1,3%
Twitter	24	6,2%	32	8,6%	56	7,4%
YouTube	143	37,0%	125	33,5%	268	35,3%
Instagram	219	56,6%	277	74,3%	496	65,3%
TikTok	224	57,9%	190	50,9%	414	54,5%
Snapchat	49	12,7%	61	16,4%	110	14,5%
OnlyFans	3	0,8%	3	0,8%	6	0,8%
Spotify	70	18,1%	57	15,3%	127	16,7%
Pinterest	33	8,5%	24	6,4%	57	7,5%
Twitch	36	9,3%	25	6,7%	61	8,0%
Discord	47	12,1%	30	8,0%	77	10,1%
Google Classroom	68	17,6%	51	13,7%	119	15,7%
WhatsApp	225	58,1%	198	53,1%	423	55,7%
Messenger	3	0,8%	7	1,9%	10	1,3%
Telegram	4	1,0%	5	1,3%	9	1,2%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

La diferència per edats és significativa per a una de les xarxes. Si per a elles i ells Instagram és la xarxa més consultada, aquí hi ha una diferència clara: és la xarxa més consultada per adolescents de 15-18 anys, sent la primera per al 74,3%, seguida de WhatsApp a més de 21 punts percentuals, amb un 53,1%.

Entre els d'11-14, WhatsApp (58,1%), TikTok (57,9%) i Instagram (56,6%) es troben en nivells molt similars.

A la figura 9 es confirmen les interpretacions fetes abans. Les quatre dominants són indiscutibles, amb Spnatchat i Spotify en un segon nivell. Google Classroom no cal ni considerar-la, ja que bona part de l'atenció que generen no és espontània, sinó que ha estat provocada pel professorat que la fa servir a les tablets.

Figura 9. Quina xarxa social REVISES-MIRES amb més freqüència? Segons edat



La resta de xarxes, al marge de les indicades abans, segueixen una distribució amb moderades diferències per sexe i edats, però atenent la seva importància relativament menor.

Un tema que pot interessar, en relació a les xarxes que generen aquest nivell tan rellevant de consulta, és el tipus de conducta que provoquen les xarxes: atenció constant a les alertes de comunicació (totes les xarxes), als missatges de comunicació (WhatsApp), a les interaccions noves (siguin likes o altres). Un dels consums problemàtics més freqüents, com es veurà al final d'aquest capítol, és la pèrdua de temps, el pas del temps en quantitats molt superiors a les que es creu haver dedicat.

Les xarxes que generen més atenció són les que tenen major capacitat per a produir impactes de modificació de conducta. En els grups de discussió ja varen ser conscients de la pressió per al consum, la publicitat constant que rebien des de diverses xarxes. L'educació digital, la higiene digital, ha de parar atenció en aquests fenòmens.

Ja s'han pogut establir les preferències, la següent preocupació es refereix a la freqüència amb la qual fan les consultes (taules 13a i 13b). A partir de les respostes, es pot constatar com hi ha una freqüentació d'alta intensitat (diverses vegades al dia) per a un 50,3% i de mitja intensitat (cada dia) per a un 31,9%. Com s'ha dit abans, les xarxes, consultades bàsicament als mòbils, són el referent constant al llarg del dia per a la majoria de les i els adolescents.

Taula 13a. Amb quina FREQÜÈNCIA utilitzes les xarxes socials? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Diverses vegades al dia	Nombre	204	178	382
	%	52,2%	48,4%	50,3%
Cada dia, diàriament	Nombre	124	118	242
	%	31,7%	32,1%	31,9%
2 o 3 dies a la setmana	Nombre	6	8	14
	%	1,5%	2,2%	1,8%
Només algun dia a la setmana	Nombre	4	3	7
	%	1,0%	0,8%	0,9%
Molt ocasionalment	Nombre	20	38	58
	%	5,1%	10,3%	7,6%
Tenc un horari específic, decidit pel meu pare i la meva mare	Nombre	9	5	14
	%	2,3%	1,4%	1,8%
Tenc un horari específic, negociat amb el meu pare i la meva mare	Nombre	10	6	16
	%	2,6%	1,6%	2,1%
No contesta	Nombre	15	12	27
	%	3,6%	3,3%	3,4%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

No hi ha una diferència important per sexe (taula 13a), però sí es pot observar com són les dones adolescents les que mantenen una major freqüència de consulta (52,2% diverses vegades al dia), mentre entre ells baixa una mica aquest nivell de consulta (48,4%). A la inversa, es pot observar com és clarament més nombrós el grup dels homes que en fan un ús ocasional (10,3%) que el de les dones (5,1%).

Cal constatar com només hi ha interaccions rellevants, identificades, amb pares i mares, en un 3,9% d'adolescents, sigui perquè decideixen l'horari de consulta o perquè l'han negociat. Ja que una part de les xarxes s'orienten a la comunicació en temps real (WhatsApp, Telegram, Messenger...), substituint el telèfon, aquests horaris són molt difícils d'imposar o negociar. Mantenir la comunicació oberta és la prioritat per a la majoria de les famílies.

Quan s'analitzen les diferències segons l'edat, es pot comprovar com augmenta la freqüència de consulta de manera significativa. La consulta en diverses ocasions al llarg del dia arriba al 54,2% als 15-18 anys, mentre es manté en un 46,6% als 11-14. La major independència als 15-18, s'expressa mitjançant l'ús més intens per a la comunicació, el consum de vídeos o música. Amb l'edat també baixa el control parental, imposat o negociat, del 6,4% als 11-14 a l'1,3%.

Taula 13b. Amb quina FREQÜÈNCIA utilitzes les xarxes socials? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Diverses vegades al dia	Nombre	180	202	382
	%	46,6%	54,2%	50,3%
Cada dia, diàriament	Nombre	125	117	242
	%	32,4%	31,4%	31,9%
2 o 3 dies a la setmana	Nombre	7	7	14
	%	1,8%	1,9%	1,8%
Només algun dia a la setmana	Nombre	5	2	7
	%	1,3%	0,5%	0,9%
Molt ocasionalment	Nombre	30	28	58
	%	7,8%	7,5%	7,6%
Tenc un horari específic, decidit pel meu pare i la meva mare	Nombre	11	3	14
	%	2,8%	0,8%	1,8%
Tenc un horari específic, negociat amb el meu pare i la meva mare	Nombre	14	2	16
	%	3,6%	0,5%	2,1%
No contesta	Nombre	15	12	27
	%	3,6%	3,2%	3,4%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Com es concreta en hores de dedicació el nivell de freqüentació? Els estadístics que informen de la dedicació (taula 14) indiquen alts nivells, informats de la següent manera:

- mitjana d'hores diàries, de dilluns a divendres: 3,55 (DE=2,120);
- mitjana d'hores diàries, el cap de setmana: 3,61 (DE=1,863);
- mitjana d'hores diàries, en el total de la setmana: 21,73 (DE=10,297)

Com es pot observar, els nivells de dedicació són elevats, amb una variabilitat important, amb màxims realment molt alts de 52 hores setmanals, que afecten molt pocs adolescents.

En general, també es pot dir que augmenta la dedicació el cap de setmana. El dissabte i diumenge ningú deixa de consultar les xarxes, almenys, unes 2 hores de mínim; mentre, entre setmana es troben uns pocs adolescents que no consulten ni una hora les xarxes.

En el nivell d'ús, mesurat per les hores, no n'hi ha diferències significatives estadísticament per sexe, encara que les dones adolescents sempre tenen mitjanes una mica superiors d'hores de dedicació.

Les diferències per grups d'edat sí són significatives, en el total setmanal. Als 11-14 s'hi dedica una mitjana de 20,22 hores, mentre als 15-18 anys es dediquen 22,03 hores. És comprensible l'increment de dedicacions, amb l'edat, per la major independència i relació amb els iguals.

Taula 14. Quantes HORES, aproximadament, utilitzes les xarxes socials?

TOTAL	Al DIA de dilluns a divendres	Al DIA dissabte i diumenge	En el conjunt de tota la setmana
N Vàlid	722	722	724
No contesta	38	38	36
Mitjana	3,55	3,61	21,35
Mediana	3,00	3,00	20,00
Desv. Estàndard	2,120	1,863	10,297
Coeficient de variació	59,72	51,68	48,23
Mínim	0	2	2
Màxim	14	12	72
Dones			
	Al DIA de dilluns a divendres	Al DIA dissabte i diumenge	En el conjunt de tota la setmana
Mitjana	3,60	3,66	21,73
Desv. Estàndard	2,173	1,956	10,496
Coeficient de variació	60,33	53,40	48,30
Homes			
	Al DIA de dilluns a divendres	Al DIA dissabte i diumenge	En el conjunt de tota la setmana
Mitjana	3,50	3,53	21,06
Desv. Estàndard	2,067	1,753	10,068
Coeficient de variació	59,12	49,58	47,81
11 a 14 anys			
	Al DIA de dilluns a divendres	Al DIA dissabte i diumenge	En el conjunt de tota la setmana
Mitjana	3,42	3,57	20,82
Desv. Estàndard	2,223	1,914	10,970
Coeficient de variació	64,98	53,68	52,70
15 a 18 anys			
	Al DIA de dilluns a divendres	Al DIA dissabte i diumenge	En el conjunt de tota la setmana
Mitjana	3,69	3,64	22,03
Desv. Estàndard	2,005	1,806	9,508
Coeficient de variació	54,38	49,63	43,16

Per facilitar la comprensió s'han establert intervals de dedicació (taules 15a i 15b). Com s'ha dit abans, el nivell de dedicació en hores és elevat. Es poden diferenciar tres grans grups, per tal de veure les diferències a partir de les hores setmanals dedicades:

- alt nivell de dedicació horària (>20 h): 44,2%.
- Nivell mitjà de dedicació (entre 11 i 20 h): 34,9%.
- Nivell baix de dedicació (10 o menys hores): 16,2%.

Com ja s'apuntava abans, les dones mantenen nivells més elevats de dedicació (taula 15a), amb un 45,7% de les adolescents amb altes dedicacions, per un 42,7% entre els adolescents homes. En els nivells mitjans de dedicació es troben més adolescents homes (36,7%) que dones (33,2%).³

Taula 15a. Quantes HORES, aproximadament, utilitzes les xarxes socials? En el conjunt de tota la setmana. Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Entre 1 i 5 hores	Nombre	1	2	3
	%	0,3%	0,5%	0,4%
Entre 6 i 10 hores	Nombre	66	54	120
	%	16,8%	14,7%	15,8%
Entre 11 i 15 hores	Nombre	33	52	85
	%	8,4%	14,1%	11,2%
Entre 16 i 20 hores	Nombre	97	83	180
	%	24,7%	22,6%	23,7%
Més de 20 hores setmanals	Nombre	179	157	336
	%	45,7%	42,7%	44,2%
Ns o Nc	Nombre	16	20	36
	%	4,1%	5,4%	4,7%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Les diferències per grups d'edat (taula 15b) confirmen molt més clarament les interpretacions anteriors, sobre l'increment de la dedicació amb l'augment de l'edat. Els alt nivell de dedicació horària (>20 h) s'observen en un 48,8% als 15-18 anys i en un 39,8% als 11-14 anys. Els nivells mitjans de dedicació (entre 11 i 20 h) estan molt igualats; mentre els nivells més baixos de dedicació (10 o menys hores) s'observen als 11-14 anys (20,7%) i en menor percentatge als 15-18 (11,5%).

³ Cal recordar que el marge d'error de la mostra és inferir a 2, de tal manera que aquestes diferències de tres punts percentuals es poden considerar indicatives de diferències significatives.

Les figures 10 i 11 mostren, de manera gràfica, els elevats nivells de dedicació horària, diferenciada per sexe i per edats. Com s'ha dit, és més elevada entre elles i també és més elevada entre adolescents de 15-18 anys. Possiblement, les dades són fins i tot una mica superiors, si es consideren totes les microconsultes, d'uns pocs minuts que es realitzen al llarg del dia, a l'institut, en el transport, mentre estan fent altres activitats, enmig d'una conversa, etc. Quan es realitzaven les enquestes, una part de l'alumnat disposava de l'aplicació d'higiene digital, la qual comptabilitza el temps d'ús dels mòbils, oferint dades molt elevades. Com és evident, no tot aquest temps es concentra en xarxes socials (per exemple, hi ha recerques freqüents a google, a aplicacions de mapes o geolocalització o consultes d'altres tipus).

Figura 10. Quantes HORES, aproximadament, utilitzes les xarxes socials? Segons sexe

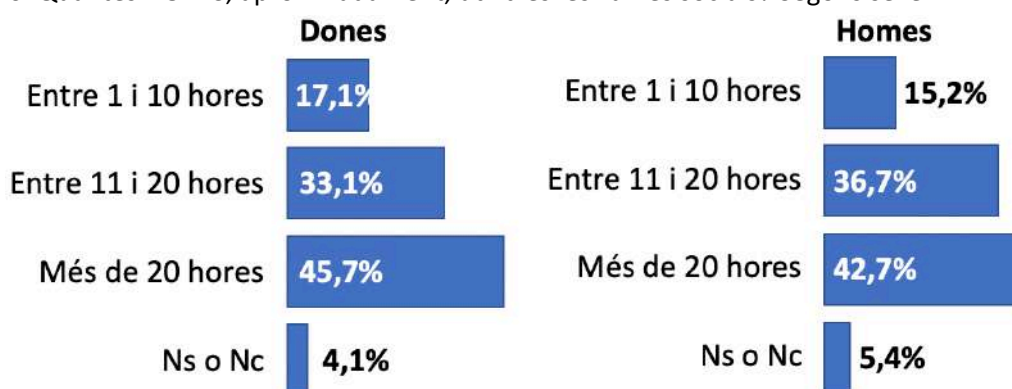
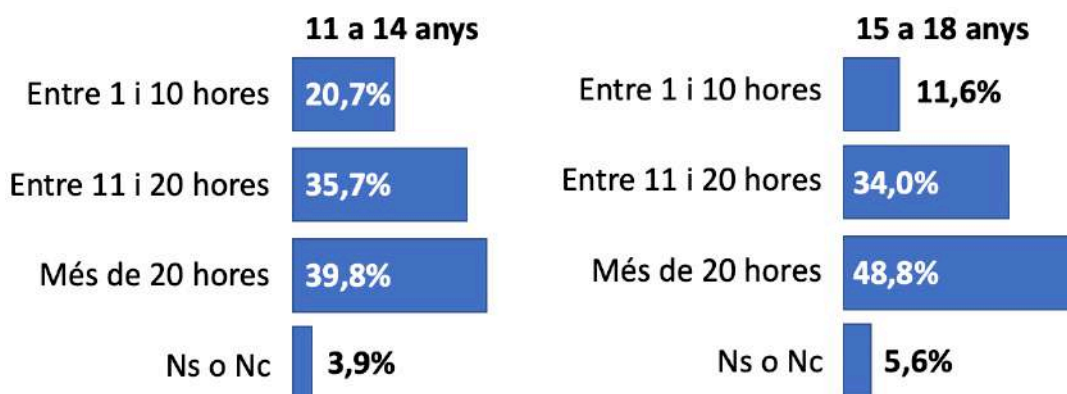


Figura 11. Quantes HORES, aproximadament, utilitzes les xarxes socials? Segons edat



La disponibilitat del mòbil, la intensificació de les relacions autònomes, al marge de la família, així com altres factors maduratiu, justifiquen l'increment de les dedicacions. En qualsevol cas, aquestes majors dedicacions també signifiquen més hores d'exposició als efectes de les xarxes socials, com s'intentarà mostrar en altres resultats.

Taula 15b. Quantes HORES, aproximadament, utilitzes les xarxes socials? En el conjunt de tota la setmana. Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Entre 1 i 5 hores	Nombre	2	1	3
	%	0,5%	0,3%	0,4%
Entre 6 i 10 hores	Nombre	78	42	120
	%	20,2%	11,3%	15,8%
Entre 11 i 15 hores	Nombre	42	43	85
	%	10,9%	11,5%	11,2%
Entre 16 i 20 hores	Nombre	96	84	180
	%	24,8%	22,5%	23,7%
Més de 20 hores setmanals	Nombre	154	182	336
	%	39,8%	48,8%	44,2%
Ns o Nc	Nombre	15	21	36
	%	3,9%	5,6%	4,7%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Una de les precisions que cal fer és comprovar com s'administren les hores de dedicació al llarg del dia. És molt diferent l'impacte de la pèrdua d'hores de descans nocturn o d'atenció a classe, que les hores en un horari d'horabaixa. Per aquest motiu, s'han estudiat els horaris preferents per a l'ús de les xarxes socials (taules 16a i 16b).

Els horaris més freqüents són l'horabaixa (30,3%), l'horari variable al llarg de tot el dia (29,3%) i la dedicació a qualsevol hora, tant del dia com de la nit (19,9%). L'horari més pertorbador per al descans és el nocturn, afecta al 7% de les i els adolescents.

Cal destacar com altres horaris amb conseqüències directament negatives ("coincidint amb classes", "abans d'aixecar-me" i altres), només afecta el 5,7% de l'alumnat enquestat. Però, si es considera el conjunt de les persones que el fan servir a la nit (19,9% i 5,7%), el percentatge augmenta considerablement, arribant a un total del 25,6%.

Taula 16a. Quin és l'HORARI més freqüent en que utilitzes més les xarxes socials?

Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Tot el dia i a la nit	Nombre	66	85	151
	%	16,8%	23,1%	19,9%
A l'horabaixa	Nombre	128	102	230
	%	32,7%	27,7%	30,3%
A la nit	Nombre	19	34	53
	%	4,8%	9,2%	7,0%
No tenc un horari preferible	Nombre	126	97	223
	%	32,1%	26,4%	29,3%
Ocasionalment	Nombre	15	15	30
	%	3,8%	4,1%	3,9%
Una altre horari (1)	Nombre	23	20	43
	%	5,9%	5,4%	5,7%
Ns o Nc	Nombre	15	15	30
	%	3,8%	4,1%	3,9%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

(1) "Abans d'aixecar-me del llit", "Només aixecar-me del llit", "Al matí, en horari de classe", "Sobretot, durant el dinar i el sopar" i altres combinacions

Pel que fa a les diferències per sexe, es poden observar tres significatives:

- horari d'horabaixa: 32,7% de les dones, per un 27,7% dels homes;
- horari nocturn: 9,2% dels homes, per un 4,8% de les dones;
- qualsevol hora del dia o la nit: 23,1% dels homes, per un 16,8% de les dones.

No són grans diferències d'horaris, però es pot interpretar com a més negatiu per al descans dels adolescents homes.

Les diferències d'horaris per edat (taula 16b) tampoc són molt rellevants. Es poden observar tres significatives:

- increment, amb l'edat, de l'ús de xarxes socials en qualsevol horari ("Tot el dia i a la nit" i " No tenc un horari preferible"), amb un 51,2% als 15-18 i un 47,3% als 11-14.
- Reducció de l'horari d'horabaixa, amb un 26,5% als 15-18 i un 33,9% als 11-14.
- Moderat increment de l'horari nocturn, , amb un 8,3% als 15-18 i un 5,7% als 11-14.

Taula 16b. Quin és l'HORARI més freqüent en que utilitzes més les xarxes socials?
Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Tot el dia i a la nit	Nombre	66	85	151
	%	17,1%	22,8%	19,9%
A l'horabaixa	Nombre	131	99	230
	%	33,9%	26,5%	30,3%
A la nit	Nombre	22	31	53
	%	5,7%	8,3%	7,0%
No tenc un horari preferible	Nombre	117	106	223
	%	30,2%	28,4%	29,3%
Ocasionalment	Nombre	13	17	30
	%	3,4%	4,6%	3,9%
Una altre horari (1)	Nombre	21	22	43
	%	5,4%	5,9%	5,7%
Ns o Nc	Nombre	17	13	30
	%	4,4%	3,5%	3,9%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

(1) "Abans d'aixecar-me del llit", "Només aixecar-me del llit", "Al matí, en horari de classe", "Sobretot, durant el dinar i el sopar" i altres combinacions

Quines són les utilitats que es destaquen de les xarxes socials? La funcionalitat és una de les variables clau per a entendre la gran importància de les xarxes a la vida quotidiana de les i els adolescents (taules 17a i 17b). Es poden diferenciar tres nivells d'importància, en funció de la freqüència d'ús:

- les grans utilitats, per sobre del 50% dels adolescents les fan servir per a: comunicar-me amb amistats (82,9%), passar l'estona mirant vídeos, "memes" i altres (56,4%) i escoltar música (52,4%).
- Les utilitats de nivell mig, entre el 25 i el 50% dels adolescents les fan servir per a aquestes utilitat. Destaquen: assabentar-se del que passa (37,8%), jugar en línia (33,0%) i quedar amb gent que ja es coneix (32,1%). També és interessant tenir present que un 25,9% assenyalava que les fa servir per a aprendre i fer treballs acadèmics.
- Les utilitats de baix nivell de rellevància, menys del 25% dels adolescents les fan servir: seguir comptes de "youtubers" (22,9%), mostrar fotos i vídeos seus (20,9%), fer amistats i concertar cites (10,9%) i altres de menor freqüència d'ús.

Com es pot observar, són les del darrer bloc les que requereixen atenció, per l'impacte possible, pel risc que s'experimenta, la majoria de vegades no concretat en dificultats.

Taula 17a. Per a què UTILITZES les xarxes socials? Pots indicar les 5 opcions més freqüents. Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
Per a comunicar-me amb amistats	335	85,5%	295	80,2%	630	82,9%
Per a veure què fan les meves amistats	110	28,1%	87	23,6%	197	25,9%
Per a assabentar-me del que passa	151	38,5%	136	37,0%	287	37,8%
Per a passar l'estona, veure curiositats	249	63,5%	180	48,9%	429	56,4%
Per jugar en línia	72	18,4%	179	48,6%	251	33,0%
Per escoltar música, veure concerts	238	60,7%	160	43,5%	398	52,4%
Per a aprendre i fer treballs	119	30,4%	78	21,2%	197	25,9%
Per a mostrar fotos i vídeos meus	89	22,7%	70	19,0%	159	20,9%
Per a pujar música	27	6,9%	29	7,9%	56	7,4%
Per a seguir comptes de gent famosa o "influencers"	88	22,4%	43	11,7%	131	17,2%
Per a seguir els comptes d'alguns "youtubers"	72	18,4%	102	27,7%	174	22,9%
Per a quedar amb gent que ja conec	129	32,9%	115	31,3%	244	32,1%
Per a fer amistats i concretar cites	42	10,7%	41	11,1%	83	10,9%
Mir o cerc imatges o vídeos sexuals	9	2,3%	21	5,7%	30	3,9%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

Les diferències per sexe mostren dues diferenciacions (taula 17a), utilitats amb una gran diferència per sexe i utilitats amb una freqüència diferenciada, però important per a elles i ells. Revisem les primeres:

- utilitats de les dones, significativament menys freqüents entre els homes: passar l'estona i veure curiositats (D: 63,5%; H: 48,9%), escoltar música (D: 60,7%; H: 43,5%), aprendre i fer treballs (D: 30,4%; H: 21,2%).
- utilitats dels homes, significativament menys freqüents entre les dones: jugar en línia (H: 48,6%; D: 18,4%), seguir "youtubers" (H: 27,7%; D: 18,4%).

Pel que fa a les utilitats importants per a elles i ells, però amb moderades diferències, es poden destacar: comunicar-se amb amistats (D: 85,5%; H: 80,2%), veure què fan les amistats (D: 28,1%; H: 23,6%).

La resta d'utilitats es distribueixen de maneres similars.

Taula 17b. Per a què UTILITZES les xarxes socials? Pots indicar les 5 opcions més freqüents. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
Per a comunicar-me amb amistats	310	80,1%	320	85,8%	630	82,9%
Per a veure què fan les meves amistats	83	21,4%	114	30,6%	197	25,9%
Per a assabentar-me del que passa	109	28,2%	178	47,7%	287	37,8%
Per a passar l'estona, veure curiositats	205	53,0%	224	60,1%	429	56,4%
Per a jugar en línia	127	32,8%	124	33,2%	251	33,0%
Per escoltar música, veure concerts	180	46,5%	218	58,4%	398	52,4%
Per a aprendre i fer treballs	84	21,7%	113	30,3%	197	25,9%
Per a mostrar fotos i vídeos meus	63	16,3%	96	25,7%	159	20,9%
Per a pujar música	24	6,2%	32	8,6%	56	7,4%
Per a seguir comptes de gent famosa o "influencers"	51	13,2%	80	21,4%	131	17,2%
Per a seguir els comptes d'alguns "youtubers"	82	21,2%	92	24,7%	174	22,9%
Per a quedar amb gent que ja conec	118	30,5%	126	33,8%	244	32,1%
Per a fer amistats i concretar cites	23	5,9%	60	16,1%	83	10,9%
Mir o cerc imatges o vídeos sexuals	12	3,1%	18	4,8%	30	3,9%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Les diferències per grup d'edat, a les utilitats, es concentra en tres increments (taula 17b):

- augmenta la curiositat pels altres: "assabentar-me del que passa", del 21,4% als 11-14 al 47,7% als 15-18; "veure què fan les amistats", passa del 21,4% al 30,6%.
- Escoltar música: passa del 46,5% al 58,4%.
- Mostrar fotos i vídeos seus: passa del 16,3% al 25,7%.

Per tant, s'incrementa la curiositat pels iguals, el consum cultural i l'exposició, mitjançant imatges.

Les utilitats aprofitades es centren en les grans funcionalitats, però quan es concreta més s'ha de parar atenció al tipus de pràctiques que realitzen les i els adolescents, identificades entre d'altres qüestions, per les publicacions i activitats que fan (taules 18a i 18b). El detall de les activitats mostra dos grans grups d'activitats molt freqüents, més el consum passiu:

- Mostrar imatges: fotos (47,1%) i vídeos (28,6%).
- Comunicació: és una de les activitats més freqüents orientada a les amistats (45,0%) o amb altra gent (18,0%).
- Consum passiu del que fan altres persones: "mir el que hi ha" (31,8%), "pos m'agrada" (32,5%), compartesc "memes" (21,3%).

Les activitats basades en la productivitat personal són menys freqüents: escriure comentaris (11,6%) o documents (4,1%); donar l'opinió (9,2%) o fer denúncies (2,4%). Afortunadament, també sembla molt poc freqüent la publicació d'imatges sexuals (0,4%), tot i que en aquest cas és possible una certa ocultació que es podrà explorar a les anàlisi qualitatives.

Taula 18a. Quin TIPUS DE PUBLICACIONS fas a les xarxes socials? Pots indicar tantes opcions com vulguis. Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
No public res, només mir el que hi ha	96	24,5%	146	39,7%	242	31,8%
Pos "M'agrada"	155	39,5%	92	25,0%	247	32,5%
Escric comentaris, frases o cites	52	13,3%	36	9,8%	88	11,6%
Don la meva opinió	34	8,7%	36	9,8%	70	9,2%
Faig denúncies	9	2,3%	9	2,4%	18	2,4%
Public fotos	222	56,6%	136	37,0%	358	47,1%
Public vídeos	144	36,7%	73	19,8%	217	28,6%
Public música	39	9,9%	17	4,6%	56	7,4%
Public documents (Word, PDF...)	23	5,9%	8	2,2%	31	4,1%
Compartesc 'memes'	84	21,4%	78	21,2%	162	21,3%
Em comunic amb les meves amistats	212	54,1%	130	35,3%	342	45,0%
Em comunic amb altra gent	88	22,4%	49	13,3%	137	18,0%
Public imatges o vídeos sexuals	0	0,0%	3	0,8%	3	0,4%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

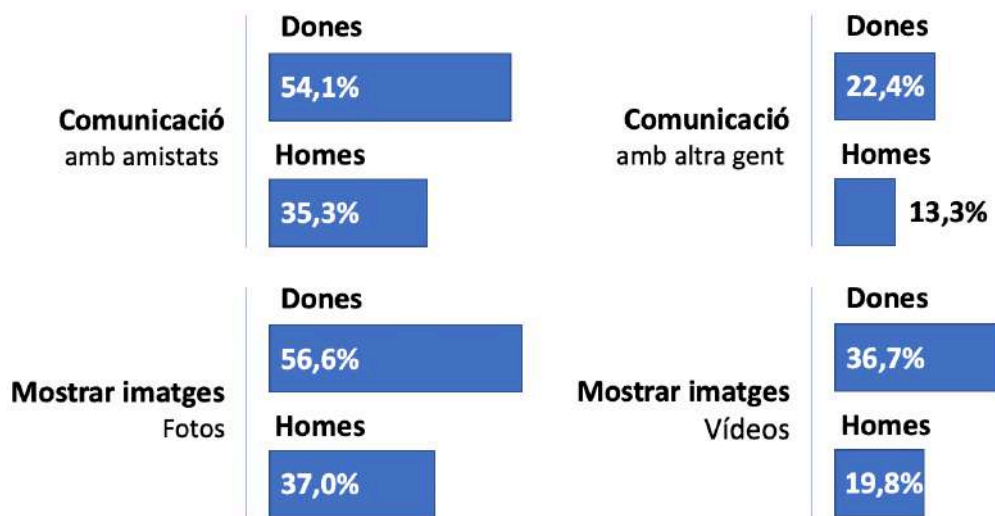
Les diferències per sexe, pel que fa a les activitats, es concentren en dos tipus d'activitats (taula 18a):

- la comunicació és una preferència de les adolescents dones: amb amistats (D: 54,1%, H: 35,3%) i amb altra gent (D: 22,4%; H: 13,3%).
- Mostrar imatges també és una preferència de les adolescents dones: fotos (D: 56,6%; H: 37,0%) i vídeos (D: 36,7%; H: 19,8%).

A la figura 12, es poden observar els tipus de publicacions dominants d'una manera molt clara, destacant les diferències per sexe en activitats com la comunicació amb amistats, significativament més freqüent entre les adolescents; passa el mateix amb la comunicació amb altra gent.

També hi ha diferències molt significatives pel que fa a altres activitats com mostrar imatges fixes (fotos) o vídeos, sempre molt més freqüents entre les adolescents, les quals són més actives a les xarxes socials.

Figura 12. Quin TIPUS DE PUBLICACIONS fas a les xarxes socials? Segons sexe i edat

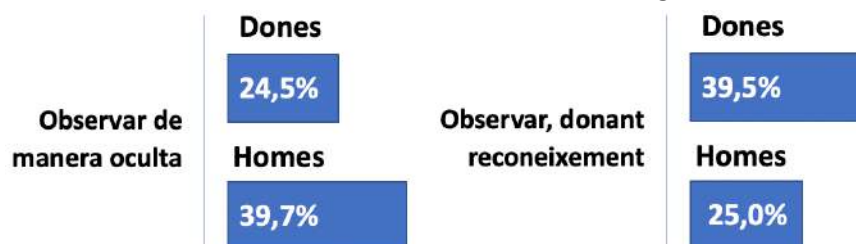


A més d'aquests dos tipus d'activitats, pel que fa al consum passiu del que fan altres persones, s'observa una diferència d'estratègia:

- observar de manera oculta, és una estratègia preferentment masculina: "mir el que hi ha" (H: 39,7%; D: 24,5%);
- observar, però donant reconeixement, és una estratègia preferentment femenina: "pos m'agrada" (D: 39,5%; H: 25,0%).

A la figura 13 es pot veure com el consum passiu segueix una lògica diferent al consum que requereix activitat. En aquest cas, el consum passiu més radical, l'observació oculta de les publicacions d'altres persones, és característic dels adolescents, mentre quan aquest consum implica donar reconeixement a aquestes publicacions, torna a ser més freqüent entre les adolescents.

Figura 13. Quin TIPUS DE CONSUM PASSIU fas a les xarxes socials? Segons sexe



Taula 18b. Quin TIPUS DE PUBLICACIONS fas a les xarxes socials? Pots indicar tantes opcions com vulguis. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
No public res, només mir el que hi ha	138	35,7%	104	27,9%	242	31,8%
Pos "M'agrada"	106	27,4%	141	37,8%	247	32,5%
Escric comentaris, frases o cites	29	7,5%	59	15,8%	88	11,6%
Don la meva opinió	37	9,6%	33	8,8%	70	9,2%
Faig denúncies	6	1,6%	12	3,2%	18	2,4%
Public fotos	152	39,3%	206	55,2%	358	47,1%
Public vídeos	108	27,9%	109	29,2%	217	28,6%
Public música	23	5,9%	33	8,8%	56	7,4%
Public documents (Word, PDF...)	7	1,8%	24	6,4%	31	4,1%
Compartesc 'memes'	70	18,1%	92	24,7%	162	21,3%
Em comunic amb les meves amistats	155	40,1%	187	50,1%	342	45,0%
Em comunic amb altre gent	48	12,4%	89	23,9%	137	18,0%
Public imatges o vídeos sexuals	2	0,5%	1	0,3%	3	0,4%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Les diferències per grups d'edat (taula 18b), també indiquen que hi ha un increment amb l'edat en dos tipus d'activitats:

- la comunicació augmenta més d'un 10%: amb amistats (11-14: 40,1%, 15-18: 50,1%) i amb altra gent (11-14: 12,4%, 15-18: 23,9%).
- Mostrar imatges també augmenta, pel que fa a les fotos (11-14: 39,3%, 15-18: 55,2%), de manera sorprenent és similar pel que fa als vídeos (11-14: 27,9%, 15-18: 29,2%).

Ja s'ha detallat la funcionalitat preferida, així com l'activitat, però encara no sabem quin és el contingut del que mostren, comuniquen o miren. A continuació, es concreta aquest contingut temàtic (taules 19a i 19b). El més destacat és que no hi ha un tema concret preferit (46,7%), tot i que n'hi ha tres temes freqüents: la vida personal i les opinions (25,4%); els llocs visitats o coneguts en imatges (16,4%) i la música (12,0%).

Com es pot observar, l'exposició pública és molt rellevant (vida, opinió, preferències), però la comunicació, com a activitat dominant és molt variada.

Les diferències per sexe (taula 19a) confirmen tres temàtiques amb pràctiques diferenciades:

- Preferències femenines: la vida personal i les opinions (D: 32,9%; H: 17,4%), mostrar els llocs visitats o coneguts en imatges (D: 23,5%; H: 9,0%).
- Preferències masculines: videojocs (H: 13,6%; D: 5,9%).

Taula 19a. Sobre quins TEMES són les teves publicacions més freqüents? Pots indicar fins a 3 opcions. Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
No hi ha temes en concret	179	45,7%	176	47,8%	355	46,7%
...la meua vida, el que faig o la meua opinió	129	32,9%	64	17,4%	193	25,4%
Sobre la vida d'altres persones	6	1,5%	9	2,4%	15	2,0%
Sobre gent famosa, 'youtubers'...	16	4,1%	21	5,7%	37	4,9%
Sobre paisatges, viatges	92	23,5%	33	9,0%	125	16,4%
Sobre animals	36	9,2%	16	4,3%	52	6,8%
Sobre videojocs	23	5,9%	50	13,6%	73	9,6%
Sobre música	57	14,5%	34	9,2%	91	12,0%
Sobre cultura (literatura, art...)	28	7,1%	8	2,2%	36	4,7%
Sobre temes dels estudis	2	0,5%	5	1,4%	7	0,9%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

L'única diferència significativa entre grups d'edat (taula 19b) s'observa en l'increment de l'exposició pública mitjançant mostrar la vida personal i les opinions (11-14: 19,4%, 15-18: 31,6%). La resta de temàtiques es mantenen constants amb els canvis d'edat.

Taula 19b. Sobre quins TEMES són les teves publicacions més freqüents? Pots indicar fins a 3 opcions. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
No hi ha temes en concret	181	46,8%	174	46,6%	355	46,7%
...la meua vida, el que faig o la meua opinió	75	19,4%	118	31,6%	193	25,4%
Sobre la vida d'altres persones	7	1,8%	8	2,1%	15	2,0%
Sobre gent famosa, 'youtubers'...	17	4,4%	20	5,4%	37	4,9%
Sobre paisatges, viatges	61	15,8%	64	17,2%	125	16,4%
Sobre animals	24	6,2%	28	7,5%	52	6,8%
Sobre videojocs	45	11,6%	28	7,5%	73	9,6%
Sobre música	43	11,1%	48	12,9%	91	12,0%
Sobre cultura (literatura, art...)	12	3,1%	24	6,4%	36	4,7%
Sobre temes dels estudis	3	0,8%	4	1,1%	7	0,9%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Estudiant les motivacions de les pràctiques observades, s'ha destacat l'exploració de les motivacions vinculades a generar simpatia, agradar altres persones. La majoria contesta clarament que aquesta no és la seva motivació principal (83,6%), tot i que un 25,4% reconeix que realitza aquesta pràctica.

Taula 20a. Public coses a les xarxes socials per AGRADAR ALTRES PERSONES. Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No, aquesta no és la meua motivació principal	Nombre	225	217	442
	%	57,4%	59,0%	58,2%
Tal vegada ho faci, però no és la meua motivació principal	Nombre	116	77	193
	%	29,6%	20,9%	25,4%
Sí, m'agrada rebre reconeixement	Nombre	18	16	34
	%	4,6%	4,3%	4,5%
Sí, consider important tenir molts seguidors	Nombre	2	7	9
	%	0,5%	1,9%	1,2%
Ns o Nc	Nombre	31	51	82
	%	7,9%	13,9%	10,8%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Les respostes no deixen marge per a l'anàlisi de les diferències per sexe (taula 20a), tot i que són significativament més les adolescents les que reconeixen que fan aquesta pràctica, encara que no sigui la seva motivació principal (D: 29,6%; H: 20,9%).

Taula 20b. Publicar coses a les xarxes socials per AGRADAR ALTRES PERSONES. Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No, aquesta no és la meva motivació principal	Nombre	228	214	442
	%	58,9%	57,4%	58,2%
Tal vegada ho faci, però no és la meva motivació principal	Nombre	80	113	193
	%	20,7%	30,3%	25,4%
Sí, m'agrada rebre reconeixement	Nombre	21	13	34
	%	5,4%	3,5%	4,5%
Sí, consider important tenir molts seguidors	Nombre	9	0	9
	%	2,3%	0,0%	1,2%
Ns o Nc	Nombre	49	33	82
	%	12,7%	8,8%	10,8%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Les diferències per grups d'edat (taula 20b) també s'observen en aquesta opció (11-14: 20,7%; 15-18: 30,3%). Augmenta la pràctica de publicar per a agradar els altres, encara que es reconegui que no és la motivació principal. En qualsevol cas, sí hi ha publicacions pensant en els qui rebran els missatges o seran espectadors.

Atesa la importància del consum passiu del que fan altres persones, s'explora la rellevància i caracterització d'aquesta pràctica (taules 21a i 21b). La declaració més rellevant és la desvalorització d'aquesta pràctica (55,1%), sigui perquè se freqüenten més xarxes socials que no fan servir aquest procediment (per exemple, WhatsApp), o perquè no és una pràctica tan freqüent a algunes xarxes (per exemple, YouTube). Sigui pel motiu que sigui, un 35,0% reconeix que para atenció en els "m'agrada" que reben les seves publicacions.

Les diferències per sexe (taula 20a), mostren una diferència significativa, amb més atenció reconeguda per generar interès entre les dones (D:39,5%; H: 30,2%), mentre els homes rebutgen tenir interès en major percentatge, contestant un 59,0% que no els importa, mentre entre les dones són un 51,5% les que ho declaren.

Taula 21a. Li don importància al nombre de "M'AGRADA" que tenen les meves publicacions. Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No, no m'importa res o quasi res	Nombre	202	217	419
	%	51,5%	59,0%	55,1%
Sí, mir quants "M'agrada" em posen, però no és la meva motivació principal	Nombre	128	87	215
	%	32,7%	23,6%	28,3%
Sí, m'agrada rebre reconeixement i revís quants "M'agrada" rep	Nombre	27	24	51
	%	6,9%	6,5%	6,7%
Ns o Nc	Nombre	35	40	75
	%	8,9%	10,9%	9,9%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Pel que fa a les diferències per grup d'edat, cal tenir present que només hi ha canvis significatius en l'augment del desinterès pel reconeixement, passant del 52,7% al 57,6%. El patró de resposta és similar en els dos grups d'edat.

Taula 21b. Li don importància al nombre de "M'AGRADA" que tenen les meves publicacions. Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No, no m'importa res o quasi res	Nombre	204	215	419
	%	52,7%	57,6%	55,1%
Sí, mir quants "M'agrada" em posen, però no és la meva motivació principal	Nombre	114	101	215
	%	29,5%	27,1%	28,3%
Sí, m'agrada rebre reconeixement i revís quants "M'agrada" rep	Nombre	18	33	51
	%	4,7%	8,8%	6,7%
Ns o Nc	Nombre	51	24	75
	%	13,2%	6,4%	9,9%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

La majoria ha negat tenir interès pel reconeixement que reben i pel que donen, així cal explorar per què posen "m'agrada" a les publicacions d'altres persones (taules 22a i 22b). La majoria (48,7%) contesten indicant que només el posen quan l'interès és autèntic. Donar reconeixement és significativament més freqüent entre les dones, així les diferències per sexe (taula 22a) mostren dos patrons diferents:

- les dones reconeixen posar "m'agrada" de manera més freqüent i a mesura que van observant publicacions (D: 27,3%; H: 18,8%).

- Els homes, de manera més freqüent, declaren que no posen "m'agrada" gairebé mai (H: 22,3%; D: 9,2%).

Taula 22a. Per què poses "M'AGRADA"? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No pos "M'agrada" gairebé mai	Nombre	36	82	118
	%	9,2%	22,3%	15,5%
Pos "M'agrada" quan vaig mirant, a pràcticament tot, per costum	Nombre	107	69	176
	%	27,3%	18,8%	23,2%
Pos "M'agrada" amb freqüència, perquè sàpiguen que els segueix	Nombre	21	23	44
	%	5,4%	6,3%	5,8%
Només pos "M'agrada" quan una cosa m'interessa de veres	Nombre	205	165	370
	%	52,3%	44,8%	48,7%
Ns o Nc	Nombre	23	29	52
	%	5,9%	7,9%	6,8%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Pel que fa a les diferències per grups d'edat, només hi ha diferències significatives en l'increment, amb l'edat, de donar "m'agrada" de manera regular (11-14: 19,6%; 15-18: 26,8%).

Taula 22b. Per què poses "M'AGRADA"? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No pos "M'agrada" gairebé mai	Nombre	65	53	118
	%	16,8%	14,2%	15,5%
Pos "M'agrada" quan vaig mirant, a pràcticament tot, per costum	Nombre	76	100	176
	%	19,6%	26,8%	23,2%
Pos "M'agrada" amb freqüència, perquè sàpiguen que els segueix	Nombre	23	21	44
	%	5,9%	5,6%	5,8%
Només pos "M'agrada" quan una cosa m'interessa de veres	Nombre	194	176	370
	%	50,1%	47,2%	48,7%
Ns o Nc	Nombre	29	23	52
	%	7,5%	6,2%	6,8%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Les pràctiques identificades a les xarxes inclouen, com s'ha vist, molta comunicació sobre continguts privats, siguin detalls de la manera de viure, opinions o imatges, sigui el que sigui. De tal manera que la preocupació per la privacitat és perfectament coherent. S'ha estudiat des de diverses perspectives, començant per comprovar fins quin punt els importa el tema (taules 23a i 23b). S'ha pogut constatar com la majoria està preocupada (79,6%) i, no només això, sinó que no dona a ningú ni publica a les seves xarxes les seves dades personals (62,5%). Només un 15,5% no es preocupa en absolut pel tema de la privacitat.

Taula 23a. Et preocupa la PRIVACITAT en les xarxes socials? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No, no hi pos molta atenció. No em preocupa	Nombre	24	86	110
	%	6,1%	23,4%	14,5%
Sí, però no he fet res per a ocultar les meves dades	Nombre	64	50	114
	%	16,3%	13,6%	15,0%
Sí, no don a ningú ni public a les meves xarxes les meves dades personals	Nombre	277	198	475
	%	70,7%	53,8%	62,5%
No utilitz gairebé les xarxes socials, però em sembla important	Nombre	7	9	16
	%	1,8%	2,4%	2,1%
No utilitz gairebé les xarxes socials, però no li don importància	Nombre	3	5	8
	%	0,8%	1,4%	1,1%
Ns o Nc	Nombre	17	20	37
	%	4,3%	5,4%	4,9%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

En aquest tema hi ha un patró diferenciat entre ells i elles (taula 23a i figura 14):

- entre els adolescents és més freqüent despreocupar-se (H:24,8%; D: 6,9%);
- entre les adolescents, hi ha una preocupació significativament més freqüent (D: 88,8%; H: 69,8%), però també una activació que les ha fet no donar a ningú ni publicar a les seves xarxes les seves dades personals (D: 70,7%; H: 53,8%).

Figura 14. Et preocupa la PRIVACITAT en les xarxes socials? Segons sexe



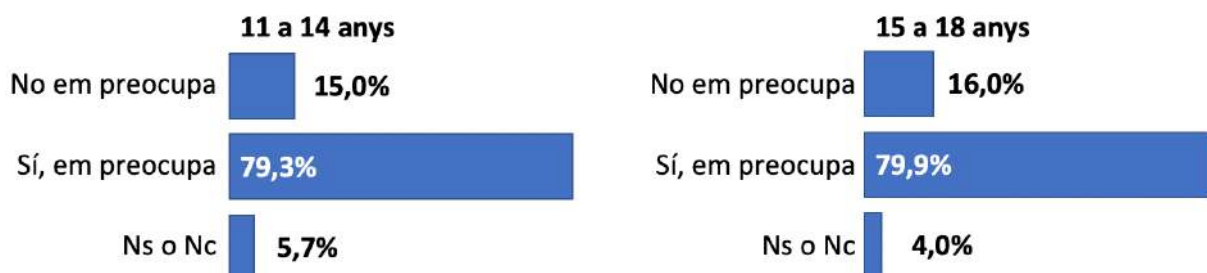
La motivació de la prevenció prové de diverses fonts de preocupació, però, tal vegada, destaca la freqüència amb la que han tingut experiències de convidades desagradables, tal i com es comprovarà més endavant.

Les diferències per grups d'edat (taula 23b i figura 15), en termes general, no són destacades; la preocupació, en qualsevol de les tres maneres d'expressar-se, afecta prop del 80% en els dos grups d'edat. La diferència més destacada és que, encara que els preocupi el tema, es fa menys prevenció als 15-18 anys (19,0% no en fa) que als 11-14 (11,1% no en fa).

Taula 23b. Et preocupa la PRIVACITAT en les xarxes socials? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No, no hi pos molta atenció. No em preocupa	Nombre	52	58	110
	%	13,4%	15,5%	14,5%
Sí, però no he fet res per a ocultar les meves dades	Nombre	43	71	114
	%	11,1%	19,0%	15,0%
Sí, no don a ningú ni public a les meves xarxes les meves dades personals	Nombre	252	223	475
	%	65,1%	59,8%	62,5%
No utilitz gairebé les xarxes socials, però em sembla important	Nombre	12	4	16
	%	3,1%	1,1%	2,1%
No utilitz gairebé les xarxes socials, però no li don importància	Nombre	6	2	8
	%	1,6%	0,5%	1,1%
Ns o Nc	Nombre	22	15	37
	%	5,7%	4,0%	4,9%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 15. Et preocupa la PRIVACITAT en les xarxes socials? Segons edat



La millor prevenció (taules 24a i 24b) es concreta en fer tots els comptes privats, però aquesta precaució només l'han tingut el 26,7%. Un 56,1% almenys ha fet privats una part dels seus comptes. A més, només l'11,3% té tots els comptes públics, per tant el nivell de protecció és millorable, però no es troba en una situació alarmant.

Taula 24a. Els teus comptes a les xarxes socials, són públics (oberts) o privats (seleccions qui hi pot accedir)? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Són tots públics	Nombre	32	54	86
	%	8,2%	14,7%	11,3%
Tenc comptes públics i comptes privats	Nombre	228	198	426
	%	58,2%	53,8%	56,1%
Són tots privats	Nombre	110	93	203
	%	28,1%	25,3%	26,7%
Ns o Nc	Nombre	22	23	45
	%	5,6%	6,3%	5,9%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Les diferències per sexe (taula 24a) són significatives si es consideren totes les persones amb almenys una part dels comptes protegits. Entre les dones adolescents aquesta situació representa el 86,2% de les persones enquestades; mentre, entre els homes adolescents, representa un 79,1%. La diferència no és molt rellevant, però sí indica una major consciència de la necessitat entre les adolescents.

Taula 24b. Els teus comptes a les xarxes socials, són públics (oberts) o privats (seleccions qui hi pot accedir)? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Són tots públics	Nombre	48	38	86
	%	12,4%	10,2%	11,3%
Tenc comptes públics i comptes privats	Nombre	231	195	426
	%	59,7%	52,3%	56,1%
Són tots privats	Nombre	81	122	203
	%	20,9%	32,7%	26,7%
Ns o Nc	Nombre	27	18	45
	%	7,0%	4,8%	5,9%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Les diferències per edats (taula 24b) mostren un increment dels controls, passant d'un 80,6% de persones amb almenys una part dels comptes privats, als 11-14 anys; mentre, aquesta situació representa el 85,0% als 15-18 anys. Es podria pensar que els comptes a les xarxes socials que mostren informació més sensible, són els que s'han protegit, això es el que s'ha demanat a continuació (taules 25a i 25b).

S'ha demanat "quina xarxa o xarxes socials els teus comptes són privats (selecciones qui hi pot accedir)?" L'aclariment, entre parèntesi, volia deixar clar que la protecció era efectiva a aquest nivell. Efectivament, els comptes de les xarxes més utilitzades i a les quals es comparteix informació personal més sensible (imatges, detalls de la vida privada, opinions, etc.), són les que han estat més protegides, en especial Instagram (69,2% protegeix els comptes) i TikTok (48,7% els protegeix). Com es pot interpretar fàcilment, hi ha una diferència considerable, és a dir, pot millorar la protecció a TikTok. Tot i aquesta diferència, cal tenir present que el nivell de publicació a Instagram és més alt que a TikTok; aquesta darrera xarxa inclou molts comptes als quals només s'observa, es consumeix, el que altra gent ha posat.

Passa el mateix amb WhatsApp, aquesta xarxa encripta els missatges personals, de tal manera que sempre ofereix aquest nivell de protecció, també es fa una selecció de les persones que tenen accés, ja que habitualment no es pot accedir-hi sense convidada directa. Tot i això, algú podria donar accés al telèfon, per tant té sentit l'ocultació de perfils de WhatsApp.

La resta de xarxes socials es troben a gran distància. La quarta xarxa, per nivell d'ús, és YouTube, però la informació és menys sensible, ja que habitualment es fa servir, entre els i les adolescents, per a consumir vídeos d'altres persones. A aquesta xarxa tenen comptes protegides el 22,6% de les i els adolescents.

Pel que fa a les diferències per sexe (taula 25a), cal tenir present el que hem dit a les pàgines precedents sobre la privacitat, així com sobre el nivell d'ús feminitzat o masculinitzat. Hi ha dos patrons diferenciats:

- xarxes amb un nivell significativament més elevat de comptes protegits entre les dones adolescents: Instagram (D: 74,5%; H: 63,6%), Snapchat (D: 38,8%; H: 17,7%) i Pinterest (D: 16,1%; H: 3,0).
- Xarxes amb un nivell significativament més elevat de comptes protegits entre els homes adolescents: Discord (H: 20,4%; D: 5,9%), Twitch (H: 12,2%; D: 2,8%).

Taula 25a. A quina xarxa o xarxes socials els teus comptes són privats (seleccions qui hi pot accedir)? Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	48	12,2%	37	10,1%	85	11,2%
Twitter	39	9,9%	54	14,7%	93	12,2%
YouTube	80	20,4%	92	25,0%	172	22,6%
Instagram	292	74,5%	234	63,6%	526	69,2%
TikTok	206	52,6%	164	44,6%	370	48,7%
Snapchat	152	38,8%	65	17,7%	217	28,6%
OnlyFans	2	0,5%	7	1,9%	9	1,2%
Spotify	71	18,1%	62	16,8%	133	17,5%
Houseparty	3	0,8%	0	0,0%	3	0,4%
Pinterest	63	16,1%	11	3,0%	74	9,7%
Twitch	11	2,8%	45	12,2%	56	7,4%
Discord	23	5,9%	75	20,4%	98	12,9%
Waze	2	0,5%	0	0,0%	2	0,3%
Edmodo	2	0,5%	2	0,5%	4	0,5%
Google Classroom	64	16,3%	41	11,1%	105	13,8%
WhatsApp	165	42,1%	141	38,3%	306	40,3%
Messenger	16	4,1%	10	2,7%	26	3,4%
Telegram	14	3,6%	16	4,3%	30	3,9%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

Les diferències per grups d'edat (taula 25b), mostren un patró molt similar, però amb dues tendències paral·leles:

- increment de la protecció amb l'edat: Instagram (+13,1%), Twitter (+8,6%), WhatsApp (+8,3%) i Facebook (+7,0%).
- menor protecció als 15-18 que als 11-14: només s'observa a TikTok (-14,5%), possiblement per l'ús passiu (només observar el que altres publiquen), identificat abans; però, també perquè aquesta xarxa s'interpreta com a innocent o com a més infantil que les altres.

Taula 25b. A quina xarxa o xarxes socials els teus comptes són privats (seleccions qui hi pot accedir)? Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	30	7,8%	55	14,7%	85	11,2%
Twitter	31	8,0%	62	16,6%	93	12,2%
YouTube	78	20,2%	94	25,2%	172	22,6%
Instagram	243	62,8%	283	75,9%	526	69,2%
TikTok	216	55,8%	154	41,3%	370	48,7%
Snapchat	107	27,6%	110	29,5%	217	28,6%
OnlyFans	4	1,0%	5	1,3%	9	1,2%
Spotify	68	17,6%	65	17,4%	133	17,5%
Houseparty	3	0,8%	0	0,0%	3	0,4%
Pinterest	40	10,3%	34	9,1%	74	9,7%
Twitch	29	7,5%	27	7,2%	56	7,4%
Discord	48	12,4%	50	13,4%	98	12,9%
Waze	2	0,5%	0	0,0%	2	0,3%
Edmodo	2	0,5%	2	0,5%	4	0,5%
Google Classroom	45	11,6%	60	16,1%	105	13,8%
WhatsApp	140	36,2%	166	44,5%	306	40,3%
Messenger	10	2,6%	16	4,3%	26	3,4%
Telegram	8	2,1%	22	5,9%	30	3,9%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

L'ús de les xarxes no és estàtic, va canviant amb el temps, d'acord a l'augment o disminució del prestigi de les xarxes; d'acord amb la necessitat o interès per funcionalitats diferents; d'acord al propi procés maduratiu o al cansament en relació amb determinades xarxes socials. Per captar aquest aspecte dinàmic, s'ha estudiat quines xarxes fan servir cada vegada més (taules 26a i 26b).

En relació a l'increment de l'ús, es poden identificar tres nivells, en funció de l'increment de la freqüència d'ús en els darrers anys:

- increment molt considerable (>40%): TikTok (43,6% i Instagram (41,1%).
- increment moderat (entre el 10 i el 40%): WhatsApp (20,9%), Spotify (18,4%), YouTube (17,0%), Snapchat (16,1%), Facebook (13%) i Google Classroom (10,8%).
- reduït increment (<10%): Discord (9,3%), Pinterest (8,0%), Twitter (7,9%) o Twitch (7,2%).

Hi ha diferències molt notables, relacionades amb les motivacions de consum (vídeos i imatges, preferentment). En qualsevol cas, com es pot observar, hi ha noves xarxes que s'obren camí i que cal conèixer millor per part dels serveis educatius, d'igualtat, joventut i la resta de serveis orientats a la feina amb adolescents i joves.

Les diferències per sexe (taula 26a i figura 16), mostren un increment diferenciat:

- increment significativament superior entre les dones: Pinterest (D: 14,0; H: 1,6%), Snapchat (D: 20,7%; H: 11,1%), TikTok (D: 47,4%; H: 39,4%).
- Increment significativament superior entre els homes: Twitch (H:12,5%; D: 2,3%), YouTube (H: 21,7%; D: 12,5%), Discord (H: 14,4%; D: 4,6%).

Taula 26a. Durant el darrer any, has començat a UTILITZAR CADA VEGADA MÉS alguna o algunes xarxes socials? En cas afirmatiu, pots indicar fins a 3 opcions.

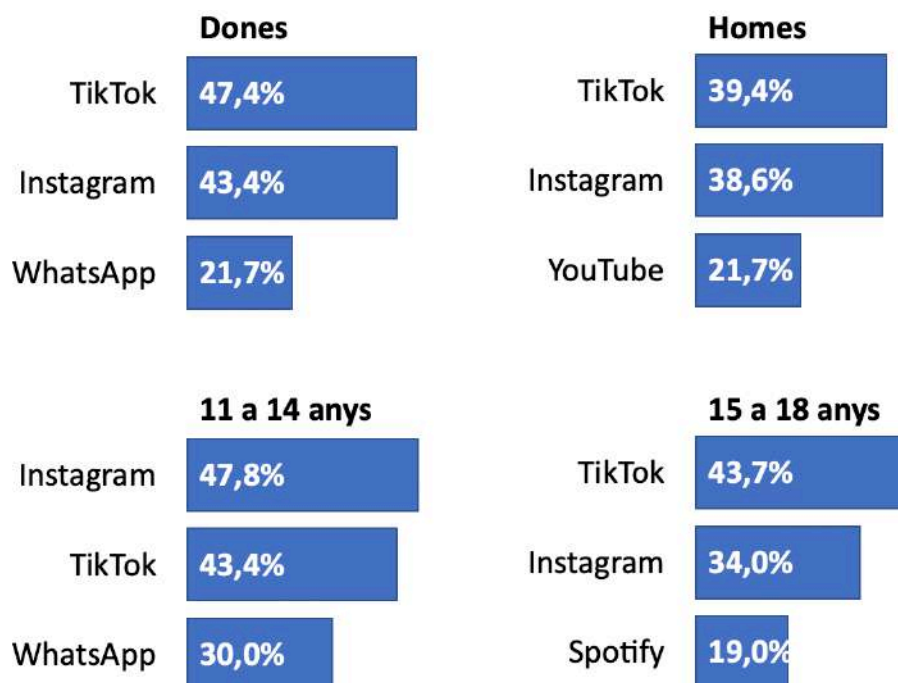
Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	47	12,0%	52	14,1%	99	13,0%
Twitter	34	8,7%	26	7,1%	60	7,9%
YouTube	49	12,5%	80	21,7%	129	17,0%
Instagram	170	43,4%	142	38,6%	312	41,1%
TikTok	186	47,4%	145	39,4%	331	43,6%
Snapchat	81	20,7%	41	11,1%	122	16,1%
OnlyFans	1	0,3%	7	1,9%	8	1,1%
Spotify	82	20,9%	58	15,8%	140	18,4%
Houseparty	0	0,0%	1	0,3%	1	0,1%
Pinterest	55	14,0%	6	1,6%	61	8,0%
Twitch	9	2,3%	46	12,5%	55	7,2%
Discord	18	4,6%	53	14,4%	71	9,3%
Google Classroom	51	13,0%	31	8,4%	82	10,8%
WhatsApp	85	21,7%	74	20,1%	159	20,9%
Messenger	0	0,0%	2	0,5%	2	0,3%
Telegram	4	1,0%	9	2,4%	13	1,7%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

Les diferències, segons grups d'edat (taula 26b i figura 16), també mostren una tendència dominant a mantenir el consum a les xarxes que ja es consumien fa un temps, amb petites variacions. És a dir, hi ha variacions per sexe, però distribuïdes de manera similar en els dos grups d'edat.

Només cal destacar un major interès als 11-14, per tal de començar amb xarxes com Instagram (47,8%) i WhatsApp (30,0%) que als 15-18 anys.

Figura 16. Xarxes socials que has començat a UTILITZAR CADA VEGADA MÉS. Segons sexe i edat



Taula 26b. Durant el darrer any, has començat a UTILITZAR CADA VEGADA MÉS alguna o algunes xarxes socials? En cas afirmatiu, pots indicar fins a 3 opcions.

Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Facebook	45	11,6%	54	14,5%	99	13,0%
Twitter	21	5,4%	39	10,5%	60	7,9%
YouTube	77	19,9%	52	13,9%	129	17,0%
Instagram	185	47,8%	127	34,0%	312	41,1%
TikTok	168	43,4%	163	43,7%	331	43,6%
Snapchat	56	14,5%	66	17,7%	122	16,1%
OnlyFans	4	1,0%	4	1,1%	8	1,1%
Spotify	69	17,8%	71	19,0%	140	18,4%
Houseparty	1	0,3%	0	0,0%	1	0,1%
Pinterest	38	9,8%	23	6,2%	61	8,0%
Twitch	30	7,8%	25	6,7%	55	7,2%
Discord	37	9,6%	34	9,1%	71	9,3%
Google Classroom	42	10,9%	40	10,7%	82	10,8%
WhatsApp	116	30,0%	43	11,5%	159	20,9%
Messenger	1	0,3%	1	0,3%	2	0,3%
Telegram	6	1,6%	7	1,9%	13	1,7%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Un dels usos més comuns, entre adolescents, és el seguiment de gent famosa de les xarxes socials, "influencers", "youtubers" o "streamers", per aquest motiu s'ha explorat l'opinió sobre aquesta gent (taules 27a i 27b). La primera constatació és que només el 8,6% no segueix ningú, però la segona és l'opinió majoritària (50,1%) de que en algunes ocasions són creïbles i fiables, ampliada per la convicció de que "són persones valentes i me'ls crec" (4,3%) i de que són bastant creïbles i fiables" (9,9%). En conjunt, aquestes tres opinions molt favorables són compartides per un 64,3% dels adolescents. Només un 22,8% considera que són poc creïbles.

Si s'analitzen les diferències per sexe (taula 27a), es pot establir una doble diferenciació:

- les tres opinions més favorables són significativament més freqüent entre els homes (H: 70,7%; D: 58,4%).
- l'opinió clarament en contra de la seva credibilitat és significativament més freqüent entre les dones (D: 27,8%; H: 17,4%).

Taula 27a. Què opines de la gent famosa de les xarxes socials, "influencers", "youtubers" o "streamers"? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Són persones valentes i me'ls crec	Nombre	16	17	33
	%	4,1%	4,6%	4,3%
Són bastant creïbles i fiables	Nombre	15	60	75
	%	3,8%	16,3%	9,9%
En algunes ocasions són creïbles i fiables	Nombre	198	183	381
	%	50,5%	49,7%	50,1%
Són molt poc creïbles	Nombre	109	64	173
	%	27,8%	17,4%	22,8%
No en segueix a cap	Nombre	38	27	65
	%	9,7%	7,3%	8,6%
Ns o Nc	Nombre	16	17	33
	%	4,1%	4,6%	4,3%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Als dos grups d'edat (taula 27b) es manté una freqüència similar en les posicions bàsiques:

- les tres opinions més favorables són similars (11-14: 63,6%; 15-18: 65,1%).
- l'opinió clarament en contra també són similars en freqüència (11-14: 22,2%; 15-18: 23,3%).

Taula 27b. Què opines de la gent famosa de les xarxes socials, "influencers", "youtubers" o "streamers"? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Són persones valentes i me'ls crec	Nombre	23	10	33
	%	5,9%	2,7%	4,3%
Són bastant creïbles i fiables	Nombre	40	35	75
	%	10,3%	9,4%	9,9%
En algunes ocasions són creïbles i fiables	Nombre	183	198	381
	%	47,3%	53,1%	50,1%
Són molt poc creïbles	Nombre	86	87	173
	%	22,2%	23,3%	22,8%
No en segueisc a cap	Nombre	35	30	65
	%	9,0%	8,0%	8,6%
Ns o Nc	Nombre	20	13	33
	%	5,2%	3,5%	4,3%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Una de les experiències més tòxiques de les xarxes és la convidada a fer coses que no agraden. Cal reconèixer que és especialment rellevant entre els adolescents, sigui per invitacions entre ells i elles o per invitacions fetes per persones adultes. Per aquest motiu s'ha explorat directament aquesta situació (taules 28a i 28b).

En conjunt, sigui alguna o diverses vegades, un 22,4% de les i els adolescents declara haver estat convidat a fer "coses que no li agraden", que no volen fer.

L'anàlisi diferencial per sexe (taula 28a i figura 17), mostra una major exposició per part de les dones adolescents (30,1%). Els adolescents no es troben lliures d'aquest tipus de convidades, ja que les ha experimentat un 14,1%.

És molt interessant observar com a aquesta taula cap adolescent ha deixat de contestar, el nombre d'adolescents que no saben o no contesten és zero. Això indica que sí saben què han experimentat i volen que quedi clar.

Taula 28a. A les xarxes, alguna vegada t'han convidat a fer alguna cosa que no t'ha agradat? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No, mai	Nombre	252	299	551
	%	64,3%	81,3%	72,5%
Sí, alguna vegada	Nombre	93	44	137
	%	23,7%	12,0%	18,0%
Sí, diverses vegades	Nombre	25	8	33
	%	6,4%	2,2%	4,3%
Ns o Nc	Nombre	0	0	0
	%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 17. A les xarxes, alguna vegada t'han convidat a fer alguna cosa que no t'ha agradat?. Segons sexe.



Pel que fa a l'anàlisi diferencial per grups d'edat (taula 28b i figura 18), com és lògic en aquest cas, a major edat hi ha hagut més oportunitats de rebre aquest tipus de convidades desagradables. Així, un 28,2%, als 15-18% anys ja ha experimentat aquestes situacions, mentre entre els d'11-14 anys, el percentatge és d'un 16,8%. Aquesta diferència té almenys dues conseqüències:

- l'augment de l'edat no protegeix més d'aquestes experiències, en especial pel que fa a les dones adolescents.
- És necessari desenvolupar mecanismes de protecció, per tal d'evitar aquestes experiències que les i els més joves encara no han tingut.

Les xarxes permeten la comunicació, el consum cultural, la socialització i altres funcionalitats, però també poden ser un àmbit per a afavorir els comportaments tòxics entre ells i elles, o per part de predadors adults.

Taula 28b. A les xarxes, alguna vegada t'han convidat a fer alguna cosa que no t'ha agradat? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No, mai	Nombre	300	251	551
	%	77,5%	67,3%	72,5%
Sí, alguna vegada	Nombre	53	84	137
	%	13,7%	22,5%	18,0%
Sí, diverses vegades	Nombre	12	21	33
	%	3,1%	5,6%	4,3%
Ns o Nc	Nombre	0	0	0
	%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 18. A les xarxes, alguna vegada t'han convidat a fer alguna cosa que no t'ha agradat?. Segons edat.



A l'enquesta es varen demanar explicacions concretes sobre el tipus d'experiències negatives experimentades. Les respostes varen ser molt diverses, però s'han pogut reduir a cinc categories diferenciades, les quals es presenten a les taules 29a, b, c i d. Hi ha dues categories generals, una primera relacionada amb conductes diverses de bullying, la segona amb la pressió per a donar ajuda per a fer activitats acadèmiques. Les altres tres es relacionen amb conductes sexualitzades. Encara que les dues darreres tenguin freqüències reduïdes, s'ha decidit mantenir-les per tal de disposar dels detalls expressats per les persones afectades, majoritàriament dones adolescents.

A les taules 29a i 29b es poden observar les diferències per sexe, mostrant clarament que si les experiències relatives al bullying són més freqüents entre ells, la pressió per a realitzar conductes sexuals és molt més freqüents entre les adolescents. Si es consideren els percentatges relatius a les persones que han experimentat pressió per a realitzar conductes no desitjades, un 88,4% dels adolescents ha patit pressió en relació a conductes de bullying. Mentre, entre les adolescents, la pressió per enviar imatges sexualitzades és la més freqüent, amb un 30,51%.

Taula 29a. Explicació de les conductes experimentades a les xarxes i que no agraden? (Respostes no excloents). Segons sexe

Ha passat almenys una vegada		Sexe		Total
		Dona	Home	
% en relació a persones que han tingut EXPERIÈNCIES NEGATIVES				
Implicació en discussions, baralles, rumors tòxics...	Nombre	33	46	79
	%	27,97%	88,46%	46,47%
Pressió per passar deures o fer activitats acadèmiques	Nombre	14	19	33
	%	11,86%	36,54%	19,41%
Invitació a enviar imatges sexualitzades	Nombre	36	6	42
	%	30,51%	11,54%	24,71%
M'han demanat parlar de sexe, després de demanar que aturesin	Nombre	9	4	13
	%	7,63%	7,69%	7,65%
M'han demanat ciber-sexe en línia	Nombre	7	1	8
	%	5,93%	1,92%	4,71%
TOTAL	Nombre	118	52	170
	%	100,00%	100,00%	100,00%

A la taula 29b es poden observar les mateixes dades, però amb freqüències relatives al conjunt de la mostra. Aproximadament, un de cada 10 adolescents (12,5%) ha rebut pressió per participar en conductes de bullying, també una de cada 10 adolescents (9,18%) ha rebut pressió per a enviar imatges sexuals.

Taula 29b. Explicació de les conductes experimentades a les xarxes i que no agraden? (Respostes no excloents). Segons sexe

Ha passat almenys una vegada		Sexe		Total
		Dona	Home	
% en relació al TOTAL DE LA MOSTRA				
Implicació en discussions, baralles, rumors tòxics...	Nombre	33	46	79
	%	8,42%	12,50%	10,39%
Pressió per passar deures o fer activitats acadèmiques	Nombre	14	19	33
	%	3,57%	5,16%	4,34%
Invitació a enviar imatges sexualitzades	Nombre	36	6	42
	%	9,18%	1,63%	5,53%
M'han demanat parlar de sexe, després de demanar que aturesin	Nombre	9	4	13
	%	2,30%	1,09%	1,71%
M'han demanat ciber-sexe en línia	Nombre	7	1	8
	%	1,79%	0,27%	1,05%
TOTAL	Nombre	392	368	760
	%	100,00%	100,00%	100,00%

Aquesta anàlisi s'ha de completar en funció dels grups d'edat (taules 29c i 29d), ja que es pot observar una diferència significativa entre els dos grups considerats. A la taula 29c es pot

observar com el bullying s'experimenta molt més entre adolescents més joves (58,46% dels que han patit aquesta pressió). De manera clarament inversa, les experiències de pressió en relació a conductes sexual, s'experimenta molt més entre adolescents entre 15 i 18 anys, un 61,54% d'aquests adolescents ha patit invitacions per a enviar imatges sexualitzades, sense tenir ganes de fer-ho.

Taula 29c. Explicació de les conductes experimentades a les xarxes i que no agraden? (Respostes no excloents). Segons grups d'edat

Ha passat almenys una vegada		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
EXPERIÈNCIES NEGATIVES				
Implicació en discussions, baralles, rumors tòxics...	Nombre	38	41	79
	%	58,46%	39,05%	46,47%
Pressió per passar deures o fer activitats acadèmiques	Nombre	16	17	33
	%	13,56%	32,69%	19,41%
Invitació a enviar imatges sexualitzades	Nombre	10	32	42
	%	8,47%	61,54%	24,71%
M'han demanat parlar de sexe, després de demanar que aturesin	Nombre	3	10	13
	%	2,54%	19,23%	7,65%
M'han demanat ciber-sexe en línia	Nombre	1	7	8
	%	0,85%	13,46%	4,71%
TOTAL	Nombre	65	105	170
	%	100,00%	100,00%	100,00%

Quan l'anàlisi considera les freqüències en relació a tota la mostra (taula 29d), es pot observar com la implicació en conductes de bullying es manté en torn al 10% en els dos grups d'edat (11-14 anys: 9,69%; 15-18: 11,14%), però totes les conductes de pressió sexual augmenten clarament amb l'edat, passant la invitació a enviar imatges sexualitzades, per exemple, del 2,55% als 11-14 anys, al 8,70% entre els 15-18 anys.

Com s'ha dit en el marc teòric, si una persona decideix voluntàriament enviar les seves fotos o altres materials a una altra persona, no passa res. Tot i això, ha de ser conscient que l'enviament d'aquest tipus de materials pot arribar a suposar ser víctima de situacions problemàtiques, ja que algú pot utilitzar aquestes imatges per fer molt de mal. La pressió per a implicar-se en un sexting d'aquest tipus afecta un 5,53% de l'alumnat, amb una pressió diferencial molt superior per a les adolescents, amb 36 casos, front a només 6 adolescents mascles. Tot i que les dades no són alarmants, s'ha pogut constatar que aquest fenomen existeix i ja té dimensions preocupants; més preocupants si tenim present que sempre hi ha un nivell de declaració inferior a la realitat. Només en situacions d'entrevista, en contextos que han mostrat la garantia de confidencialitat, es podria conèixer quantes experiències de pressió per al sexting problemàtic es poden comptabilitzar.

Taula 29d. Explicació de les conductes experimentades a les xarxes i que no agraden? (Respostes no excloents). Segons sexe

Ha passat almenys una vegada % en relació al TOTAL DE LA MOSTRA		Grups d'edat		Total
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	
Implicació en discussions, baralles, rumors tòxics...	Nombre	38	41	79
	%	9,69%	11,14%	10,39%
Pressió per passar deures o fer activitats acadèmiques	Nombre	16	17	33
	%	4,08%	4,62%	4,34%
Invitació a enviar imatges sexualitzades	Nombre	10	32	42
	%	2,55%	8,70%	5,53%
M'han demanat parlar de sexe, després de demanar que aturesin	Nombre	3	10	13
	%	0,77%	2,72%	1,71%
M'han demanat ciber-sexe en línia	Nombre	1	7	8
	%	0,26%	1,90%	1,05%
TOTAL	Nombre	392	368	760
	%	100,00%	100,00%	100,00%

El 22,4% (170 persones) ha reconegut haver experimentat convidades desagradables i han explicat què varen fer davant d'aquesta invitació (taules 30a i 30b). El més freqüent és no fer cas (58,2%), un 22,4% va demanar ajuda a les amistats, pare o mare, o al centre educatiu. Aquí si que s'observa un important nivell de no resposta: un 19,4% no sap o prefereix no contestar.

El tipus d'ajuda ha de fer pensar en els procediments per a generar confiança, ja que hi ha un nivell molt baix de demanda d'ajuda. Els nivells de demanda són baixos en les tres opcions, però amb una diferència clara entre el 12,9%, que ha demanat al pare o la mare, i el baixíssim 1,2% que ha demanat ajuda al centre educatiu.

S'ha pogut comprovar que l'ús de les xarxes aporta nombroses oportunitats i experiències positives, però cal utilitzar-les de manera correcta i segura. Abans de compartir qualsevol contingut, especialment un contingut íntim propi o d'una altra persona, cal conèixer i analitzar les conseqüències que això pot tenir. És important ser conscient que compartir imatges o vídeos íntims pot portar a ser víctimes de qualsevol de les situacions d'abús comentades en el marc teòric i en aquest capítol, però també hem de tenir en compte que fer servir o compartir el contingut d'altres persones sense la seva permís ens pot portar a participar dels abusos, dels delictes associats al sexting problemàtic. Quan aquestes situacions ja s'han produït, aleshores convé disposar de canals de comunicació de confiança en tots els contextos, per descomptat, primer a la família, però també als centres educatius i al conjunt de serveis propers a l'alumnat adolescent.

Taula 30a. Si has contestat que "sí". Què vares fer davant aquella invitació? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No hi vaig fer cas	Nombre	66	33	99
	%	55,9%	63,5%	58,2%
Vaig demanar ajuda a les meves amistats	Nombre	11	3	14
	%	9,3%	5,8%	8,2%
Vaig demanar ajuda al meu pare i la meva mare	Nombre	15	7	22
	%	12,7%	13,5%	12,9%
Vaig demanar ajuda en el centre educatiu	Nombre	2	0	2
	%	1,7%	0,0%	1,2%
Ns o Nc	Nombre	24	9	33
	%	20,3%	17,3%	19,4%
Total	Nombre	118	52	170
	%	100,0%	100,0%	100,0%

El comportament diferencial per sexe, mostra com els adolescents amb més freqüència no han fet cas (63,5%), mentre les adolescents no han fet cas en menys casos (55,9%). Pel que fa a la demanda d'ajuda, elles han demanat en un 23,7% dels casos i ells en un 19,7%. Cal recordar que les dades només es refereixen a persones que han experimentat convidades desagradables.

Taula 30b. Si has contestat que "sí". Què vares fer davant aquella invitació? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No hi vaig fer cas	Nombre	34	65	99
	%	52,3%	61,9%	58,2%
Vaig demanar ajuda a les meves amistats	Nombre	4	10	14
	%	6,2%	9,5%	8,2%
Vaig demanar ajuda al meu pare i la meva mare	Nombre	11	11	22
	%	16,9%	10,5%	12,9%
Vaig demanar ajuda en el centre educatiu	Nombre	1	1	2
	%	1,5%	1,0%	1,2%
Ns o Nc	Nombre	15	18	33
	%	23,1%	17,1%	19,4%
Total	Nombre	65	105	170
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Entre els grups d'edat, les diferències tampoc són especialment significatives, ja que si el 24,6% als 11-14 anys ha demanat ajuda; als 15-18, és un 21,0% el percentatge dels que ho han fet.

S'ha d'explorar si les vegades que han demanat ajuda l'han obtingut de manera efectiva, així com les experiències associades per tal de poder entendre per què els nivells són tan baixos, en especial als centres educatius.

Per completar la recollida d'opinions, de manera complementària a l'exploració de les motivacions, pràctiques i experiències viscudes en relació a les xarxes socials, s'ha demanat la seva opinió global sobre el seu interès. S'ha esperat a fer aquesta pregunta després de conèixer les experiències positives i les negatives, per tal de convidar a fer una valoració que les tingui en compte (taules 31a i 31b).

Els resultats són coherents amb la importància de les hores dedicades, la varietat de xarxes que coneixen i fan servir, així com les altres valoracions ja realitzades. Un 82,9% les considera positivament, com a interessants o molt interessants. Només un 3,6% les considera negativament com a poc o molt poc interessants.

Hi ha una valoració positiva més freqüent entre les adolescents (85,5%) que entre els adolescents (80,2%) (taula 31a).

Taula 31a. Valora les xarxes socials a partir del teu coneixement i experiència. Les xarxes que jo faig servir són... Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
1. Molt interessants	Nombre	83	81	164
	%	21,2%	22,0%	21,6%
2. Interessants	Nombre	252	214	466
	%	64,3%	58,2%	61,3%
3. No ho tenc clar	Nombre	27	30	57
	%	6,9%	8,2%	7,5%
4. Poc interessants	Nombre	10	14	24
	%	2,6%	3,8%	3,2%
5. Molt poc interessants	Nombre	0	3	3
	%	0,0%	0,8%	0,4%
Ns o Nc	Nombre	20	26	46
	%	5,1%	7,1%	6,1%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Taula 31b. Valora les xarxes socials a partir del teu coneixement i experiència. Les xarxes que jo faig servir són... Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
1. Molt interessants	Nombre	89	75	164
	%	23,0%	20,1%	21,6%
2. Interessants	Nombre	224	242	466
	%	57,9%	64,9%	61,3%
3. No ho tenc clar	Nombre	32	25	57
	%	8,3%	6,7%	7,5%
4. Poc interessants	Nombre	13	11	24
	%	3,4%	2,9%	3,2%
5. Molt poc interessants	Nombre	1	2	3
	%	0,3%	0,5%	0,4%
Ns o Nc	Nombre	28	18	46
	%	7,2%	4,8%	6,1%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

També hi ha una valoració positiva més freqüent entre adolescents majors (15-18: 85,0%) que entre adolescents més joves (11-14: 80,9%) (taula 31b). Aquestes dues diferenciacions, per sexes i edat, són poc rellevants, atesa la valoració tan positiva de les xarxes.

Abans s'ha assenyalat el dinamisme del consum de xarxes socials, almenys entre adolescents. S'ha fet la consulta directament en relació a si hi ha alguna xarxa social que ara no facin servir, però que els agradaria començar a utilitzar en els pròxims mesos (taules 32a i 32b). Un 18,0 ha contestat afirmativament, mostrant aquesta disponibilitat amb més freqüència entre les adolescents (20,4%) que entre els adolescents (15,5%) (taula 32a).

Taula 32a. Hi ha alguna xarxa social que ara no utilitzis, però que t'agradaria començar a utilitzar en els pròxims mesos? Segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
No, cap	Nombre	294	291	585
	%	75,0%	79,1%	77,0%
Sí	Nombre	80	57	137
	%	20,4%	15,5%	18,0%
Ns o Nc	Nombre	18	20	38
	%	4,6%	5,4%	5,0%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Taula 32b. Hi ha alguna xarxa social que ara no utilitzis, però que t'agradaria començar a utilitzar en els pròxims mesos? Segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
No, cap	Nombre	274	311	585
	%	70,8%	83,4%	77,0%
Sí	Nombre	88	49	137
	%	22,7%	13,1%	18,0%
Ns o Nc	Nombre	25	13	38
	%	6,5%	3,5%	5,0%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Aquest interès per altres xarxes socials s'expressa de manera diferent segons el grup d'edat. Els més joves volen accedir a xarxes, que encara no han utilitzat, amb més freqüència que els majors (11-14: 22,7%; 15-18: 13,1%), els quals ja les han experimentat quasi totes. Només les noves ofertes, els canvis de la funcionalitat o la renovació de la tecnologia, farà que augmenti l'interès per altres xarxes socials encara no experimentades.

Cal recordar que és diferent (1) conèixer, (2) disposar de l'aplicació, (3) fer-la servir i (4) fer-la servir participant activament. S'ha pogut mostrar com en els quatre tipus de relacions amb les xarxes socials, n'hi ha quatre que en són dominants: WhatsApp, Instagram, TikTok i YouTube. Altres xarxes socials de segon nivell d'importància ja han estat experimentades majoritàriament (Spotify, Snapchat i d'altres). Però, és impossible predir els canvis en els propers anys. El que sí cal és tenir present justament com algunes xarxes han estat més colonitzades per usos tòxics que es poden prevenir: Instagram per la indústria pornogràfica; Twitter per la polarització de les posicions; etc.

Tot i que la majoria de les xarxes socials no permeten l'accés a menors de catorze anys, n'hi ha prou que falsifiquin la data de naixement, en introduir les dades, perquè es puguin crear un perfil. Fins i tot les xarxes que són més rigoroses en la identificació dels usuaris, no poden evitar (potser ni volen) que es facin perfils falsos a edats molt reduïdes.

La qüestió anterior es completa amb la identificació de les xarxes concretes a les quals volen accedir (taula 33). La més desitjada és Instagram, seguida de Twitter, ambdues amb més del 20% d'interès; seguides de TikTok i Twitch, amb gairebé el 10%.

Taula 33. En cas afirmatiu: la xarxa social que no faig servir, però m'agradaria començar a utilitzar és:

	Nombre	%
Instagram	29	21,2
Twitter	26	19,0
TikTok	12	8,8
Snapchat	11	8,0
Twitch	9	6,6
Facebook	7	5,1
Discord	4	2,9
Telegram	3	2,2
Youtube	3	2,2
Altres 13 xarxes diferents (Onlyfans, Pinterest, Spotify, Zenly...) amb freqüències =<2	33	24,1%
Ns o Nc	17	12,4
Total	137	100,0

El coneixement de les xarxes, així com les pràctiques, la preservació de la privacitat, les experiències positives i negatives, així com les aspiracions d'ús conformen uns patrons d'ús de les xarxes socials determinats. No sempre han estat els més recomanables, des del punt de vista de l'ús responsable de les xarxes, com és lògic. És a dir, com a tots els tipus de consum amb forta capacitat d'influència, requereix un aprenentatge. Aquest és el motiu de la qüestió que se va plantejar a continuació, centrada en els consells sobre com utilitzar les xarxes socials de manera segura (taules 34a i 34b).

La majoria d'adolescents reconeix haver rebut consells per part del pare o la mare (59,7%), seguits en freqüència pels consells del professorat (43,2%) i, amb freqüències decreixents, per part d'altres agents diversos. Per tant, una part apreciable d'adolescents no han tingut oportunitat de rebre informació, de reflexionar, consultar dubtes o conèixer els riscos i les bones pràctiques, en relació a les xarxes socials.

Curiosament, hi ha una diferència per sexe significativa (taula 34a), amb una freqüència superior d'ocasions de consell per part de les adolescents. Es pot comprovar aquesta diferència parant atenció en les fonts principals de consell:

- Pare o mare: les dones han rebut consell en un 63,3% de casos, mentre els homes un 56,0%.
- Professorat: les dones han rebut consell en un 50,8% de casos, mentre els homes un 35,1%.
- Equip d'orientació del centre educatiu: les dones han rebut consell en un 38,8% de casos, mentre els homes un 30,4%.

Les diferències es poden relacionar amb diverses causes: (1) les adolescents són tractades de manera diferent, (2) les adolescents demanen més consells que els homes, (3) les adolescents cerquen contexts d'assessorament amb més freqüència que els adolescents.

Taula 34a. Alguna vegada has rebut consell de qualcú sobre com utilitzar les xarxes socials de manera segura? Respostes no excloents. Segons sexe

	Sexe					
	Dona		Home		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
Pare o mare	248	63,3%	206	56,0%	454	59,7%
Professorat	199	50,8%	129	35,1%	328	43,2%
Equip d'orientació del centre educatiu	152	38,8%	112	30,4%	264	34,7%
Policia Nacional o Guàrdia Civil	149	38,0%	129	35,1%	278	36,6%
Policia Local	123	31,4%	114	31,0%	237	31,2%
Un familiar (germans/es, oncles/ties, padrins/es...)	165	42,1%	97	26,4%	262	34,5%
Professionals d'Igualtat, Joventut, Sanitat o Serveis Socials	87	22,2%	67	18,2%	154	20,3%
Televisió, ràdio, diaris o revistes	106	27,0%	64	17,4%	170	22,4%
Pàgines web	61	15,6%	52	14,1%	113	14,9%
Mai he rebut cap tipus de consell sobre com utilitzar internet de forma segura	18	4,6%	40	10,9%	58	7,6%
Total	392	100,0%	368	100,0%	760	100,0%

La diferenciació per edats mostra altres resultats també interessants (taula 34b):

- hi ha una major freqüència d'assessorament dels pares i mares als 11-14 anys (65,1%), que als de 15-18 anys (54,2%); això es pot explicar tal vegada per l'augment de la consciència de la seva responsabilitat per part de pares i mares.

- Pel que fa a la resta de fonts d'assessorament, com era esperable, augmenta la freqüència amb l'edat, és a dir, han tingut més oportunitats de rebre consell als 15-18 anys. Així, per exemple, els Equips d'orientació del centre educatiu han aportat assessorament al 40,2% de l'alumnat major (15-18).

Taula 34b. Alguna vegada has rebut consell de qualcú sobre com utilitzar les xarxes socials de manera segura? Respostes no excloents. Segons grups d'edat

	Grups d'edat					
	11 a 14 anys		15 a 18 anys		Total	
	Nbre.	%	Nbre.	%	Nbre.	%
Pare o mare	252	65,1%	202	54,2%	454	59,7%
Professorat	166	42,9%	162	43,4%	328	43,2%
Equip d'orientació del centre educatiu	114	29,5%	150	40,2%	264	34,7%
Policia Nacional o Guàrdia Civil	126	32,6%	152	40,8%	278	36,6%
Policia Local	110	28,4%	127	34,0%	237	31,2%
Un familiar (germans/es, oncles/ties, padrins/es...)	143	37,0%	119	31,9%	262	34,5%
Professionals d'Igualtat, Joventut, Sanitat o Serveis Socials	73	18,9%	81	21,7%	154	20,3%
Televisió, ràdio, diaris o revistes	73	18,9%	97	26,0%	170	22,4%
Pàgines web	46	11,9%	67	18,0%	113	14,9%
Mai he rebut cap tipus de consell sobre com utilitzar internet de forma segura	24	6,2%	34	9,1%	58	7,6%
Total	387	100,0%	373	100,0%	760	100,0%

Una part apreciable de l'alumnat declara haver rebut consells a partir de mitjans de comunicació (22,4%) o pàgines web (14,9%), és a dir, de manera autònoma, sense adults educatius de referència amb qui elaborar la informació. Està bé, però la qualitat d'aquest assessorament unidireccional sempre es pot posar més en dubte que l'aportat per la família o professionals, en una relació cara a cara.

A continuació es va incloure una pregunta sobre els controls parentals que les famílies havien implementat, segons la informació de les i els adolescents. Els resultats no han estat significatius, amb una taxa de no resposta superior al marge del 30%, per tant les respostes seran incloses a l'informe qualitatiu, com a orientacions sense garanties de representativitat.

3.5. Ús problemàtic de les xarxes socials

L'ús de les xarxes socials està molt estès entre l'alumnat adolescent, i és molt important en la seva vida quotidiana i en els seus processos psicosocials clau. L'ús problemàtic de les xarxes socials s'estudia en el marc de l'ús problemàtic d'Internet (UPI), podent utilitzar part dels instruments d'avaluació dissenyats en les investigacions de l'UPI amb adolescents. L'objectiu d'aquesta darrera part del treball ha estat conèixer la prevalença de l'ús problemàtic de les xarxes socials entre l'alumnat adolescent de Calvià.

L'ús problemàtic de les xarxes socials és més present a l'adolescència, perquè es tracta d'una etapa de més vulnerabilitat (per causes diverses: inici d'experiències amb les xarxes, maduració en procés, accés per part d'agents amb capacitat de manipular i altres), amb un risc incrementat de patir trastorns psicosocials i implicar-se en conductes de risc. Les conseqüències més significatives de l'ús problemàtic de les xarxes socials són l'alteració del rendiment escolar, el distanciament de l'entorn, els problemes psicossomàtics, els trastorns del son i altres dificultats de menor freqüència.

Les dades de prevalença són molt variables segons els diferents estudis. També s'observen dades diferents segons les àrees geogràfiques, essent major aquesta prevalença als països asiàtics i menor a Europa i EUA. Les darreres dades a Espanya, pertanyents a l'enquesta ESTUDES 2018-2019, estima el possible ús compulsiu de xarxes socials en els adolescents de 14 a 18 anys en un 20%, cosa que fa que el problema relacionat amb l'ús de les xarxes socials per part dels adolescents hagi de formar part de l'agenda política a tots els nivells de l'administració.

Per fer l'avaluació a Calvià, es va decidir utilitzar una escala de fàcil aplicació (comprensible, relativament curta) i excel·lents característiques psicomètriques. Es tracta de l'Escala d'ús problemàtic d'Internet adaptada a població espanyola (EUPI-a). L'escala consta d'11 ítems traduïts al català i adaptats en qualque detall a l'ús de xarxes; el format de resposta dels quals es fa en modalitat d'acord-desacord, tipus Likert de 5 opcions, amb rang de 0 a 4, essent 0 "gens d'acord" i 4 "totalment d'acord". Els ítems són els següents:

- 1.** Quan em connect sent que el temps vola i passen les hores sense adonar-me'n.
- 2.** En ocasions he intentat controlar o reduir l'ús que faig de les xarxes socials.
- 3.** En alguna ocasió he arribat a descuidar algunes tasques o els meus resultats han estat pitjors (exàmens, activitats físiques, etc.) per connectar-me a les xarxes socials.
- 4.** Cada vegada m'agrada més passar hores connectada o connectat a les xarxes socials.
- 5.** A vegades sent angoixa o em pos de mal humor per no poder connectar-me a les xarxes socials o per haver de desconnectar-me.

- 6.** Preferesc que el meu pare i la meva mare no sàpiguen el temps que em connect a les xarxes socials perquè els hi pareixeria excessiu.
- 7.** He deixat d'anar a llocs o de fer coses que abans m'interessaven per poder connectar-me a les xarxes socials.
- 8.** En alguna ocasió m'he ficat en problemes per culpa de les xarxes socials.
- 9.** Em molesta passar hores sense connectar-me a les xarxes socials.
- 10.** Quan no puc connectar-me no atur de pensar si m'estaré perdent alguna cosa important.
- 11.** Dic o faig coses per xarxes socials que no seria capaç de dir o fer en persona.

Abans de presentar les puntuacions agregades, es presenten els resultats de les freqüències dels 11 ítems, distribuïdes segons sexe, ja que les diferències significatives s'han observat en funció d'aquesta variable (Taula 35).

Taula 35. Ús problemàtic de les xarxes socials, segons sexe

Les freqüències es refereixen a les respostes "D'acord" i "Totalment d'acord".	Sexe		Total
	Dona	Home	
1. Quan em connect sent que el temps vola i passen les hores sense adonar-me'n.	118	72	190
%	30,1%	19,6%	25,0%
2. En ocasions he intentat controlar o reduir l'ús que faig de les xarxes socials.	107	55	162
%	27,3%	14,9%	21,3%
3. En alguna ocasió he arribat a descuidar algunes tasques o els meus resultats han estat pitjors (exàmens, activitats físiques, etc.) per connectar-me a les xarxes socials.	150	125	275
%	38,3%	34,0%	36,2%
4. Cada vegada m'agrada més passar hores connectada o connectat a les xarxes socials.	91	81	172
%	23,2%	22,0%	22,6%
5. A vegades sent angoixa o em pos de mal humor per no poder connectar-me a les xarxes socials o per haver de desconnectar-me.	77	57	134
%	19,6%	15,5%	17,6%
6. Preferesc que el meu pare i la meva mare no sàpiguen el temps que em connect a les xarxes socials perquè els hi pareixeria excessiu.	78	78	156
%	19,9%	21,2%	20,5%
7. He deixat d'anar a llocs o de fer coses que abans m'interessaven per poder connectar-me a les xarxes socials.	28	36	64
%	7,1%	9,8%	8,4%
8. En alguna ocasió m'he ficat en problemes per culpa de les xarxes socials.	83	64	147
%	21,2%	17,4%	19,3%
9. Em molesta passar hores sense connectar-me a les xarxes socials.	35	39	74
%	8,9%	10,6%	9,7%
10. Quan no puc connectar-me no atur de pensar si m'estaré perdent alguna cosa important.	66	52	118
%	16,8%	14,1%	15,5%
11. Dic o faig coses per xarxes socials que no seria capaç de dir o fer en persona.	58	42	100
%	14,8%	11,4%	13,2%
TOTAL	392	368	760
%	100,0%	100,0%	100,0%

Com es pot observar, hi ha presència de diverses situacions de consum problemàtic, des de la situació menys freqüent ("7. He deixat d'anar a llocs o de fer coses que abans m'interessaven", amb un 8,4%), fins la més freqüent ("3. En alguna ocasió he arribat a descuidar algunes tasques o els meus resultats han estat pitjors", amb un 36,2%). Pel que fa a les variables diferenciadores, cal dir que no n'hi ha pràcticament diferències per edats, tot i ser sempre superior la freqüència entre adolescents de 15-18 anys. Això s'explica per l'autocontrol que una vegada experimentades les conseqüències negatives, amb l'edat la majoria vagi regulant la connexió problemàtica. La diferenciació que sí és significativa té relació amb el sexe dels

adolescents, amb un significativament major consum problemàtic per part de les adolescents en els dos primers ítems:

- **1.** Quan em connect sent que el temps vola i passen les hores sense adonar-me'n.
- **2.** En ocasions he intentat controlar o reduir l'ús que faig de les xarxes socials.

La majoria de les freqüències es troben entre el 15 i el 25%, però cal recordar que hi ha adolescents que han experimentat alguna de les situacions, però no altres. Per aquest motiu, s'ha de calcular la puntuació agregada, la qual permet identificar la importància del grup que es troba en una situació de consum problemàtic.

En qualsevol cas, les freqüències ítem a ítem permeten arribar a la conclusió de la necessitat d'intensificar les accions preventives, per tal d'aconseguir moderar els impactes que s'identifiquen a la taula.

Per al càlcul global, s'han de sumar les puntuacions positives (es descarten els desacords), de tal manera que el recorregut va de 0 a 33 punts, considerant el punt de tall per a identificar un ús problemàtic igual o més gran de 16.

El temps estimat per a l'emplenament de l'escala ha estat d'uns 5 minuts, amb una molt bona qualitat de resposta.

Les dades resumides es mostren a les taules 36, 37 i 38. A la taula 37 es pot comprovar com l'ús problemàtic de les xarxes socials, entre l'alumnat adolescent de Calvià, té una prevalença inferior a la referència de l'Estat: amb un 11,3%.

La taula 35 inclou els indicadors estadístics derivats de les dades de l'escala EUPI-a. Es pot comprovar que el recorregut és molt ample, des d'un mínim de 0 fins a màxims de 33 punts, interpretant com a casos extrems d'ús d'elevat risc.

La mitjana del conjunt és de 8,88 punts, amb una elevada desviació estàndard (5,761), relacionada amb el recorregut indicat. Hi ha diferències significatives en l'ús problemàtic de les adolescents (mitjana: 9,37) i els adolescents (mitjana: 8,37). El t test confirma esta diferència ($t=2,406$, $p=0,016$).

La diferència per grups d'edat és apreciable, un poc superior entre los de 15-18, però no significativa ($t=-1,414$, $p>0,05$).

Taula 36. Ús problemàtic de les xarxes socials (a partir de 16 o més punts)

		Sexe			Grups d'edat	
		TOTAL	Dona	Home	11 a 14 anys	15 a 18 anys
N	Vàlid	760	392	368	387	373
	No contesta	0	0	0	0	0
Mitjana		8,88	9,37	8,37	8,59	9,18
Mediana		8,00	9,00	8,00	5,89	9,00
Desv. Estàndard		5,761	5,772	5,711	5,885	9,000
Coeficient de variació		64,88	61,60	68,23	68,51	98,04
Mínim		0	0	0	0	0
Màxim		33	33	33	33	33

Comparació de mitjanes Dones-Homes

t	gl	Sig. (bilateral)
2,406	758	0,016

Comparació de mitjanes grups d'edat

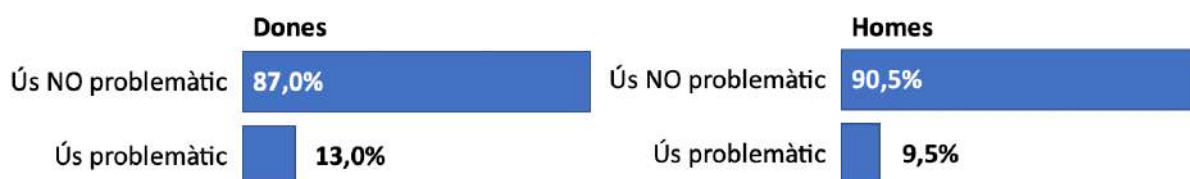
t	gl	Sig. (bilateral)
-1,414	758	0,158

Construint intervals, a partir del límit de 16 punts, s'han fet les taules 37a i 37b. A aquestes taules es pot comprovar com l'ús problemàtic afecta l'11,3% de les i els adolescents, amb un nivell clarament superior a les dones (13,0%) que als homes (9,5%) (taula 37a i figura 19). Aquesta diferència cal tenir-la molt present per tal d'orientar els programes de prevenció.

Taula 37a. Ús problemàtic de les xarxes socials (a partir de 16 o més punts), segons sexe

		Sexe		
		Dona	Home	Total
Ús no problemàtic	Nombre	341	333	674
	%	87,0%	90,5%	88,7%
Ús problemàtic	Nombre	51	35	86
	%	13,0%	9,5%	11,3%
Total	Nombre	392	368	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 19. Ús problemàtic de les xarxes socials (a partir de 16 o més punts), segons sexe.



Com s'ha pogut comprovar amb el t test, la diferència per grups d'edat és apreciable, però no significativa, amb una prevalença superior del risc als 15-18 anys (12,3%) (taula 37b i figura 20).

Taula 37b. Ús problemàtic de les xarxes socials (a partir de 16 o més punts), segons grups d'edat

		Grups d'edat		
		11 a 14 anys	15 a 18 anys	Total
Ús no problemàtic	Nombre	347	327	674
	%	89,7%	87,7%	88,7%
Ús problemàtic	Nombre	40	46	86
	%	10,3%	12,3%	11,3%
Total	Nombre	387	373	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 20. Ús problemàtic de les xarxes socials (a partir de 16 o més punts), segons edat.



Encara que es pot dir que la prevalença de l'ús problemàtic a Calvià és més baixa que el referent de l'Estat, no es pot infravalorar el resultat, ja que es tracta d'adolescents que expressen situacions d'ansietat i descontrol envers les xarxes socials. Aquestes situacions afecten moltes dimensions de la seva vida. S'ha explorat una rellevant, el rendiment escolar avaluat mitjançant l'auto-declaració de notes (taula 38). Les dades mostren com es produeix una associació significativa (Chi-quadrat= 16,35; p=0,001), en el sentit d'incrementar-se els suspensos en presència de l'ús problemàtic i millorar les notes en absència de l'ús problemàtic.

Taula 38. Ús problemàtic de les xarxes socials (a partir de 16 o més punts, segons notes que obtens, habitualment, al llarg d'aquest curs

Notes al llarg del curs

		Aprovat, amb algun suspens	Aprovat	Notables i excel·lents	Ns o Nc	Total
Ús no problemàtic	Nbre.	245	224	195	10	674
	%	83,3%	90,0%	94,2%	100,0%	88,7%
Ús problemàtic	Nbre.	49	25	12	0	86
	%	16,7%	10,0%	5,8%	0,0%	11,3%
Total	Nbre.	294	249	207	10	760
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	Valor	df	Significació (bilat.)
Chi-quadrat de Pearson	16,35	3	0,001

Les anàlisi qualitatives, presentades en els propers capítols, permetran entendre altres impactes de les xarxes, tant positius com negatius. Adolescents i persones expertes han aportat les seves opinions i experiències per tal de completar la perspectiva que fins ara s'ha pogut mostrar amb l'enquesta.

4. Grups de discussió

A partir de les conclusions provisionals, elaborades interpretant els resultats de l'enquesta, es varen preparar els grups de discussió amb l'alumnat.

4.1. Objectius i tipus d'informacions dels grups de discussió

Els grups de discussió s'estructuren a partir d'una mostra per quotes, a la qual s'han diferenciat grups per edat i sexe, així com a grups mixts.

L'objectiu més rellevant és disposar de la capacitat **d'aprofundir a les temàtiques** en grups més o manco homogenis, però també comprovar la consistència de les aportacions en contrast, als grups als quals es combinen edats i sexes. Un altre objectiu general és donar un **espai de participació més obert**.

Es pretén aconseguir **cinc tipus d'informacions**, cinc tipus **d'objectius**:

1. **Com reben les dades més importants:** sorpresa, anècdotes, dubtes, confirmacions... i **informacions de les que disposen** i que nosaltres no els hi hem comunicat (altres xarxes socials importants, efectes inesperats, anècdotes o casos que coneguin...).
2. **Creences** (posicions bàsiques, a vegades ideològiques o valoratives) sobre les xarxes socials, el seu ús i les conseqüències positives i negatives.
3. **Opinions** (s'han de poder argumentar) sobre les xarxes socials.
4. **Tendències que observen o sobre els que especulen**, a partir del que saben, de les creences i opinions.
5. **Què creuen que caldria fer**, des de l'administració local (AJUNTAMENT DE CALVIÀ) en relació al que passa, a la seva posició sobre el que passa i l'opinió que defensen.

4.2. Els grups participants

Per tal de garantir que les diverses realitats socials i demogràfiques estiguessin representades, es van estructurar sis grups de discussió, diferenciant sempre per edats, ja que el tipus de relació amb les xarxes és clarament diferenciat; però, pel que fa al sexe, fent grups diferenciats i també grups mixts, per captar les interaccions entre els dos sexes. A la següent figura (4.1) es pot identificar clarament l'estructuració dels grups:

QUADRE DE DISTRIBUCIÓ DELS GRUPS PER EDAT I SEXE		
6 grups de discussió	Edat: 11-14	Edat: 15-18
Només al-lots	IES BENDINAT	IES BENDINAT
Clave	H-11-14-BEN	H-15-18-BEN
Només al-lotes	IES CALVIÀ	IES CALVIÀ
Clave	D-11-14-CAL	D-15-18-CAL
Grups mixts	IES SON FERRER	IES SON FERRER
Clave	M-11-14-FER	M-15-18-FER

Figura 4.1. Quadre de distribució dels grups de discussió

Com es pot comprovar a la figura 4.1, es varen fer 6 grups de discussió, comptant en cada cas amb dues sessions de debat, realitzant les primeres el 12 i 13 d'abril i les segones el 27 i 28 del mateix mes. Les quotes de persones participants es varen completar a partir de la col·laboració voluntària de l'alumnat, convidat per les persones responsables de Coeducació a cada centre educatiu, entre adolescents que exerceixen la representació dels seus grups i d'altres que participen de manera més destacada.

En total, s'ha comptat amb 63 adolescents que han participat en les dues sessions realitzades. Es va acordar amb ells i elles que es respectaria la confidencialitat, de tal manera que només s'identifiquen, alhora de seleccionar aportacions, els grups de referència. En el grup mixt, sí s'afegeix a la identificació del grup, la identificació del sexe de la persona que participa.

4.3. Dinàmica dels debats: criteris bàsics i metodologia dels grups de discussió

En la pròpia dinàmica es va tenir en compte que els grups de discussió han de respectar una sèrie de **criteris**:

- **S'han d'acordar unes normes bàsiques a l'inici de la primera sessió dels grups:** no tallar les intervencions d'altres persones, mantenir el respecte, no menystenir...
- **Tothom ha de poder intervenir de manera igualitària** (s'ha de garantir distribuint paraules, interpel·lant directament, fent rodes d'opinió...). S'han de tallar les confrontacions amb més de dos o tres intercanvis, s'ha de canviar de tema quan s'ha aconseguit una certa saturació de les opinions (comencen les repeticions de les opinions), s'han d'evitar les intervencions massives (una única intervenció no pot superar els 2 minuts, es recomanable mostrar a l'inici, amb el mòbil, què és un minut).
- **S'han de fer adaptacions de gènere i culturals**, sempre d'acord amb qui parlem. Com és evident, es consideren inacceptables les bromes, acudits i insinuacions de tipus racista, de gènere o políticament intolerants.

- **Totes les aportacions són vàlides**, no s'han de fer comentaris valoratius de les opinions ni jutjar de cap manera a les persones que participen.
- Tothom ha de poder parlar en la llengua en la qual s'expressi amb més naturalitat, els qui condueixen les sessions ho han de fer en català
- **Els mòbils han d'estar apagats o en mode avió**, sigui com sigui, no es poden consultar mentre dura la sessió.

Tenint presents els **critèris** identificats, la **metodologia bàsica va ser la següent**:

1. **Les sessions sempre han de començar amb una breu presentació de les persones que assisteixen (nom i edat; a quin centre ens trobam i quin dia és avui).**
2. **S'han de fer dues sessions:** deixant que pensin els temes, entre les sessions, que parlin amb les seves amistats...
3. **S'han d'enregistrar**, si és possible, amb doble registre d'àudio. Però, també han de comptar amb una persona que faci registre escrit del que passa: una relatora del contingut de sessió (qui assisteix, quins temes es toquen, què es diu...). Aquest registre escrit no és necessari paraula a paraula, però sí ha de ser suficientment fidedigne.
4. La persona que **conduïx la sessió, no ha de donar la seva opinió ni donar exemples** que caracteritzin la resposta que s'espera que aportin les participants.
5. **Les sessions han de començar de manera puntual** (màxim d'espera: 5 minuts).
6. La **durada de les sessions** no pot ser superior als 120'. És recomanable, per a què tothom pugui parlar tranquil·lament, **que les sessions durin entre 90' i 120'.**
7. **Aquest guió es pot projectar amb l'ordinador, però no avançar temes: només mostrar el tema que es troba en debat. No es pot repartir aquest document entre les persones que participen, fins que acabin les sessions.**

4.4. Resultats

Tota la informació recollida es va mantenir protegida, mitjançant confidencialitat estricta. Els registres d'àudio s'han analitzat amb el programa NVIVO (versió 12). Aquest programa ha permès codificar i seleccionar més fàcilment les aportacions, en funció de les categories que s'han pogut diferenciar en els debats. Aquestes categories van vinculades als temes que s'han plantejat (categories estructurades prèviament) i les diverses variants d'expressió que sortien (categories emergents). Les categories i el tractament en forma de convidades a parlar-ne, són les següents:

1. QUÈ SÓN. Com definiríeu les xarxes? En què pensau quan parlem de Xarxes Socials?
2. CONFIANÇA. En qui confieu, en relació a les xarxes?
3. FONAMENTALS A LA VIDA. Per què les XS són fonamentals a la vostra vida quotidiana?
4. RELACIÓ. Quan i com les feu servir (aparells, horaris...)?

5. CONEIXEMENT. Quines són XS més conegudes?
6. ÚS1. Quines són XS més utilitzades?
7. ÚS2. Què feu a les XS?
8. PRIVACITAT 1. Ens podeu explicar si vos preocupa la protecció de les vostres dades a les XS i per què?
9. PRIVACITAT 2. Què feu per protegir les vostres dades privades?
10. SUPORT. Qui vos ha assessorat sobre les xarxes socials?
11. NOVETATS. Quines xarxes són les que ara vos interessen més i per què?
12. INFLUENCERS. Què opinau de les persones que en són referents a les XS ("influencers", "youtubers" o "streamers")?
13. DIFICULTATS PERSONALS. Ens podeu parlar de les experiències tòxiques a les XS: per exemple, de les experiències que pensau que haurien de canviar
14. AJUDA. Quan vos ha passat alguna cosa desagradable, a qui demanau ajuda i quina experiència teniu de l'ajuda que vos han donat?
15. DIFICULTATS CONEGUDES. Al marge de la vostra experiència concreta, quin ús problemàtic de les xarxes coneixeu, què s'hauria de prevenir?
16. L'ADMINISTRACIÓ. Què pensau que caldria fer, des de l'administració local (AJUNTAMENT DE CALVIÀ), en relació al que passa a les XS?

A continuació es presenten els fragments més expressius de cada una de les categories. Les transcripcions s'han fet tal i com van ser expressades, en la mateixa llengua i amb la mateixa estructura de la frase. Hi ha repeticions, però s'han seleccionat les que presenten més clarament les aportacions del grup, sigui perquè més gent donava conformitat o perquè directament es repetien les mateixes afirmacions.

4.4.1. Com definiríeu les xarxes? En què pensau quan parlam de Xarxes Socials?

Hi ha un consens clar, pel que fa a la identificació de les xarxes. Es defineixen per trets característics que són correctament identificats, sense diferències per edat o sexe. Aquestes característiques que destaquen són:

- aplicacions per a la comunicació;
- per a l'entreteniment;
- per a les relacions (conèixer altres persones, saber què fan...).

Les altres utilitats són secundàries (per exemple: aprendre, cercar informació), tot i que sempre hi ha qui les assenyala com a rellevants.

És interessant destacar que entre l'alumnat més jove ja es destaca la importància de les oportunitats de socialització. Mentre la rellevància de la monetarització de la comunicació, del component de negoci, és clarament una característica destacada per l'alumnat de major edat. Això no vol dir que els més joves no hi pensin en aquest tema, però no sembla que sigui tan rellevant.

Com es veurà, aquesta definició prové tant de la seva experiència dominant, com per les funcionalitats més valorades a les xarxes socials.

Què opinen als 11-14 anys Els joves	Què opinen als 15-18 anys Els joves
"Les xarxes socials estan bé si les utilitzes de manera correcta." H-11-14-BEN	"Hi ha xarxes de diferents tipus segons la funció que es cerqui." M-15-18-FER
"Aplicacions per compartir amb altres persones, sigui per comunicació o per veure el que els altres publiquen." H-11-14-BEN	"Són comunicació i entreteniment." M-15-18-FER
"Comunicació i entreteniment." H-11-14-BEN	"Son aplicaciones, mediante las cuales tenemos más facilidad para conocer a otras personas de nuestro núcleo cercano." H-15-18-BEN
"Sirven para comunicarse y mantener el contacto." M-11-14-FER	"Además, sirven como pasatiempo, ofrecen entretenimiento." H-15-18-BEN

Les joves

"Creo que son plataformas en las que la gente sube cosas que quiere compartir o mostrar."

D-11-14-CAL

"Aplicaciones para socializar, hablar con tus amigos."

D-11-14-CAL

"Sirven para aprender a hacer cosas que no sabes, para mirar cosas de otra gente."

D-11-14-CAL

"Para comunicarse."

D-11-14-CAL

"Son aplicaciones de internet que sirven para comunicarnos."

M-11-14-FER

"Miramos, sirven sobre todo para mirar."

D-11-14-CAL

"Comunicar."

D-11-14-CAL

"També per entreteniment."

M-11-14-FER

Les joves

"Comunicación con gente a distancia. Entretenimiento. Información. Diversión. Negocio. Dinero."

D-15-18-CAL

"És un espai on es poden fer diferents coses. Espai de diversió, per cercar informació, per comunicar-se."

M-15-18-FER

"...comunicació, comunicació, comunicació."

M-15-18-FER

4.4.2. En qui confieu, en relació a les xarxes?

Pel que fa a les persones de confiança i ha diferències per edats i sexe. Les persones de més confiança, per als més joves són:

- La família, entesa com a mare i pare.
- Les amistats i persones conegudes properes.

Per als joves de més edat, les famílies ja no són el referent de confiança més rellevant, en el seu lloc es troben les amistats i "Google". Per a les joves de més edat, encara les famílies són un referent, però especialment les mares.

El professorat i altre personal de l'institut, hi ha consens en considerar que no n'hi ha una relació de confiança, pel que fa a les xarxes. Es planteja com a una hipòtesi, per a un cas important: "... segur que podríem confiar en algú."

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"La meva família i els meus amics, els més propers." "Amics i la família."

H-11-14-BEN

"Persones que conec a la vida real."

H-11-14-BEN

"Més confiança amb les mares que amb el pare."

H-11-14-BEN

"Més amb el meu pare."

H-11-14-BEN

"Menys confiança amb el professorat."

H-11-14-BEN

"Només amb les persones que conec."

H-11-14-BEN

"Primer li parlaria al meu pare."

H-11-14-BEN

"En los padres no, saben muy poco, casi nada."

M-11-14-FER

"A los profesores no. Ni en el patio ni la cafetería. Yo en la cafetería me escondo de los profesores."

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"La comunicació sobre xarxes depèn de la confiança que es té."

M-15-18-FER

"Amb el professorat no es té molta confiança, però si passa alguna cosa important, segur que podríem confiar en algú."

M-15-18-FER

"...con los amigos."

H-15-18-BEN

"Los padres no están al día."

H-15-18-BEN

"Las dudas se las comentamos a Google."

H-15-18-BEN

"A mis padres no les puedo preguntar, no saben manejar las redes, aunque tengan. Puedo confiar en una tía mía que sí está más al día."

H-15-18-BEN

"Nadie del instituto. Nadie."

H-15-18-BEN

M-11-14-FER	"Tal vez, algún amigo." H-15-18-BEN
Les joves	Les joves
"Los padres primero, pero con algún profesor sí tengo confianza." D-11-14-CAL	"en amigos, madres, amigos más cercanos." D-15-18-CAL
"Más con mi madre que con mi padre." D-11-14-CAL	"la mejor comunicación, la tengo por este orden con: madre, amigos y padre." D-15-18-CAL
"Sí, compartimos con los padres, hablamos de lo que pasa cuando se trata de algo importante, pero básicamente con las amigas." D-11-14-CAL	"Tengo confianza en mis padres, pero no enseño lo que hago o conversaciones." D-15-18-CAL
"Yo se lo cuento todo a mi madre." D-11-14-CAL	"Con los amigos/as si que tenemos más confianza a la hora de enseñar lo que hacemos con las redes." D-15-18-CAL
"Sí, hay más confianza con las madres." D-11-14-CAL	"En general amb les mares en tenen més." M-15-18-FER
"Confío en los amigos." M-11-14-FER	
"Padres, amigos." M-11-14-FER	
"Padres y hermanos." M-11-14-FER	
"Hermana, más pequeña, pero sabe más que yo." M-11-14-FER	
"A los profesores no les podemos explicar cosas personales." M-11-14-FER	

4.4.3. Per què les XS són fonamentals a la vostra vida quotidiana?

Pel que fa a la seva importància a les vida quotidiana, el consens és elevat, sense diferències apreciables per edat i sexe: les xarxes són molt importants. Per què són importants:

- per les funcions que ofereixen (comunicació, relació, entreteniment), important a totes les edats, però encara més a aquestes;
- pel temps efectiu que li dediquen ells i elles, més joves i més grans, una mitjana d'hores comparable a les hores que passen a l'institut;
- perquè formen part de la seva identitat: les fan servir des de la infància.

Entre els més grans, s'identifiquen algunes qüestions singulars, com els diners que es poden aconseguir o l'ajuda per fer treballs.

Què opinen als 11-14 anys Els joves	Què opinen als 15-18 anys Els joves
"...estan molt presents." H-11-14-BEN	"...utilitzam sovint les xarxes, però no crec que s'abusi d'elles." M-15-18-FER
"...si fas un mal ús, poden perjudicar bastant, perquè estan integrades a les nostres vides" H-11-14-BEN	"Sí, son muy importantes, por la comunicación, los contactos, conocer gente..." H-15-18-BEN
"Són fonamentals per entreteniment, per comunicació, per saber què fan els amics." H-11-14-BEN	"...sirve para los trabajos, te ayudan y tu puedes ayudar." H-15-18-BEN
"Es passen moltes hores, és cert". Tot i que també fem altres coses amb els mòbils." H-11-14-BEN	"Bueno, hay gente que también gana dinero con las redes y para ellos es un trabajo. Es gente joven." H-15-18-BEN
"Els horaris de matí i de nit són els menys recomanables, ho sabem." H-11-14-BEN	
"El WhatsApp es muy importante, imprescindible." M-11-14-FER	
Les joves	Les joves
"Sí, las usamos cada día." D-11-14-CAL	"Si nos quitan Instagram no sabemos cómo reaccionar." D-15-18-CAL
"Al despertarme y antes de dormir. En el patio. En cualquier momento libre las consulto."	"Las utilizamos constantemente, cada día, pero tenemos un control."

D-11-14-CAL

"Sí son muy importantes, todo el tiempo nos comunicamos por redes sociales."

D-11-14-CAL

"...necesitamos el móvil para comunicarnos, y eso es lo más importante a nuestra edad."

D-11-14-CAL

"Son muy importantes, las tenemos desde que nacimos."

M-11-14-FER

"Bueno, las redes sociales no son lo más importante, pero sí son importantes."

M-11-14-FER

D-15-18-CAL

"Yo paso entre 5 o 6 horas al día. Sí son importantes."

D-15-18-CAL

"...unas 3 o 4 horas al día."

D-15-18-CAL

"Hay días que estoy hasta 10 horas."

D-15-18-CAL

"...s'utilitzen en moments lliures, als horabaixes o als vespres."

M-15-18-FER

4.4.4. Quan i com les feu servir (aparells, horaris...)?

No hi ha cap dubte, el mòbil és absolutament dominant. La disponibilitat constant, la convergència de tecnologies i funcionalitats (tot els pot fer als mòbils), la facilitat de transport i de connexió (wifi o dades mòbils), el fan l'aparell de referència per als adolescents.

Les hores de dedicació, com s'ha assenyalat abans, són comparables a les que passen a l'institut, amb variabilitat relacionada amb el temps lliure. Per aquest motiu, es fan servir a totes hores, però molt més a partir de la sortida de l'institut. Confessen que, des de primera hora del dia fan comprovacions als mòbils (missatges, informacions...) i, molt tard, abans de dormir, segueixen fent comprovacions, enviant missatges o mirant quines novetats hi ha.

Reconeixen que hi ha una certa dependència, però també identifiquen bastant bé els moderadors de l'ús de les xarxes (i dels mòbils), són tres rellevants:

- la feina acadèmica, a l'institut o posteriorment;
- l'esport, per aquest motiu (diuen ells), les adolescents en fan servir una mica més els mòbils;
- el descans.

La higiene digital és necessària, tal i com també reconeixen de passada, però no és un tema que s'hagi expressat amb consistència.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"El mòbils són els més importants."

H-11-14-BEN

"Per mantenir el contacte, el mòbil és fonamental."

H-11-14-BEN

"moltes vegades és innecessari, però ens hem acostumat a fer-los servir per a qualsevol cosa."

H-11-14-BEN

"En el mòbil sobre todo. El WhatsApp lo tengo en el móvil y es lo que más uso."

M-11-14-FER

"Unas dos horas."

M-11-14-FER

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"El mòbil és el mitjà més utilitzat per consultar les xarxes."

M-15-18-FER

"Les hores de dedicació depenen del moment concret."

M-15-18-FER

"El móvil es lo más común. Es lo que llevas encima todo el tiempo."

H-15-18-BEN

"En el móvil se puede hacer todo. Aunque alguna va mejor en pantallas más grandes, como YouTube."

H-15-18-BEN

"Muchas horas. Puede que 8 o 9 cada día."

H-15-18-BEN

<p>"Por la noche, desde las 8 de la tarde. Algún día hasta tarde, la una." M-11-14-FER</p>	<p>"También se pueden usar de noche, no siempre." H-15-18-BEN "Entre las 10 y las 12 de la noche, sí se usan bastante." H-15-18-BEN "A mí me cuesta más dormir después de estar conectado." H-15-18-BEN "Las usamos cuando hay tiempo libre. Llenan el tiempo libre." H-15-18-BEN "Entre tarde y noche." H-15-18-BEN "Si haces deporte, se usan menos por la tarde." H-15-18-BEN "Las chicas usan más las redes, seguro. Hacen menos deporte y tienen más tiempo libre." H-15-18-BEN</p>
--	--

joves	Les jueves
<p>"El móvil es el principal: es más fácil, lo llevas siempre encima, es muy manejable." D-11-14-CAL "Con el móvil te puedes hacer fotos con facilidad." D-11-14-CAL "Sí, sin duda, el móvil." D-11-14-CAL "El móvil te indica las horas de consulta diaria. Un mínimo de tres horas diarias." D-11-14-CAL "Sí, entre tres y cuatro horas, pero puedes tener días con más tiempo de consulta, depende del día. He llegado ha estar 16 horas." D-11-14-CAL "Cuando tento tiempo. Antes de ir a dormir también me conecto." D-11-14-CAL "Hay muchas veces que tienes ganas de conectarte, pero solo si ha pasado algo importante no me puedo resistir."</p>	<p>"Normalmente siempre móvil, si me quitan el móvil, cojo el ordenador." D-15-18-CAL "Me siento más segura con el móvil." D-15-18-CAL "También puedo subir cosas más fácilmente con el móvil." D-15-18-CAL "En horario de tarde, tarde noche normalmente." D-15-18-CAL "Fines de semana durante la mañana." D-15-18-CAL "Cuando dedico más tiempo es antes de ir a dormir." D-15-18-CAL "A partir de las 00:00 apago el móvil." D-15-18-CAL</p>

D-11-14-CAL	"Hay un poco de dependencia."	"Reconeixem que les utilitzem sovint, però els caps de setmana i festius són els dies que més les utilitzem."
D-11-14-CAL	"Sí, en los móviles."	M-15-18-FER
M-11-14-FER	"Unas tres horas o un poco más."	"Els horabaixes i els vespres són els moments del dia quan més s'utilitzen."
M-11-14-FER	"Dos o tres horas."	M-15-18-FER
M-11-14-FER	"Tres o cuatro horas."	"És cert que, a vegades, fem servir el mòbil més tard de les 12. Però, sabem l'ús del mòbil al vespre els hi afecta al descans."
M-11-14-FER	"Por las tardes y por la noche, entre las 8, 9 y las 11 de la noche."	M-15-18-FER
M-11-14-FER	"Hasta la una o las dos, algunas noches. Instagram o YouTube."	
M-11-14-FER	"Cuando tenemos tareas o cuando hay entrenamientos, puedo usar menos."	
M-11-14-FER		

4.4.5. Quines són XS més conegudes?

Les xarxes més conegudes són les que l'enquesta ha identificat. Coincideixen clarament:

- WhatsApp és l'aplicació de comunicació. Ni tan sols ha sortit Telegram, Signal o altres. No hi ha cap dubte.
- Instagram, també per als dos sexes i edats.
- YouTube, amb més presència entre ells; TikTok amb més presència entre elles.

La resta de xarxes queden a distància, tot i que al debat parlen de Twitter, Spotify (ara amb qualitats com a xarxa), Facebook o OnlyFans, però al marge de que siguin conegudes, cada una d'elles queda com a referència per a altres edats (Twitter o Facebook), com a xarxa per a un ús poc recomanable (OnlyFans) o encara amb un reconeixement limitat com a xarxa (Spotify). Es podrà veure com a, més endavant, es parlarà d'altres xarxes que augmenten la seva importància (Snapchat i altres).

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok, les feim servir per divertir-nos, comunicar-nos..."

H-11-14-BEN

"Per a alguns és una forma de vida. Es guanyen la vida. Hi ha una monetització dels vídeos, estan pensats per aconseguir diners."

H-11-14-BEN

"WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok."

M-11-14-FER

"OnlyFans, hay algún chico que la usa, porque es repetidor y ya tiene 17 años."

M-11-14-FER

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Les dades de l'enquesta són molt reals, són les que més es coneixen."

M-15-18-FER

"Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, Snapchat..."

H-15-18-BEN

"Facebook, pero para los jóvenes ya no tiene importancia."

H-15-18-BEN

"YouTube más en los chicos; TikTok más las chicas."

H-15-18-BEN

"Ellas pasan más tiempo bailando y grabándose bailando."

H-15-18-BEN

"El YouTube se ven videojuegos y eso lo vemos más los chicos."

H-15-18-BEN

Les joves

"Instagram, TikTok, WhatsApp."

M-11-14-FER

"Instagram, TikTok, WhatsApp."

D-11-14-CAL

"Snapchat, ahora está de moda. Desde el año pasado está subiendo."

D-11-14-CAL

"Ahora, por nuestra edad, Snapchat está más presente."

D-11-14-CAL

"Instagram, TikTok, WhatsApp."

M-11-14-FER

"También se conoce mucho Twitter, pero nosotras no la usamos."

M-11-14-FER

"OnlyFans, pero no la usamos. Sabemos lo que es: contenido privado, no tiene por qué ser sexo, per la mayoría sí. Hay que pagar."

M-11-14-FER

Les joves

"Instagram es la que está más de moda."

D-15-18-CAL

"Les xarxes més utilitzades són Instagram, TikTok, Twitter, Spotify..."

M-15-18-FER

"...actualment Instagram i TikTok són les xarxes que més força."

M-15-18-FER

4.4.6. Quines són XS més utilitzades?

Les xarxes més utilitzades són les més conegudes, tal i com surt a l'enquesta:

- WhatsApp com a aplicació de comunicació a totes les edats per a ells i elles.
- Instagram, també per als dos sexes i edats.
- YouTube, amb més presència entre ells, per a veure vídeos de diversos tipus (música, YouTubers, video-jocs);
- TikTok amb més presència entre elles, per a veure vídeos diversos (ball, curiositats, música, influencers).

Cal tenir present que altres xarxes també són utilitzades cada vegada més, en especial Snapchat

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Instagram, WhatsApp i TikTok són les més utilitzades. Per a coses diferents."

H-11-14-BEN

"Sí, són les més famoses i les que usam més"

H-11-14-BEN

"Jo crec que WhatsApp ni es pot considerar una xarxa social, perquè m'han de conèixer. A més és fonamental per a comunicar-se."

H-11-14-BEN

"WhatsApp és la més diferent, perquè és per comunicar-se i crec que és la més segura."

H-11-14-BEN

"TikTok et deixa veure coses interessants, però hi ha moltes coses que són purament d'oci."

H-11-14-BEN

"Instagram ens deixa una mica més exposats, molta gent pot saber que hi ets allà. Encara que puguis posar en privat."

H-11-14-BEN

"WhatsApp, YouTube. No uso Instagram."

M-11-14-FER

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Las que han salido antes son las más usadas: Instagram, WhatsApp y YouTube."

H-15-18-BEN

"WhatsApp, Instagram, TikTok i YouTube són les que més utilitzam."

M-15-18-FER

"Discord" M-11-14-FER "Redit, Twitch" M-11-14-FER	
--	--

Les joves	Les joves
"Primero Instagram, luego TikTok y WhatsApp." D-11-14-CAL	"WhatsApp i Instagram. TikTok. Nosotras no usamos casi YouTube, los chicos lo utilizan más, porque ven videos sobre videojuegos." D-15-18-CAL
"WhatsApp es la más usada; luego Instagram, cuelgo de todo. TikTok para ver vídeos." D-11-14-CAL	"Los chicos ven Tiktok como una app para chicas, porque aún lo relacionan con el baile." D-15-18-CAL
"Pues yo TikTok, es donde miro más cosas y eso es lo que más hago. También Snapchat." D-11-14-CAL	
Instagram, TikTok, WhatsApp." D-11-14-CAL	
"Si tienes un móvil tienes que tener esas redes, aunque también Snapchat." D-11-14-CAL	
"Con TikTok puedes estar horas mirando." D-11-14-CAL	
"Con Snapchat puedes saber dónde están tus amigas y amigos. Eso pega fuerte." D-11-14-CAL	
"WhatsApp, Instagram y TikTok, claramente." M-11-14-FER	
"Spotify." M-11-14-FER	
"Snapchat, aumenta bastante." M-11-14-FER	

4.4.7. Què feu a les XS?

Quan es definien les xarxes socials, ja es feien servir les utilitats dominants com a característiques definitòries. comunicació, relacions i entreteniment. Així, l'activitat desenvolupada a les xarxes és coherent amb aquestes funcionalitats:

- Comunicació constant i en temps real amb la família i entre ells i elles. La disponibilitat és la característica d'aquesta comunicació: sempre connectats.
- Relacions, evidentment a partir de la comunicació oral i escrita; però també observant què han fet o què fan altres persones (vídeos, fotos, narracions, recomanacions...). El consum d'imatges dels altres i la distribució d'imatges pròpies, és cada vegada més important. Hi ha consum (llegir, veure, escoltar) i producció (escriure, distribuir imatges i fer àudios o vídeos). L'exploració de relacions: conèixer altres persones, és una de les funcionalitats més destacada.
- Entreteniment: consum de música, vídeos de viatges o activitats, etc. Es pot considerar que les xarxes socials ofereixen un substitutiu de la TV convencional. Així les consideren i les fan servir. Com a indicador d'aquest ús es pot considerar com identifiquen, segueixen i recorden millor influencers, YouTubers, Instagramers... que no presentadors i presentadores de programes a la televisió. Les persones rellevants a la TV ho són amb força si disposen de canals a les xarxes.

Però, l'ampliació i diversificació de les funcions a les xarxes també s'ha de considerar: des d'aprendre a cuinar o jugar vídeo-jocs, fins fer treballs amb altres persones.

Hi ha un conjunt de temes que ja han sortit a aquesta part del debat, però que després es tracten amb més detall: la necessitat dels límits (per exemple. no exposar-se massa, posar els comptes personals en privat), la no fiabilitat de bona part del que es publica ("hi ha falsedat", "es publica la part més atractiva"...).

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Mirar vídeos és molt freqüent, més temps que a altres activitats."

H-11-14-BEN

"Comunicació, mirar vídeos, entreteniment..."

H-11-14-BEN

"Publicar algunes coses, però sense exposar-me."

H-11-14-BEN

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"L'ús varia segons l'aplicació, però Instagram s'utilitza per comunicar-se i entretenir-se. YouTube és igual, millor que la televisió."

M-15-18-FER

"Alguns fan publicacions, però és més freqüent mirar vídeos, música..."

M-15-18-FER

"Quan vaig començar a utilitzar les xarxes li donaven importància al nombre de

<p>"Subir memes que he cogido de otra gente. Las tengo en privado y las envío a mis amigos." M-11-14-FER</p> <p>"Algunas cosas de deberes." M-11-14-FER</p>	<p>seguidors, però amb el temps he vist que és més important seguir a gent de confiança. De fet, no crec que tots els comptes amb molts seguidors siguin de fiar." M-15-18-FER</p> <p>"Vemos-oímos música, vídeos..." H-15-18-BEN</p> <p>"Videojuegos o información sobre videojuegos." H-15-18-BEN</p> <p>"Más música." H-15-18-BEN</p> <p>"Viajes y deportes. Vemos los resúmenes de los partidos." H-15-18-BEN</p> <p>"Se suben cosas que te gustan, muestras lo que se te da mejor: por ejemplo, yo subo lo que cocino." H-15-18-BEN</p> <p>"Filmación de videojuegos, yo jugando." H-15-18-BEN</p> <p>"Coches y cosas que nos gustan." H-15-18-BEN</p>
---	---

Les joves	Les joves
<p>"Envías mensajes. Te comunicas, preguntas, respondes. Aunque da pereza contestar a cada persona." D-11-14-CAL</p> <p>"Mirad qué hace la gente, hablar con amigos." D-11-14-CAL</p> <p>"Ver las publicaciones e historias, pasar el tiempo mirando vídeos. Hablar con gente." D-11-14-CAL</p> <p>"Subir algún vídeo, pero sobre todo ver historias, hablar con gente." D-11-14-CAL</p> <p>"Comunicarte y mirar." D-11-14-CAL</p> <p>"Seguir a otra gente sí que es muy habitual. Saber quiénes son, qué hacen."</p>	<p>"Subimos historias. Sobre todo, para mejores amigos." D-15-18-CAL</p> <p>"TikTok solo para mirar videos." D-15-18-CAL</p> <p>"A veces para ligar, también puedes añadir a gente a mejores amigos y así puedes conocer mejor." D-15-18-CAL</p> <p>"Los chicos no las usan tanto, ellos juegan más a la play, o con el ordenador." D-15-18-CAL</p> <p>"Hay chicas que también juegan a videojuegos, pero las redes sociales son más importantes." D-15-18-CAL</p>

D-11-14-CAL

"Subir alguna foto. Muy poco. Alguna foto de la playa o del perro, cosas así."

D-11-14-CAL

"Bueno, yo tengo dos cuentas: las dos privadas, pero una más privada que la otra. Así hago cosas diferentes en cada una. Soy más auténtica en la más íntima."

D-11-14-CAL

"Yo también. En la privada soy más libre."

D-11-14-CAL

"La gente que no te conoce es fácil que hable mal de ti. Esta gente solo puede ver algunas cosas."

D-11-14-CAL

"Si me quiere seguir alguien que no conozco, no le doy acceso a la cuenta más privada."

D-11-14-CAL

"Ellos buscan chicas desnudas, eso nosotras no lo hacemos. Hacemos cosas diferentes."

D-11-14-CAL

"Ellos buscan fotos de chicas. Miran más y publican menos que nosotras."

D-11-14-CAL

"Buscan porno, están más salidos. Hay chicas que miran chicos, pero no se puede comparar."

D-11-14-CAL

"Ver vídeos, entretenernos, comunicar."

M-11-14-FER

"Subimos fotos de cosas que nos gustan."

M-11-14-FER

"Subo fotos de lo que hago en un momento concreto."

M-11-14-FER

"Se mira más, pero también subimos algunas cosas."

M-11-14-FER

"También usamos alguna aplicación de red con contenidos educativos. Vemos qué ha subido el profesor..."

"Los chicos juegan más, cada día."

D-15-18-CAL

"Les funcions més habituals són la comunicació i l'entreteniment. L'avorriment ens fa veure diferents publicacions. Passa el temps sense adonar-te."

M-15-18-FER

"A les xarxes es sol publicar la part atractiva de la nostra vida, no es mostra tot."

M-15-18-FER

"... pot haver-hi molta falsedat. Es cerca molta atenció, hi ha poca coherència entre el que es publica i el que passa a la vida privada."

M-15-18-FER

M-11-14-FER

"Subo fotos de actividades, de deporte: Volley,
si me veo guapa..."

M-11-14-FER

4.4.8. Ens podeu explicar si vos preocupa la protecció de les vostres dades a les XS i per què?

La **petjada digital**, aquest registre i rastre es deixa a Internet i xarxes socials, és un dels temes del qual es va parlar. El que avui publiquen i comparteixen queda guardat en línia any rere any, i són molts anys, moltes fotos, molts vídeos, molts missatges. En la recerca de visibilitat i reconeixement, molt important a l'adolescència, la intimitat i la privadesa corren el risc de ser relativitzades. La dicotomia entre què ha de ser privat i què pot ser públic (o es pot publicar) sembla difuminar-se. L'exposició personal creix a les xarxes socials perquè no sempre es percep quines implicacions té. A l'adolescència s'exploren els límits i es desafien els riscos, per imperatius evolutius. Només que ara queda registrat i deixa l'empremta a les fotos, vídeos i comentaris que es comparteixen diàriament.

Sense diferències per edat o sexe, la consciència de la necessitat de protecció és comú. No banalitzen aquest tema, per diverses raons:

- per l'experiència, directa o a persones conegudes, de dificultats diverses (rumors tòxics, atacs, assetjament, etc.);
- perquè els arguments són clars: poden fer mal ús de les paraules o imatges, poden robar els nostres comptes, et poden assetjar i extorsionar per a que facis una cosa o altra, et poden estafar o enganyar de diverses maneres, etc.
- Perquè altres persones els han sensibilitzat respecte de la necessitat de la privacitat, dels riscos a les xarxes.

Amb l'edat, s'expressen les experiències personals de dificultats o risc. Es coneixen ja directament o perquè els hi han passat a persones molt properes. Quan són més joves, encara parlen de manera més genèrica sobre els riscos. Això podria indicar que les edats crítiques per a passar del risc possible a un problema real, es troba entre els 15 i 18 anys.

També cal destacar que són elles les més exposades, per pròpia declaració i també per declaració dels adolescents de major edat: "a elles els passa molt més."

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Si es fa mal a altres persones, no s'hauria de tolerar.

H-11-14-BEN

"És cert que hi ha molta exposició."

H-11-14-BEN

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Som conscients de la importància de la privacitat."

M-15-18-FER

"Anam en compte de qui acceptem perquè ens segueixi i, encara més elles."

M-15-18-FER

"Sí hay riesgos. Bastantes."

"Les xarxes tenen les seves normes i revisen els continguts, podrien bloquejar continguts inadequats."

H-11-14-BEN

"Hi ha xarxes més protegides, com WhatsApp, però altres estàn més exposats."

H-11-14-BEN

"Nunca subo fotos de mi cara ni nada así."

M-11-14-FER

H-15-18-BEN

"Te pueden estafar, agredir, cyberbulling..."

H-15-18-BEN

"A un menor del instituto le pidieron dinero y le presionaban, hubo que llamar a la policía."

H-15-18-BEN

"A mi me pidieron una foto de mi cuerpo. Me decían, con un perfil falso de mujer, que si yo enviaba imágenes mías, me enviaría fotos de ella."

H-15-18-BEN

"Yo tengo un amigo al que también le pidieron fotos. A mí también me lo intentaron hacer. Una chica me pedía fotos calientes. me negué, claro."

H-15-18-BEN

"Aunque tengas tu perfil en privado, te pueden enviar mensajes, por eso te llegan este tipo de mensajes."

H-15-18-BEN

"A ellas les pasa mucho más. Les piden imágenes. Sobre todo en Instagram y en Snapchat."

H-15-18-BEN

"OnlyFans les pide fotos, les invita a hacer publicaciones sexuales. Hasta se pueden enviar capturas de fotos que tengas tuyas."

H-15-18-BEN

"Nosotros no tenemos Onlyfans, has de pagar, pero hay quien tiene cuentas. Se puede conseguir."

H-15-18-BEN

"Hay gente que falsifica su edad. Yo lo he hecho con otras cosas. A veces solo te piden que tengas 18 años."

H-15-18-BEN

"Solo verifican de verdad en YouTube, son más rigurosos."

H-15-18-BEN

Les joves	Les joves
<p>"Sí, me preocupa." D-11-14-CAL</p>	<p>"Hasta que no vemos el peligro, no somos tan cuidadosas, eso es así." D-15-18-CAL</p>
<p>"Claro que hay que tener cuidado. Por eso tenemos cuentas privadas. Todas tenemos una normal y otra privada." D-11-14-CAL</p>	<p>"Sí, bastant. Moltes hem tingut experiències desagradables." M-15-18-FER</p>
<p>"Mi verdadero yo solo lo puedo poner en la más privada." D-11-14-CAL</p>	
<p>"Solo se puede ser auténtica en la más privada. Hay gente que se pica por cualquier cosa." D-11-14-CAL</p>	
<p>"Sí, lo sé, pero no publico nada personal." M-11-14-FER</p>	
<p>"Solo en privado subo cosas un poco más personales." M-11-14-FER</p>	
<p>"Sí, hay que protegerse." M-11-14-FER</p>	
<p>"Las chicas estamos un poco más expuestas, más gente quiere ver qué hacemos." M-11-14-FER</p>	

4.4.9. Què feu per protegir les vostres dades privades?

El pas de la consciència del risc a la conducta de protecció també s'ha anat donant en aquests anys. Però, tot i això, els problemes no s'han eliminat de manera radical.

Les conductes de protecció més freqüents són:

- posar els comptes en accés privat, restringint l'accés de manera clara;
- controls parentals (no poder accedir a determinades pàgines o continguts; no poder fer servir el mòbil a determinades hores...), bàsicament entre l'alumnat més jove. A partir dels 14 anys ja són molt poc freqüents.
- Canviant les conductes d'exposició: limitar les pràctiques de major risc (donar les dades personals, acceptar com a amics a desconeguts, posar imatges privades en els comptes públics, etc.).

En qualsevol cas, segueixen disposant de comptes públics, freqüentant pàgines de persones desconegudes, deixant-se seduir per persones atractives o interessants... El risc s'ha moderat bastant, però no ha desaparegut.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Posar en privat el compte o els comptes. Això ho fem amb els comptes a les que posam publicacions més privades."

H-11-14-BEN

"A mi m'agrada que només coneguïn coses meves les persones que m'interessin."

H-11-14-BEN

"Jo ho tenc tot privat. Però, hi ha gent que té dues comptes: una pública i una altra privada."

H-11-14-BEN

"Ho tenc tot privat. No vull compartir amb gent que no m'interessa."

H-11-14-BEN

"Hi ha gent molt exposada, la que viu d'això, però ho han d'aguantar perquè guanyen molts euros."

H-11-14-BEN

"No tengo nada en público."

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Tothom té els seus comptes privats."

M-15-18-FER

"...la seguretat depèn, en moltes ocasions, de com utilitzes les xarxes."

M-15-18-FER

"Todas las cuentas en privado."

H-15-18-BEN

"Bueno, yo algunas, en Instagram y TikTok."

H-15-18-BEN

"A mi me han puesto un control parental, para saber dónde estoy, qué me instalo y no usarlo por las noches. Me lo han puesto, pero no lo he negociado. Me la puso mi madre."

H-15-18-BEN

"No tengo control parental, pero no puedo instalar Instagram ni Snapchat, me lo prohíben."

H-15-18-BEN

<p>M-11-14-FER "Mis padres me dieron un móvil a los 6 años, pero casi solo podía llamar. Después me pusieron algún control de acceso a redes... pero ahora no, ya confían." M-11-14-FER</p>	<p>"Antes tenía el control de los móviles de Apple. Ahora ya confían en mi." H-15-18-BEN "Mis padres me revisaban el móvil, ahora ya no lo hacen, confían en mi." H-15-18-BEN "A mi me castigaban sin el móvil y me revisaban. Pero, cada vez menos. Ahora ya no." H-15-18-BEN "De más pequeño a mi también me lo hacían." "En mi caso siempre han confiado." H-15-18-BEN "Los controles parentales son abusivos. Están bien a los 10 o 11 años, pero a los 14 o 15 ya es abusivo." H-15-18-BEN "Depende de cómo es cada persona. Hay de quien te puedes fiar siendo muy joven y otras personas son más inmaduras." H-15-18-BEN "Para las chicas es igual que para los chicos, tanto de edad como de confianza." H-15-18-BEN</p>
<p>Les joves "Cuentas privadas. Todas tenemos cuentas privadas." D-11-14-CAL "Yo en Instagram lo tengo todo en privado, dos cuentas privadas." D-11-14-CAL "Controlamos. Tener redes es exponerse, pero puedes intentar no pasarte." D-11-14-CAL "No puedes subir fotos más personales." D-11-14-CAL "No hay que dar los datos: dónde vives y cosas así." D-11-14-CAL</p>	<p>Les joves "En general, ponemos cuentas privadas." D-15-18-CAL "Tenemos cuenta pública o no pública, pero con más gente, y una cuenta privada con solo mis amigos/as." D-15-18-CAL " La cuenta pública es la carta de presentación para gente que no conoces tanto. En la cuenta privada o en mejores amigos, me muestro tal y como soy." D-15-18-CAL "Som conscients que no s'han de compartir les dades personals, hi ha riscs." M-15-18-FER "Algunes han tingut algunes experiències negatives i ara van amb més compte."</p>

<p>"Cuando era más pequeña tenía control parental, pero ahora no." D-11-14-CAL</p> <p>"Mi madre tiene mi cuenta y ella puede ver lo que subo y eso. Sabe con quien hablo." D-11-14-CAL</p> <p>"Ahora ya confían en mi. Tengo móvil desde los ocho años, a los once ya empecé a tener redes, como WhatsApp. Ahora, con 14, ya soy mucho más consciente de lo que subo en mis redes." D-11-14-CAL</p> <p>"No me revisan, porque confían en mi. Mi madre confía en mí." D-11-14-CAL</p> <p>"Cuentas en privado, sobre todo Instagram." M-11-14-FER</p> <p>"Cuentas en privado en Instagram, pero TikTok público, abierto. No subo cosas privadas, son videos que nos gustan..." M-11-14-FER</p> <p>"Mis padres me siguen en instagram." M-11-14-FER</p> <p>"Sí, las madres nos siguen. no por control, pero si para saber." M-11-14-FER</p> <p>"De pequeña sí tuve controles parentales, pero ahhora ya confían en mi." M-11-14-FER</p> <p>"Yo tenía el del límite de tiempo, pero ahora no." M-11-14-FER</p>	<p>M-15-18-FER</p> <p>"... s'ha d'anar amb compte de publicar on s'està o què s'està fent. Hi ha molta gent mirant i sempre pots trobar algú descontrolat." M-15-18-FER</p>
--	---

Els problemes per ús abusiu o problemàtic del telèfon mòbil i les xarxes socials tenen relació amb la responsabilitat parental de les famílies i s'expressen generalment per excés o per defecte de control a la família. Moltes vegades es produeixen conductes extremes: famílies que donen als seus fills un mòbil sense control ni supervisió, sense saber què hi fan ni quines aplicacions fan servir. I també pares i mares amb por de les TRICE que prohibeixen i que el que aconseguen és que nins, nines i adolescents facin les coses d'amagat, que menteixin en xarxes socials i s'exposin en línia. Els estils de control negociats, basats en una bona

comunicació intrafamiliar, són la millor opció en la infància i l'adolescència, desenvolupant la consciència digital en fills i filles mitjançant l'acompanyament digital, en especial entre els 6 i els 12 anys, posteriorment cal deixar cada vegada més autonomia, sense abandonar la implicació parental i la comunicació.

En aquest marc, els controls parentals tenen la seva funció en el procés d'educació digital. Les eines de control parental són molt diverses:

- n'hi ha que delimiten franges concretes on consultar internet (impedint la connexió nocturna o en horaris lectius),
- altres limiten el tipus de continguts als quals accedir, ja sigui perquè bloquegen els considerats no recomanables (violència sexual, per exemple), perquè només faciliten els continguts aprovats prèviament o perquè neguen descarregar apps sense consentiment d'un tercer;
- algunes eviten enviar o compartir determinats missatges (en funció del tipus de paraules, com insults, o el format, per exemple fotos);
- moltes restringeixen accions que comporten transacció econòmica (compres en línia, descàrrega d'aplicacions de pagament);
- altres limiten les persones amb les que interactuar, n'hi ha que redueixen les opcions lúdiques (per exemple, prohibeixen les opcions multijugador en jocs en línia);
- les que rastregen l'historial de navegació;
- finalment, també n'hi ha que geolocalitzen on es troba exactament el nin, nina o adolescent.

Es recomanable que en els cursos finals de primària i els primers d'ESO, hi hagi opcions per formar mares i pares en els controls parentals, parlant amb el conjunt de la família, com a base per iniciar la conversa sobre l'ús de tecnologia.

4.4.10. Qui vos ha assessorat sobre les xarxes socials?

Quan s'ha intentat conèixer qui els hi havia assessorat, les aportacions són molt pobres. Han parlat de les famílies i de les xerrades fetes als instituts, però sense una valoració positiva. Les famílies intenten controlar i desconeixen moltes coses, quan ells i elles ja les coneixen. Les xerrades estan bé, però són puntuals i repetitives. Per tal d'aclarir una mica més aquest tema, tan important, més endavant vàrem tornar a plantejar la qüestió del suport per a la formació de criteri, per reflexionar sobre el tema, etc.

Què opinen als 11-14 anys Els joves	Què opinen als 15-18 anys Els joves
"Els pares. També a l'Institut. No ens interessen molt les xerrades, ens expliquen coses que ja sabem." H-11-14-BEN	" Les xerrades o tallers a l'institut no han estat molt útils, fins que no has passat per una experiència negativa no ets conscient del risc." M-15-18-FER
Les joves	Les joves
"Las amigas me han ayudado, así nos hemos hecho cuentas de redes que son para más mayores." M-11-14-FER "Mis padres me explicaron, pero más como control que como ayuda." M-11-14-FER	"Charla de la guardia civil en el instituto, pero tampoco fue muy adecuada para gente como nosotros. Es lo que siempre nos han advertido." D-15-18-CAL "Algunas madres/padres tienen Instagram o Facebook para controlar. Pero tienen mucho menos conocimiento que nosotras, no pueden ayudar mucho." D-15-18-CAL

4.4.11. Quines xarxes són les que ara vos interessen més i per què?

Les xarxes que fan servir ofereixen unes funcionalitats molt valorades i aprofitades; també generen una sèrie d'oportunitats de risc. Però, la relació amb les xarxes és molt dinàmica, canvien les pràctiques i les necessitats dels i les joves; també les tecnologies i les opcions d'aquest mercat de comunicació, relació i consum. Per aquest motiu, volíem conèixer què els hi començava a interessar ara mateix.

Hi ha diferències per edats, els i les més joves encara parlen de les xarxes dominants com a una novetat (Instagram, TikTok...), ja que han accedit al confinament o posteriorment. Aquesta situació és raonable, ja que per edat no podrien ni accedir-hi encara. De fet, comencen a parlar d'Snapchat o Twitch.

Quan són més grans ja apareixen, al marge de les que ja fan servir des de fa temps, altres interessos de manera més clara, com Snapchat i Twitch. També són conscients de que *Omegle* i OnlyFans existeixen i són una opció que possiblement exploraran.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Snapchat, no entre los chicos. Aunque no es una red solo de chicas."

M-11-14-FER

"Twitch"

M-11-14-FER

"YouTube"

M-11-14-FER

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

Diverses persones parlen de la pàgina *Omegle* i la falta de seguretat: "...t'avisen a l'inici que no hi ha restriccions."

M-15-18-FER

"A pesar de l'avís, s'ha de reconèixer que entram per confiança, perquè si hi ha més gent que entra, nosaltres també ho volem provar."

M-15-18-FER

"Twitch. Es una variante mejorada de YouTube."

H-15-18-BEN

"Twitter. Es donde se habla de las cosas. Temas de actualidad y que antes no tenía acceso. Sirve de informativo."

H-15-18-BEN

"Snapchat. Porque lo tienen los amigos. Es muy fácil de utilizar."

H-15-18-BEN

	"Snapchat es como un foro de comunicación." H-15-18-BEN
--	--

Les joves	Les joves
"Snapchat es la que puede estar subiendo más. Ahora se está usando más." D-11-14-CAL	"Snapchat, Twitter, Pinterest, Twitch, Discord... porque te dejan hacer cosas que no haces con otras redes." D-15-18-CAL
"TikTok." M-11-14-FER	"Snapchat se puso de moda el año pasado, ha subido más recientemente Twitch." D-15-18-CAL
"Instagram y TikTok." M-11-14-FER	"Onlyfans la conocemos, pero no la utilizamos. La gente que la utiliza seguramente no lo va a decir." D-15-18-CAL
"Snapchat, porque es una moda." M-11-14-FER	
"Snapchat te deja mantener el contacto más privado." M-11-14-FER	
"Spotify cada vez es más una red, es la que usamos para música." M-11-14-FER	
"En cuarentena todo el mundo se instaló TikTok." M-11-14-FER	
"Instagram ha perdido un poco, las actualizaciones no han sido muy buenas." M-11-14-FER	
"Facebook." M-11-14-FER	

4.4.12. Què opinau de les persones que en són referents a les XS ("influencers", "youtubers" o "streamers")?

A diferència de la confiança que expressaven a l'enquesta, en els debats sobre les persones referents a les xarxes, s'expressaren més dubtes i amb matisos molt rellevants. Primer cal constatar que coneixen i segueixen molta gent, ells i elles, més joves i més majors. Una altra constatació, de la que són conscients, és que hi ha diferències de gènere. Intentarem aclarir aquestes qüestions.

Els i les més joves parlen d'aquesta gent, però quasi no aporten noms concrets. Això vol dir que saben que existeixen, possiblement els comencen a cercar quan coneixen els noms, però no els impacten de manera clara.

Entre l'alumnat de 15-18 anys sí hi ha identificacions i caracteritzacions clares:

- Es consideren com a referents amb prestigi: Ibai o Rubius. Són reconeguts i seguits pels continguts que ofereixen, perquè són valents. Aporten el que volen escoltar.
- Es consideren com a poc fiables: Naim Darrechi o Marina Yers. En general, es tracta de gent que vol fer negoci, generant polèmica, amb postureig, no són autèntics.

S'ha expressat una diferenciació per sexe clara: ells segueixen homes, de manera molt majoritària; elles segueixen homes i dones.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"De la porsche, ha conseguido muchos seguidores en TikTok por sus comentarios de choches."

M-11-14-FER

"Ibai"

M-11-14-FER

"Ninguno, no me interesa nadie de estos. Bueno, prefiero no decirlo."

M-11-14-FER

"Hay diferencias entre los que siguen los chicos y los que siguen las chicas. A los chicos nos gustan más las tonterías."

M-11-14-FER

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"No s'han de prendre d'exemple, ja que ells trien què mostren i que expliquen. Hi ha molt postureig."

M-15-18-FER

"Tienen influencia por la forma de ser y por el factor físico, más que por la calidad de los contenidos."

H-15-18-BEN

"Generan atractivo con postreo."

H-15-18-BEN

"Rubius."

H-15-18-BEN

"Ibai"

H-15-18-BEN

"Todos son hombres, son los que hacen las cosas más interesantes."

	<p>H-15-18-BEN "No, no seguimos a ninguna mujer. Hacen vídeos que no nos interesan." H-15-18-BEN "Hay algunos que se exponen y que hacen cosas interesantes, como Ibai, se lo ha currado, pero le sale de natural." H-15-18-BEN "Ibai ha cambiado las reglas del juego, está haciendo otras cosas, ha fundado una empresa de videojuegos, está haciendo cosas diferentes." H-15-18-BEN "Hay gente que hace buen contenido, otros son vividores." H-15-18-BEN</p>
--	--

Les joves	Les joves
<p>"Sigo a gente que me gusta, para inspirarme. Alguna actriz o una chica que tiene mi estilo." D-11-14-CAL "No me interesan mucho, son un poco falsos." D-11-14-CAL "Me parecen '<i>ricos</i>'." M-11-14-FER "Uno que no hace nada, por su cara bonita, tiene miles de likes." M-11-14-FER "Una tiene miles de seguidores porque se la ve guapa o porque es famosilla." M-11-14-FER "El físico cuenta mucho, el cuerpo es muy importante." M-11-14-FER "Depende de la persona." M-11-14-FER "Hay unas pocas chicas. Pero sigues actores, gente famosa." M-11-14-FER</p>	<p>"Nos muestran normalmente una imagen falsa, de que todo es perfecto." D-15-18-CAL "Tienen mucha influencia." D-15-18-CAL "Hay mucha variedad, tratan muchos temas diferentes." D-15-18-CAL "Han salido influencers como Naim Darrechi o Marina Yers que comentan información perjudicial." D-15-18-CAL "Crean polémica, para ganar dinero o ganar más seguidores." D-15-18-CAL "Los que dan su opinión, pero con mucho más respecto son: AuronPlay, Ibai, El Rubiius, Jorge Cyrus." D-15-18-CAL "Las chichas en general muestran una vida mucho más perfecta, un poco falsa." D-15-18-CAL "En quant a la privacitat els <i>influencers/youtubers/tiktokers</i> són conscients a què s'exposen."</p>

<p>"Los chicos y las chicas siguen a gente diferente." M-11-14-FER</p> <p>"Si miras el móvil de un chico y el de una chica, verás que son diferentes las cosas que tienen." M-11-14-FER</p> <p>"No sigo a nadie con páginas que se accede con filtros." M-11-14-FER</p>	<p>M-15-18-FER</p> <p>"No és justificable allò dolent que els pugui passar, però han de saber que tenir el compte públic o reconeixement públic té riscs." M-15-18-FER</p>
---	--

4.4.13. Ens podeu parlar de les experiències tòxiques a les XS: per exemple, de les experiències que pensau que haurien de canviar

Un dels temes que quedava per explorar és el de les experiències negatives a les xarxes. Ja s'han identificat les funcionalitats positives (comunicació, relació...), però s'ha parlat dels perills i calia donar oportunitat per a parlar de les experiències que cal prevenir. Ja s'ha dit abans que les experiències més clares les han viscut entre els 15 i 18 anys, però també hi ha qualche experiència destacada als 11-14. En qualsevol cas, són elles les més exposades als riscos.

Les experiències que s'han expressat són de sis tipus complementaris:

- robatori dels comptes o la suplantació d'identitats, provocant enfrontaments amb altres persones, fent publicacions sexualitzades, etc. Hi ha hagut diverses experiències directes o experimentades per persones properes. Generen dificultats, però tenen experiència de fer front a aquestes dificultats tan molestes.
- Assetjament i bullying (per exemple: comentaris despectius), control del que fas, assetjament sexual, pressió per a que facin vídeos...
- Publicitat i pressió constant amb convidades a fer activitats no volgudes, enganys xantatge i altres.
- Pressió per passar deures o fer activitats acadèmiques.
- Discussions, enfrontaments, baralles, rumors tòxics.
- Conductes problemàtiques, addictives en diversos nivells.

Les dones pateixen molt més les dues primeres (robatori de comptes; assetjament...), els homes pateixen més les baralles, enfrontaments diversos i conductes addictives (per exemple: video-jocs). Uns i altres pateixen la resta.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Me acosó una persona. Me enviaba mensajes diciendo cuál era mi dirección."

M-11-14-FER

"M'han obligar a passar els deures pel xat de classe."

H-11-14-BEN

"Les baralles típiques entre amics, per qui perd o qui guanya."

H-11-14-BEN

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Les experiències negatives pròpies o de persones conegudes ens ha fet ser més conscient del risc."

M-15-18-FER

"Los algoritmos te controlan. Parece que hasta te escuchan. Ves vídeos de viajes y luego te bombardean."

H-15-18-BEN

<p>"Discutim millor cara a cara, amb menys agressivitat." H-11-14-BEN</p> <p>"Envien publicitat, constantment envien missatges per a fer coses o comprar coses." H-11-14-BEN</p> <p>"Enganys diversos amb els que et volen enxampar per a fer coses que no vols fer." H-11-14-BEN</p> <p>"A un chico le robaron el perfil en Instagram. Empezó a llegar información de virus a los que estábamos en su red." H-11-14-BEN</p> <p>"A una amiga li va arribar també informació de text i imatges, sense haver-la demanat, des d'un perfil fals d'Instagram." H-11-14-BEN</p>	<p>"Hay chicos jóvenes enganchados a los juegos, eso es peligroso, te pueden entrar. No te puedes fiar de nadie." H-15-18-BEN</p>
---	---

Les joves	Les joves
<p>"Robar la identidad. Duplicar tu cuenta y publicar cosas como si fueran yo. Eso me ha pasado y es muy desagradable." D-11-14-CAL</p> <p>"Que te controlen, dónde estás y eso." D-11-14-CAL</p> <p>"Hay gente que te quiere controlar." D-11-14-CAL</p> <p>"Te quieren captar para poder hacer vídeos o para quitarte la cuenta." M-11-14-FER</p> <p>"Hay gente que te persigue, que se hacen pasar por otra persona." M-11-14-FER</p> <p>"Chicos mayores que se hacen pasar por chicos de 14 años." M-11-14-FER</p> <p>"Roban perfiles, eso ya ha pasado. A mi me ha pasado. Tube que hablar directamente con la chica que me lo había hecho y pude arreglarlo." M-11-14-FER</p>	<p>"Que se hagan pasar por ti." D-15-18-CAL</p> <p>"Que tus fotos puedan pasar a otros, también fotos íntimas." D-15-18-CAL</p> <p>"Que te roben la cuenta." D-15-18-CAL</p> <p>"Que te amenacen con hackear." D-15-18-CAL</p> <p>"Recibir amenazas a través de redes (la gente es más atrevida)." D-15-18-CAL</p> <p>"Recibir comentarios despectivos." D-15-18-CAL</p> <p>"Bullying." D-15-18-CAL</p> <p>"Chantaje." D-15-18-CAL</p> <p>"Estafas." D-15-18-CAL</p> <p>"En Snapchat hay más acoso sexual que en otras redes, más persecución."</p>

<p>"Robar el perfil y después insultar a otras personas, como si fueras tu." M-11-14-FER</p>	<p>D-15-18-CAL "A las chicas se las juzga mucho más, lo que dicen, como son, su cuerpo, etc. Hay más presión." D-15-18-CAL "A <i>Omegle</i> i altres, pràcticament totes les ocasions et trobes material desagradable o no desitjat." M-15-18-FER "Me ha pasado que una persona, con la que yo hablaba en confianza, después divulgaba las conversaciones personales con sus amigos, para reirse." M-15-18-FER</p>
--	--

El robatori dels comptes o la suplantació d'identitats consisteix en el registre o maneig de dades d'altres persones per actuar en nom seu. Aquesta pràctica, la més identificada als debats com a mala experiència, suposa clarament una conducta delictiva. Entre adolescents, de vegades, es donen pràctiques d'intercanvi de contrasenyes i dades d'accés per actualitzar perfils en nom seu, realitzar una acció concreta dins d'un joc, també es produeix l'intercanvi de mòbils per contestar una conversa personal, com a prova de "confiança" a parelles, aprofitant per robar identitats. En qualsevol cas, encara que no es disposi de la contrasenya o de les dades d'accés d'una altra persona, es pot utilitzar la informació pública i les imatges que comparteix per crear fàcilment un nou registre amb el nom d'aquesta persona, de manera creïble, ja que es disposa del material necessari per utilitzar al registre i publicar continguts al nou perfil.

4.4.14. Quan vos ha passat alguna cosa desagradable, a qui demanau ajuda i quina experiència teniu de l'ajuda que vos han donat?

És sorprenent la poca demanda de suport extern als propis recursos familiars i l'aportat per les amistats. Un indicador de que elles han patit situacions més greus és que parlen de la policia com a opció de suport, mentre ells quasi no en parlen de la policia.

En general, el professorat i la resta de personal de l'institut no són considerats com a persones de referència per demanar ajuda. Sigui perquè no hi ha confiança ("no em farien cas", "no hi tenim confiança"...) o perquè pensen que això generaria més escàndol.

La policia és el recurs de les situacions greus. Posar una denuncia, comunicar-ho a la policia és una opció no descartada, però reservada per a situacions extremes.

És preocupant que s'expressi la sensació de que no hi ha res a fer, que si et passa, com que és tan freqüent, ho has d'afrontar com puguis, perquè no et faran cas. Diu un jove, davant del robatori del compte: "Hem canviat totes les credencials i la contrasenya, però no hem denunciat. Crec que no serveix gairebé per res denunciar, és massa freqüent."

Què opinen als 11-14 anys Els joves	Què opinen als 15-18 anys Els joves
"La familia." M-11-14-FER	"A los padres, seguro, primero a los padres. Si es más serio a la policía, pero primero a los padres." H-15-18-BEN
"Profesores no, no me harían caso." M-11-14-FER	"Si no es muy serio, a los amigos." H-15-18-BEN
"Depende de la situación, tal vez hablaría con los profesores." M-11-14-FER	"A gente del instituto, profesores y otros, no. Ni siquiera si fuera algo del instituto." H-15-18-BEN
"Cambiamos todas las credenciales y la contraseña, pero no hemos denunciado. Creo que no sirve casi para nada denunciar, es demasiado frecuente." H-11-14-BEN	
"Demanam primer als pares, després als amics." H-11-14-BEN	
"Primer a la meva mare, sap més què fer." H-11-14-BEN	

"Abans dels professors, li demanaria als pares. També a la meva germana."
 H-11-14-BEN
 "No els hi tenim confiança als professors."
 H-11-14-BEN

Les joves

"Padre y madre."
 M-11-14-FER
 "Las amigas, si no es muy grave."
 M-11-14-FER
 "La policía, si es muy grave."
 M-11-14-FER
 "Profesores no. No tenemos confianza."
 M-11-14-FER
 "En los profesores no piensas, no es en quien peinsas cuando pasa algo de esto."
 M-11-14-FER
 "Más las madres."
 M-11-14-FER
 "Confío en mi madre y en mi hermana."
 M-11-14-FER
 "Lo arreglamos con las amigas. No me ha pasado nada tan grave como para hablar con la policía."
 M-11-14-FER
 "A un amigo le hicieron presión, bullying, y tuvieron que hacer una denuncia. Era alguien de su propia clase. Tuvieron que pedir ayuda a los juzgados."
 M-11-14-FER
 "No creo que la policía nos hiciera caso, en temas de redes, de robo de identidad o de fotos sexuales..."
 D-11-14-CAL

Les joves

"Madres y padres"
 D-15-18-CAL
 "La Policía. En casos más serios, son quienes mejor ayudan."
 D-15-18-CAL
 "Con la familia primero, siempre tienes más confianza."
 M-15-18-FER
 "La policía és el darrer recurs, però està bé que hi siguin."
 M-15-18-FER

4.4.15. Al marge de la vostra experiència concreta, quin ús problemàtic de les xarxes coneixeu, què s'hauria de prevenir?

Després de parlar dues hores, els hi demanarem que ens ajudessin a pensar quins és l'ús problemàtic que tal vegada s'hauria de prevenir, a les xarxes socials. Les aportacions es concentraren en cinc grans qüestions:

- higiene digital: prevenir l'ús abusiu (massa hores, dependent);
- l'assetjament sexual, la convidada al sexting, cibersex, i d'altres pràctiques similars (cosificació de les joves, tractament denigratori...);
- bullying, insults, menyspreu, provocació, rumors tòxics...;
- publicitat abusiva;
- censura de diversos tipus.

El discurs de les joves, pel que fa a aquestes experiències, és molt més ric en matisos i introdueix la reflexió sobre el porno, la violència de gènere i altres pràctiques que o són viscudes directament o prou conegudes.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"No perdem el temps amb les xarxes. Però hi ha gent que passa massa temps, això és cert."

H-11-14-BEN

"No crec que hi hagi dependència del mòbil, però el temps passa massa ràpid, com amb qualsevol cosa que t'agrada."

H-11-14-BEN

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Aumenta la censura en las redes."

H-15-18-BEN

"Cualquier palabrota y te retiran un vídeo o te lo desmonetizan."

H-15-18-BEN

"En Instagram te identifican los tratamientos de las fotos. Te dicen que la foto no es la realidad."

H-15-18-BEN

"Como no tengo identificada la edad en YouTube, no me dejan poner like ni ver algunos vídeos ni poner comentarios."

H-15-18-BEN

"Han restringido la visualización de videojuegos, aumenta la propaganda, la presión para que compres cosas."

H-15-18-BEN

	<p>"Aumentan los anuncios, eso es cada vez peor." H-15-18-BEN</p> <p>"Pedir cibersexo a las chicas. Eso pasa." H-15-18-BEN</p> <p>"Rumores sobre los chicos, eso también pasa, pero no nos ha pasado a nosotros." H-15-18-BEN</p> <p>"Mostrar imágenes sexuales, a las chicas, no solicitadas, por Snapchat y por WhatsApp." H-15-18-BEN</p> <p>"Todas las peleas físicas han empezado antes en las redes, casi seguro." H-15-18-BEN</p> <p>"Las redes también nos crean presión a los chicos. Te sientes obligado a quedar bien." M-15-18-FER</p>
--	--

Les joves

"El robo de los perfiles es lo peor."
M-11-14-FER

"Hay mucho insulto, más de los chicos a las chicas. Dices algo de futbol y te dicen que te vayas a fregar, eso es lo más suave."
M-11-14-FER

"A M., lo contó, la invitaron a ir a un hotel, por Instagram creo. Suerte que se metió su padre."
D-11-14-CAL

"A mi me envió un chico fotos de su pene, eso después de hablar un par de veces."
D-11-14-CAL

"Te piden imágenes tuyas, creo que es sexting."
D-11-14-CAL

Les joves

"Cada vez hay una publicidad más agresiva. Más promociones."
D-15-18-CAL

"Te salta publicidad de cosas que hablas, seguro que hay escuchas o sistemas de alerta."
D-15-18-CAL

"Ciberbullying hay. Una chica subió una foto que se podía ver un pezón y la acosaron tanto que acabó suicidándose. No es de aquí. Pero, aquí podría pasar."
D-15-18-CAL

"Yo conozco a una chica que la grabaron con un chico y luego la enviaban a otros chicos."
D-15-18-CAL

"Cada vez que hablamos de algún tema personal, nos tratan como si fuéramos marcianas. Luego vienen y te dicen 'perdona, ¿te encuentras bien?'. No son nada sensibles."
D-15-18-CAL

"Nos puntúan el culo, las tetas... nos cosifican. Las chicas tenemos mucha presión social. Ellos ahora también, pero menos."

D-15-18-CAL

"El porno ha influido en la manera de entender el sexo de los chicos."

D-15-18-CAL

"Siempre esperan que te comportes como las mujeres que aparecen en el porno."

D-15-18-CAL

"No me han obligado, pero si me han presionado para pasar trabajos del instituto. Esa presión sí que se produce."

M-15-18-FER

"Rumores, hablar mal de otras personas, eso es habitual."

M-15-18-FER

"Hay veces que se cuelgan de ti o de otra persona, sin que conozcas a esa persona."

M-15-18-FER

"Mensajes de gente desconocida que te entra, primero con halagos, pero que a veces se convierte en presión o en presión para sexo."

M-15-18-FER

"Yo conozco a una chica de la que se reían por redes, cojían sus fotos y tuvieron que denunciar sus padres. No era de este instituto, era otro centro. Le insultaban por los pasillos, pero lo más grave era por redes."

M-15-18-FER

"Ahora hasta nos da miedo subir fotos, se van a reir o la van a comentar de manera ridícula."

M-15-18-FER

"Las redes crean mucha presión social."

M-15-18-FER

4.4.16. Què pensau que caldria fer, des de l'administració local (AJUNTAMENT DE CALVIÀ), en relació al que passa a les XS?

De les reflexions que sortien al llarg de les converses, però també del tractament explícit del tema, es poden concloure dos reptes fonamentals, per a la programació d'activitats:

- la disponibilitat de personal que pugui fer escolta psicològica als instituts, però que no estigui directament vinculats al claustre. Es demana la possibilitat de parlar, quan ho necessitin, amb algú que respecti estrictament la confidencialitat i no estigui limitat per les avaluacions o per l'obligació d'informar el claustre.
- La necessitat de fer sessions formatives més freqüents, a les quals puguin parlar en confiança.

Què opinen als 11-14 anys

Els joves

"Las charlas son bienvenidas para tener información. Están bien, pero tienen que mejorar y ser más frecuentes."

H-11-14-BEN

"Pero, las charlas deberían ser para más pequeños, deberían hacerse en 5º, 6º y principio de la ESO."

H-11-14-BEN

Les joves

"Hacer charlas más seguidas estaría bien. Tenemos una cada año, es muy poco, ni te acuerdas."

M-11-14-FER

"Hacer debates como este, estaría bien. Tenemos cosas que decir, dudas, nos gusta escuchar a otras y otros."

M-11-14-FER

"Una persona para hablar. La orientadora no sé ni quien es. Estaría bien tener una psicóloga en el instituto para poder hablar en confianza."

M-11-14-FER

Què opinen als 15-18 anys

Els joves

"Poner un psicólogo o una psicóloga joven, de confianza, en el propio centro. Que pudieramos ir cuando quisiéramos hablar."

H-15-18-BEN

"Algo como *Sex Education* estaría bien, la posibilidad de hablar en clase sobre estos temas y sexualidad."

H-15-18-BEN

"Más charlas, con más frecuencia. Una charla al año es muy poco."

H-15-18-BEN

Les joves

"Deberían hacer talleres para los chicos sobre el consentimiento, el respeto..."

D-15-18-CAL

"Las charlas estarían bien, pero más frecuentes y con gente de fuera, que no sean profesores."

M-15-18-FER

4.5. Balanç d'aportacions

Tots i totes les participants han intervingut de manera molt natural, una vegada i una altra, al llarg de les quasi tres hores de debats que s'han realitzat en cada un dels sis grups. Abans d'entrar en les aportacions concretes, cal destacar la major productivitat per part de les adolescents, tot i que els joves han mantingut també un bon nivell d'intervenció. Aquesta diferència s'ha notat especialment en els dos grups mixts, els adolescents han estat menys productius quan davant les seves companyes. En qualsevol cas, les aportacions són coherents entre els sis grups, coincidint en la majoria de constatacions, experiències, valoracions i propostes.

Fer dues sessions ha permès que els grups tinguessin més confiança amb els facilitadors dels grups en la segona sessió. Així, s'han pogut tractar temes més delicats, de major implicació personal a aquesta segona sessió, com ara les pressions per al cibersex, el ciberbullying i altres similars. També s'han pogut plantejar, de manera menys improvisada, les propostes d'actuacions, en relació als diversos temes tractats.

Uns i altres entenen que les adolescents fan servir les xarxes més que els adolescents. També constaten que les dones es troben més perjudicades, són més vulnerables, que els adolescents.

Si es fa un resum de les aportacions, seguint les categories identificades, es pot comprovar un nivell diferenciat d'aportacions en funció de les qüestions plantejades. N'hi ha que els han interessat molt i sobre les que aportaven idees o experiències en diversos moments. D'altres, han tingut un interès secundari. Cap dels temes plantejats ha deixat d'obtenir aportacions, en alguns casos s'han pogut ajuntar en un únic tema, com quan s'ha parlat del que els havia passat, del que havien experimentat, per una banda i, després, del que sabien que passava, encara que no els hi hagués passat a ells o elles. Els ha costat separar aquests dos tractaments: experiència i coneixement, la tendència a tots els grups ha estat la mescla dels dos nivells. De tal manera, que es pot concloure que el que saben està clarament vinculat al que han viscut o els ha afectat emocionalment.

Tema	Aportacions
1. QUÈ SÓN. Com definiríeu les xarxes? En què pensau quan parlem de Xarxes Socials?	<ul style="list-style-type: none">• aplicacions per a la comunicació;• per a l'entreteniment;• per a les relacions (conèixer altres persones, saber què fan...).
2. CONFIANÇA. En qui confieu, en relació a les xarxes?	<ul style="list-style-type: none">• La família, entesa com a mare i pare.• Les amistats i persones conegudes properes.

<p>3. FONAMENTALS A LA VIDA. Per què les XS són fonamentals a la vostra vida quotidiana?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • per les funcions que ofereixen (comunicació, relació, entreteniment); • pel temps efectiu que li dediquen ells i elles, més joves i més grans, una mitjana d'hores comparable a les hores que passen a l'institut; • perquè formen part de la seva identitat: les fan servir des de la infància.
<p>4. RELACIÓ. Quan i com les feu servir (aparells, horaris...)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • el mòbil és absolutament dominant; • a qualsevol horari, però sobretot, a partir de la sortida de l'institut.
<p>5. CONEIXEMENT. Quines són XS més conegudes?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp és l'aplicació de comunicació. • Instagram, també per als dos sexes i edats. • YouTube, amb més presència entre ells; TikTok amb més presència entre elles.
<p>6. ÚS1. Quines són XS més utilitzades?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp com a aplicació de comunicació a totes les edats per a ells i elles. • Instagram, també per als dos sexes i edats. • YouTube, amb més presència entre ells, per a veure vídeos de diversos tipus; • TikTok amb més presència entre elles, per a veure vídeos diversos.
<p>7. ÚS2. Què feu a les XS?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicació constant i en temps real amb la família i entre ells i elles. • Relacions, evidentment a partir de la comunicació oral i escrita; però també observant què han fet o què fan altres persones. • Entreteniment: consum de música, vídeos de viatges o activitats, etc. Es pot considerar que les xarxes socials ofereixen un substitutiu de la TV convencional.
<p>8. PRIVACITAT 1. Ens podeu explicar si vos preocupa la protecció de les vostres dades a les XS i per què?</p>	<p>Els hi preocupa bastant, per experiència i perquè entenen les raons de la prevenció dels riscos.</p>

<p>9. PRIVACITAT 2. Què feu per protegir les vostres dades privades?</p>	<p>Les conductes de protecció més freqüents són:</p> <ul style="list-style-type: none"> • posar els comptes en accés privat, restringint l'accés de manera clara; • controls parentals, bàsicament entre l'alumnat més jove. • Canviant les conductes d'exposició: limitar les pràctiques de major risc
<p>10. SUPORT. Qui vos ha assessorat sobre les xarxes socials?</p>	<p>Han parlat de les famílies i de les xerrades fetes als instituts, però sense una valoració positiva.</p>
<p>11. NOVETATS. Quines xarxes són les que ara vos interessen més i per què?</p>	<p>Les més interessants, al marge de les que ja fan servir, són: Snapchat i Twitch.</p>
<p>12. INFLUENCERS. Què opinau de les persones que en són referents a les XS ("influencers", "youtubers" o "streamers")?</p>	<p>Hi ha dubtes i escepticisme respecte de l'autenticitat.</p> <p>Entre l'alumnat de 15-18 anys sí hi ha identificacions i caracteritzacions clares:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es consideren com a referents amb prestigi: Ibai o Rubius. • Es consideren com a poc fiables o tòxics: Naim Darrechi o Marina Yers.
<p>13. DIFICULTATS PERSONALS. Ens podeu parlar de les experiències tòxiques a les XS: per exemple, de les experiències que pensau que haurien de canviar</p>	<p>Les experiències que s'han expressat són de sis tipus complementaris:</p> <ul style="list-style-type: none"> • robatori dels comptes o la suplantació d'identitats, provocant enfrontaments amb altres persones, fent publicacions sexualitzades, etc.. • Assetjament i bullying, control del que fas, assetjament sexual, pressió per a que facin vídeos... • Publicitat i pressió constant amb convidades a fer activitats no volgudes, enganys xantatge i altres. • Pressió per passar deures o fer activitats acadèmiques. • Discussions, enfrontaments, baralles, rumors tòxics. • Conductes problemàtiques, addictives en diversos nivells.

<p>14. AJUDA. Quan vos ha passat alguna cosa desagradable, a qui demanau ajuda i quina experiència teniu de l'ajuda que vos han donat?</p>	<p>És sorprenent la poca demanda de suport extern als propis recursos familiars i l'aportat per les amistats.</p> <p>Un indicador de que elles han patit situacions més greus és que parlen de la policia com a opció de suport.</p>
<p>15. DIFICULTATS CONEGUDES. Al marge de la vostra experiència concreta, quin ús problemàtic de les xarxes coneixeu, què s'hauria de prevenir?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • higiene digital: prevenir l'ús abusiu (massa hores, dependent); • l'assetjament sexual, la convidada al sexting, cibersex, i d'altres pràctiques similars; • bullying, insults, menyspreu, provocació, rumors tòxics...; • publicitat abusiva; • censura de diversos tipus.
<p>16. L'ADMINISTRACIÓ. Què pensau que caldria fer, des de l'administració local (AJUNTAMENT DE CALVIÀ), en relació al que passa a les XS?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • la disponibilitat de personal que pugui fer escolta psicològica als instituts, però que no estigui directament vinculats al claustre. • La necessitat de fer sessions formatives més freqüents, a les quals puguin parlar en confiança.

5. Consulta de persones expertes sobre l'impacte de les xarxes socials a l'adolescència (11-18 anys)

Juan A. Rodríguez del Pino 1

5.1. Introducció

Un cop finalitzada la primera fase de l'Estudi amb la recollida de 774 qüestionaris entre les persones joves del municipi de Calvià, en aquesta segona fase es vol conèixer l'impacte de les xarxes socials sobre la Joventut, des de la visió de les persones adultes. Per això entenem que cal analitzar en profunditat les opinions de persones expertes que hagin treballat i treballen amb i per als joves. Per aquest motiu, es planteja, seguint criteris d'equitat evidents, entrevistar:

- a) Persones acadèmiques, atenent les diferents mirades i disciplines: - Sociologia, - Psicologia, - Magisteri, - Pedagogia, - Comunicació, - Treball social, etc.
- b) Professorat de primària i secundària.
- c) Personal tècnic d'entitats públiques de joventut (ajuntaments, autonomies, etc.).
- d) Professionals que treballen o intervinguin amb joves: associacions, grups d'oci i esbarjo, ...

5.2. Mètode

Per abordar l'objectiu d'aquesta segona part del present estudi, utilitzem una metodologia d'entrevista i grups focals. Aquests mètodes qualitius són útils per a la identificació de característiques rellevants. A més, és especialment recomanada com a metodologia qualitativa mixta, per a l'estudi de petites mostres. La validesa d'aquesta tècnica rau en una selecció acurada dels informants i l'alta qualitat de les seves contribucions en cadascuna de les successives rondes durant el procés d'entrevista i grups focals (Lee et al., 2008).

Per a l'elecció potencials participants es va contactar amb professionals de tot el territori espanyol i reconeguts per les seves aportacions al camp de les xarxes socials, la comunicació, el treball amb joves i la investigació en aquestes àrees, dividint-los en tres grans grups: persones expertes provinents de l'Acadèmia, persones expertes provinents de l'educació (principalment professorat de l'ESO, cicles formatius i batxillerat); i persones expertes des de

1 Tota aquesta part de la recerca va ser coordinada per **Juan A. Rodríguez del Pino** (Dep. de Sociologia de la Universitat de València), amb la col·laboració de l'equip de direcció de la recerca. Aquest capítol ha estat elaborat pel professor Rodríguez.

l'activisme (Això és, que treballin amb els joves des d'entitats com ara ONG, Consells de la Joventut, etc.). Després, els convidem a participar a l'estudi. Alhora, aquests professionals ens van recomanar a altres possibles candidats, que també van ser contactats.

Tots els candidats havien de tenir experiència professional fàcilment acreditada mitjançant el seguiment de la seva carrera directament des de les seves institucions de treball, així com la seva participació a congressos, esdeveniments i publicacions d'interès i rellevància en el tema.

Contactem i convidem a 30, 18 van respondre les preguntes obertes que els vam passar, i 10 van acceptar participar a la jornada pública i on line en format de taules rodones, però només 9 participen veritablement a les tres taules de debat (grups focals), establertes i realitzades el 26 d'abril de 2022.

La investigació es va plantejar en dos moments:

1. Vam utilitzar un guió de preguntes obertes, per a les entrevistes, centrades sobre característiques, definicions i conseqüències de les xarxes socials en adolescents i joves:

- 1. Com definiria les XARXES SOCIALS?
- 2. A partir de la seva experiència, quin nivell de prioritat considera que els atorguen els joves a les XARXES SOCIALS?
- 3. En base a les seves investigacions Sobre quins temes publica la joventut a les XARXES SOCIALS? I per whatsapp?
- 4. I quins temes són els més seguits i/o buscats per la joventut a les XARXES SOCIALS?
- 5. Podria assenyalar 3 CONSEQÜÈNCIES POSITIVES que consideri de les XARXES SOCIALS?
- 6. Podria assenyalar 3 CONSEQÜÈNCIES NEGATIVES que consideri de les XARXES SOCIALS?
- 7. Quina importància considera que la joventut li atribueix a la SEGURETAT a les XARXES SOCIALS?
- 8. Fins a quin punt estima que alguns joves han rebut invitacions per fer alguna cosa que els incomodava o disgustava.
- 9. Des del seu punt de vista, com considera que es gestionen els vincles afectius-sexuals a les xarxes socials entre la joventut? Per què?

2. Tres taules rodones, per als grups focals, al llarg d'una jornada amb preguntes inicials extretes de les conclusions obtingudes després de la primera Fase de l'Estudi, a partir de les respostes aportades pels joves (7 que van participar en el qüestionari previ realitzat a Balears:

- 1r. En qui confien els adolescents a les xarxes socials?
- 2n. Quina importància tenen les xarxes socials en la vida quotidiana dels adolescents? Per què en fan ús?
- 3r. Hi ha una major exposició pública dels adolescents a les xarxes socials? De quina manera?
- 4t. Considera que hi ha un increment d'experiències tòxiques o de demandes incòmodes als adolescents a les Xarxes Socials? A qui creu que recorren per demanar ajuda?

Les persones expertes, de cada part, van ser les següents:

Entrevistes:

Àrea	Persona	Entitat
Acadèmia	Antonio García Jiménez	Universidad Rey Juan Carlos
	Jorge García Marín	Universidad de Santiago de Compostela
	Charo Sadaba Chalezquer	Universidad de Navarra
	Mari Cruz López de Ayala	Universidad Rey Juan Carlos
	Montserrat Peris Hernández	Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
	Ricardo Fernández Muñoz	Universidad de Castilla La Mancha
	Educació	Yolanda Abril Falcó
Luis López Murria		Consorci d'Educació de Barcelona. Unitat Terapèutica Infantil i Juvenil, Acompanya'm - Hospital Sant Joan de Déu
María José Sánchez Pérez		CIPFP Ciutat del Aprenent
Xisca Fornés Perona		IES Son Ferrer
Noelia García Puente		CREC Son ferrer
Anna Monzó Martínez		CEFIRE - Valencia
Entitats		Fani Grandre Serrano
	Rosana Palomares Mas	Fundación Iniciativa Solidaria Ángel Tomás
	Silvestre del Rio Valero	Educando proteges
	Gabriele Bavastro	Divulgador
	Rubén García	Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)
	Gloria Cárcamo del Amo	Ajuntament de Calvià

Persones participants a les taules redones (grups focals):

Mesa	Persona	Entitat
1	Antonio García Jiménez	Universidad Rey Juan Carlos
	Silvestre del Rio Valero	Educando proteges
	Charo Sadaba Chalezquer	Universidad de Navarra
	Lluís Ballester	Universitat de les Illes Balears
	Rosana Palomares Mas	Fundación Iniciativa Solidaria Ángel Tomás
2	Luis López Murria	Consorti d'Educació de Barcelona. Unitat Terapèutica Infantil i Juvenil, Acompanya'm - Hospital Sant Joan de Déu
	María José Sánchez Pérez	CIPFP Ciutat del Aprenent
	Montserrat Peris Hernández	Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
	Juan A. Rodríguez-del-Pino	Universitat de València
3	Fani Grandre Serrano	Comunicadora
	Yolanda Abril Falcó	IES Pobla de Farnals
	Sandra Sedano Colom	Ajuntament de Calvià
	Susana Marín Traura	Universitat de València

5.3. Resultats

Els resultats es presenten en funció de cada un dels dos procediments de recollida d'informació.

5.3.1. Etapa 1: Entrevistes, preguntes obertes, a un panell de persones expertes

Pregunta oberta 1

1. Com definiria les XARXES SOCIALS?

Des de l'ACADÈMIA van respondre:

Antonio García (URJC)

Les xarxes socials, enteses com a plataformes de mitjans socials, són espais de comunicació en línia que tenen com a virtualitat fonamental la possibilitat de generar, publicar i intercanviar informació en múltiples formes, i que permeten estar en contacte a persones a qui els uneix un interès comú, encara que no sigui necessàriament col·laboratiu, positiu o legal. A través de fils temàtiques, una audiència en contacte, basant-se en la participació col·lectiva, intercanvia un flux informatiu que forma part fonamental de la vida de les persones.

Actualment, són propietat d'unes quantes empreses. El benefici que obtenen es deriva de la publicitat, diferents tècniques de màrqueting i la recollida de les dades directes i subjacents dels seus diversos usuaris.

S'han convertit, des del punt de la Comunicació, en un dels espais que més influeix a les agendes pública i personal.

Charo Sádaba (UNA)

Plataformes tecnològiques que permeten que les persones es relacionin amb altres sobre la base dels seus interessos personals, aficions o preferències.

Montse Peris (UPV/EHU)

Són un mitjà i/o eina de comunicació per relacionar-se, expressar sentiments, emocions, esdeveniments quotidians, circumstàncies més fàcils o menys fàcils. A més de generar espais de joc i trobada.

Ricardo Fernández (UCLM)

Entenc les xarxes socials com un escenari on persones, grups socials i organitzacions estableixen relacions a través d'internet per compartir interessos comuns...

María Cruz López d'Ayala (URJC)

Són plataformes digitals que interconnecten individus entre si. Les xarxes socials són part de les nostres vides.

Jorge García (USC)

Aquells programes i programari que permet el contacte entre persones i organitzacions per transmetre informació diferent

Des de l'EDUCACIÓ van indicar que:

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

Són plataformes online/virtuals formades per comunitats de persones on els usuaris poden interconnectar-se, comunicar, compartir informació o interessos, mostrar esdeveniments de les seves vides privades en forma de publicacions o informar-se sobre aquells temes que són del vostre interès.

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

Són espais a la web que permeten relacionar-se, intercanviar informació, mantenir-se en contacte. Aquestes aplicacions són la nova manera de relacionar-se i de construir la identitat.

Des de les diverses ENTITATS que treballen amb joves, van assenyalar que:

Fani Grande (Experta en comunicació)

Com una eina potentíssima de: comunicació, informació, socialització, activisme, aprenentatge, pertinença, visibilització, creativitat, oportunitat de negoci i, alhora, un escenari de tota mena de violències

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Ángel Tomás)

Les xarxes socials són protagonistes de la societat digital, noves formes d'interacció social, informació a temps real i una eina de difusió que permet una comunicació permanent, dinàmica i interactiva que, alhora, ha modificat el concepte de relació social clàssica i la inversió en temps lliure.

Les xarxes socials han esdevingut un mitjà a través del qual els i les adolescents comparteixen les seves experiències i es relacionen, convertint-se en una nova forma de socialització.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

Són una de les eines que facilita internet perquè els usuaris puguin estar connectats entre si, agrupant-se per afinitats i mitjançant les quals poden interactuar compartint, vídeos, imatges, informació i opinions.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

 s un espai virtual on es permet la interacció entre usuaris/àries registrats on es comparteix informació de la vida personal i/o professional i que, segons la plataforma, s'accentua algun dels elements que la componen;  s a dir, la imatge, el vídeo o so, aix  com el temps de referència (directe, passat llunyà/recent). A més, en els darrers anys se n'ha produït una popularització, convertint-se en espais de sociabilitat clau en la societat espanyola i valenciana actual, els quals, a més, s'han vist incrementats com a conseq ncia de la pandèmia i els seus efectes en les relacions socials, produint-se un augment en la utilització de les tecnologies de la informació i les xarxes socials com a eines de comunicació.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

Les definiria com a plataformes digitals dissenyades per connectar persones i crear-hi relacions. El seu  s està relacionat amb la comunicació en temps real i la difusió d'informació. S'han convertit en un nou punt de trobada tant al món laboral com al social.

Pregunta oberta 2

2. A partir de la seva experiència, quin nivell de prioritat considera que atorguen els joves a les XARXES SOCIALS?

Des de l'ACADÈMIA es va indicar que:

Antonio García (URJC)

Són una part fonamental de la vida dels adolescents i joves. Tant directament com part de la resta d'activitats que es realitzen a l'àmbit en línia com: veure vídeos, escoltar música, jugar jocs en línia, realitzar tasques escolars, universitàries o professionals, buscar algun producte per comprar, etc.

En aquest apartat, cobra especial importància el mòbil com el dispositiu que centralitza la connectivitat en línia de la generació analitzada. Les xarxes socials es configuren com un espai fonamental per a la comunicació, la construcció identitària i el posicionament vital dels joves i els adolescents.

No hi ha cap percepció sobre les xarxes socials. S'entén que aporten facetes positives, però els adolescents i joves afirmen també que els fa perdre temps, encara que no els a lli de la vida real. A més, consideren que els permet expressar les seves opinions lliurement i sentir-se integrat entre els amics, si bé algunes vegades se senten pressionats per contestar

immediatament els missatges que reben, ja sigui per mitjans de les plataformes de xarxes socials o mitjançant el WhatsApp.

Charo Sádaba (UNA)

Per als joves les xarxes socials són clau perquè juguen un paper molt important en la seva dimensió social. Com és sabut, en aquesta edat la socialització és particularment intensa i satisfà, a més, altres necessitats (com la identitària), i el grup de referència o iguals adquireix una dimensió important generalment.

Montse Peris (UPV/EHU)

Tenen una prioritat alta, ja que és la forma d'estar amb els seus iguals i d'expressar-se "més lliurement" encara que en tingui conseqüències i controvèrsies.

Ricardo Fernández (UCLM)

En la meua experiència de formació de futurs mestres comprovo un gran ús de les xarxes socials per part dels meus alumnes, principalment per a l'oci i l'entreteniment, a més de fer-les servir per establir i mantenir relacions entre si i amb altres persones.

María Cruz López d'Ayala (URJC)

Una prioritat màxima. Les xarxes socials són una extensió de la vida offline i són claus per a comunicació, relació, entreteniment, la informació, l'aprenentatge... Ara com ara, són essencials per a la integració social dels joves.

Jorge García (USC)

Molt important, és un lloc privilegiat per als/les joves com a espai de socialització ja que la seva vida es mou principalment en aquest espai

Les persones de les ENTITATS van respondre que:

Fani Grande (Experta en comunicació)

Nivell d'interès màxim i, encara que no arribin a interactuar, obren perfil per veure què fan els seus companys de classe, famosos de capçalera i poder consumir continguts del vostre interès.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Ángel Tomás)

Per a les persones joves, les xarxes socials són prioritàries en el seu maneig i han esdevingut una forma de socialització quotidiana. Les formes de relació clàssiques han canviat amb l'ús de les xarxes socials, ja que l'accés és relativament accessible per i per a totes. Sens dubte, el nivell de prioritat que es confereix a les xarxes socials és elevat i pot arribar a tenir un impacte negatiu en la vida dels joves si no se'n realitza una bona gestió. Com se sol dir "si no ho mostres, no existeixes" fins i tot no sent real.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

Els joves actualment li donen una importància altíssima, ja que és un dels principals mitjans de comunicació entre ells. Així mateix, busquen la popularitat i l'acceptació social a través de les xarxes socials, cosa que comporta en ocasions que perdin la seva pròpia identitat, ja que pensen a publicar allò que els agradarà als altres i no el que ells són realment.

Gabriele Bavastro (Autor de "I Love TikTok")

Per la majoria és gairebé com una droga. No es poden allunyar per temps llargs i quan les tornen a utilitzar no són conscients de la quantitat de temps que estan passant al seu interior.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

Alta, atès que la missatgeria instantània s'ha tornat un element essencial de la comunicació a la quotidianitat de les persones joves; així com altres plataformes, com YouTube, Instagram o Tik-Tok a les quals també mostren un consum elevat en convertir-se en una forma més d'interacció social; al mateix temps que espais on aconseguir continguts d'ús recreatiu i lúdic. Alhora, també cal ressaltar no només la utilització de les xarxes socials com a objecte de consum, sinó com un espai més de l'esfera cultural on la joventut realitza les seves aportacions, adoptant una actitud proactiva quant a creació de contingut i, per tant, convertint-se en generadors/es de productes culturals en aquests espais virtuals. Així mateix, en la nostra experiència treballant amb la joventut, també s'ha observat que un segment utilitza les xarxes socials com a font per informar-se sobre diferents temes que els resulten d'interès. A aquest efecte, també reforçaria aquest nivell de prioritat alt per part de la població jove, atès que les xarxes socials en certa mesura són utilitzades per informar-se de l'actualitat.

Pregunta oberta 3:

3. En base a les seves investigacions Sobre quins temes publica la joventut a les XARXES SOCIALS? I per whatsapp?

De l'ACADÈMIA van assenyalar que:

Antonio García (URJC)

Per contestar adequadament, cal definir què s'entén per tema. No és el mateix referir-se a un missatge oa un tuit, que a pujar a una plataforma una fotografia, una producció audiovisual, o fins i tot un podcast o un relat. En aquest sentit, convé recordar que els adolescents i els joves consumeixen i tenen perfils a les xarxes socials, però no necessàriament és alt el nombre de creadors. I encara menys si es tracta de manera sostinguda. Publiquen fonamentalment fotografies i selfis.

Conforme a un estudi recent, els principals temes sobre els quals adolescents i joves publiquen són: passatemps, gustos i passions; llocs i espais; persones importants a les seves vides;

aspectes de la vida diària; esdeveniments importants a les seves vides. En un percentatge menor: reflexions personals; relacions, somnis o desitjos personals; processos d'aprenentatge; descobriments o coneixements; elements o objectes de valor sentimental; i activitats relacionades amb el treball o professionals.

Charo Sádaba (UNA)

La major part de les vegades l'ús de les xarxes socials té com a funció mantenir i desenvolupar vincles socials prèviament establerts, per la qual cosa solen publicar coses que compleixin amb aquesta finalitat: missatges (imatges, gif, mems, vídeos) per riure's, assumptes més o menys banals per mantenir una conversa en marxa, assumptes quotidians o aspiracionals sobre relacions, etc.

Montse Peris (UPV/EHU)

Estats d'ànim, imatge corporal, preocupacions, jocs, notícies, èxits, dificultats, temes d'interès

Ricardo Fernández (UCLM)

En el cas de whatsapp, considero que és la xarxa social que utilitzen més. Potser és de partida la xarxa social que utilitzen a més per a intercanvis de caràcter acadèmic, per mantenir-se actualitzats sobre les activitats que es desenvolupen durant el curs, creant vincles entre el grup de classe.

María Cruz López d'Ayala (URJC)

No és un aspecte que hagi treballat en profunditat. En qualsevol cas, els interessos d'un nen de 12 anys no són els mateixos que els d'un jove de 16 o 17 anys. Per tant, abasten un contingut molt ampli que té a veure amb els temes que els importen i els preocupen: temàtiques que els permeten mantenir el contacte amb els altres, amb els seus gustos i aficions...

El professorat d'EDUCACIÓ de secundària, FP i Batxillerat va assenyalar:

Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

Bellesa, imatge, alimentació, relacions afectivosexuals, música.

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

- - Vida privada o temes personals.
- - Esdeveniments importants (festes, aniversaris, dinars, sopars, celebracions).
- - Interactuar amb desconeguts (amics d'altres amics, seguidors etc.).
- - Contingut eròtic.
- - Vacances o viatges.

- - Coreografies o vídeos d'humor.

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

Còmics, balls, música, vídeos sobre jocs, festes on van, drogues...

Xisca Fornes (IES Son Ferrer)

Relacions personals, vivències personals

Les ENTITATS van indicar que:

Fani Grande (Experta en comunicació)

Sobre el seu dia a dia, sobre 'reptes virals' que es llancen: balls, jocs, challenges... A IG pengem més fotos, a TikTok més vídeos/balies... Per WhatsApp romanem en contacte les 24h, estan comunicant-se en temps real amb àudios, mems i missatges. El WhatsApp també el fan servir per controlar les reaccions i les relacions: si ho ha llegit i no contesta, si contesta de seguida, si s'ha desactivat el doble check... Un WhatsApp no contestat pot assolir la categoria d'un: 'no m'agrada' o , al contrari: mesuren les relacions pel temps que triguen a contestar-se als missatges.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Àngel Tomás)

A les xarxes socials la joventut publica el dia a dia, tot ha de ser mostrat per sentir-se part d'alguna cosa, per la necessitat d'acceptació social. El whatsapp és més manejable i s'envien/reenvien vídeos, fotos... moltes vegades sense filtrar la informació que es rep.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

A Redes publiquen tot allò que pensen que generarà més likes, arribant fins i tot a realitzar accions perilloses per a la seva pròpia integritat física o la de tercers. Segons la meua experiència publiquen moltes imatges del propi cos, compartint fotos i vídeos molt sexualitzats. Considero que hi ha una pèrdua de pudor important entre els nostres adolescents a l'hora d'exhibir-se a Internet.

Normalment, les seves publicacions giren al voltant de cançons de moda, reptes virals, challenges o pràctiques esportives.

WhatsApp ho utilitzen d'una manera més personal, més íntima a excepció dels grups col·lectius de classe, equips esportius, família...

Veure les converses privades de whatsapp d'un adolescent pot resultar molt impactant (ho he de fer per investigacions policials, amb el consentiment dels pares o per ordre judicial). Es pot observar un llenguatge molt violent i molt sexualitzat entre ells i que comparteixen "mems", vídeos i fotos de tota mena.

A les converses més privades és molt normal veure la pràctica del sexting, en què intercanvien fotos íntimes de manera voluntària, fins i tot amb persones que acaben de conèixer a través d'una Xarxa Social i que mai no han vist en persona.

Gabriele Bavastro (Autor de "I Love TikTok")

A les xarxes socials, publiquen tot allò que ajudi a complementar la seva reputació al món real i al grup d'amics. A whatsapp, les comunicacions més orientades a l'organització de les trobades a les vides reals.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

Des del Consell Valencià de la Joventut no s'han fet investigacions centrades sobre la tipologia de publicacions realitzades per la joventut en xarxes socials. No obstant això, en base a l'experiència acumulada en projectes realitzats juntament amb persones joves, cal assenyalar que n'hi ha un espectre considerable que utilitzen les xarxes socials per informar-se sobre els temes que els interessen, així com per participar dels debats instal·lats a l'agenda mediàtica que es tracten a les xarxes socials i, per tant, utilitzant les xarxes socials com una forma de participació a l'espai i debats públics. Respecte a l'ús de la missatgeria instantània WhatsApp, l'Estudi de l'impacte de la Covid-19 i nova normalitat en la joventut valenciana, realitzat pel CVJ, conclouïa que durant el confinament un dels canals de comunicació més utilitzat per la joventut va ser WhatsApp per contactar amb les relacions socials.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

Whatsapp, que també és una xarxa social, és usada com una aplicació de missatgeria instantània i difusió de mems o gifs.

Instagram comparteixen fotos o reals sobre activitats que practiquen o gaudeixen, creen continguts propis (diferents temàtiques com petits vídeos de cant o ball; bromes a tercers; enregistraments de les seves mascotes), o comparteixen informació sobre persones famoses que segueixen.

Twitch, youtube: Són seguidors més que creadors de contingut. Ibai, Rubius streamers més seguits.

TikTok, Snapchat: Creadors de contingut (activitats pròpies; imitació d'altres vídeos de la plataforma; vídeos "tontos" usant filtres) i seguidors.

Pregunta oberta 4

4. Quins temes són els més seguits i/o buscats per la joventut a les XARXES SOCIALS?

ACADÈMIA

Antonio García (URJC)

En aquest punt convé aclarir que hi ha diversos sentits sobre què és seguir o buscar. Per exemple, no és el mateix estudiar-ne el consum que l'engagement.

En qualsevol cas, aquí és molt difícil ser exhaustiu. Porto a col·lació els resultats d'un estudi de 2020 en què s'assenyala el següent: "Les activitats preferides dels adolescents a les xarxes socials presenten una varietat enorme, però, en tots els casos, s'identifica una sèrie de constants: el culte extrem a la imatge en totes les seves facetes, un comportament de cerca orientat a l'afinitat amb els interessos personals, el desinterès per l'actualitat polític/econòmica en contrast amb un interès desmesurat pel seguiment dels més propers (familiars i amics) o els més populars/famosos".

Algunes de les accions amb què hem estat treballant són les següents.

- Autopresentació (exposició de continguts referits al mateix autor): a) «publicar/penjar continguts al propi perfil» i b) «actualitzacions sobre el que faig o on sóc».
- Activitats d'entreteniment (formes digitals que els serveix per a l'esbarjo i la distracció): a) «jugar en línia»; b) «seguir els meus actors, cantants, esportistes i influencers favorits»; c) «veure vídeos i música»; d) «buscar sèries, pel·lícules o programes de televisió»; e) «cercar amb continguts divertits»; f) «cercar contingut sobre els meus hobbies».
- Relacions socials (establiment de contacte en diferents formats digitals): a) veure vídeos o fotos d'amics o familiars; b) «veure vídeos o fotos de desconeguts/consulta altres perfils oberts»; c) «parlar amb amics»; d) «parlar amb familiars».
- Cerca de continguts (rastreig per Internet d'informació que demanen sobre determinats assumptes): a) «contingut esportiu»; b) «informació sobre lleure»; c) «informació sobre famosos»; d) «informació sobre salut»; e) «informació de moda, bellesa i estilisme»; f) «informació comercial». Comportament en relació amb la informació d'actualitat: a) llegir notícies d'actualitat social o política, b) compartir i comentar notícies.

Hi ha diferències d'acord amb les variables d'edat i de gènere.

Charo Sádaba (UNA)

Els interessos són tan diversos com els propis interessos personals. La música, l'esport i l'humor solen estar entre els favorits dels joves. La moda, els jocs, també tenen importància, o informació puntual que pugui ser més conjuntural (exàmens, feines concretes, dubtes sobre una situació política, etc.).

Ricardo Fernández (UCLM)

Són molt diversos, principalment connecten amb les seves preferències i aficions. Segueixen els perfils de persones populars pels quals s'interessen i els que segueixen a les xarxes socials a través dels canals digitals que freqüenten.

María Cruz López d'Ayala (URJC)

Aquells que entren dins del seu àmbit d'atenció. Els nois, per exemple, busquen més continguts vinculats amb videojocs, esport i vídeos divertits i les noies amb vídeos vinculats a moda, balls...

EDUCACIÓ

Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

Moda, influencers, youtubers, jocs en línia, apostes, pornografia.

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

- Influencers o gent molt coneguda a les xarxes socials.
- Cantants, artistes, actors, actrius.
- Desconeguts amb els que interactuen.
- Contingut eròtic.

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

Sobre videojocs, còmics...

Xisca Fornes (IES Son Ferrer)

Youtubers, influencers de diferents tipus com a moda, música, etc.

ENTITATS

Fani Grande (Experta en comunicació)

Allò relacionat amb els seus 'influencers' o 'famosos', de capçalera, possiblement. I sobre esport, moda, estètica... I també, molt, s'assabenten de què fan els seus companys de classe. Als tallers sempre manifesten el seu interès per tafanejar a les persones del seu entorn, a més dels famosos. En general, he detectat que busquen “pertànyer” al grup o al corrent.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Ángel Tomás)

Se centren en la cerca de música i vídeos que solen compartir. A més, solen mostrar-se al món mitjançant fotos normalment de la quotidianitat, però busquen la postura que els doni un like. De vegades prevalen les aparences i es vol repetir el model. En alguns casos utilitzen les xarxes socials per jugar en línia.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

Actualment té molt èxit els “Gamers” i tot el que tingui a veure amb els videojocs de moda, com Fortnite, Minecraft, GTA... Una de les principals activitats dels joves és veure vídeos de Youtubers que parlen sobre aquests jocs.

Segurament el següent tema que més els interessa tingui a veure amb la música, els seus artistes preferits, cançons de moda i com no, cançons i balls que puguin imitar i publicar.

Tot i que ha perdut interès els darrers anys l'esport continua sent un dels temes més buscats per la joventut.

No deixa de sorprendre'm l'acceptació que tenen els youtubers infantils a Espanya i la moda de l'unboxing, els nens i nenes es poden passar hores davant d'una pantalla veient altres nens de la seva edat obrint caixes i provant joguines.

Gabriele Bavastro (Autor de “I Love TikTok”)

La xarxa més popular per als adolescents és TikTok i TikTok el concepte de “recerca” és una cosa força obsoleta. Hi ha un algorisme d'aprenentatge de preferències d'usuari que cerca a l'interior de l'usuari allò que són els seus interessos. L'algorisme està pensat per crear un perfil d'interessos personalitzat per a cada usuari que es diu “#ForYou”.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

Val a dir que des del Consell Valencià de la Joventut no s'han realitzat investigacions centrades sobre aquest tema concret.

En segon lloc, podríem aportar que el coneixement associat a la nostra vivència en els diferents projectes desenvolupats juntament amb la joventut valenciana, ens fa considerar que les temàtiques buscades i/o seguides per les persones joves tenen una diversitat que, en termes perceptius, és difícil segmentar i quantificar. Ara bé, per projectes com Joves a Marxa, sabem que un dels usos de les xarxes socials per part de les persones joves és com a font d'informació sobre temes que són del vostre interès.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

Esports, videojocs, música

Pregunta oberta 5

5. Podria assenyalar 3 CONSEQÜÈNCIES POSITIVES que consideri de les XARXES SOCIALS?

ACADÈMIA

Antonio García (URJC)

- 1) Augment en la capacitat per mantenir i establir diferents relacions socials i grupals.
- 2) Possibilitats de generar propostes creatives amb múltiples formats.
- 3) Augment en la capacitat d'autogestionar informació que us pot ser d'interès. És una font potencial de coneixement i aprenentatge.

Charo Sádaba (UNA)

- 1) Contribueixen a desenvolupar vincles socials prèviament establerts.
- 2) Permeten mantenir el contacte també en situacions adverses i pal·liar la soledat o l'avorriment que poden sentir els joves.
- 3) Afavoreixen el desenvolupament d'habilitats creatives o de comunicació que poden no tenir ressò a l'entorn físic immediat.

Montse Peris (UPV/EHU)

- 1) Seguretat, en qualsevol moment SENTIR-SE acompanyat
- 2) Aprenentatge, nous processos que intervinguin i faciliten l'aprenentatge.
- 3) Distracció, lleure: Un espai d'expressió i divulgació de la creativitat i gaudiu en l'expressió

Ricardo Fernández (UCLM)

- 1) Accés a la informació i experiències de forma immediata i actualitzada.
- 2) Comunicació
- 3) Formació en xarxa.

María Cruz López d'Ayala (URJC)

- 1) Fonamental per a la sociabilitat. Els permet mantenir el contacte amb amics, coneguts... i aprendre habilitats socials.
- 2) Amplien el seu món i les seves oportunitats per a l'exploració, la recerca d'informació i l'experimentació més enllà de l'entorn proper d'amics i família. Això és clau per a la construcció de la seva identitat social. És especialment important per a determinats col·lectius per als quals és més difícil trobar referents propers. Per exemple, a l'àmbit de l'educació sexual, per a homosexuals, lesbianes, transgènere, etc.
- 3) És una font on poden fomentar la creativitat i l'autoexpressió.

Jorge García (USC)

- 1) Facilita contacte entre persones
- 2) Permet crear equips de treball a llarga distància

3) Cerca d'informació

EDUCACIÓ

Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

- 1 Comunicació amb persones de qualsevol lloc del món.
- 2 Gran difusió i repercussió de la informació.
- 3 Gran quantitat de coneixement a l'abast de qualsevol

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

- 1) Informació ràpida i de primera mà
- 2) Comunicació immediata
- 3) Temes interessants o innovadors

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

1. A les persones que els costa relacionar-se els permet tenir interacció amb altres
2. S'obté informació
3. Es pot treballar de forma col·laborativa, encara que no sigui online

Xisca Fornes (IES Son Ferrer)

- 1) Faciliten la interacció entre persones de manera instantània
- 2) Permeten la cerca de persones amb gustos afins
- 3) Són una bona plataforma per rebre i generar informació

ENTITATS

Fani Grande (Experta en comunicació)

- 1) Visibilització de projectes de tota mena (amb una estratègia comunicativa).
- 2) Activismes = provocar canvis en positiu.
- 3) L'enorme possibilitat d'anàlisi de comportaments que ofereixen cada dia.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Àngel Tomás)

- 1) Permeten mantenir relacions multibanda en temps real a nivell global; crear xarxes amb infinitat de contactes; intercanviar informació de tot; recuperar contactes; crear reaccions massives en qüestió de minuts.
- 2) Ús educatiu, ja que s'instaura a les aules amb la finalitat de motivar i transformar l'ensenyament.
- 3) Hi ha molta informació que, si es discrimina bé, és molt útil.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

1. Enforteix relacions amb amics i familiars que són lluny.

2. Els usuaris ja no són simples expectadors, poden opinar i interactuar.
3. Ha generat noves formes de poder exposar feines pròpies que d'una altra manera mai no veurien la llum.

Gabriele Bavastro (Autor de "I Love TikTok")

- 1) Oportunitat de crear-se o trobar feina.
- 2) Aprendre o millorar altres idiomes.
- 3) Mantenir el contacte amb persones que viuen lluny.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

- 1) Amplia les possibilitats de comunicació de la joventut. A aquest efecte, l'"Estudi de l'impacte de la Covid-19 i "nova normalitat" a la joventut valenciana", impulsat pel CVJ, mostrava que el 67,1% de la joventut valenciana usava Instagram per comunicar-se amb les seues amistats i la plataforma WhatsApp el 87,1%.
- 2) En base a l'Estudi sociològic sobre la joventut de la Comunitat Valenciana, un dels aspectes positius més destacats de les xarxes socials va resultar ser la major flexibilitat i, sobretot, la possibilitat de la interconnexió sense límits territorials.
- 3) D'acord amb l'"Estudi de l'impacte de la Covid-19 i "nova normalitat" a la joventut valenciana", impulsat pel CVJ, es ressaltava que les xarxes socials permetien l'accés a una major informació respecte al mercat de treball i, de tal manera, una llibertat més gran respecte a aquest àmbit.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

1. Connectivitat
2. Comunicació instantània.
3. Personalització

Pregunta oberta 6

6. Podria assenyalar 3 CONSEQÜÈNCIES NEGATIVES que consideri de les XARXES SOCIALS?

ACADÈMIA

Antonio García (URJC)

- 1) Com a conseqüències negatives podríem incloure tots aquells aspectes que, a la literatura sobre el particular, s'ha inclòs com a riscos: agressió online o cyberbullying, accés potencial a continguts nocius (imatges violentes, discurs de l'odi, imatges on s'incita al consum de drogues, o suïcidar-se), el mal ús de les dades personals, el sexting (rebre missatges de caràcter sexual). Aquí també podríem incloure la idea de vulnerabilitat digital, com ara un ventall d'elements en línia i fora de línia que es deriven de l'activitat digital. Per exemple,

conèixer nova gent, característiques personals que fan que sigui més probable estar en una bretxa digital, etc.

2) Que, potencialment, donin lloc a conductes que vagin en detriment del benestar físic o mental de l'adolescent o jove. Aquí us podem connectar amb qualsevol tipus d'addicció o bé amb l'ús excessiu d'internet.

3) Des d'una posició més centrada en el mediàtic, i en termes generals, es pot afirmar que una de les conseqüències negatives pot estar vinculada a les contradiccions que sorgeixen entre les experiències que es tenen a la vida mediada i en què no ho és .

Charo Sádaba (UNA)

1) Poden generar desafecció sobre les formes d'interacció cara a cara.

2) La distància que genera la pantalla fa més difícil assumir les conseqüències dels actes personals.

3) El disseny mateix de les plataformes genera un ús compulsiu poc apropiat per a la reflexió.

Montse Peris (UPV/EHU) 1) Addicció, mal ús o abús d'aquestes mateixes quan limiten els fers del dia a dia

2) Baixa tolerància en espera i respecte envers un mateix/ai de l'altre/a a l'hora de respondre o no respondre.

3) Alteracions neuropsicoendocrinològiques

Ricardo Fernández (UCLM)

1) Addicció, dependència, estrès.

2) Minva de competències verbals, capacitat de concentració i relacions socials.

3) Infoxicació / Desconnexió amb la realitat / Seguretat – robatori de dades...

María Cruz López d'Ayala (URJC)

1) Les xarxes socials són espais d'entreteniment a què tenen accés en tot moment a través dels dispositius mòbils, especialment el telèfon intel·ligent. Això els fan perdre molt de temps. Encara que també passava una cosa semblant amb la televisió o el joc per a generacions anteriors.

2) Una conseqüència negativa podria venir de l'accés a certs continguts a edats més primerenques, quan encara no es té prou maduresa i capacitat crítica per afrontar-los. Tot i això, les xarxes socials són una extensió de la realitat offline i, igual que en ella, s'han d'assumir riscos que poden danyar, però que també et preparen per enfrontar-te al món i et fan més resilient.

3) Sobreexposició del jo, que els fa ser més vulnerables a l'opinió dels altres en un espai basat en què l'anonimat i la desinhibició. Per exemple, els podeu exposar al ciberbullying. 4) Les conseqüències estan relacionades amb les característiques del nen i del seu entorn. Els factors de vulnerabilitat en línia no són diferents dels que determinen la seva vulnerabilitat offline. 1.

Jorge García (USC)

- 1) Addicció
- 2) Alienació
- 3) Consumisme

EDUCACIÓ

Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

- 1 Massa informació, no contrastada.
- 2 Les possibles addiccions
- 3 Confusió i distorsió amb la vida real

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

- 1) El perill de no saber qui està darrere o observant.
- 2) La pèrdua dels drets en publicar una foto o un vídeo (no saps on pot acabar)
- 3) El desconeixement dels perills per part de la societat en general

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

1. Generen addicció
2. Algunes aplicacions generen problemes d'autoestima
3. Ciberassetjament

Xisca Fornes (IES Son Ferrer)

- 1) Fan que, per exemple, en cas d'assetjament, aquest es dugui a terme 24 hores al dia
- 2) Informació sense filtre
- 3) Es pot perdre el contacte humà físic

ENTITATS

Fani Grande (Experta en comunicació)

- 1) Ciberassetjament.
- 2) Maltractament digital (sobretot per a les noies i la seva imatge corporal).
- 3) Polarització, bombolles dopinió, pensament dogmàtic, banlització de les violències.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Àngel Tomás)

- 1) Addicció (a les pantalles, a internet...). Abandó d'altres activitats
- 2) Risc en la seguretat de la informació, la privadesa, la intimitat, la protecció de la infància, ciberassetjament. La suplantació d'identitat i conductes deformatades de la realitat

3) Pèrdua de contacte personal a la interacció amb l'entorn social

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

1. L'addicció i la dependència que pot generar.
2. L'exposició a riscos que ni tan sols coneixen, a què s'enfronten els menors.
3. La hipersexualització dels menors.

Gabriele Bavastro (Autor de "I Love TikTok")

- 1) Massa temps dedicat a les xarxes socials (fins a 4 o 5 hores per dia en alguns casos).
- 2) Trastorns d'alimentació relacionat amb l'aspiració d'assolir la perfecció ensenyada pels influencers.
- 3) Possible radicalització ideològico-política

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

- 1) Atenent a l'Estudi sociològic sobre la joventut de la Comunitat Valenciana impulsat pel CVJ, es va visibilitzar la percepció de la població jove valenciana que les xarxes socials estan desenvolupant una cultura de l'aparença, afectant la comunicació personal i fent de elles unes persones més influenciables.
- 2) Atenent a l'Estudi sociològic sobre la joventut de la Comunitat Valenciana efectuat pel CVJ, una de les preocupacions de les persones joves valencianes era la utilització de les xarxes socials per a l'ús de manifestacions d'índole masclista.
- 3) En base "Estudi sociològic sobre la joventut de la Comunitat Valenciana" realitzat pel CVJ, el ciberassetjament, ja que suposa un desplaçament –o ampliació– de les conductes d'agressió i intimidació a aquest entorn virtual, la qual cosa amplia el radi de acció i la franja temporal en què la víctima és assetjada.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

1. Intoxicació: No aprofundir en un tema
2. Desconnectar-se de la realitat o del món físic que t'envolta
3. El desconeixement de les normes i de les regles a Internet en general i de les xarxes en particular pot portar conseqüències negatives que es poden convertir en un problema o fins i tot un delicte.

Pregunta oberta 7

7. Quina importància considera que la joventut li atribueix a la **SEGURETAT a les **XARXES SOCIALS**?**

ACADÈMIA

Antonio García (URJC)

Al tram d'edat estudiat, els adolescents/joves entenen que la seguretat és rellevant, en concret pel que fa a la presència de virus o bé a la seguretat econòmica/administrativa en qualsevol activitat que puguin realitzar en línia. Tot i això, solen subestimar la resta dels riscos potencials. En general, no tenen un alt sentit de risc o manca de seguretat en l'ús de les xarxes. Sí que són capaços d'establir algunes mesures per protegir la seva privadesa en els diferents perfils en xarxes socials. Però no són del tot conscients de l'impacte de la seva exposició. En qualsevol cas, aquesta qüestió depèn de les característiques personals i del context.

Charo Sádaba (UNA)

Crec que per a ells seguretat és, en primer lloc, que les seves comunicacions i continguts estiguin protegits d'ulls estranys (adults, professors), o que perceben com a hostils (col·legues de classe amb què no es porten bé, per exemple; o una exparella). Després pensen en la privadesa (robatori de contrasenyes), i només d'una manera circumstancial pensen en la seguretat de manera més integral (incloent-hi contacte amb tercers, precaució i prudència en la informació que es divulga). Això els porta moltes vegades a actuar com si controlessin, quan en realitat no ho fan.

Montse Peris (UPV/EHU)

Baixa consciència de cap risc. No cauen al compte del risc per a certs usos que realitzen.

Ricardo Fernández (UCLM)

Crec que cada cop són més conscients dels riscos que comporta un ús irresponsable de les mateixes. Encara que de vegades pequen d'ingenus i desconeixen les claus per protegir la seva identitat digital, i són molt vulnerables. A més, no tenen l'hàbit d'investigar i de contrastar la informació que els arriba, per la qual cosa són fàcilment manipulats.

María Cruz López d'Ayala (URJC)

Els adolescents i joves són força conscients dels problemes de seguretat a la xarxa. En general, els joves són força crítics amb l'exposició de la seva identitat digital a xarxes socials i la cuiden molt: limiten el contacte amb persones desconegudes o que no els agraden, eliminant-los de les seves xarxes, cuiden molt les dades personals que comparteixen i les filtren segons les persones amb qui ho fan; només comparteixen fotos en què es veuen bé i eviten aquelles que puguin ser objecte de crítiques. Els més petits solen consultar amb els pares si tenen dubtes.

Òbviament, la valoració dels riscos de seguretat depèn de la maduresa i les necessitats que tinguin.

EDUCACIÓ

Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

No són conscients de les repercussions que poden tenir les publicacions o del risc que suposa la seva exposició.

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

Considero que la joventut no té gaire en compte res relacionat amb la seguretat quant a xarxes socials.

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

Poca. De petits els protegim més, però a l'adolescència ens oblidem d'això

ENTITATS

Fani Grande (Experta en comunicació)

Per la meua experiència i feedback a les trobades i tallers, desconeixen en gran mesura quins són els riscos a què s'exposen diàriament. No estan informats de què, com, quan, qui i perquè del: cracking, texting, sexting, happy slapping, grooming i altres delictes que, en major o menor mesura, estan experimentant o patiran en algun moment. Ni del negoci que signifiquen les seves dades per a les companyies. També em crida l'atenció el seu desconeixement sobre el dret a la pròpia imatge i com els canvia la perspectiva (a millor) conèixer, per exemple, en què consisteix el sharenting.

No crec que la joventut estigui en xarxes amb cap consciència d'estar en risc, adquireixen aquesta idea arran d'algun succés desagradable: suplantació d'imatge, assetjament, suïcidi... O quan tenen l'oportunitat de rebre formació. Com a formadora, fa anys que alerto sobre el currículum digital que estan construint en paral·lel al currículum acadèmic.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Àngel Tomás)

La presa de consciència sobre la inseguretat a les xarxes socials sembla ser un tema pendent ja que es manegen i se cedeix qualsevol tipus d'informació sense pensar en els riscos que això comporta. Fins que no passa un fet rellevant, la joventut no sol prendre consciència de la importància de no cedir totes les dades a les xarxes socials. Sol semblar-los que són segures atesa la "suposada" proximitat i rapidesa.

Són les xarxes socials segures? Ho haurien de ser, però es considera que van per davant de les conseqüències i hi ha una línia molt fina entre els drets com a ciutadans/es, la llibertat d'expressió, el delictes....

Són segures si l'ús és adequat i se'n coneixen no només els riscos sinó també els beneficis que, sens dubte, són molts.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

Molt baixa, ja que en utilitzar les xarxes socials des d'edats molt primerenques i en la majoria dels casos sense supervisió, n'han normalitzat l'ús i n'han relaxat les mesures de seguretat. Al mateix temps quan arriben a la pubertat anteposen tenir seguidors i visualitzacions a protegir la seva privadesa.

Gabriele Bavastro (Autor de "I Love TikTok")

No massa, comparteixen moltes informacions sobre escola, família i domicili sense adonar-se que poden ser informacions molt perilloses si cauen a les mans de les persones equivocades.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

Pels estudis realitzats pel Consell Valencià de la Joventut, específicament l'"Estudi de l'impacte de la Covid-19 i 'nova normalitat' a la joventut valenciana", es podria apuntar que és un tema d'alta rellevància, atès que, a mode d'exemple, una de les preocupacions mostrades als grups de discussió de l'esmentat estudi va ser el fenomen del ciberassetjament i la seva relació amb les tecnologies informacionals. Sobre aquesta qüestió, especialment ressenyaven que els sistemes de missatgeria i xarxes socials s'havien convertit en plataformes que facilitaven la comissió de conductes d'assetjament fora del centre escolar, atès que faciliten l'anonimat i permeten un radi d'acció més gran. A aquest efecte, s'atribuïa per part de les persones joves una fixació especial amb la circulació de fotografies i/o vídeos de víctimes, així com de la seva potencial difusió. Així mateix, una de les descripcions que feia l'estudi respecte a la qüestió de la seguretat i les xarxes socials va ser que es feien servir estratègies preventives per part de la joventut, en aquest cas concret la instal·lació de contrasenyes en dispositius mòbils, per atenuar la utilització de les tecnologies de la informació i les xarxes socials com a mecanismes de control a l'àmbit de la parella.

De manera directa, als estudis del Consell Valencià de la Joventut, no s'ha abordat de manera explícita la relació entre la joventut i la seguretat en xarxes socials. Això no obstant, per algunes de les conclusions, com les mostrades en aquesta i altres preguntes, es pot inferir un escenari en què la joventut li atorga una importància elevada a la seguretat en xarxes socials.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

Depèn del grup d'edat, però en general poca.

Els menors de 14 solen tenir els perfils privats i afirmen interactuar només amb persones que coneixen.

No tenen coneixements sobre pautes de seguretat (edat legal per poder tenir una xarxa social, no saben crear contrasenyes segures o robustes; no saben que no és aconsellable l'ús de wifis públiques; no coneixen doble check per confirmar la teva identitat cibernètica; comparteixen contrasenyes. etc.)

Pregunta oberta 8

8. Fins a quin punt estima que alguns joves han rebut invitacions per fer alguna cosa que els incomodava o disgustava.

ACADÈMIA

Antonio García (URJC)

És molt difícil establir una quantificació concreta. Són diverses les raons per les quals es poden sentir incòmodes. Dependrà fins i tot de la metodologia emprada, el país analitzat o el moment, o el gènere o com es plantegi la pregunta. M'atreveixo a comentar que, si preguntéssim en una classe d'adolescents, com a mínim hauria rebut un 20% aquest tipus d'invitació durant el darrer any. Però hi ha diversos estudis que ens serviren per matisar.

Charo Sádaba (UNA)

És força probable que siguin molts i moltes, tenint en compte la seva edat: les coses els poden incomodar perquè no saben com sortiran i com quedaran ells o elles. En aquest sentit, el ridícul que sent un jove més acusat. Una altra cosa diferent és quan sap que alguna cosa clarament li disgusta: crec que en menor mesura que amb l'incòmode, però la pressió social els pot portar a fer coses que saben que no els semblen bé: replicar un determinat challenge que els sembla una ximpleria, o enviar una foto que no els agrada als altres...

Montse Peris (UPV/EHU)

Molt sovint, tant en noies com en nois. Entre iguals i intergeneracional amb diferències d'edat i abús de poder.

Ricardo Fernández (UCLM)

A l'hora d'identificar amb els meus alumnes la seva identitat digital, en alguns casos hem descobert situacions compromeses en què hem hagut d'intervenir-hi. Ús fraudulent de perfils, suplantació d'identitat, vulneració de la intimitat, ... Sexting, bullying...

María Cruz López d'Ayala (URJC)

Depèn de quin aspecte es refereixi, i hi ha nivells molt diferents de molèstia. Però ja hi ha moltes estadístiques sobre aquest tema. Menys del que molts imaginem. Això no obstant, l'important és que sàpiguen gestionar aquestes situacions, consultant amb els pares si tenen dubtes, i evitant-les o denunciant-les. En aquest punt, cal tenir en compte que els nens més vulnerables a les xarxes socials també ho són fora.

EDUCACIÓ

Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

Bastants més dels que coneixem, ja que molts no gosen denunciar-ho per vergonya o por als xantatges.

Luis López (Unitat Terapèutica Hospital de Sant Joan)

En algunes xerrades o enquestes que hem realitzat a l'aula sobre els perills de les xarxes socials, sempre han sorgit casos de xantatges, amenaces, invitacions amb connotacions sexuals, estafes, sexting etc, per la qual cosa considero que aquest tipus de situacions es donen amb relativa normalitat i freqüència entre els joves.

M^a José Sánchez (CIPFP Ciutat de l'Aprenent)

Sí que he visibilitzat molt de ciberassetjament. Coses que no diries a algú presencialment els ho dius en xarxes

ENTITATS

Fani Grande (Experta en comunicació)

En alguns tallers sobre l'ús creatiu i ètic de les RRSS, en tractar la part dels riscos, he detectat que s'han patit casos de grooming o de suplantació d'identitat, o que han estat corretja de transmissió (per WhatsApp) d'assetjaments o violències (happyslapping). Allò interessant són les preguntes que fan a partir d'escoltar la informació que se'ls facilita i, sobretot, torno a insistir, en conèixer els seus drets i possibilitats de reacció o defensa.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Ángel Tomás)

Possiblement no siguem conscients de les vegades en què alguns joves han estat convidats a fer alguna cosa que els incomoda ja que pot resultar que no arribin a ser conscients de tal incomoditat ja que ho consideren com una mica més i es "fiquen" de ple en les propostes (tret que sigui una cosa molt extrema). Sembla que s'acaben "normalitzant" algunes de les propostes que reben. Quan s'adonen que han estat víctimes de proposicions incòmodes o bé hi han accedit, no solen voler explicar allò que ha passat per por i se solen recolzar en altres iguals.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

Aquesta xifra depèn molt de les edats a què ens referim, però en general diria que més del 50% aproximadament, de fet, més del 30% dels joves asseguren haver rebut missatges sexualitzats o haver practicat el sexting. També és molt elevada la pressió social que exerceixen entre iguals i que els porta a fer actes que segurament no durien a terme per si mateixos.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

Si bé és cert que aquest tipus de situacions ocorren, tant en persones joves com adultes, des del Consell Valencià de la Joventut no s'ha realitzat cap estudi quantitatiu que permeti fer cap tipus d'estimació realista sobre aquesta qüestió determinada i veure quina pot arribar a ser la incidència d'aquest tipus de situacions, en termes numèrics, a la joventut valenciana o en general.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

En treballar a l'Àrea d'Intervenció Social d'un ajuntament conec casos fins i tot més que invitacions que han estat denunciats i derivats a fiscalia.

Pregunta oberta 9

9. Des del seu punt de vista, com considera que es gestionen els vincles afectius-sexuals a les xarxes socials entre la joventut? Per què?

ACADÈMIA

Charo Sádaba (UNA)

La principal clau en aquesta pregunta és el que subjau sota el concepte "joventut": són persones que encara estan desenvolupant la seva personalitat, que estan aprenent a conèixer-se, acceptar-se i estimar-se. És lògic que els enllaços afectivo-sexuals pateixin vaivens a aquesta edat. Si a més sumem que alguns d'aquests vaivens ara són coneguts per milers de persones, gràcies a les xarxes socials, això només pot sumar turbulència a aquesta gestió i, potser, una reacció poc reflexiva i poc mesurada.

Ricardo Fernández (UCLM)

Considero que els joves accedeixen a la vida d'adults de manera inadequada a través de les xarxes socials, cosa que afecta el creixement i el desenvolupament personal. Es pensa que dominen les xarxes socials pel sol fet d'haver nascut en una societat tecnològica (natis digital) i realment són orfes digitals en no rebre la formació necessària per desenvolupar les seves competències digitals que els permetin fer-ne un ús segur i responsable de les xarxes socials en els diferents àmbits de la vida.

María Cruz López d'Ayala (URJC)

En la mesura que les xarxes socials formen part de la vida dels adolescents i joves, aquests també les utilitzen en la gestió dels seus vincles afectivosexuals. Les utilitzen per lligar (més els nois), per comunicar-se amb les parelles, per intercanviar continguts personals i anar creant espais d'intimitat i coneixement mutu. En la mateixa mesura, alguns joves també poden fer-les servir per controlar i fer un seguiment de la vida de la seva parella. Com ja he esmentat, és una extensió més de la vida en totes les dimensions. El problema sobrevé per algunes

característiques d'aquestes eines que poden estendre les conseqüències d'aquestes activitats, per exemple, en el cas de ciberbullying derivat del sexting o facilitant les formes de control. Cal ponderar els riscos i les oportunitats d'aquestes eines en aquest àmbit en funció de les característiques d'aquests mitjans i les vulnerabilitats i els recursos dels menors.

ENTITATS

Fani Grande (Experta en comunicació)

Considero que els menors estan desprotegits per gestionar les seves vides en línia, un lloc en què passen moltes hores rebent inputs que, en general, queden molt allunyats del que significa construir una afectivitat sana i adequada a la seva edat. L'accés a la pornografia és un problema sobre el qual, al meu entendre, hauria d'actuar des de primària. Cada cop accedeixen a les xarxes més aviat i a continguts altament sexualitzats.

Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Ángel Tomás)

Es generen vincles afectius-sexuals desvirtuats i desvinculats de la realitat, es falsegen i malinterpreten sentiments i intencions reals. Solen configurar-se perfils falsos que generen expectatives irrealistes on se solen mostrar desinhibits/des i de manera diferent de conforme ho farien en persona. Això pot ser que succeeixi pel fet que els nous models relacionals que ofereixen les xarxes socials resulten més senzills per a la joventut, evitant haver d'enfrontar a les persones cara a cara. Sembla que és més senzill generar vincles afectius-sexuals a través de la pantalla, convertint-se en una cosa freda i en massa ocasions, irreal.

Silvestre Del Río (Educant Proteges)

Els enllaços afectius-sexuals s'han totalment banalitzat. Els joves actualment utilitzen la sexualitat fins i tot de carta de presentació, gairebé sense conèixer-se són capaços d'intercanviar "nusus" o vídeos de contingut eròtic sense cap pudor.

Les relacions són més efímeres que mai i les relacions sexuals s'han normalitzat gairebé com una actitud quotidiana més.

Segurament es deu a la suma de molts factors, però el canvi sofert per la societat amb l'aparició d'internet, les noves estructures familiars i l'accés a contingut totalment inadequat a edats molt primerenques siguin alguns dels factors que han generat aquesta nova forma de relacionar-se entre ells, sense oblidar, l'aparició d'aplicacions de contactes i la facilitat per accedir a pornografia de tota mena.

Gabriele Bavastro (Autor de "I Love TikTok")

Les xarxes socials són utilitzades per part dels adolescents per intentar augmentar la seva autoestima i el valor percebut per part dels altres usuaris/amics. Compartir a les xarxes socials un contingut juntament amb una altra persona o comunicar si tenim o no parella, és una cosa sempre mena comú.

Rubén Martínez - Consell Valencià de la Joventut de la Comunitat Valenciana (CVJ)

A partir dels nostres estudis realitzats, el que podem dir sobre aquesta qüestió és que, preguntant sobre la violència de gènere present a l'imaginari juvenil, un dels temes apuntats va ser la utilització de les xarxes socials com a mecanismes de control a l'àmbit de la parella. Sobre aquesta temàtica, també es ressaltava que les xarxes socials en conjunció amb les tecnologies informacionals havien suposat una pèrdua de la intimitat personal. Davant d'aquesta situació, es va al·ludir que la joventut utilitzava com a estratègia preventiva l'ús de contrasenyes als dispositius mòbils per tallar aquests mecanismes de control.

Gloria Cárcamo (Ajuntament de Calvià)

Primer caldria fer un estudi de per què usen les xarxes socials i algunes aplicacions que han estat creades per crear aquests vincles sexuals, més que afectius.

Si ens centrem en els factors individuals, entre els personals destacaria, el moment vital bio-psico-social d'aquesta persona (emplenar una sensació de buit o satisfer una necessitat física), entre els factors socials destacaria la necessitat de reconeixement social i de la necessitat d'integració al grup.

Si parlem a nivell general, tinc la percepció que es gestionen de pressa i centrades en el sexe. La connectivitat i la comunicació instantània els fa ser "cibersexemics" abans de contactar a la vida real. La quantitat és més important que la qualitat.

5.3.2. Etapa 2: Jornada tècnica de persones expertes - Grups focals

A partir de les conclusions recollides a la primera fase, s'han establert quatre espais diferents d'on elaborem aquestes quatre preguntes que pretenen fomentar el diàleg entre les persones participants i que serveixin, alhora, de leiv motiv.

1. En qui confien els adolescents dins de les xarxes socials?

En els seus iguals i com reflecteixen en els seus relats, històries, tweets, vídeos en tik tok, etc. com afronten les seves experiències quotidianes, les seves preocupacions i com les resolen (...) però també estan pendents de la família (...) i també els líders d'opinió o els influencers, en diferents formats, amb diferents temes, però amb un esperit crític (...)) No hi ha, gairebé mai, una relació de lideratge radical, saben que són persones que s'equivoquen, però ho segueixen igual. Antonio García (URJC)

Els adolescents i joves d'avui dia són molt autodidactes i encara que miren que fa la resta a les xarxes, també, per la meva experiència crec que se la juguen molt, fan ús de l'assaig i l'error. Van provant i com entre ells hi ha aquesta falsa sensació de seguretat que facin el que facin, no té conseqüències a la vida real. La seva confiança resideix en ells mateixos i, sobretot, en els seus iguals. I en qui no confien és als docents i als pares. I això sí que em sembla un tema molt preocupant. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

La joventut sol aprendre repetint un model que, moltes vegades, és un model no favorable (...) Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Àngel Tomás - FISAT)

En moltes ocasions, les nenes segueixen els models que els puguin proporcionar més seguidors, busquen aquest "like", aquest "m'agrada" més i viuen en base a aquesta resposta social que té internet. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Hem descobert el caràcter pragmàtic que fan de la tecnologia. Molt vinculat amb les necessitats que ells senten a causa de la fase vital. No fan una consideració ètica o altres com la consideració legal. Amb això aquest pragmatisme es pot satisfer amb relativa rapidesa: Aquest reconeixement, doncs sé que si publico un vídeo en tik tok rebrà likes i això reforçarà la meva pròpia idea de com aconseguir reconeixement social. Charo Sadaba (UNA).

Confien en els qui consideren el seu grup o els seus iguals. A partir d'aquí hi ha una sèrie d'influencers que allò que diguin o facin té una transcendència força gran sobre ells i elles (...) i no sempre en negatiu, sinó que hi ha alguns influencers que tenen uns valors o uns principis que poden ser positius. Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

A mi m'agrada molt veure en les qüestions que es viralitzen, el que diuen els influencers i després al xat del yutuber als directes, hi havia uns comentaris de gent jove donant una canya al yutuber. I dic Que bé! Busquen aquests referents, però no combreguen amb tot el que diuen. Fani Grande (Experta en comunicació)

2. Quina importància tenen les xarxes socials en la vida quotidiana dels adolescents? Per què en fan ús?

Observem entre la joventut noves fórmules de sociabilitat a partir de la mimesi. Assenyalen que aniré provant i, en aquest assaig i error pot aparèixer transgressions a la llei o, si més no, de vegades, a les normes de convivència mínimes. Antonio García (URJC)

Les xarxes són relacionals i hem passat de les TIC, Tecnologies de la Informació i la comunicació, a les TRIC, afegint-hi la R, de relacionals. Quan un acrònim canvia, implica que ja és aquí. El contingut ja ha impregnat prou per provocar el canvi Fani Grande (Experta en comunicació)

A l'estudi ens ha sortit que moltes vegades no són conscients del temps que els dediquen a les xarxes socials. Potser pensen que fa una hora i que realment han estat tres hores o tres hores i mitja. És una alienació del món que els envolta. Probablement les xarxes els han absorbit i si va ser positiu, per exemple, durant la pandèmia, cobrint espais de temps, també els omple de continguts intrascendents. Lluís Ballester, UIB

Darrere de les Xarxes socials hi ha una lògica de mercat ja que, a la xarxa, que és la forma més mediada de sociabilitat, cada cop ens vinculem més per aquest mitjà i hi ha un menor contacte personal, sense que intervingui l'instrument de comunicació. Antonio García (URJC)

Estem detectant que està augmentant el nombre de joves amb problemes psicològics ja que a les xarxes estan deixant de ser ells mateixos per encaixar, per aconseguir aquesta pertinença. Estan fent coses que no els neix d'ells per buscar només aquesta acceptació a les xarxes. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

En aquesta etapa vital, hi ha algunes necessitats que es viuen de manera particularment intensa. I una és aquesta necessitat de pertinença, perquè en aquesta recerca de qui sóc, els altres són un mirall, que ajuden a entendre's molt més que els adults. I també la reafirmació d'un valor personal dins del grup, i aquí les xarxes són totalment necessàries per a ells. Charo Sádaba, UNA

Quan als tallers els pregunto (als joves): Per què utilitzen les xarxes socials?, em diuen que “per veure què fan els altres”, però no els influencers, sinó els companys i companyes de classe, per això, crec que poden perdre temps, però també els cohesiona també. Per això cal insistir molt que sàpiguen com utilitzar-les, perquè valen, quins riscos tenen, quines possibilitats els ofereixen... Necessiten ser-hi, perquè si no es queden fora i la solució no és treure'ls el mòbil, sinó és acompanyar-los. Fani Grande (Experta en comunicació)

Fa la impressió que allò que no es comparteix, no existeix i com es deu compartir tot i va tan ràpidament, caldria trobar aquesta línia intermèdia entre el reconeixement buscat i la teva pròpia privadesa. Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Ángel Tomás - FISAT)

3. Hi ha una major exposició pública dels adolescents a les xarxes socials? De quina manera?

Pensem que l'exposició d'adolescents i joves a les xarxes és acrítica i no és res, el que passa és que és la seva pròpia crítica, la seva pròpia lògica, les seves pròpies preocupacions traslladades a l'ambient digital. Antonio García (URJC)

Els delictes els poden cometre tots, fins i tot estem observant nens i nenes amb vuit o nou anys que estan fent actes de ciberbullying, de suplantació de la identitat, i de qualsevol mena... l'única diferència és que a aquestes edats no se'ls pot imputar Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Si que he notat certa deixadesa i que no els preocupi aquest robatori de comptes sobretot en aplicacions, en comptes de videojocs, (...) però se les treuen moltes vegades per a benefici propi. Però per la meva experiència, quan hi ha una suplantació d'identitat, sí que denuncien. Sembla que els és igual el robatori de comptes, però quan ja el publiquen o es fan passar per ells... això sí que els preocupa molt. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Està augmentant el robatori de comptes, però que es deu al fet que comparteixen comptes en grup per tenir una major jugabilitat, i si després hi ha una discussió entre ells, el que no crec el compte se'l pot quedar i el sol utilitzar per insultar els altres a través de les xarxes, i això està passant. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Els queda molt llunyà ja que els costa imaginar-se el futur, però jo els faig (als joves) com un joc fent una mena de viatge al futur i els pregunto: què vols ser? “no ho sé, enginyera...”, “pensa si el que pugues a les xarxes t'acosten o t'allunyen del teu objectiu?” i només posar-los en aquesta situació alguna cosa ja els canvia, en situacions tangibles, que les puguin veure. Et diuen: “ah, doncs no ho havia pensat...” Fani Grande (Experta en comunicació)

Els joves necessiten estar a les xarxes, però amb una visió creativa i que instagram tingui un interès. La solució no és que no estiguin a les xarxes, sinó que estiguin en llibertat i d'una manera segura Fani Grande (Experta en comunicació)

No és el mateix l'ús de les xarxes en l'àmbit rural que en entorns urbans. En l'àmbit rural aquesta sensació de grup encara és més gran, perquè es busca més i no tenen tants estímuls com a les grans ciutats, i, alhora, és més gran la xafarderia a les xarxes socials. Es mira més, es comenta més el que és local... Traduït a les xarxes, és l'Instagram de la cortineta. Fani Grande (Experta en comunicació)

I quant a la rapidesa del consum de continguts, hem de parlar del Metavers el qual es planteja com un escenari immersiu, ultra-immersiu, on la ficció sembla cada cop més real. I això fa que, sobretot en els més petits, saltin els senyals d'alarma i pot tenir repercussions a llarg termini: rebuig del que és real, rebuig del nostre propi cos, de la realitat física en què visc Charo Sádaba, UNA

4. Hi ha un increment d'experiències tòxiques o de demandes incòmodes als adolescents a les Xarxes Socials? A qui creu que recorren per demanar ajuda?

S'ha detectat que les noies, entre 14 i 18 anys, veien normal facilitar-los la contrasenya de les xarxes socials i dels mòbils a les parelles, que passa, que moltes vegades, quan hi ha una ruptura, els nois tenen aquests comptes i s'han fet passar per elles per perjudicar-les. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Aquestes situacions són tan habituals que ho banalitzen, no ho veuen com una amenaça i el canvi de les actituds, un alt percentatge reconeix que estan fent coses a la xarxa que saben que no ho haurien de fer. Lluís Ballester, UIB

Hi ha gestió de la informació, ells saben, els que ho fan, que no són tots, saben: "aquesta foto va aquí..." aprenen les formes de comunicació a cadascuna de les plataformes. I, per exemple, a Tik tok hi ha una ruptura dels models comunicatius, hi ha una adaptació als territoris, a les audiències. I també hi ha un canvi en el concepte de privadesa, no necessàriament negatiu o expositiu i la pandèmia ens ha mostrat com el sobre ús de les xarxes a disminuït l'ús de l'etiqueta. Antonio García (URJC)

De vegades, tampoc no identifiquen que això és un abús o una agressió d'alguna mena, perquè han normalitzat certes coses i no creuen que, si algú t'envia una foto, per exemple, dels seus genitals, es pugui denunciar. Sobretot, les noies han naturalitzat certes accions de les seves parelles. I per mi és molt important que puguin reconèixer que són objecte d'una agressió,

d'un maltractament, d'una violència i si estan exposades i exposades. Fani Grande (Experta en comunicació)

L'accés més gran i més fàcil als continguts pornogràfics si s'estan traslladant en unes expectatives que es construeixen entorn del que han vist i que pot portar a unes demandes, a unes sol·licituds, a un llenguatge i una manera de denominar les coses que s'hi acostava al porno. Però si creix la consciència i el reconeixement de certes pràctiques en estar més present en el discurs públic. Charo Sádaba, UNA

Com que ja han rebut tantes xerrades i s'ha establert com un tema... una altra cosa és la seva predisposició per aplicar-lo. Però ja han sentit què és violència de gènere, ja han sentit què és el cyberbullying, ja saben reconèixer-ho. Per tant, hi ha un augment de situacions tòxiques – nosaltres en diem de situacions de risc – però aquest augment sorgeix perquè se'l reconeix, li posen nom ara. Antonio García (URJC)

La pornografia no només ha normalitzat coses, sinó que la pornografia s'ha normalitzat i, és clar, a aquestes edats, la descontextualització és de tal calibre que pot tenir conseqüències greus D'altra banda, analitzant la violència i els continguts d'odi, observem un augment molt significatiu a les xarxes socials. Antonio García (URJC)

S'ha perdut el pudor a ensenyar a les xarxes el propi cos, és una eina més per ser acceptat, i no tenen la mateixa percepció de mostrar les seves parts íntimes que la que podem tenir nosaltres les persones adultes (...) Les noies assumeixen més comportaments de risc, per exemple, al sexting, comparteixen més les noies que els nois. I és clar, en compartir més vegades, són més víctimes d'aquesta difusió. Hi ha una major exposició davant dels riscos. (...) Els és una mica igual fins que arriba a persones que no volien que les veiessin, per exemple, les seves famílies. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Moltes d'aquestes plataformes, en concret Tik tok, normalitzen determinades conductes, perquè també l'algorisme contribueix a això. A més, la pantalla genera una distància respecte a l'objecte, a la comunicació mateixa i també a les conseqüències de l'ús de la pantalla. Però també l'ús dels dobles comptes, el compte "presentable", on tenen els pares, els oncles, etc. i després el compte d'Instagram que només comparteixen amb les seves amigues, amb el cercle més íntim on comparteixen un contingut "més de veritat" Charo Sadaba (UNA).

Crec que no li donen tota la importància que té i que pensen que poden solucionar-ho ells sols o elles soles i que dir-ho a una persona adulta en l'àmbit familiar o en l'àmbit escolar, els fa vergonya o pudor o que seran represos, llavors intenten solucionar-ho ell o ella sols o soles o buscant ajuda entre el grup d'iguals. Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

Quan els parles del dret a la seva pròpia imatge, alguna cosa els canvia, perquè realment no saben a què tenen dret. Fani Grande (Experta en comunicació)

Quan tenen problemes i necessiten demanar ajuda, segons observem en certs estudis que hem finalitzat, a qui acudeixen en primer lloc és al seu grup d'iguals, perquè quan hem comentat això amb pares i mares, la primera reacció és la de protecció i encara que sigui de paraula els diuen: “doncs et traiem el mòbil, ja no tens wifi, etc.” Comprensibles en els pares, la reacció que generem als xavals és que no acudiran als pares, perquè per a ells és el vincle amb la seva realitat. Charo Sadaba (UNA).

El pin parental no és la solució perquè els prohibeixes alguna cosa i el busquen en un altre lloc. És tan ampli que és com intentar tapar el sol. I en tema de xarxes socials, com més límits poses, més límits se salten. Estic a favor d'un acompanyament més gran. Fani Grande (Experta en comunicació)

Caldria educar en el bon ús de les plataformes i les xarxes socials tenint en compte la immediatesa i el canvi continuat, tot canvia molt ràpidament. I cal no oblidar que els joves estan construint la seva identitat sobre la base d'aquests canvis que s'estan produint tan ràpidament. Rosana Palomares (Fundació Iniciativa Solidària Àngel Tomás - FISAT)

I acudeixen també (les persones adolescents) a la informació que troben a internet. Charo Sadaba (UNA).

Si generem aquest espai d'acompanyament de les persones que tenen cura, potser se sentiran més lliures de demanar ajuda a aquestes persones adultes, sense esperar-ne la recriminació. D'aquesta manera, amb la presència real, de manera molt més sincera, es podria mitigar, en part aquesta part fosca de les xarxes Susana Marín – UV

Trobo resistències perquè hi ha adults, i també professorat, que no els interessin les xarxes socials, i et diuen que han arribat tard. Hi ha adults que rebutgen les xarxes, per pura ignorància i perquè allò que els arriba és tot maligne... i això crea en els joves que tinguin al voltant, és desafecció, perquè: “és una cosa que per mi és important i tu no t'importa”. Amb això, des d'aquí no es pot acompanyar. Però quan se'ls mostres, a les persones adultes, la part útil de les xarxes et diuen: “doncs això no és tan dolent com jo pensava” Fani Grande (Experta en comunicació)

Està apareixent la figura dels pares ni-ni, ni saben, ni els interessin les xarxes socials: Com que jo no ho sé, no passa res. I el primer que cal fer és eliminar aquesta barrera i jo dic als pares que no cal que siguin uns hackers, però sí que han de tenir una base, perquè si no és impossible generar confiança en els joves. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Com a docents, com a educadors, no podem estar d'esquena a les xarxes socials. A més que ja no és una decisió personal de si vull, o no, estar a les xarxes, sinó que la mateixa Conselleria t'obliga a utilitzar una sèrie de plataformes per realitzar certs requisits Yolanda Abril (IES La Pobla de Farnals)

És interessant analitzar els codis audiovisuals amb què es comuniquen els joves avui dia. I qui manegen aquests codis?: bé els seus iguals o bé els influencers. I és cert que la bretxa digital s'està reduint a l'entorn familiar, però es manté en entorns més vulnerables Antonio García (URJC)

Crec que les propostes passen per acompanyar i crear i mantenir entorns digitals segurs per a les persones joves que estan a les xarxes. Fani Grande (Experta en comunicació)

Altres qüestions

Per cada cent usuaris d'internet, n'hi ha un que crea contingut digital, n'hi ha nou que el comenten i editen aquest contingut digital, i noranta que el consumeixen: llegir, veure, etc. Amb la qual cosa, no és veritat que la majoria dels adolescents creïn continguts a través de les xarxes. Charo Sadaba (UNA).

Discrepo, Tot ara és contingut. Quan un envia un missatge de whatsapp, ja està generant contingut i de fet en els judicis s'utilitza com a prova. I la generació de continguts ja no rendeix comptes a ningú com sí que passava amb la televisió, per exemple. Antonio García (URJC)

És cert que un jove, un adolescent amb les eines i les aplicacions actuals, et pot fer un vídeo en cinc o deu minuts quan a nosaltres, a la seva edat, ens hagués costat dies, i això també cal tenir-ho en compte Silvestre del Río (Educant Proteges)

Animo a observar la part positiva de les xarxes (socials), que en té. Perquè si són tan dolentes les xarxes socials Què hi fem? A les xarxes, encara que no facis temes virals pots publicar temes interessants i en positiu. Fani Grande (Experta en comunicació)

Les xarxes posen en contacte moltes persones i són una porta oberta a moltes coses bones. Fani Grande (Experta en comunicació)

Quan vaig als centres escolars, i vaig de paisà, no saben que sóc policia i observo com se saluden entre ells amb un insult, un record a la seva mare, i això és de bon rotllo i quan es veuen físicament, imagineu el que passa a través de les xarxes socials. El tipus de relacions

que detecta normalitza la violència i l'insult d'una manera alarmant i sexualitzada totalment. Silvestre del Riu (Educant Proteges)

Però quins referents tenen? Què veuen al seu voltant? als seus adults, a les pel·lícules que veuen... Antonio García (URJC)

Hi ha dos canvis que són rellevants. Un canvi és que part del que observen com a ficcions ja no està tan ficcionat, perquè moltes sèries comencen a jugar amb la mostra de la vida quotidiana on l'insult forma part del seu llenguatge. I, per altra banda, la reducció de la modalitat de la comunicació, domina molt la comunicació visual i altres elements de la comunicació estan desapareixent i, per tant, la interpretació dels impactes ha canviat i això té alguna cosa a veure amb les seves formes de interactuar a les xarxes. Lluís Ballester, UIB

6. Què convé conèixer de TikTok?

Gabriele Bavastro 1

6.1. Què és TikTok. Breu resum de la seva història

TikTok és una aplicació especialitzada a crear i compartir vídeos de curta durada. Propietat de l'empresa xinesa ByteDance, comença a donar-se a conèixer a Occident a partir del 2 d'agost del 2018, dia en què, gràcies a l'actualització de l'aplicació Musical.ly, les dues plataformes es van fusionar dins de TikTok. Abans d'aquesta data, cap xarxa social de propietat xinesa no havia aconseguit competir amb els gegants nord-americans en la creació i gestió d'una aplicació capaç d'assolir els primers llocs al rànquing mundial de descàrregues.

La història de TikTok comença amb la creació de dues empreses que difereixen tant a la ubicació com al punt de vista sobre el món de la comunicació de cadascun dels fundadors, però que en fusionar-se van aconseguir l'objectiu de llançar una aplicació xinesa capaç competir globalment amb els gegants nord-americans del sector.

El propietari de TikTok és ByteDance, una empresa xinesa fundada el 2012 i que es va fer famosa a la Xina per llançar la plataforma Toutiao a l'agost del 2012. Es tracta d'un agregador d'informació i notícies que, mitjançant un complex algorisme basat en l'aprenentatge de les preferències de l'usuari (també anomenat machine learning en anglès), permet crear una llista de notícies que poden ser interessants per a l'usuari final. El creixement ràpid en el nombre d'usuaris i en el valor de l'empresa va permetre diferenciar les inversions relacionades amb el desenvolupament de noves aplicacions i, el setembre del 2016, va néixer Douyin; la versió xinesa de TikTok. Des d'un punt de vista tècnic i d'usuari final, Douyin i TikTok són molt similars, però s'administren a servidors completament diferents per no córrer el risc de barrejar contingut dirigit al mercat xinès (subjecte a censura) dels continguts per a la resta del món i subjecte a una simple moderació de continguts que no s'ajustin als termes i les condicions d'ús de l'aplicació. Els algorismes d'aprenentatge de preferències de l'usuari de Toutiao i TikTok mai no es van revelar, ja que representen una part important del valor de l'empresa, però és fàcil imaginar que l'algorisme subjacent a TikTok és una adaptació al contingut de vídeo de l'algorisme de Toutiao .

L'agost del 2014 va néixer Musical.ly, una empresa xinesa amb seu a Xangai però amb oficines a San Francisco a Califòrnia. Mitjançant aquesta aplicació, els usuaris podien crear vídeos de

1 Tota aquesta part de la recerca és una aportació singular de Gabriele Bavastro, un dels principals conèixedors de TikTok a Europa. Autor del llibre (2021) *I Love TikTok*. Edizioni Epoké. Hi ha versió en castellà, de 2021, amb el títol: "I love TikTok - Entender y amar a la Generación Z."

durada variable entre 1 i 15 segons, i també era possible inserir filtres, efectes i canviar la velocitat de reproducció. Aquestes característiques, que van fer famosos Musical.ly, es van mantenir sense canvis fins i tot després de la fusió amb TikTok. El novembre del 2017 musical.ly va ser adquirida per l'empresa xinesa ByteDance per una xifra que ronda els 750 milions d'euros; però és només des de l'actualització del 2 d'agost del 2018 que les dues plataformes es van fusionar a TikTok. Al moment de la compra, musical.ly es trobava en declivi, però amb un nombre important d'usuaris sobretot al mercat nord-americà; TikTok estava creixent, però per fer un salt global necessitava els usuaris, les habilitats i la cultura empresarial presents a musical.ly.

Durant el 2018, amb aproximadament 650 milions de descàrregues, TikTok va ser la quarta aplicació més descarregada del món, en primera posició per nombre de descàrregues a l'App Store. El 2019 va ser la segona aplicació més descarregada del món, amb al voltant de 740 milions de descàrregues. En comparació del 2018, va superar el nombre de descàrregues de Facebook i Messenger, però no va aconseguir superar WhatsApp, que es va mantenir ferm a la part superior de la llista de les aplicacions més descarregades del món amb al voltant de 870 milions de descàrregues. El 2020, amb un creixement del voltant del 37% respecte a l'any anterior, va ser l'app més descarregada a nivell mundial, aconseguint la primera posició amb un total aproximat de 990 milions de descàrregues. WhatsApp, que va ser l'aplicació més descarregada fins al 2019, ocupa el segon lloc amb uns 720 milions de descàrregues. També durant el 2021 TikTok es va mantenir estable al cim del rànquing de les aplicacions més descarregades a nivell global, amb prop de 730 milions de descàrregues, per davant de Facebook, Instagram i WhatsApp. Durant el tercer trimestre del 2021, TikTok es va convertir en la cinquena aplicació a assolir els 3 mil milions de descàrregues a App Store i Google Play. Va ser la primera aplicació que no pertany a Facebook a assolir aquest llindar. Durant el quart trimestre del 2021, per segona vegada els darrers dos anys, TikTok no va ser l'aplicació més descarregada a nivell mundial; Instagram, amb al voltant de 175 milions de descàrregues, va superar TikTok, que va acabar en segon lloc amb al voltant de 170 milions de descàrregues. L'última vegada que va passar va ser el segon trimestre del 2020 quan, gràcies a l'auge de les videotrucades pel confinament, l'app més descarregada va ser Zoom.

6.2. Per què TikTok té tant èxit en la Generació Z?

La "Generació Z". Està formada per persones nascudes entre el 1996 i el 2010 aproximadament. És la primera generació nascuda quan internet ja formava part de la vida quotidiana. Van ser els primers a poder aprofitar els smartphones ja a la preadolescència. Una part important d'aquesta generació va començar a fer servir Internet directament des dels seus telèfons mòbils, sense haver d'aprendre a fer servir un ordinador. És la generació formada per joves que des de ben petits aspiren a fer-se rics i famosos gràcies a les oportunitats que ofereixen les xarxes socials i les apps.

Buscant a internet opinions positives o negatives sobre TikTok és força fàcil quedar impressionat per la quantitat d'opinions contradictòries a què és possible estar exposat. Afortunadament, una resposta objectiva va provenir d'un estudi realitzat als Estats Units a la pàgina web reviews.org. Els resultats d'una enquesta independent de 500 persones es van resumir a l'article "El que els nord-americans estimen i odien dels seus telèfons el 2020". Una de les troballes més interessants d'aquesta enquesta va ser el fet que: "1 de cada 5 nord-americans odia els vídeos de TikTok". Podríem centrar-nos en aquestes dades per fer-nos una idea aproximada de les sensacions que aquesta aplicació provoca als usuaris, però investigant més a fons és possible entendre com aquestes sensacions difereixen segons les diferents generacions.

Per a les persones entre 18 i 24 anys, identificables amb la Generació Z, només el 10% odia TikTok. Per a les persones d'entre 25 i 44 anys, que són més identificables amb els Millennials, el 15% odia TikTok. Però és per a les persones d'entre 45 i 54 anys que els vídeos de TikTok són possiblement el més odiat relacionat amb el seu telèfon. La taxa d'odi pot arribar fins al 35% per a les persones més grans de 54 anys. Aquest és un exemple clar de com la distància temporal entre generacions pot crear tanta diferència en l'apreciació del contingut creat en una aplicació.

Amb diferents percentatges, però mantenint aquesta tendència, l'estudi revela que fins i tot pel que fa a missatges grupals, emoticones i GIF, hi ha una forta apreciació de la Generació Z i una apreciació que disminueix gradualment a mesura que augmenta l'edat dels usuaris.

Amb percentatges diametralment oposats, en canvi, hi ha una apreciació per les trucades de veu i els missatges al contestador automàtic per part de les generacions de 45 i més anys; quant a la generació Z, l'odi cap a aquestes dues característiques és entre el 15 i el 20%.

En resum, els vídeos, missatges grupals, emoticones i GIF de TikTok són els continguts del mòbil que més agrada a la Generació Z, mentre que les trucades de veu són la part favorita per als Baby Boomer. Al mig, Millennials i Generation X expressen una opinió més moderada per a cadascuna dels diferents continguts.

D'aquesta anàlisi es pot veure fàcilment com l'estimació o l'odi cap a TikTok estan fortament influenciats per un component generacional i que aquests sentiments també estan connectats amb altres característiques que no tenen res a veure amb l'aplicació. Probablement l'app, per les seves característiques d'immediatesa i llenguatge extremadament informal, sigui percebuda per les "velles" generacions com un resum perfecte del que més odien en l'ús dels telèfons mòbils.

Així mateix, per a la Generació Z, però sobretot per als usuaris, TikTok és vist com un espai de llibertat d'expressió i una oportunitat de carrera.

6.3. A quina edat es pot començar a fer servir TikTok?

Per a un gestor d'aplicacions, les noves generacions són les que comencen a fer servir el mòbil tenint l'oportunitat d'utilitzar-lo lliurement i sense controls. Per a un productor d'aplicacions, les noves generacions representen, en la majoria dels casos, joves que transiten de la preadolescència a l'adolescència. Partint d'aquest punt de vista, els desenvolupadors d'aplicacions creen els seus productes per a usuaris que encara no han complert els divuit anys; en el cas concret de TikTok, l'aplicació està pensada per a un públic a partir dels tretze anys.

El límit legal per utilitzar TikTok és, de fet, tretze anys. L'edat mínima s'ha fixat perquè, per moltes legislacions, i en particular la dels Estats Units, està prohibit demanar informació de qualsevol mena sobre menors de tretze anys sense el consentiment dels pares. Les sancions per l'incompliment d'aquesta regla per part del propietari de l'aplicació poden ser molt elevades. El setembre del 2019 YouTube va ser condemnat a pagar 170 milions de dòlars per recopilar informació sobre menors de tretze anys sense el consentiment dels pares.

Per tant, per a menors de tretze anys, es desaconsella utilitzar l'aplicació TikTok i les altres xarxes socials. Hi ha la possibilitat d'autoritzar l'ús abans dels tretze anys però no ho recomanem a causa dels riscos a què poden estar exposats i dels que parlarem detalladament a l'apartat dedicat als riscos relacionats amb l'ús d'aquesta aplicació.

Tal com afirma el mateix TikTok a l'informe sobre l'aplicació de les directrius comunitàries de juny de 2021: "S'han eliminat 11.205.597 comptes sospitosos per la potencial pertinença a una persona menor de 13 anys, o menys de l'1% de totes els comptes a TikTok". Cal vigilar els per evitar que puguin accedir a aquesta aplicació, i estar exposats als riscos que comporta, almenys abans del compliment dels 13 anys.

6.4. Com fer servir TikTok?

TikTok, per a aquells que mai l'han descarregada i usada, és una aplicació extremadament fàcil d'usar i, en el mode de visualització de vídeos, pot ser utilitzada per qualsevol tipus d'usuari. Per començar a utilitzar l'aplicació no cal:

- Proporcionar informacions personals per crear un compte.
- Indicar les nostres preferències.

- Tenir algun tipus de contacte previ amb altres usuaris que el facin servir.
- Tenir coneixement previ de les tècniques de creació i edició de vídeos.

Aquestes característiques de facilitat d'ús són sens dubte una de les raons de l'èxit d'aquesta aplicació. Entrant a les característiques específiques de les enumerades anteriorment:

- Hi ha diverses maneres de crear un compte a TikTok, però la més simple és la relacionada amb la creació a través de verificació del seu número de telèfon. Només heu d'introduir el vostre número de telèfon i un SMS d'autocomprovació crearà un compte que us permetrà utilitzar els continguts de l'aplicació des del primer moment.
- Un cop creat el compte, la primera pantalla ens preguntarà si tenim alguna preferència respecte als tipus de vídeos que volem veure, però és possible ometre aquest pas ja que l'algorisme d'aprenentatge de preferències de l'usuari podrà detectar els nostres interessos amb una precisió més gran que nosaltres mateixos podríem definir-los en menys d'una hora. A la secció "Com funciona l'algorisme d'aprenentatge de preferències d'usuari de TikTok". s'explicarà detalladament el funcionament d'aquest algorisme i les oportunitats i riscos associats.
- Quant al contacte previ amb altres usuaris que l'utilitzen, aquesta és una característica força irrellevant per a molts usuaris perquè no perjudica en cap moment la visualització dels vídeos més entretinguts. Simplificant, es pot dir que a les xarxes socials que van precedir TikTok, la creació d'una xarxa de contactes era l'objectiu principal i l'ús dels continguts un objectiu secundari, mentre que en el cas de TikTok l'usuari és molt més lliure de decidir quin dels dos objectius prioritzar. Per als usuaris més joves (inclosos en el grup d'edat entre 13 i 19 anys), la creació d'una xarxa de contactes, la compartició de continguts i l'intercanvi d'opinions és una part molt important de l'ús de la aplicació; mentre que per als usuaris de més edat (inclosos al grup d'edat entre 35 i 50 anys), es dona més importància a la part relativa a l'ús dels continguts sense necessitat de disposar d'una xarxa de contactes per interactuar. - Crear contingut a TikTok és extremadament fàcil i intuïtiu. Dins la pantalla de creació es presenten les funcions relatives a la creació del vídeo, la introducció de filtres i la gestió de l'àudio.

En resum, per als que no hagin vist mai TikTok, es tracta simplement d'una aplicació on se suggereixen seqüencialment vídeos amb una durada mitjana al voltant dels 15 segons i l'usuari es limita a visualitzar-los si els considera interessants o ho salta si no us interessen. En funció dels nostres interessos ens suggereix els vídeos que veurem i això ha convertit TikTok en una barreja entre una xarxa social i una televisió intel·ligent que, en funció dels nostres interessos, ens proporciona contingut amb l'objectiu de maximitzar el temps de connexió a la aplicació.

6.5. Com funciona l'algoritme d'aprenentatge de preferències d'usuari de TikTok?

Com es va esmentar a la secció de la història de TikTok, l'algorisme d'aprenentatge de les preferències de l'usuari és un dels secrets de l'èxit de TikTok. En els primers anys després del llançament de TikTok només era possible endevinar i testar algunes de les variables que subjauen en aquest algorisme en canvi constant, però, a partir del 18 de juny de 2020, TikTok ha revelat oficialment part d'aquest secret. A la publicació "Com TikTok recomana vídeos #ForYou", s'explica el mecanisme de funcionament del "For You feed", l'algorisme que, a partir de les informacions que rep de l'usuari, proporciona la seqüència de vídeos que poden ajudar l'usuari a trobar continguts que despertin els seus interessos.

A nivell teòric hi ha dues possibilitats per realitzar aquesta funció: identificar el tipus d'usuari dins d'una llista de possibles perfils d'usuaris i, segons el perfil identificat, suggerir una sèrie de continguts d'acord amb l'interès del perfil, o bé construir-ne un per a cada usuari i calibrar els vídeos proposats únicament sobre la base de les informacions rebudes d'aquest usuari. En el cas de TikTok, segons la pròpia empresa, l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferència es basa en el segon tipus d'enfocament: "Si bé diferents persones poden trobar alguns dels mateixos vídeos, els suggeriments de continguts de cada persona són únics i estan dissenyades únicament per a aquest individu".

Pel que fa a les variables preses en compte per l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències, l'empresa va afirmar:

"Les recomanacions es basen en una sèrie de factors, que inclouen:

- Les interaccions de l'usuari. Com els vídeos que vos agraden o compartiu, els comptes que segueiu, els comentaris que publiquen i el contingut que creeu.
- Informació del vídeo. Podeu incloure detalls com subtítols, sons i hashtags.
- Configuració del dispositiu i del compte. Com ara la preferència de l'idioma, la configuració del país i el tipus de dispositiu.

Aquests factors s'inclouen per garantir que el sistema estigui optimitzat per al rendiment, però reben menys pes al sistema de recomanacions que altres dades que mesurem, ja que els usuaris no els expressen activament com a preferències. Tots aquests factors són processats pel nostre sistema de recomanació i ponderats segons el seu valor per a un usuari. Un indicador fort d'interès, per exemple, si un usuari acaba de veure un vídeo més llarg de principi a fi, rebria més pes que un indicador feble, per exemple, si l'espectador i el creador del vídeo es troben al mateix país. Després, els vídeos es classifiquen per determinar la probabilitat que un usuari s'interessi en un contingut."

Certament hi ha altres variables en joc, però com que encara no existeix una llei que obligui les empreses d'aplicacions a presentar públicament aquests algorismes, o a complir algun

tipus de regulació, no és possible tenir-ne més detalls. Una altra variable que es pot deduir gràcies a la seva menció explícita per part de l'empresa, en un altre fragment del mateix article, és el replay, és a dir, el fet que el vídeo hagi estat vist més d'una vegada. Segons les vegades que es va revisar aquest vídeo, certament és possible calcular el nivell d'interès que un usuari pot tenir en el tema o creador.

Pot resultar sorprenent que l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències pugui començar immediatament a entendre quins són els nostres interessos i començar a suggerir-nos vídeos d'acord amb ells, però el secret d'aquesta característica ho explica la pròpia empresa comparant-ho amb un joc: "Per als usuaris que no seleccionen categories, comencem oferint una llista de vídeos populars per començar a jugar. La seva primera sèrie de m'agrada, comentaris i repeticions desencadenarà una primera sèrie de recomanacions tan aviat com el sistema comenci a aprendre més sobre els seus interessos sobre els continguts". L'ús de la paraula "jugar" podria fer pensar que és l'usuari final qui està jugant amb l'aplicació però en realitat a jugar és l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències que està "jugant" a un joc en què l'objectiu és conèixer-nos com més aviat millor per poder mantenir-nos connectats a l'aplicació tant com sigui possible.

Al paràgraf anterior he fet servir deliberadament la paraula "conèixer" per subratllar un detall molt important sobre el funcionament de l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències; la capacitat de crear o alimentar la nostra curiositat cap a temes i creadors de continguts que no pensem o neguem expressament que ens puguin interessar. Si no es tingués en compte aquesta variable, entraria en allò que tècnicament es defineix com una "bombolla de filtre". Per bombolla de filtres entenem una reducció cada vegada més gran del que són les preferències de l'usuari en funció de la precisió més gran que s'aconsegueix respecte als interessos més clarament detectables i explícits per l'usuari. La conseqüència més immediata que un usuari entri a la bombolla de filtres és sens dubte l'avorriment i la reducció del temps d'ús de l'aplicació. De fet, és lògic esperar que un usuari que veu sempre el mateix tipus de vídeo s'acabi avorrint. Per evitar que això passi, l'algoritme d'aprenentatge automàtic de les preferències segueix un patró de funcionament que, segons les declaracions de la mateixa empresa, segueix un flux d'aquest tipus:

- Trobar més continguts dels que interessin l'usuari.
- Ensenyar menys continguts dels que no interessin a l'usuari.
- Evita crear una bombolla de filtres que acabi avorrint l'usuari.
- Evitar la creació de patrons repetitius.
- Diversificar les recomanacions.
- Protegir l'experiència visual.

Pel que fa als tres primers passos ja n'hem descrit el funcionament, mentre que per als tres últims, encara que puguin semblar força intuïtius, cal descriure'n el funcionament per entendre de debò el funcionament de l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències.

Pel que fa a la part relativa a la interrupció de patrons repetitius, la mateixa empresa la descriu així: "El nostre sistema de consells funciona per alternar diferents tipus de contingut amb què ja saps que t'encanten. Per exemple, no mostra dos vídeos seguits fets amb el mateix so o pel mateix creador. Tampoc recomanem contingut duplicat, contingut que hagi vist prèviament o qualsevol contingut que es consideri spam". De la mateixa manera que no és probable que vegem la mateixa pel·lícula dues vegades seguides o escoltem la mateixa cançó, també a l'interior de TikTok no estaríem interessats en veure els mateixos vídeos una vegada i una altra. L'algoritme d'aprenentatge automàtic de preferències s'ha calibrat per evitar aquesta situació ja que, per mantenir l'usuari connectat a l'aplicació, és molt important que no s'avorreixi.

En canvi, la part relativa a la diversificació de les recomanacions representa un híbrid entre l'estudi dels nostres interessos i l'estudi de com s'avaluen les noves publicacions. De fet, la mateixa empresa ho descriu com: "En oferir diferents vídeos de tant en tant, el sistema també pot tenir una millor idea del que és popular entre una gamma més àmplia d'audiències per ajudar a proporcionar a altres usuaris una gran experiència. El nostre objectiu és trobar un equilibri entre suggerir contingut que sigui rellevant per a vostè i, alhora, ajudar-los a trobar contingut i creadors que l'animin a explorar experiències que altrament no veuria". En llegir amb atenció aquestes paraules, és possible comprendre com l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències aconsegueix dos objectius dins d'un sol suggeriment. El primer objectiu, relatiu a l'estudi de l'expansió dels interessos de cada usuari a partir de les reaccions sobre el vídeo que se situen fora dels interessos més explícits, permet fer menys avorrida l'experiència d'ús de l'aplicació. El segon objectiu, relacionat amb l'avaluació de la qualitat del contingut pujat a l'aplicació, és extremadament útil per comprendre quins vídeos i quins creadors de contingut tenen més possibilitats de ser rebuts positivament pel públic d'usuaris.

La part final, relativa a la salvaguarda de l'experiència visual, és en realitat propedèutica a les anteriors i està destinada a complir una doble funció; millorar la qualitat de l'entreteniment i protegir la seguretat dels usuaris. La raó per la qual parlem explícitament de seguretat deriva del fet que l'ús de l'aplicació, però més en general de qualsevol xarxa social, pot ocultar perills que tendeixen a augmentar a mesura que disminueix l'edat de l'usuari. Es dedicarà un apartat únicament a l'anàlisi d'aquests riscos, mentre que dins d'aquest apartat és important ser conscient de com aquesta variable té l'algoritme d'aprenentatge automàtic de preferències. Tal com afirma la mateixa empresa: "Els vídeos que s'acaben de pujar o estan en procés de revisió poden no ser elegibles per a la recomanació". La raó per la qual els vídeos potencialment perillosos són inicialment exclosos per l'algoritme d'aprenentatge automàtic de preferència es basa principalment en el fet que els vídeos considerats "perillosos" tendeixen a ser els mateixos vídeos que creen sentiments negatius en l'usuari com a fàctic,

angoixa, tristesa, apatia i ansietat. Aquests sentiments, quan es barregen correctament dins d'una pel·lícula on contribueixen a la narració, poden formar part del contingut i ajudar a millorar-lo, però, dins d'un vídeo de 15 segons, l'únic objectiu que s'aconsegueixen és allunyar l'usuari des de l'aplicació.

El flux descrit anteriorment no s'ha de veure com una seqüència preestablerta ni com una roda en què, un cop arribes al final, tornes al principi. El funcionament d'un algorisme complex com el d'aprenentatge automàtic de preferències és objecte d'estudi i millora constant. A partir del 18 de juny del 2020 segurament deuen haver canviat moltes coses dins de l'algoritme però és molt probable que les variables declarades per l'empresa, i analitzades en aquest apartat, segueixin sent l'esquelet que sustenta aquest complexíssim sistema.

6.6. Quins són els riscos més rellevants de TikTok?

Per a un usuari que s'acosta per primera vegada a TikTok i altres xarxes socials, els riscos poden ser de caràcter divers; per facilitar la comprensió d'aquests riscos, es va decidir utilitzar la mateixa metodologia continguda a l'*"Informe de compliment de les normes de la comunitat"* que publica trimestralment TikTok. L'edició a què ens referim és la relativa al període abril/juny del 2021 i publicada el 13 d'octubre del 2021.

Els vídeos catalogats com a perillosos, i retirats de l'aplicació el trimestre abril/juny del 2021, van ser al voltant de 80 milions, corresponents a aproximadament l'1% dels vídeos pujats a la plataforma. Segons l'empresa: "D'aquests vídeos, identifiquem i eliminem el 93,0% dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 94,1% abans que un usuari els denunciés i el 87,5% sense vistes".

Dins aquest informe, els perills per a l'usuari s'han dividit en nou macro-categories

- Protecció de menors. És la categoria amb la major quantitat de vídeos eliminats, fins al 41,3% dels vídeos eliminats per TikTok representen un perill per a un usuari menor de 18 anys. Aquesta categoria inclou vídeos que contenen: explotació sexual de menors, seducció de menors, imatges de nus i actes sexuals amb menors, activitats perjudicials per part de menors (per exemple: "possessió o consum de substàncies prohibides per menors, abús de substàncies legals, participació en activitats il·legals i desafiaments/competències de caràcter físic o d'un altre tipus que puguin atemptar contra el benestar dels menors"), danys físics i psíquics als menors, delictes contra la infància i l'adolescència (No s'hi inclou l'assetjament escolar per entrar en una categoria a part) Són xifres enormes, gairebé 30 milions de vídeos per trimestre, que, afortunadament, gràcies a la presència de filtres automàtics i gràcies a la feina dels moderadors de continguts, molts d'aquests vídeos no es visualitzen ni una sola vegada.

Segons l'empresa: "El 95,4% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 93,9% es van eliminar amb zero vistes i el 97,6 % es van eliminar abans de qualsevol informe".

- – Activitats il·legals i béns regulats. El 20,9% dels vídeos eliminats de la plataforma entren en aquesta categoria, que inclou: activitat delictiva, armes, drogues, alcohol, tabac, frau, estafes, apostes, invasió de la privadesa, dades personals i dades d'identificació. Segons l'empresa: "El 95,7% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 92,3% es van eliminar amb zero vistes i el 97,1% es van eliminar abans de qualsevol informe".
- Imatges de nus i actes sexuals entre adults. El 14% dels vídeos eliminats de la plataforma entren en aquesta categoria, que inclou: explotació sexual, fotos de nus i actes sexuals d'adults. Segons l'empresa, "el 90% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 78,5% es va eliminar amb zero vistes i el 90,3% es va eliminar abans de qualsevol informe".
- Contingut violent i explícit. El 7,7% dels vídeos eliminats de la plataforma pertanyen a aquesta categoria, que inclou: contingut impactant, sàdic, sagnant, que promou o glorifica la violència. Segons l'empresa: "El 94,3% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 86,6% es van eliminar amb zero vistes i el 94,9% es van eliminar abans de qualsevol informe".
- Assetjament i bullying. El 6,8% dels vídeos eliminats de la plataforma pertanyen a aquesta categoria, que inclou: comportament ofensiu, assetjament sexual, amenaces de pirateria. Segons l'empresa: "El 83,8% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 61,4% es van eliminar amb zero vistes i el 73,3% es van eliminar abans de qualsevol informe". Aquestes són taxes d'eliminació molt més baixes que les categories anteriors i la raó d'aquesta diferència és que és molt difícil distingir entre un acudit dolent o un acte d'intimidació. Moltes vegades cal comprovar fotograma a fotograma per poder comprendre, mitjançant la interpretació de gestos i expressions facials, si realment és un cas d'assetjament escolar. Aquesta és una investigació molt més profunda que les tres categories anteriors, per a això la visualització d'alguns fotogrames és suficient per identificar correctament la raó per la qual cal eliminar el vídeo de la plataforma.
- Suïcidi, autolesions i actes perillosos. El 5,3% dels vídeos retirats de la plataforma entren en aquesta categoria, que inclou: suïcidi o promoció del mateix, autolesions i trastorns alimentaris, accions perilloses i esports extrems realitzats per no professionals. Segons l'empresa: "El 90,8% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 81,8% es van eliminar amb zero vistes i el 94,2% es van eliminar abans de qualsevol informe". Tot i que és una categoria que recull només el 5,3% del total dels vídeos retirats, és probablement la categoria més important a moderar ja que representa la més perillosa per a la salut física i psíquica,

especialment dels usuaris al grup d'edat entre 13 i 18 anys. La raó d'aquesta afirmació rau en el coneixement que és molt més fàcil combatre una amenaça que ve de fora que una que ve de dins. Conscient dels perills que poden amagar aquest tipus de continguts, la companyia facilita enllaços a institucions que, a cadascun dels països on opera, ofereixen suport psicològic per ajudar a descobrir i resoldre qualsevol amenaça per a la salut física i psíquica dels usuaris.

- Comportament d'odi. El 2,2% dels vídeos eliminats de la plataforma entren en aquesta categoria, que inclou: atacs contra característiques personals (raça, ètnia, nacionalitat, religió, casta, orientació sexual, sexe, gènere, identitat de gènere, malalties greus, discapacitat, estat migratori), insults, ideologies basades en l'odi. Segons l'empresa: "El 80,8% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 60,6% es van eliminar amb zero vistes i el 72,9% es van eliminar abans de qualsevol informe. Aquesta és una àrea molt complexa i matisada en què hem de seguir millorant". Com en el cas de la detecció d'episodis de bullying, fins i tot amb discurs d'odi no és fàcil d'entendre immediatament si et trobes davant d'una exageració del que és la comunicació normal entre joves o si estàs presenciant un episodi de discurs d'odi. Com es pot notar a través del baix percentatge d'eliminacions abans de qualsevol informe, la raó per la qual s'elimina un vídeo és precisament perquè el va denunciar un usuari que d'alguna manera es va sentir ferit pel contingut. Sent cadascun de nosaltres diferent, i per tant tenint una sensibilitat diferent de certs estímuls externs, és molt difícil per als moderadors captar els matisos presents dins un contingut. Per tant, és extremadament important que els usuaris denunciïn el contingut que els pugui fer sentir incòmodes per ajudar els moderadors a eliminar aquests perills i millorar la percepció d'aquest tipus de problemes.
- Individus i organitzacions perilloses. L'1,1% dels vídeos retirats de la plataforma entren en aquesta categoria, que inclou: amenaces i incitació a la violència, persones i organitzacions perilloses (organitzacions terroristes, organitzacions d'odi organitzat i organitzacions criminals). Segons la companyia: "El 90,1% d'aquests vídeos es van eliminar dins de les 24 hores posteriors a la publicació, el 79,5% es van eliminar amb zero vistes i el 89,4% es van eliminar abans de qualsevol informe". Com en el cas de la detecció de vídeos en què hi ha episodis d'assetjament o odi, fins i tot en el cas de vídeos amb persones i organitzacions perilloses, la detecció i avaluació d'aquests vídeos no és simple i sovint és objecte de discussió per part dels moderadors en relació amb la interpretació de les pautes utilitzades per a la moderació. Qualsevol que hagi vist les pautes per a la moderació de contingut de TikTok pot entendre com estan fortament influenciades per la visió geopolítica xinesa i això les fa de vegades difícils d'entendre per als moderadors acostumats a haver crescut dins de les democràcies modernes.
- Integritat i autenticitat. El 0,8 % dels vídeos eliminats de la plataforma pertanyen a aquesta categoria, que inclou: spam, participació falsa (contingut o activitat que té com

a objectiu augmentar artificialment la popularitat a la plataforma), substitució de persones, desinformació i infracció de propietat intel·lectual. Segons l'empresa: “El 86,2% d'aquests vídeos s'han eliminat dins de les 24 hores posteriors a la publicació i el 67,9% s'han eliminat amb zero vistes. El 88,3% es va eliminar abans que es presentés cap informe”.

6.7. La moderació de contingut. Com funciona i què implica?

Al llarg dels apartats anteriors hem parlat dels moderadors de continguts i la tasca de moderació més d'una vegada. Es tracta d'un treball força tediós i repetitiu que té com a objectiu catalogar els vídeos que pugen a la plataforma en funció de la perillositat o no del seu contingut. Aquest és un treball molt important per dues raons, la seguretat de l'usuari i el bon funcionament de l'algorisme d'aprenentatge automàtic de preferències. La seguretat per als usuaris és essencial, ja que un entorn percebut com a insegur no seria de cap manera atractiu per als usuaris existents i possibles nous usuaris. Mentre que, per altra banda, pel que fa al funcionament correcte de l'algorisme de preferències d'aprenentatge automàtic, és important recordar que és un algorisme extremadament complex i capaç de manejar moltes variables, però encara no és capaç de reconèixer i catalogar continguts perillosos per a els usuaris. És necessari, per tant, que aquesta funció de catalogació sigui realitzada per l'equip de moderadors per assegurar que els vídeos més perillosos siguin eliminats, mentre que els no perillosos, però amb característiques no aptes per ser mostrats a tots els usuaris, siguin etiquetats com tals i mostrats a una audiència reduïda.

7. Discussió, conclusions i recomanacions

Les conclusions s'estructuren d'acord als temes principals tractats a l'enquesta, completats amb la informació disponible d'altres fonts analitzades. En total, a l'enquesta han participat 774 adolescents de Calvià, altres 63 ho han fet als diversos grups de discussió i 28 persones expertes varen aportar les seves opinions. A totes les aportacions s'ha completat l'informe i s'han preparat aquestes conclusions i propostes.

7.1. Nivell de coneixement de les xarxes socials

El coneixement de les xarxes socials és molt precís i detallat: es coneixen una gran varietat d'opcions i es discriminen perfectament les funcionalitats, així com les modalitats d'ús de les principals xarxes socials a aquestes edats. Als grups de discussió s'han pogut captar les matisacions que han aportat sobre la base d'aquest coneixement i experiència. No desconeixen que es tracta de negocis, amb una intencionalitat clara: incrementar el consum d'un o altre tipus; però, també tenen clar el que els hi ofereixen les xarxes socials: connectivitat, coneixement, experiències diverses i, fins i tot, situacions de risc.

7.2. Confiança amb persones de l'entorn, en relació a les xarxes

La **confiança**, base de la bona comunicació, és un dels temes clau per a aconseguir posar límits, però també per a parlar-ne, per demanar assessorament o ajuda. Les i els adolescents, pel que fa a les xarxes socials, majoritàriament no confien en ningú (53,6%). L'única figura adulta amb confiança suficient són les mares (23,1%).

Quan l'anàlisi es centra en la **qualitat de la comunicació** amb pares, mares i professorat, les millors notes les obtenen les mares (8,23), seguides dels pares (7,17) i, finalment, es troba el professorat (5,88). El punt de partida no és molt negatiu, però cal reconèixer que és millorable, en especial pel que fa al professorat.

Els pares i mares podrien acompanyar més i millor en la relació nins, nines i adolescents amb la tecnologia. En aquest acompanyament no hi ha en realitat edat inicial. Se'ls ha de fer partícips de la vida digital de la família, també de l'escola (amb un bon projecte d'educació digital), suggerir-los usos segurs i oferir-los ajuda de manera incondicional.

7.3. Les xarxes socials són fonamentals a la seva vida quotidiana

Les xarxes social, pel que fa a l'alumnat adolescent, **estan absolutament presents** a la seva vida quotidiana. Un 98,2% en fa servir regularment. En general, al marge de les dificultats

observades i del risc que coneixen, per experiència pròpia o de persones properes, les xarxes socials generen emocions positives.

7.4. Quines són les xarxes més conegudes i més utilitzades

Les xarxes més **conegudes** (més del 90%) són les següents: **WhatsApp** (96,6%), **YouTube** (95,4%), **Instagram** (94,2%) i **TikTok** (93,7%).

Les quatre xarxes socials més **utilitzades**, amb molta diferència, són les quatre més conegudes: **Instagram** (70,0%), **TikTok** (66,45%), **WhatsApp** (58,82%) i **YouTube** (47,50%). A continuació, la primera és Spotify i només la fan servir el 21,32%, és a dir, menys de la meitat dels que fan servir YouTube.

Les diferències per edats mostren patrons clarament diferenciats. Mentre als 11-14 anys, la xarxa més utilitzada és TikTok (71,58%) i la segona, a molta distància, és Instagram (61,00%); als 15-18, la primera xarxa és Instagram (79,36%) i la segona, també a molta distància, és TikTok (61,13%). Això significa que TikTok segurament li està llevant públic a Instagram a aquestes edats.

La missatgeria instantània, les xarxes de comunicació com **WhatsApp**, representen la forma de comunicació en línia més habitual. Pel que fa a aquesta funcionalitat, cal transmetre pautes d'ús: sobre el llenguatge, el respecte, el reenviament de missatges, la desactivació de notificacions.

7.5. Quan i com les fan servir (aparells, horaris...)

Pel que fa a l'aparell al qual connecten a les xarxes socials s'observa un **domini quasi absolut dels mòbils**, amb un 92,0% d'accés habitual.

Les xarxes, consultades bàsicament als mòbils, **són el referent constant al llarg del dia per a la majoria de les i els adolescents**. En conjunt, hi ha una **freqüentació d'alta intensitat** (diverses vegades al dia) per a un 50,3%. Clarament concentrada en tres xarxes socials: Instagram, amb un 65,3% d'adolescents que la revisen varies vegades al dia; WhatsApp, amb un 55,7% i TikTok, amb un 54,5% d'adolescents.

El nivell de dedicació en hores és elevat. Es poden diferenciar tres grans grups, a partir de les hores setmanals dedicades:

- alt nivell de dedicació horària (>20 h): 44,2%.
- Nivell mitjà de dedicació (entre 11 i 20 h): 34,9%.
- Nivell baix de dedicació (10 o menys hores): 16,2%.

Les dones adolescents mantenen nivells més elevats de dedicació, amb un 45,7% de les adolescents amb altes dedicacions, per un 42,7% entre els adolescents homes.

Els **horaris més freqüents** de consulta són l'horabaixa (30,3%), l'horari variable al llarg de tot el dia (29,3%) i la dedicació a qualsevol hora, tant del dia com de la nit (19,9%). **L'horari més pertorbador per al descans** és el nocturn, afecta al 7% de les i els adolescents. Cal destacar com altres **horaris amb conseqüències negatives** ("coincidint amb classes", "abans d'aixecar-me" i altres), només afecta directament el 5,7% de l'alumnat enquestat. Si es considera el conjunt de les persones que el fan servir a la nit (19,9% i 5,7%), el percentatge augmenta considerablement, arribant a un total del 25,6%.

No és aconsellable que nins, nines i adolescents dormin amb el mòbil a l'habitació, no només per qüestions de salut (alteració del son per la brillantor de les pantalles i senyals acústics), sinó per prevenir un ús i consum inadequat. L'anomenat "vamping" està relacionat amb ansietat, pràctiques de risc i menor rendiment escolar (per manca de falta de descans que limita la capacitat d'atenció).

7.6. Què fan a les xarxes socials

Què fan a les xarxes socials? Les grans utilitats, per sobre del 50% dels adolescents les fan servir per a **comunicar-se amb amigats** (82,9%), **passar l'estona mirant vídeos**, "memes" i altres (56,4%) i **escoltar música** (52,4%).

Quan es concreta l'activitat que fan regularment, identificant **què publiquen** i no només el consum passiu, es pot constatar com l'exposició pública és molt rellevant (vida, opinió, preferències). Les seves publicacions es centren en mostrar imatges: fotos (47,1%) i vídeos (28,6%), així com en la comunicació orientada a les amigats (45,0%) o amb altra gent (18,0%).

Les xarxes socials ajuden adolescents i joves a no sentir-se aïllats, en solitud, conèixer gent i fer amigats. És imprescindible treballar el concepte de l'amistat i l'autoestima, i explicar perquè no han d'afegir com a amigats a qui no coneixen, sobretot en edats reduïdes.

Les pràctiques identificades a les xarxes inclouen **molta comunicació sobre continguts privats**, siguin detalls de la manera de viure, opinions o imatges. De manera coherent amb aquestes pràctiques, la **preocupació per la privacitat és una prioritat**. La majoria està preocupada (79,6%) i, no només això, sinó que no dona a ningú ni publica a les seves xarxes les dades personals (62,5%). Només un 15,5% no es preocupa en absolut pel tema de la privacitat.

7.7. La petjada digital i la protecció de les seves dades

Convé que nins, nines i adolescents siguin conscients de la **petjada digital**, de les dades que cada xarxa social recull: no només el nom, l'edat o el sexe, sinó també què prefereix o detesta, què estudia, on viu, quina música escolta, quin tipus de menjar o beguda li agrada més, quin és el seu estil de roba, el seu actor favorit, amb quines persones es comunica més, de quins grups forma part, quan es connecta, quins llocs us agrada visitar, quines altres persones té a prop, on i què li agrada comprar... I els obté sense necessitat d'espiar-los, perquè és cada persona qui dona la informació: cada vegada que segueix a un altre perfil, comenta una publicació, prem "M'agrada" en una foto, crea una història, puja un vídeo o comparteix una imatge, genera una informació que la xarxa social arxiva, classifica, segmenta i posa a disposició dels anunciants i de qui se la vulgui comprar. I, a més, ho adverteix en la política de privadesa que cal acceptar prèviament a obrir-se un perfil.

La millor prevenció es concreta en fer tots els **comptes privats**, però aquesta precaució només l'han tingut el 26,7%. Un 56,1% almenys ha fet privats una part dels seus comptes. Només l'11,3% té tots els comptes públics, per tant el nivell de protecció és millorable, però no es troba en una situació alarmant.

7.8. Canvis en la relació amb les xarxes socials

L'ús de les xarxes no és estàtic, va canviant amb el temps, d'acord a l'augment o disminució del prestigi de les xarxes; d'acord amb la necessitat o interès per funcionalitats diferents; d'acord al propi procés maduratiu o al cansament en relació amb determinades xarxes socials. Les **xarxes que s'han fet servir cada vegada més** el darrer any són, amb un increment molt considerable (>40%): TikTok (43,6% i Instagram (41,1%).

A més, encara hi ha un **possible augment** de l'ús de determinades xarxes. La més desitjada i amb intenció de començar a utilitzar-la en els pròxims mesos és Instagram, seguida de Twitter, ambdues amb més del 20% d'interès; seguides de TikTok i Twitch, amb gairebé el 10%.

7.9. La influència per part dels nous agents comunicatius a les xarxes

Hi ha una certa **vulnerabilitat a la influència per part dels nous agents comunicatius** a les xarxes socials. Un dels usos més comuns, entre adolescents, és el seguiment de gent famosa de les xarxes socials, "influencers", "youtubers" o "streamers", només el 8,6% no segueix ningú. Domina una opinió favorable a aquestes persones, l'opinió majoritària (50,1%) és que en algunes ocasions són creïbles i fiables, ampliada per la convicció de que "són persones valentes i me'ls crec" (4,3%) i de que són bastant creïbles i fiables" (9,9%). En conjunt, aquestes

tres **opinions molt favorables** són compartides per un 64,3% dels adolescents. Només un 22,8% considera que són poc creïbles.

7.10. Situacions i experiències de risc

Una de les **experiències més tòxiques** de les xarxes és la **convidada a fer coses que no agraden**, especialment rellevant entre els adolescents, sigui per invitacions entre ells i elles o per invitacions fetes per persones adultes. En conjunt, sigui alguna o diverses vegades, un 22,4% de les i els adolescents declara haver estat convidat a fer "coses que no li agraden", que no volen fer. En relació a aquestes experiències hi ha una major exposició per part de les dones adolescents (30,1%).

L'ús problemàtic de les xarxes socials és més present a l'adolescència, perquè es tracta d'una etapa de més vulnerabilitat (per causes diverses: inici d'experiències amb les xarxes, maduració en procés, accés per part d'agents amb capacitat de manipular i altres), amb un risc incrementat de patir trastorns psicosocials i implicar-se en conductes de risc. Les conseqüències més significatives de l'ús problemàtic de les xarxes socials són l'alteració del rendiment escolar, el distanciament de l'entorn, els problemes psicosomàtics, els trastorns del son i altres dificultats de menor freqüència. **L'ús problemàtic de les xarxes socials, entre l'alumnat adolescent de Calvià, té una prevalença inferior a la referència de l'Estat (20%): amb un 11,3%, amb un nivell clarament superior a les dones (13,0%) que als homes (9,5%).**

No hi ha un perfil únic de cibervíctima, però entre adolescents sí que hi ha un clar biaix: les adolescents són en major mesura la diana de la violència en línia. Amenaces, insults, menyspreus, coaccions i agressions de caràcter sexual a través de xarxes diverses són els principals atacs que reben. Tot i això, no es pot caure en la temptació de creure que es pot evitar o acabar amb la violència cibernètica prohibint les xarxes socials o apagant el mòbil. És essencial no només formar en un ús responsable i segur de les xarxes socials i, en general, d'Internet, sinó també establir una adequada educació afectivosexual com a instrument molt poderós contra la violència i oferir models sans de convivència entre iguals.

7.11. Educació digital i suport per part de persones i serveis

El 22,4% que ha reconegut haver experimentat convidades desagradables, ha explicat què varen fer davant d'aquesta invitació. El més freqüent és no fer cas (58,2%), un 22,4% va demanar ajuda a les amistats, pare o mare, o al centre educatiu. El tipus d'ajuda ha de fer pensar en els procediments per a generar confiança, ja que hi ha un nivell molt baix de demanda d'ajuda. **Els nivells de demanda d'ajuda són baixos** en relació a tots els interlocutors del seu entorn, amb un 12,9%, que ha demanat al pare o la mare, i el baixíssim 1,2% que ha demanat ajuda al centre educatiu.

És fonamental que al llarg de l'adolescència sàpiguen que poden confiar en mares i pares, la família, el professorat, els amics i altres agents (personal sanitari o de joventut, agents de coeducació i igualtat, policies), per explicar els seus problemes, que tinguin clar que dir-ho és un acte de responsabilitat i valentia, a més que es mantindrà la confidencialitat i que no implicarà conseqüències negatives. Generalment, la percepció dels pares i mares sobre els riscos o danys a què s'exposen els seus fills i filles difereix bastant de la del menor (Garmendia et al., 2020; Sedano i Ballester, 2021). Pares i mares solen subestimar alguns riscos o situacions amb contingut potencialment perjudicial a què els seus fills o filles diuen enfrontar-se. Justament, per aquest motiu, cal els pares i les mares coneguin el que passa, mantinguin bones relacions de comunicació amb fills i filles adolescents, es formin en relació a les estratègies de suport.

En qualsevol cas, **la majoria d'adolescents reconeix haver rebut consells, per a un ús responsable de les xarxes**, per part del pare o la mare (59,7%), seguits en freqüència pels consells del professorat (43,2%) i, amb freqüències decreixents, per part d'altres agents diversos. Una part apreciable d'adolescents no han tingut oportunitat de rebre informació, de reflexionar, consultar dubtes o conèixer els riscos i les bones pràctiques, en relació a les xarxes socials.

7.12. Valoració positiva de les xarxes socials

Les xarxes socials són molt **importants en la vida quotidiana de les i els adolescents**, i així les valoren, al marge dels riscos identificats. En conjunt, hi ha una valoració positiva de les xarxes socials, el 82,9% les considera positivament.

7.13. Propostes d'actuació a nivell municipal

Al llarg de les consultes realitzades amb adolescents i persones expertes, s'han anat fent propostes d'actuació, sempre des de la perspectiva de les competències d'una administració municipal. Les principals propostes han estat tres

- Millorar l'oferta formativa als centres: continuïtat, profunditat del tractament dels temes, noves metodologies (assessorament entre iguals).
- Oferir una persona amb funcions d'assessorament als centres educatius.
- Escoltar l'alumnat adolescent i el jovent.

8. ANNEX. Fitxes orientatives de les principals xarxes utilitzades per adolescents

A continuació es presenta el conjunt de fitxes orientatives de les xarxes socials que fa servir el jovent de Calvià. S'han seleccionat les xarxes més rellevants i d'altres que s'utilitzen amb menys freqüència, però cal conèixer.

8.1. Presentació

Com ja s'ha dit en el capítol de l'enquesta, a diferència de l'ordenació que es fa a l'enquesta, aquí s'ha decidit fer una presentació d'acord a un criteri tipològic, és a dir, s'han presentat en funció dels tipus de funcionalitat dominant a cada xarxa social, tot i que les aplicacions intenten ampliar les seves funcionalitats, oferint possibilitats a mesura que aconsegueixen consolidar un públic inicial. La seva lògica és que es pugui passar el màxim de temps a la xarxa social concreta. A més, les xarxes estan connectades per les companyies propietàries que les gestionen, com ara l'univers Metavers, format bàsicament per Facebook, Instagram i Messenger, actualment el procés de reforma. Un altre exemple és el de Twitch, propietat d'Amazon, connectada amb una potent xarxa comercial i d'entreteniment.

A partir de la funcionalitat dominant s'han diferenciat quatre grans tipus:

- Xarxes socials orientades a la **comunicació**: WhatsApp, Telegram i similars.
- Xarxes socials orientades a les **relacions**, es tracta de xarxes socials multifunció: Facebook, Twitter i altres.
- Xarxes socials orientades a l'**entreteniment**: Instagram, TikTok, YouTube i altres.
- Xarxes socials orientades d'acord a **altres funcionalitats** diverses: OnlyFans (contingut sexualitzat), Google Classroom (contingut i connexions educatives), etc.

Totes les xarxes socials permeten eliminar el perfil de l'usuari, però per això no n'hi ha prou d'eliminar l'app del mòbil, cal esborrar expressament el compte. No confondre suprimir compte amb desactivar (són accions diferents).

Contínuament sorgeixen noves xarxes socials, cal intentar mantenir-se al corrent.

Coincidint amb l'entrada en vigor del Reglament General de Protecció de Dades (Llei Orgànica 3/2018 de 5 de desembre de Protecció de Dades Personals i Garantia de Drets Digitals), normativa europea relativa a la protecció de les persones físiques pel que fa al tractament de les seves dades personals i a la lliure circulació d'aquestes, a partir dels 14 anys els i les adolescents

poden obrir perfils a les xarxes socials sense el consentiment dels progenitors. Si bé la majoria de les xarxes socials ja estaven establint aquest límit, amb el nou reglament el límit és ara vinculant (Garmendia, 2020). Cada xarxa social té una edat mínima d'ús: a Tik Tok són 13 anys, a Instagram 14 anys, a WhatsApp 16 anys. L'obertura de perfils sempre s'ha de fer sota supervisió dels pares i amb normes d'ús, però ara hi ha un marge una mica major per a la gent jove.

8.2. Xarxes socials orientades a la comunicació

Messenger

Edat de referència	14 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació
Web de referència	https://www.messenger.com/
Sistema de protecció de dades	Fa servir el de Facebook, seguint amb el reglament general de protecció de dades (RGPD), estableix prioritat per aspectes com: <ul style="list-style-type: none">• Transparència• Control• Responsabilitat
Manual	http://www.manualpc.com/tutorial-de-facebook-messenger/
Referències	<p>Nouwens, M., Griggio, C. F., & Mackay, W. E. (2017, May). "WhatsApp is for family; Messenger is for friends" Communication Places in App Ecosystems. In <i>Proceedings of the 2017 CHI conference on human factors in computing systems</i> (pp. 727-735).</p> <p>Umair, A., Nanda, P., He, X., & Choo, K. K. R. (2018, August). User relationship classification of Facebook messenger mobile data using weka. In <i>International Conference on Network and System Security</i> (pp. 337-348). Springer, Cham.</p>

Telegram

Edat de referència	14 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació, missatgeria instantània
Web de referència	https://www.messenger.com/
Sistema de protecció de dades	<p>Telegram garanteix la seguretat de les dades:</p> <ul style="list-style-type: none">• S'emmagatzemen els xats públics al núvol, però es pot desactivar l'opció en qualsevol moment• Utilitza servidors de diferents centres de dades, on la informació està encriptada per a altres persones.• Té a disposició el xat secret amb què es pot tenir una conversa que està xifrada d'extrem a extrem i que no s'emmagatzema al núvol.• Etc.
Manual	https://telegram.com.es/telegram-y-telegram-web/
Referències	<p>Nobari, A. D., Sarraf, M. H. K. M., Neshati, M., & Daneshvar, F. E. (2021). Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger. <i>Expert Systems with Applications</i>, 168, 114303.</p> <p>Wahyuni, S. (2018). Students' perspectives on using telegram messenger as a learning media. <i>ELT-Lectura</i>, 5(1), 31-37.</p>

WhatsApp

Edat de referència	16 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació digital
Web de referència	https://www.whatsapp.com
Sistema de protecció de dades	<p>En acceptar la política de privadesa i començar a fer servir l'aplicació, validem l'accés a tota una sèrie de dades personals que s'emmagatzemen dels usuaris:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dades sobre ús i registre • Dades sobre el dispositiu i la connexió • Localització • Galetes <p>Amb aquestes dades, Whatsapp assegura que les utilitza per millorar la utilització i l'experiència a l'aplicació, i que es tracten en tot moment amb seguretat. Per això, integra serveis com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'encriptació d'extrem a extrem: tot el contingut que es dona a la plataforma queda protegit • Trucades privades • Els missatges s'emmagatzemen al dispositiu de l'usuari i no als serveis de Whatsapp • Els números de targetes i dels comptes bancaris s'emmagatzemen de manera xifrada en una xarxa d'alt nivell de seguretat • Etc.
Manual	https://actualizar.net/whatsapp/
Referències	<p>Barrio Fernández, Á. D., & Ruíz Fernández, I. (2017). Hábitos de uso del WhatsApp por parte de los adolescentes. <i>Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.</i>, 2(1), 23-30.</p> <p>Cetinkaya, L. (2017). The impact of WhatsApp use on success in education process. <i>International Review of Research in Open and Distributed Learning</i>, 18(7).</p>

- WhatsApp va canviar les condicions del servei a l'agost del 2018 per incloure l'edat mínima de 16 anys per fer-lo servir, i posa a disposició dels adults un sistema denúncia de comptes de menors de 16 anys. Els menors són susceptibles de rebre missatges de bulls, pesca o reenviament que tenen com a objectiu sobrecarregar el servidor. Cal advertir-los del ràpid que es viralitzen els continguts, per la força dels grups.

8.3. Xarxes socials orientades a les relacions

Facebook

Edat de referència	14 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació, Informació generalista.
Web de referència	https://www.facebook.com/
Sistema de protecció de dades	<p>L'espai bàsic de relació es defineix per un "mur" personal de cada usuari al qual es presenten les diverses publicacions de les persones que formen la xarxa de relacions, és a dir, de totes les persones que hom ha acceptat com a amigats o dels grups o pàgines als quals hom ha fet "M'agrada". Aquestes persones poden ser bloquejades (prohibir accés de qualsevol tipus a les dades i publicacions personals) o es poden "seguir" de diverses maneres (preferència per a veure les seves publicacions al mur personal).</p> <p>Facebook emmagatzema molta informació personal sobre els usuaris. Però, disposa als ajustaments diferents opcions per limitar aquest accés i així aconseguir que Facebook no pugui accedir a la informació privada, ni que persones desconegudes vegin la informació que publiques al teu perfil.</p>
Manual	http://www.aeped.es/sites/default/files/manual-facebook.pdf
Referències	<p>Molina Loyola, C., Ortiz Vizueté, F., Ávila Solano, B., & Maldonado Vélez, Á. M. (2020). Facebook como herramienta de comunicación en procesos educativos. <i>Signo y Pensamiento</i>, 39(76).</p> <p>Rueda, R., & Giraldo, D. (2016). La imagen de perfil en Facebook: identidad y representación en esta red social. <i>Revista Folios</i>, (43), 119-135.</p>

Houseparty

Edat de referència	16 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació.
Web de referència	https://www.houseparty.com/
Sistema de protecció de dades	<p>És una xarxa social que facilita videotrucades en grup a través de dispositius mòbils i aplicacions d'escriptori. Els usuaris reben una notificació quan els seus contactes són en línia i disponibles per a xatejar.</p> <p>Houseparty va ser llançada a l'App Store (Apple) i la Play Store (Google) el febrer de 2016.</p>
Manual	<p>No disponible en paper.</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=iOEVpeiHwDE</p>
Referències	<p>Kleiman, F., Meijer, S., & Janssen, M. (2020). Gaming for meaningful interactions in teleworking lessons learned during the COVID-19 pandemic from integrating gaming in virtual meetings. <i>Digital Government: Research and Practice</i>, 1(4), 1-5.</p>

Pinterest

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Informació generalista, inspiració i descobriment visual
Web de referència	https://www.pinterest.es
Sistema de protecció de dades	<ul style="list-style-type: none">• Segons la política de privadesa de Pinterest, inclou les dades de registre voluntaris com a nom, foto de perfil i correu electrònic, a més de tota la informació que comparteixin els usuaris amb Pinterest que s'emmagatzemarà.• Tot això per optimitzar la vostra oferta de producte i confeccionar a mida el que s'envia als usuaris.• Pinterest inclou també els "taulers secrets", on es pot privatitzar el contingut que puguen i triar quines persones el poden visitar.
Manual	https://oa.upm.es/23235/1/Pinterest.pdf
Referències	<p>Hall, C., & Zarro, M. (2012). Social curation on the website Pinterest. com. <i>proceedings of the American Society for Information Science and Technology</i>, 49(1), 1-9.</p> <p>Sevitt, D., & Samuel, A. (2013). How pinterest puts people in stores. <i>Harvard business review</i>, 91(7), 26-27.</p>

Twitter

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació, Informació generalista i debat.
Web de referència	https://www.facebook.com/
Sistema de protecció de dades	<ul style="list-style-type: none">• Twitter és públic i els tweets poden ser vistos i buscats per qualsevol persona a tot el món. Tot i que també disposa de maneres de comunicar-se que no són públiques mitjançant tweets protegits i missatges directes.• Quan s'utilitza Twitter, es rep alguna informació personal com el tipus de dispositiu que s'està fent servir i l'adreça IP. Però l'usuari en tot moment decideix quina informació addicional vol compartir a la plataforma.• Twitter ofereix una àmplia transparència respecte a aquesta informació, i l'usuari la pot modificar o corregir en qualsevol moment. S'atorga a l'usuari el control per limitar les dades que es recopilen i com s'utilitzen, controlar qüestions com la seguretat del compte, etc.
Manual	https://www.namfyc.es/archivos/Twitter%20manual_0.pdf
Referències	Fainholc, B. (2011). Un análisis contemporáneo del Twitter. <i>Revista de Educación a Distancia (RED)</i> , (26).

8.4. Xarxes socials orientades a l'entreteniment

Discord

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació i entreteniment
Web de referència	https://discord.com/
Sistema de protecció de dades	Discrod té una estricta política de privadesa en què es limita la recopilació massiva de dades personals: <ul style="list-style-type: none">• Les dades dels usuaris del servidor s'han anonimitzat i limitat• Té requisits de permís més estrictes i altres limitacions per descarregar la llista de membres com a usuari ordinari.
Manual	https://web.unican.es/consejo-direccion/vcprimeroyprofesorado/Documents/Web_de_recursos_docentes_documentos/manual-discord_rev0.2.pdf
Referències	Sewell, P. W. (2010). From discourse to discord: Quality and dramedy at the end of the classic network system. <i>Television & New Media</i> , 11(4), 235-259.

Instagram

Edat de referència	14 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació, informació i entreteniment
Web de referència	https://about.instagram.com/
Sistema de protecció de dades	<p>Instagram, deixa clar a la seva informació institucional, que compleix amb la normativa RGPD (2015), per la qual cosa disposa de condicions de seguretat com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Obtenir consentiment exprés de l'usuari per demanar les vostres dades • Proporcionar informació transparent sobre els responsables i encarregats del tractament • Informar sobre el tractament que es farà d'aquesta informació i el temps que aquesta romandrà als fitxers • Dret d'oposició • Actualitzar i informar sobre la seva política de galetes. • Etc.
Manual	https://www.empresarioshuesca.com/descarga/ManualInstagram.pdf
Referències	<p>Brea, F, A. L. (2019). corporalidad online-offline. Revisión sistemática de la influencia de Instagram en la imagen corporal de los adolescentes. Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperat de https://ddd.uab.cat/record/203288</p> <p>Sinusía, M. P., & Comas, D. C. (2018). Escribir y compartir: prácticas escritas e identidad de los adolescentes en Instagram. <i>Aula de Encuentro</i>, 20(2).</p>

• Meta va anunciar fa un temps una versió de Instagram per a menors de 14 anys, però les crítiques van aturar el llançament. La plataforma ha evolucionat de manera constant per competir obertament amb Tik Tok. Els menors consumeixen molt contingut d'Històries i utilitza la xarxa social també com a app de missatgeria. És possible bloquejar i denunciar comptes. Instagram ha anunciat noves opcions de control parental que de moment no estan disponibles a Espanya.

Snapchat

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Entreteniment i comunicació
Web de referència	https://accounts.snapchat.com/accounts/login?continue=https%3A%2F%2Faccounts.snapchat.com%2Faccounts%2Fwelcome
Sistema de protecció de dades	<ul style="list-style-type: none"> • Snapchat recull informació personal de l'usuari a mesura que el va fent servir, per això és important ser conscient en tot moment de la informació que facilitem a l'App. • Tot i que la plataforma assegura que aquesta informació és només per millorar el desenvolupament i la utilitat de l'App, cal tenir en compte que aquesta informació es comporti amb altres usuaris i que això implica un risc d'identitat. • Sempre es recomana tenir el perfil privat. D'aquesta manera, aquesta informació s'emmagatzemarà a Snapchat, però no estarà visible de manera pública
Manual	https://orientacionmanchuela.files.wordpress.com/2015/02/guia-uso-seguro-snapchat.pdf
Referències	Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C., & Young, J. A. (2016). "Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. <i>Computers in Human Behavior</i> , 62, 594-601.

Spotify

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Escoltar música i entreteniment
Web de referència	https://www.spotify.com/es/
Sistema de protecció de dades	<p>Les lleis de privadesa, inclòs el reglament general de protecció de dades, atorguen drets a les persones sobre les seves dades personals. Tenen drets com:</p> <ul style="list-style-type: none">• Estar informat de les dades personals que s'aporten• Sol·licitar que s'eliminin algunes d'aquestes dades• Oposar-se al tractament de les dades personals amb fins de màrqueting directe• Etc.
Manual	https://es.scribd.com/document/433154399/manual-de-usuario-spotify
Referències	Swanson, K. (2013). A Case Study on Spotify: Exploring Perceptions of the Music Streaming Service. <i>MEIEA Journal</i> , 13(1).

TikTok

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Entreteniment i comunicació
Web de referència	https://www.tiktok.com/es/
Sistema de protecció de dades	<p>Tiktok recopila informació personal com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nom d'usuari • Data de naixement • Correu electrònic • Número de telèfon <p>D'acord amb la normativa i el contracte que estableix la plataforma, utilitza la informació que aporten els usuaris per a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Notificar les modificacions del servei • Prestar-li assistència com a usuari • Administrar la plataforma, inclosa la solució de problemes • Comunicar-se amb l'usuari • Garantir la seguretat i un contingut efectiu • Dur a terme anàlisi de dades <p>Etc.</p>
Manual	https://support.tiktok.com/es/using-tiktok
Referències	<p>Quiroz, N. T. (2020). TikTok: La aplicación favorita durante el aislamiento. <i>Revista Argentina de Estudios de Juventud</i>, (14), e044-e044.</p> <p>Xu, L., Yan, X., & Zhang, Z. (2019). Research on the causes of the “TikTok” app becoming popular and the existing problems. <i>Journal of advanced management science</i>, 7(2).</p>

- Tik Tok té un algorisme molt potent, dissenyat per aconseguir que l'usuari passi el major temps possible a l'app. És l'única xarxa social que quan et connectes no et mostra el contingut que han publicat els perfils a què segueixes, sinó els que decideix recomanar-te. Inclou opcions de sincronització familiar.

YouTube

Edat de referència	14 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació, entreteniment, informació generalista
Web de referència	https://www.youtube.com
Sistema de protecció de dades	<p>A YouTube l'usuari té l'opció de gestionar tota una sèrie d'opcions de privadesa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inici de sessió i seguretat: per gestionar l'accés de dispositius al compte • Informació personal i privadesa • Preferències del compte: relacionat amb pagaments, subscripcions a serveis, accessibilitat, etc. • Revisió de seguretat • Revisió de privadesa <p>Pel que fa a la privadesa dels canals, és el mateix usuari el que decideix què poden veure els altres usuaris al seu canal (es poden posar vídeos en ocult o bé privatitzar algun contingut).</p> <p>Per evitar el robatori de dades o les intromissions il·legítimes en la intimitat, YouTube recomana evitar donar moltes dades personals als vídeos, o compartir informació de la vida privada, així com tampoc explicitar-ho enlloc de la plataforma.</p>
Manual	https://www.murciaeduca.es/crajimenado/sitio/upload/MANUAL_YOUTUBE_PARA_MAESTROS.pdf
Referències	<p>Bañuelos, J. (2009). YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo. <i>Razón y palabra</i>, (66).</p> <p>Tur-Viñes, V., Núñez-Gómez, P., & González-Río, M. J. (2018). Menores influyentes en YouTube. Un espacio para la responsabilidad. <i>Revista latina de comunicación social</i>, (73), 1211-1230.</p>

- YouTube ofereix YouTube Kids per a menors de 13 anys, versió app i web, encara que la mateixa plataforma reconeix que la selecció no és infal·libre. També inclou publicitat. A YouTube no cal obrir-se compte per veure vídeos, però obrir-lo facilita que la plataforma tingui en compte l'edat del menor en les restriccions de determinats continguts. En consultar vídeos, convé anar amb compte amb els vídeos recomanats i suggeriments de la plataforma, que poden derivar en contingut no relacionat amb la visualització o cerca inicial.

Twitch

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Entreteniment (retransmissió de videojocs en directe) i comunicació
Web de referència	https://www.twitch.tv/
Sistema de protecció de dades	<ul style="list-style-type: none"> • Entre les dades personals que recull l'aplicació s'inclou nom i llinatges, l'adreça de protocol d'Internet, un identificador d'usuari, etc. • Igual que qualsevol altra xarxa social, els membres de Twitch poden pujar contingut de manera pública o de manera privada. Sempre es recomana la segona opció per a una major protecció, com ara restringir l'accés als teus vídeos, entre molts altres factors que facilita l'aplicació per proporcionar molta més seguretat i privadesa a l'usuari.
Manual	https://metricool.com/es/guia-twitch/
Referències	Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. <i>Computers in Human Behavior</i> , 84, 58-67.

- Twitch, propietat d'Amazon, ha evolucionat de plataforma de videojocs a continguts de tota mena. No hi ha opció de filtratge i encara que és gratis, inclou diverses opcions per gastar diners.

8.4. Xarxes socials orientades funcionalitats diverses

Edmodo

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Comunicació i aprenentatge
Web de referència	https://new.edmodo.com
Sistema de protecció de dades	A la política de privadesa d'Edmodo: qualsevol informació o contingut que es publiqui es farà de forma privada (el qual decidirà si aquest contingut vol que es publiqui per a altres usuaris).
Manual	Posada, F. (2015). Manual de EdModo. (edmodoManual_v1 Versión 1.0). canalTic. https://canaltic.com/blog/pdf/edmodoManual_v1.pdf
Referències	Pinzón, J. E. D. (2017). Edmodo como herramienta virtual de aprendizaje. <i>INNOVA Research Journal</i> , 2(10), 9-16.

Google Classroom

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Organització i comunicació
Web de referència	https://classroom.google.com/u/0/h?hl=es
Sistema de protecció de dades	<p>Les dades personals a Google Classroom s'emmagatzemen de manera segura:</p> <ul style="list-style-type: none">• les dades es xifren, tant en trànsit com en repòs.• la seguretat integrada al vostre compte de Google està dissenyada per detectar i bloquejar amenaces (ex: suplantació d'identitat) <p>L'usuari decideix quin contingut es comparteix i amb qui</p>
Manual	<p>Manual de Google Classroom:</p> <p>https://cuaieed.unam.mx/descargas/Manual-Google-Classroom.pdf</p>
Referències	<p>Iftakhar, S. (2016). Google classroom: what works and how. <i>Journal of Education and Social Sciences</i>, 3(1), 12-18</p>

OnlyFans

Edat de referència	18 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Entreteniment i comunicació sense censura (imatges i altres publicacions sexualitzades).
Web de referència	https://onlyfans.com
Sistema de protecció de dades	<p>Onlyfans recopila informació personal com:</p> <ul style="list-style-type: none">• Nom complet• Direcció• Data de naixement• La teva identificació• Dades bancàries• Ubicació• Etc. <p>Tota aquesta informació que es proporciona a la plataforma es comparteix de manera immediata amb la resta d'usuaris de la mateixa, també amb proveïdors, amb autoritats públiques (per raons legals), etc. Per tant, encara que l'app assegura complir la normativa del RGPD, s'aporten moltes dades personals, que poden resultar perilloses en estar en moviment dins de la xarxa.</p>
Manual	https://www.expertosnegociosonline.com/como-se-usa-onlyfans-guia/
Referències	Santana Nixon, S. L. (2021). Un análisis del fenómeno OnlyFans desde el enfoque de género. Su influencia en la socialización diferencial.

Waze

Edat de referència	13 anys (edat mínima)
Funcionalitat bàsica	Eina de trànsit i navegació
Web de referència	https://www.waze.com/es/
Sistema de protecció de dades	<p>Tal com explicita Waze, en utilitzar els seus serveis, l'usuari confia algunes dades personals. Ara bé, aquesta t'ofereix la possibilitat d'ajustar la configuració de privadesa al gust del consumidor. Per tant es poden modificar alguns ajustaments com:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ubicació: tenir la ubicació activa en tot moment, o bé decidir quan activar-la i quan mantenir-la en privat• Personalitzar anuncis: si actives aquesta funció se't mostraran anuncis en funció de les teves dades personals que hagi enviat a la plataforma• Mode invisible: el teu nom d'usuari, la teva foto i altres dades personals poden aparèixer al mapa de forma pública, però pots evitar-ho amb el mode invisible.• Informació del compte: Es pot eliminar el compte de Waze en qualsevol moment, i amb això s'eliminaran totes les dades personals i els llocs on heu activat la ubicació.
Manual	https://www.digitaltrends.com/mobile/how-to-use-waze/
Referències	<p>Cohen, M. C., Fiszler, M. D., Ratzon, A., & Sasson, R. (2021). Incentivizing commuters to carpool: A large field experiment with waze. <i>Manufacturing & Service Operations Management</i>. https://doi.org/10.1287/msom.2021.1033</p>

9. Referències bibliogràfiques

- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: it is time to talk about TikTok. *Library hi tech news* 37(4), 7-12.
- Arab, L. E. y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica*, 26(1), 7-13. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- Astorga-Aguilar, C., & Schmidt-Fonseca, I. (2019). Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3), 339-362.
- Ballester, L., Orte, C., y Jóvenes e Inclusión (2019). *Nueva pornografía y cambios en las relaciones interpersonales*. Barcelona. Octaedro. ISBN 978-84-17667-40-5
- Ballester, L., Rosón, C., Facal Fondo, T., & Gómez-Juncal, R. (2021). Nueva pornografía y desconexión empática. *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas*, 6(1), 67-105. doi: [10.17979/arief.2021.6.1.7075](https://doi.org/10.17979/arief.2021.6.1.7075)
- Ballester, L., Rosón, C., Noya, M. y Calderon-Cruz, B. (2021) Characteristics of Online Pornography and Interventions Against its Negative Effects in Young People: Results from an International Delphi Panel. *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*. <https://doi.org/10.1007/s10942-021-00425-z>
- Bavastro. G. (2021). *I love TikTok - Entender y amar a la Generación Z*. Edizioni Epoké.
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media." A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23, 114–125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001>.
- Cantón, M.D.C. (2020). El lenguaje no verbal en las redes sociales. *Sabir. International Bulletin of Applied Linguistics*, 1(2), 5-32.
- Carrasco, C. (coord.), (2022). El papel de las redes sociales en la generación y difusión de la igualdad en la población adolescente de Castilla-La Mancha. Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha.
- Cohen, R., Moffatt, K., Ghenai, A., Yang, A., Corwin, M., Lin, G., ... & Gray, L. (2020). Addressing Misinformation in Online Social Networks: Diverse Platforms and the Potential of Multiagent. *Trust Modeling. Information*, 11(11), 539.
- Colom, A.J. i Ballester, L. (2016). *El Mundo En El Bolsillo: Pautas prácticas para educar en el buen uso del móvil*. Sello editorial.
- Cumplido, M. (2021). Los algoritmos de las redes sociales y el debate feminista. En Tasia ArFeminismo digital. *Violencia contra las mujeres y brecha sexista en Internet*. Dykinson (pp. 33-50).
- Galán, C. (2002). En los arrabales de la comunicación: los mensajes SMS. *Anuario de estudios filológicos*, (25), 103-117.
- Gámez-Guadix, M., & De Santisteban, P. (2018). "Sex Pics?": Longitudinal Predictors of Sexting Among Adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 63(5), 608-614. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.05.032>

Gámez-Guadix, M., Santisteban, P., & Resett, S. (2017). Sexting among Spanish adolescents: Prevalence and personality profiles. *Psicothema*, 29(1), 29-34. <http://dx.doi.org/10.7334/psicothema2016.222>

García-Jiménez, A., López, M. C. L. D. A., & Montes-Vozmediano, M. (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 25(48). <https://doi.org/10.1387/zer.21556>

García-Jiménez, A., Suárez-Álvarez, R., y Montes-Vozmediano, M. (2022). Situaciones de vulnerabilidad en los vídeos de los youtubers adolescentes. Diferencias de género y edad. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 13(1), 93-106. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM20066>

Garmendia, M., Martínez, G., Larrañaga, N., Jiménez, E., Karrera, I, Casado, M.A, Garitaonandia, C., (2020). *Las madres y los padres en la convergencia mediática: competencias, mediación, oportunidades y riesgos online*. Universidad del País Vasco (UPV/EHU).

González-Nuevo, C., Cuesta, M., Postigo, A., Menéndez-Aller, A., García-Fernández, J., & Kuss, D. J. (2022). Using Social Networking Sites During Lockdown: Risks and Benefits. *Psicothema*, 34(3), 365-374. <https://doi.org/10.7334/psicothema2022.5>

Hagi, S. (2017). The rise of 'YouTube Voice'and why vloggers want it to stop—VICE. Vice. <https://www.vice.com/sv/article/aepn94/the-rise-of-youtube-voice-and-why-vloggers-want-it-to-stop>

Hernández, K. D., Yanez, J. F., & Carrera, A. A. (2017). Redes sociales y adolescencias. *Revista universidad y sociedad*, 9(2), 242-247.

Hernández, M. P., Mateo, C. M., & Landazabal, M. G. (2018). Escala de riesgo de adicción-adolescente a las redes sociales e internet: fiabilidad y validez (ERA-RSI). *Revista de psicología Clínica con Niños y Adolescentes*, 5(2), 30-36.

Lanier, J. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Debate.

Lee, Yi-Fang, Altschuld, James, & Hung, Hsin-Ling. (2008). Practices and challenges in educational program evaluation in the Asia-Pacific region: Results of a Delphi study. *Evaluation and Program Planning*, 31(4), 368–375. <https://doi.org/10.1016/j.evalp.rogpl.2008.08.003>

López-Belmonte, J., Pozo-Sánchez, S., & Fuentes-Cabrera, A. (2020). La realidad de la aplicación de redes sociales en el entorno educativo. El caso de una cooperativa de enseñanza de Ceuta. *Revista Electrónica Educare*, 24(1), 326-347.

Mady, M. A., & Baadel, S. (2020). Technology-Enabled Learning (TEL): YouTube as a ubiquitous learning aid. *Journal of Information & Knowledge Management*, 19(01), 2040007.

Mancera Rueda, A. (2016). Usos lingüísticos alejados del español normativo como seña de identidad en las redes sociales. *Bulletin of Spanish Studies*, 93(9), 1469-1493.

Mancera Rueda, A. M., Alamán, A. P., Alamán, A. P., & Alamán, A. P. (2013). *El español coloquial en las redes sociales* (Vol. 121). Arco/Libros.

Martí, A. (2013). Lengua i Internet: text i pretext. *Digithum*, (1). <http://dx.doi.org/10.7238/d.v0i1.620>

- Martín, D. y Medina, M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación z. *Revista de Comunicación y Salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Martínez De Sousa, J. (2004). *Ortografía y ortotipografía del español actual* (Vol. 95). Trea Ediciones.
- McCulloch, G. (2020). *Because internet: Understanding the new rules of language*. Penguin.
- Morales. M. (2022). Asunción Gómez-Pérez, la nueva académica de la RAE que enseña a las máquinas a hablar un español correcto, *El País*, extraído de https://elpais.com/cultura/2022-04-14/asuncion-gomez-perez-la-nueva-academica-de-la-rae-que-ensena-a-las-maquinas-a-hablar-un-espanol-correcto.html?utm_source=pocket_mylist
- Peña-Ayala, A. (Ed.). (2019). *Educational networking: A novel discipline for improved learning based on social networks*. Springer Nature.
- Peyró, M. B. (2015). Conectados por redes sociales: Introducción al Análisis de redes sociales y casos prácticos. *Redes: revista hispana para el análisis de redes sociales*, 26(2), 0236-241.
- Pico, R. (2021). Bienvenido al nuevo lenguaje: así es el tono YouTube, *YOROKUBU*. https://www.yorokubu.es/tono-youtube/?utm_source=pocket_mylist
- Premsky, M. R. (2010). *Teaching digital natives: Partnering for real learning*. Corwin press.
- Quijada, R. A., Alvarez, S. O., & Cerezo, E. L. (2022). Pornografía y redes sociales, espacios de intervención con jóvenes, ante la violencia sexual. *Revista de Trabajo Social*, (96), 33-42.
- Ramírez-García, A., González-Molina, A., & Moyano-Pacheco, M. (2022). Interdisciplinariedad de la producción científica sobre el discurso del odio y las redes sociales: Un análisis bibliométrico. *Comunicar*, 30(72), 129-140.
- Rodríguez-Castro, Y., Alonso-Ruido, P., Lameiras-Fernández, M., & Faílde-Garrido, J. M. (2018). Del sexting al cibercontrol en las relaciones de pareja de adolescentes españoles: análisis de sus argumentos. *Revista latinoamericana de psicología*, 50(3), 170-178.
- Rodríguez-Castro, Y., Martínez-Román, R., Alonso-Ruido, P., Adá-Lameiras, A., & Carrera-Fernández, M. V. (2021). Intimate partner cyberstalking, sexism, pornography, and sexting in adolescents: new challenges for sex education. *International journal of environmental research and public health*, 18(4), 2181.
- Rodríguez, Y., Alonso, P., González, A., Lameiras, M., y Carrera, M. V. (2017). Spanish adolescents' attitudes towards sexting: Validation of a scale. *Computers in Human Behavior*, 73, 375- 384. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.049>
- Sedano, S., Ballester, L. (Dir.) (2021). *Estudio sobre la Educación Afectiva y Sexual*. Ajuntament de Calvià.
- Suárez-Álvarez, R., & García-Jiménez, A. (2021). Centennials en TikTok: tipología de vídeos. Análisis y comparativa España-Gran Bretaña por género, edad y nacionalidad. *Revista latina de comunicación social*, (79), 1-22. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2021-1503>
- Sulistyo, P. B. (2018). Teenagers Preferences, Creations and Participation in Vlogging Activities. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 8(8). <http://dx.doi.org/10.29322/IJSRP.8.8.2018.p80113>.

- Tejedor, S., Cervi, L., Robledo-Dioses, K., & Pulido, C. M. (2022). Desafíos del uso de TikTok como plataforma educativa: Una red multitemática donde el humor supera al debate. *Aula abierta* 51(2), 121-128. <https://doi.org/10.17811/rifie.52.2.2022.121-128>
- Throuvala, M. A., Griffiths, M. D., Rennoldson, M., & Kuss, D. J. (2019). Motivational processes and dysfunctional mechanisms of social media use among adolescents: A qualitative focus group study. *Computers in Human Behavior*, 93, 164–175. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.12.012>.
- Vallejo, A. M. P. (2019). Ciberacoso sexualizado y ciberviolencia de género en adolescentes. Nuevo marco regulador para un abordaje integral. *Revista de Derecho, Empresa y Sociedad (REDS)*, (14), 42-58.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI editores.
- Vanderhoven, E., Schellens, T. y Valcke, M. (2014). Enseñar a los adolescentes los riesgos de las redes sociales: Una propuesta de intervención en secundaria. *Comunicar*, 22(43), 123-132. doi: <https://doi.org/10.3916/C43-2014-12>
- Villacampa, C. (2017). Teen sexting: Prevalence, characteristics and legal treatment. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 49, 10-21. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijlcrj.2017.01.002>